

ΜΕ ΑΦΟΡΜΗ ΤΙΣ ΟΡΜΟΝΕΣ ΣΤΟ ΜΟΣΧΑΡΙΣΙΟ

Ο καταναλωτής δεν προστατεύεται με... ευκολόγιο

ΠΡΕΠΕΙ ΝΑ ΑΛΛΑΞΕΙ ΡΙΖΙΚΑ ΤΟ ΣΥΣΤΗΜΑ ΕΛΕΓΧΟΥ ΠΟΙΟΤΗΤΑΣ ΤΩΝ ΠΡΟΪΟΝΤΩΝ

ΤΟ ΜΟΣΧΑΡΙΣΙΟ κρέας πού περιέχει ορμόνες είναι τό τελευταίο επεισόδιο τής σειράς μέ τόν τίτλο «προστασία τού καταναλωτή». Παλαιότερα επεισόδια αφορούσαν τά εμφιαλωμένα νερά μέ μικρόβια, τή γαλακτοσκοπή γιά ζωοτροφές σέ τρόφιμα καί τά ακάθαρτα παγωτά. Κάθε αποκάλυψη είχε προκαλέσει κύμα αγανάκτησης. Η διαβεβαίωση τών αρμοδίων ότι όλα «έχουν καλώς» σήμαινε τό τέλος τού συναγερμού. Τήν έντονη ανησυχία ακολουθούσε ο εφησυχασμός. Όλοι πιστεύουν, ότι κράτος καί παραγωγοί εξασφαλίζουν τελικά τά συμφέροντα τού κοινού.

Γιατί όμως μόλις «τακτοποιούμε» τό εμφιαλωμένο νερό παρουσιάζουν πρόβλημα τά μοσχάρια; Φταίνε μόνο οι ασυνείδητοι παραγωγοί ή φταίει τό κράτος πού δέν έχει προβλέψει τούς απαραίτητους ελέγχους; Προβλήματα δέν θά έπρεπε νά υπάρχουν. Στην Ελλάδα οι αρμόδιοι μάς διαβεβαιώνουν ότι η νομοθεσία μάς είναι από τίς πιό σύγχρονες. Στίς χώρες τής ΕΟΚ, όπου πρωτοπαρουσιάστηκε τό πρόβλημα τών μοσχαριών, ισχύει πληθώρα κανονισμών, υπάρχει επίσημη καταναλωτική πολιτική, πραγματοποιούνται συσκέψεις τού Ευρωπαϊκού Κοινοβουλίου γιά τόν καταναλωτή καί «η Ευρώπη τών καταναλωτών» αποτελεί επίσημο σύνθημα.

Τό πρόβλημα τής προστασίας τού καταναλωτή δέν είναι καινούργιο. Οι οικονομολόγοι έχουν εδώ καί πολύ καιρό ασχοληθεί νά τό τοποθετήσουν «σωστά» καί νά τό λύσουν. Σύμφωνα μέ τή φιλελεύθερη οικονομική θεωρία αποφασιστικό χαρακτηριστικό τής οικονομίας τής αγοράς είναι η κατεύθυνση τής οικονομικής δραστηριότητας από τόν κατανα-

Γράφει ο



ΚΩΣΤΑΣ ΣΙΜΙΤΗΣ

λωτή. Μιά πού στην αγορά μπορούν νά επιζήσουν μόνο εκείνες οι επιχειρήσεις τών οποίων τά προϊόντα ανταποκρίνονται στή ζήτηση, οι παραγωγοί προσαρμόζουν τήν προσφορά τους πρός τίς επιθυμίες τών καταναλωτών. Μέ τόν τρόπο αυτό οι καθημερινές αποφάσεις τής ανοργάνωτης μάζας τών καταναλωτών, πού δέν έχουν καν τήν πρόθεση νά επηρεάσουν τήν παραγωγή, είναι καθοριστικές γιά τίς επιδιώξεις τών επιχειρηματιών. Ο ανταγωνισμός εγγυάται τήν κάλυψη τών αναγκών καί τήν ποιότητα τών προσφερομένων αγαθών. Ο καταναλωτής είναι γιά τούτο «ηγemon τής οικονομίας». Η ηγεμονική του θέση καί η ελευθερία του νά επιλέγει εκείνο πού επιθυμεί (ελευθερία τής κατανάλωσης) αποτελούν βασικούς όρους τού οικονομικού συστήματος. Μεταξύ τών επιχειρηματιών καί τών καταναλωτών δέν υπάρχει αντίθεση. Οι επιχειρηματίες παραγωγοί ενεργούν ως «εκπρόσωποι τού συμφέροντος τών καταναλωτών», ως «υπηρέτες τών πελατών τους».

Η θεωρία αυτή τάσχει κυρίως σέ δύο σημεία:

Η υπόθεση ότι ο ανταγωνισμός εγγυάται τήν καλύτερη δυνατή προσφορά δέν αληθεύει παρά μερικά. Η ολιγοπωλιακή οργάνωση τής οικονομίας καί η μεταβολή στούς όρους διάθε-

σης τών προϊόντων έχουν αλλάξει σέ πολλούς τομείς τόν τρόπο λειτουργίας τού ανταγωνισμού. Οι επιχειρηματίες επιδιώκουν τήν αύξηση τού κέρδους τους μέ εντατικότερη εκμετάλλευση τών αγοραστών. Συνεργάζονται καί δέν ανταγωνίζονται σ' αυτό τό σημείο. Κοινά χαρακτηριστικά τής δραστηριότητάς τους είναι η διαφήμιση, η αξιοποίηση τής σύγχρονης τεχνολογίας στήν παραγωγή, η συστηματική οργάνωση τής εμπορίας τών προϊόντων.

Στόν ανταγωνισμό επικρατεί εκείνος πού πραγματοποιεί τά μεγαλύτερα κέρδη. Ο παραγωγός προϊόντος θά προσέξει τά συμφέροντα τών καταναλωτών μόνον εφ' όσον εξασφαλίσει μ' αυτόν τόν τρόπο μεγαλύτερο κέρδος, καί θ' αγνοήσει τίς επιθυμίες τους όταν συνεπάγονται μειωμένα κέρδη. Ο παραγωγός θά αναμείξει στίς ζωικές τροφές βιταμίνες, αντιβιοτικά καί ορμόνες γιά νά πετύχει γρήγορη ανάπτυξη, γρήγορη πάχυνση, βραχύτερο χρόνο θηλασμού καί περιορισμό τών κινδύνων από αρρώστιες. Η μέθοδος αυτή τού εγγυάται ότι μέ τρία κιλά ζωοτροφές θά παραγάγει ένα κιλό κρέας. Αν δέν χρησιμοποιήσει καθόλου χημικά μέσα, θά αναγκαστεί νά καταναλώσει πέντε κιλά ζωοτροφές γιά ένα κιλό κρέας. Η πέτροφα μέ «χημική» βοήθεια φτάνει τά 250 γραμμάρια σέ τρείς μήνες ενώ χωρίς βοήθεια χρειάζεται τόν διπλάσιο περίπου χρόνο. Η «χημική» βοήθεια μειώνει τό κόστος καί αυξάνει τό κέρδος, όπως τό θέλουν οι κανόνες τού συστήματος. Η «καθαρή» παραγωγή αυξάνει τό κόστος καί εξαφανίζει τό κέρδος. Ο παραγωγός πού θά ενδιαφερθεί γιά τήν ποιότητα καί μόνο θά είναι πιό ακριβός καί δέν θά επιζήσει. Ο ανταγωνισμός αντί νά τόν ανταμείψει θά τόν τιμωρήσει. Ο ανταγωνισμός αντί νά μειώνει τούς επικίνδυνους γιά τόν καταναλωτή πειραματισμούς τούς προωθεί.

Ο καταναλωτής έρμαιο της διαφήμισης

Οι θεωρητικοί του συστήματος πρεσβεύουν, ότι για να αποφευχθούν τέτοια φαινόμενα χρειάζεται πληροφόρηση του καταναλωτή. Πολλοί νόμοι προβλέπουν γι' αυτό τον καταποτισμό του καταναλωτή για το περιεχόμενο ενός προϊόντος. Οι πληροφορίες που δίνονται συνιστούν όμως σε παράθεση στοιχείων, είναι «ουδέτερες». Η ετικέτα στο δοχείο της μαρμελάδας αναφέρει χωρίς κανένα σχόλιο ότι η μαρμελάδα περιέχει ταρταρικό οξύ. Η παροχή ουδέτερων πληροφοριών δεν αρκεί για να πάρει ο καταναλωτής αποφάσεις. Πολύ λίγος είναι εκείνος που ξέρουν ποιές είναι οι ιδιότητες που έχει το ταρταρικό οξύ κι αν πρέπει να αγοράσουν ή όχι το προϊόν.

Το βασικό ερώτημα που απασχολεί τον καταναλωτή είναι, αν το προϊόν είναι χρήσιμο και σε ποιο βαθμό. Για να το απαντήσει ο ίδιος χρειάζεται αξιολογήσεις, καθοδήγηση. Καθοδηγήσεις δεν δίνονται όμως από το κράτος γιατί θα αποτελούσαν αντίθετη με το οικονομικό σύστημα κρατικής παρέμβασης, εύνοια σε όφελος ορισμένων επιχειρήσεων και εχθρική πράξη σε βάρος άλλων. Ο καταναλωτής μένει έτσι έρμαιο της εμπορικής διαφήμισης, της πληροφόρησης που του δίνουν οι παραγωγοί, των απαιτήσεων εντυπώσεων που σκόπιμα δημιουργούνται και της άγνοιάς του.

Τα επεισόδια όπως η χρήση ορμονών για την πάχυνση των μοσχαριών αποτελούν κατά τους θεωρητικούς του συστήματος εξαιρέσεις. Μπορούν να καταπολεμηθούν με την κατάλληλη νομοθεσία, όπως είναι οι διατάξεις για τη νοθεία τροφίμων ή οι αγοραστικές διατάξεις. Οι προστατευτικές για τον καταναλωτή νομικές

διατάξεις έχουν τον χαρακτήρα εμπειρικής αντίδρασης, έρχονται εκ των υστέρων αφού παρουσιασθεί κάποιο πρόβλημα, είναι κατά περίπτωση άμυνα. Η απαγόρευση της χρήσης των ορμονών στις ζωοτροφές, αφού έχουν χρησιμοποιηθεί κι όλες χρονιά, σταματά ένα κακό, που θάπρεπε νάχει προληφθεί.

Η απαγόρευση της διάθεσης αγροτικών προϊόντων με κατάλοιπα γεωργικών φαρμάκων δεν αίρει την πίεση για μεγαλύτερο κέρδος που προκαλεί τη συνεχή ροή ακατάλληλων τροφίμων προς την αγορά. Η τιμωρία όσων προκάλεσαν τερατογενέσεις με ακατάλληλα φάρμακα, όπως η θалиδομήνη, δεν εξασφαλίζει την δυστυχία των θυμάτων τους. Οι απαγορεύσεις και οι εκ των υστέρων έλεγχοι δεν αποτελούν ένα νέο πλαίσιο που εξασφαλίζει την εξισορρόπηση των συμφερόντων παραγωγού και καταναλωτή κι όλες στο στάδιο της παραγωγής, δεν με ταβάζουν τον τρόπο λειτουργίας του συστήματος. Ο παραγωγός εξακολουθεί να είναι υποχρεωμένος να πραγματοποιεί το μεγαλύτερο δυνατό κέρδος, να εργάζεται άρα σε βάρος των καταναλωτών.

Ο καταναλωτής δεν παίζει στην αγορά τον καθοριστικό ρόλο, που του αναθέτει η φιλελεύθερη οικονομική θεωρία. Δεν είναι άρχοντας αλλά υπηρέτης. Δεν καθορίζει την πορεία της οικονομικής δραστηριότητας, αλλά την υφίσταται. Προκύπτει για τούτο η αναγκαιότητα ελέγχου της απόλυτης εξουσίας του παραγωγού επί των όρων παραγωγής.

Ο έλεγχος των παραγωγών επιδιώχθηκε στις αναπτυγμένες οικονομίες με τρεις τρόπους: από τους ίδιους τους παραγω-

γούς, τους καταναλωτές ή το κράτος.

Προσπάθειες εθελουσίως ελέγχου εκ μέρους των ιδίων των παραγωγών έχουν γίνει σε πολλές προηγμένες καπιταλιστικές χώρες μέσω αυτομάτων οργανισμών ή διαιτητικών επιτροπών. Οι προσπάθειες όμως αυτές, όπως δείχνουν τα πολλαπλά παραδείγματα στη Δυτική Ευρώπη, δεν είναι σε θέση να βελτιώσουν την κατάσταση. Οι οργανισμοί των παραγωγών επεμβαίνουν μόνο σε κραυγαλέες περιπτώσεις, τις παρουσιάζουν σαν εξαιρέσεις και κατά γενικό κανόνα επικροτούν την υπάρχουσα κατάσταση. Έτσι αντί να ελέγχουν ουσιαστικά δικαιολογούν και καλύπτουν την κατάσταση που θά έπρεπε να ρυθμιστούν.

Οργανώσεις καταναλωτών πρωτοδημιουργήθηκαν στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής το 1927. Μετά το δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο συστήθηκαν και στις περισσότερες δυτικοευρωπαϊκές χώρες. Η επιτυχία των οργανώσεων ήταν και είναι σχετικά περιορισμένη. Ο αριθμός των μελών τους παραμένει μικρός σε σύγκριση με το σύνολο του πληθυσμού. Τα μέλη ανήκουν στη μέση αστική τάξη και δρουν σχεδόν αποκλειστικά στο κοινωνικό τούτο στρώμα. Οι οργανώσεις καταναλωτών αποδέχονται τη θέση, ότι η βελτίωση της θέσης του καταναλωτή είναι αποτέλεσμα καλύτερης πληροφόρησής του. Για τούτο ασχολούνται κυρίως με τη δημοσίευση ερευνών της αγοράς και σή σύγκριση διαφόρων προϊόντων. Η δραστηριότητά τους αν και μπορεί να βοηθήσει σημαντικά στην αύξηση της διαφάνειας της αγοράς και στον εντοπισμό χτυπητών περιπτώσεων εκμεταλλεύσεως δεν περιορίζει την μονόπλευρη εξουσία των παραγωγών.

Πως πρέπει να γίνεται ο έλεγχος

Στη Σουηδία για τούτο, αφού προσπάθησαν επί τριάντα χρόνια να επιτύχουν με τη βοήθεια οργανώσεων των καταναλωτών την εξισορρόπηση των αντιτιθεμένων συμφερόντων χωρίς αποτέλεσμα, ίδρυσαν ειδική κρατική υπηρεσία με σκοπό τη βελτίωση της θέσης των καταναλωτών. Η υπηρεσία τούτη έχει εκτεταμένα δικαιώματα ιδίως στον τομέα του ελέγχου των διαφημίσεων και των εντόπων συμβάσεων. Ειδικός κρατικός οργανισμός επιφορτισμένος με τον έλεγχο της διαφήμισης υπάρχει και στις Ηνωμένες Πολιτείες της Αμερικής από το 1912.

Όμως η έκταση που πήρε η διαφήμιση και η χειραγώγηση της κοινής γνώμης στις ΗΠΑ δείχνουν ότι ο οργανισμός τούτος απέτυχε να εκπληρώσει το σκοπό του. Η δραστηριότητα κρατικών οργανισμών ελέγχου υπόκειται στους περιορισμούς της όλης διοικητικής μηχανής. Η διοίκηση υποτάσσεται στις επιταγές του πολιτικού και κοινωνικού συστήματος. Η δραστηριότητα της αναπτύσσεται στο πλαίσιο που θέτουν τα διάφορα οργανωμένα συμφέροντα.

Ο έλεγχος του κράτους δεν εξασφαλίζει μόνο την παρακολούθηση των ελεγχόμενων αλλά και την καθοδήγηση του όλου προβλήματος. Με επιλογή των θεμάτων, αποκλεισμό των προβλημάτων, στα οποία αντιθέσεις δεν επιδέχονται συμβιβασμούς, με θεομοποίηση διαδικασιών που απαιτούν το σύμφωνο των ελεγχόμενων για οποιαδήποτε μεταβολή, ο κρατικός έλεγχος ισχυροποιεί το όλο σύστημα και αναβάλλει την ουσιαστική λύση του προβλήματος. Η κρατική παρέμβαση δεν είναι επομένως πανάκεια.

Για να επιτευχθεί η προστασία του καταναλωτή πρέπει να επηρεασθούν οι προϋποθέσεις της παραγωγής και της διανομής των αγαθών. Η τεχνική εξέλιξη θα αυξάνει συνεχώς τις δυνατότητες παραπλάνησης, εξαπάτησης και κατάχρησης της εξουσίας των παραγωγών. Ανέναντι στους συνεχώς πολλαπλασιζόμενους κινδύνους μία τακτική που θα έχει ως μοναδικό στόχο τη διόρθωση των δυσαρρέστων συνεπειών του μηχανισμού της αγοράς, την καταπολέμηση των κατχτήσεων, θα μένει χωρίς αποτέλεσμα. Το σύστημα θα γεν-

νά συνεχώς νέα προβλήματα.

Το φιλελεύθερο σχήμα δίνει στη σχέση παραγωγών (κατόχων των μέσων παραγωγής) και καταναλωτών την μορφή μίας απλής σχέσης ανταλλαγής. Συγκαλύπτει μ' αυτό τον τρόπο την πρωτοβουλία και ευθύνη του παραγωγού για το εμπόρευμα που παράγει. Για να επιτευχθεί η προστασία των καταναλωτών χρειάζονται μέτρα που θα περιορίσουν την αυτονομία των παραγωγών. Χρειάζονται διαδικασίες που θα εγγυώνται ότι οι σημαντικές για το κοινωνικό σύνολο αποφάσεις θα παίρνονται αφού σταθμισθούν και τα δεδομένα που είναι από κοινωνική πλευρά σημαντικά. Η προστασία του καταναλωτή δεν είναι μόνο θέμα αστυνόμευσης της οικονομίας. Είναι πρόβλημα από το οποίο πρέπει να προκύψουν λύσεις για μία διαφορετική διαμόρφωση της κοινωνίας. Η λύση επόμενη βρίσκεται σε άλλες μορφές οργάνωσης της παραγωγής, σε εξεύρεση μορφών που δίνουν τη δυνατότητα στους ίδιους τους ενδιαφερομένους να συναποφασίζουν για τον τρόπο παραγωγής και την ποιότητα των προϊόντων.

Τά μοσχάρια καί τό σύστημα

Τοῦ Κώστα Σημίτη

Τό μοσχαρίσιο κρέας πού περιέχει ὁρμόνες εἶναι τό τελευταῖο ἐπεισόδιο τῆς σειρᾶς μέ τόν τίτλο "προστασία τοῦ καταναλωτῆ". Παλαιότερα ἐπεισόδια ἀφοροῦσαν τά ἐμφιαλωμένα νερά μέ μικρόβια, τή γαλακτοσκονη γιά ζωοτροφές σέ τρόφιμα καί τά ἀκάθαρτα παγωτά. Κάθε ἀποκάλυψη εἶχε προκαλέσει κῆμα ἀγανάκτησης. Ἡ διαβεβαίωση τῶν ἀρμοδίων ὅτι ὅλα "ἔχουν καλῶς" σήμαινε τό τέλος τοῦ συναγερμοῦ. Τήν ἔντονη ἀνησυχία ἀκολουθοῦσε ὁ ἐφησυχασμός. Κράτος καί παραγωγοί πιστεύουν ὅλοι, ἐξασφαλίζουν τελικά τά συμφέροντα τοῦ κοινοῦ. Γιατί ὅμως μόλις "τακτοποιοῦμε" τά ἐμφιαλωμένα νερά παρουσιάζουν πρόβλημα τά μοσχάρια; Φταῖνε μόνο οἱ ἀσυνείδητοι παραγωγοί ἢ φταίει τό κράτος πού δέν ἔχει προβλέψει τούς ἀπαραίτητους ἐλέγχους; Προβλήματα δέν θά ἔπρεπε νά ὑπάρχουν. Στήν Ἑλλάδα οἱ ἀρμόδιοι μᾶς διαβεβαιώνουν ὅτι ἡ νομοθεσία μας εἶναι ἀπό τίς πιό σύγχρονες. Στίς χῶρες τῆς ΕΟΚ, ὅπου πρωτοπαρουσιάστηκε τό πρόβλημα τῶν μοσχαριῶν, ἰσχύει πληθώρα κανονισμῶν, ὑπάρχει ἐπίσημη καταναλωτική πολιτική, πραγματοποιοῦνται συσκέψεις τοῦ Εὐρωπαϊκοῦ Κοινοβουλίου γιά τόν καταναλωτή καί "ἡ Εὐρώπη τῶν Καταναλωτῶν" ἀποτελεῖ ἐπίσημο σύνθημα.

Τό πρόβλημα τῆς προστασίας τοῦ καταναλωτῆ δέν εἶναι καινούργιο. Οἱ οἰκονομολόγοι ἔχουν ἐδῶ καί πολύ καιρό ἀσχοληθεῖ νά τό τοποθετήσουν "σωστά" καί νά τό λύσουν. Σύμφωνα μέ τή φιλελεύθερη οἰκονομική θεωρία ἀποφασιστικό χαρακτηρ-στικό τῆς οἰκονομίας τῆς ἀγορᾶς εἶναι ἡ κατεύθυνση τῆς οἰκονομικῆς δραστηριότητος ἀπό τόν καταναλωτή. Μιά πού στήν ἀγορά μποροῦν νά ἐπιζήσουν μόνο ἐκεῖνες οἱ ἐπιχειρήσεις τῶν ὁποίων τά προϊόντα ἀνταποκρίνονται στή ζήτηση οἱ παραγωγοί προσαρμόζουν τήν προσφορά τους πρός τίς ἐπιθυμίες τῶν καταναλωτῶν. Μέ τόν τρόπο αὐτό οἱ καθημερινές ἀποφάσεις τῆς ἀνοργάνωτης μάζας τῶν καταναλωτῶν, πού δέν ἔχουν κᾶν τήν πρόθεση νά ἐπηρεάσουν τήν παραγωγή, εἶναι καθοριστικές γιά τίς ἐπιδιώξεις τῶν ἐπιχειρηματιῶν. Ὁ ἀνταγωνισμός ἐγγυᾶται

τήν κάλυψη τῶν ἀναγκῶν καί τήν ποιότητα τῶν προσφερομένων ἀγαθῶν. Ὁ καταναλωτής εἶναι γιά τοῦτο "ἡγεμών τῆς οἰκονομίας". Ἡ ἡγεμονική του θέση καί ἡ ἐλευθερία του νά ἐπιλέγει ἐκεῖνο πού ἐπιθυμεῖ (ἐλευθερία τῆς κατανάλωσης) ἀποτελοῦν βασικούς ὅρους τοῦ οἰκονομικοῦ συστήματος. Μεταξύ τῶν ἐπιχειρηματιῶν καί τῶν καταναλωτῶν δέν ὑπάρχει ἀντίθεση. Οἱ ἐπιχειρηματίες-παραγωγοί ἐνεργοῦν ὡς "ἐκπρόσωποι τοῦ συμφέροντος τῶν καταναλωτῶν", ὡς "ὑπηρετές τῶν πελατῶν τους". Ἡ θεωρία αὕτη πᾶσχει κυρίως σέ δύο σημεῖα :

Ἡ ὑπόθεση ὅτι ὁ ἀνταγωνισμός ἐγγυᾶται τήν καλύτερη δυνατή προσφορά δέν ἀληθεύει παρά μερικά. Ἡ ὀλιγοπωλιακή ὀργάνωση τῆς οἰκονομίας καί ἡ μεταβολή στούς ὅρους διάθεσης τῶν προϊόντων ἔχουν ἀλλάξει σέ πολλούς τομεῖς τόν τρόπον λειτουργίας τοῦ ἀνταγωνισμοῦ. Οἱ ἐπιχειρηματίες ἐπιδιώκουν τήν αὐξηση τοῦ κέρδους τους μέ ἐντατικώτερη ἐκμετάλλευση τῶν ἀγοραστῶν. Συνεργάζονται καί δέν ἀνταγωνίζονται σ' αὐτό τό σημείο. Κοινά χαρακτηριστικά τῆς δραστηριότητάς τους εἶναι ἡ διαφήμιση, ἡ ἀξιοποίηση τῆς σύγχρονης τεχνολογίας στήν παραγωγή ἡ συστηματική ὀργάνωση τῆς ἐμπορίας τῶν προϊόντων.

Στόν ἀνταγωνισμό ἐπικρατεῖ ἐκεῖνος πού πραγματοποιεῖ τά μεγαλύτερα κέρδη. Ὁ παραγωγός προϊόντος θά προσέξει τά συμφέροντα τῶν καταναλωτῶν μόνο ἐφ' ὅσον ἐξασφαλίζει μ' αὐτόν τόν τρόπο μεγαλύτερο κέρδος, καί θ' ἀγνοήσει τίς ἐπιθυμίες τους ὅταν συνεπάγονται μειωμένα κέρδη. Ὁ παραγωγός θά ἀναμίζει στίς ζωϊκές τροφές βιταμίνες, ἀντιβιοτικά καί ὁρμόνες γιά νά πετύχει γρήγορη ἀνάπτυξη, γρήγορη πάχυνση, βραχύτερο χρόνο θηλασμοῦ καί περιορισμό τῶν κινδύνων ἀπό ἀρρώστειες. Ἡ μέθοδος αὕτη τοῦ ἐγγυᾶται ὅτι μέ τρία κιλά ζωοτροφές θά παραγάγει ἕνα κιλό κρέας. Ἄν δέν χρησιμοποιήσῃ καθόλου χημικά μέσα, θά ἀναγκαστεῖ νά καταναλωθεῖ πέντε κιλά ζωοτροφές γιά ἕνα κιλό κρέας. Ἡ πέστροφα "μέ χημική" βοήθεια φτάνει τά 250 γραμμάρια σέ τρεῖς μῆνες ἐνῶ χωρίς βοήθεια χρειάζεται τόν διπλάσιο περίπου χρόνο. Ἡ "χημική" βοήθεια μειώνει τό κόστος καί αὐξάνει τό κέρδος, ὅπως τό θέλουν οἱ κανόνες τοῦ συστήματος. Ἡ "καθαρή" παραγωγή αὐξάνει

τό κόστος καί εξαφανίζει τό κέρδος. Ὁ παραγωγός πού θά ἐνδιαφερθεῖ γιά τήν ποιότητα καί μόνο θά εἶναι πιό ἀκριβός καί δέν θά ἐπιζήσει. Ὁ ἀνταγωνισμός ἀντί νά τόν ἀνταμείψει θά τόν τιμωρήσει. Ὁ ἀνταγωνισμός ἀντί νά μειώνει τούς ἐπικίνδυνους γιά τόν καταναλωτή πειραματισμούς τούς προωθεῖ.

Οἱ θεωρητικοί τοῦ συστήματος πρεσβεύουν, ὅτι γιά νά ἀποφευχθοῦν τέτοια φαινόμενα χρειάζεται πληροφόρηση τοῦ καταναλωτή. Πολλοί νόμοι προβλέπουν γι' αὐτό τόν κατατοπισμό τοῦ καταναλωτή γιά τό περιεχόμενο ἑνός προϊόντος. Οἱ πληροφορίες πού δύνονται συνίστανται ὅμως σέ παράθεση στοιχείων, εἶναι "οὐδέτερες". Ἡ ἐτικέτα στό δοχεῖο τῆς μαρμελάδας ἀναφέρει χωρίς κανένα σχόλιο ὅτι ἡ μαρμελάδα περιέχει ταρταρικό ὀξύ. Ἡ παροχή οὐδέτέρων πληροφοριῶν δέν ἀρκεῖ γιά νά πάρει ὁ καταναλωτής ἀποφάσεις. Πολύ λίγοι εἶναι ἐκεῖνοι πού ξέρουν ποιές εἶναι οἱ ἰδιότητες πού ἔχει τό ταρταρικό ὀξύ κι ἂν πρέπει νά ἀγοράσουν ἢ ὄχι τό προϊόν. Τό βασικό ἐρώτημα πού ἀπασχολεῖ τόν καταναλωτή εἶναι ἂν τό προϊόν εἶναι χρήσιμο καί σέ ποιό βαθμό. Γιά νά τό ἀπαντήσῃ ὁ ἴδιος χρειάζεται ἀξιολογήσεις, καθοδήγηση. Καθοδηγήσεις δέν δίνονται ὅμως ἀπό τό κράτος γιατί θά ἀποτελοῦσαν ἀντίθετη μέ τό οἰκονομικό σύστημα κρατική παρέμβαση εὐνοια σέ ὄφελος ὀρισμένων ἐπιχειρήσεων καί ἐχθρική πράξη σέ βάρος ἄλλων. Ὁ καταναλωτής μένει ἔτσι ἔρμαιο τῆς ἐμπορικῆς διαφήμισης, τῆς πληροφόρησης πού τοῦ δύνουν οἱ παραγωγοί τῶν ἀπατηλῶν ἐντυπώσεων πού σκόπιμα δημιουργοῦνται καί τῆς ἀγνοιάς του.

Τά ἐπεισόδια ὅπως ἡ χρήση ὁρμονῶν γιά τήν πάχυνση τῶν μοσχариῶν ἀποτελοῦν κατά τούς θεωρητικούς τοῦ συστήματος ἐξαιρέσεις. Μποροῦν νά καταπολεμηθοῦν μέ τήν κατάλληλη νομοθεσία, ὅπως εἶναι οἱ διατάξεις γιά τή νοθεία τροφίμων ἢ οἱ ἀγορανομικές διατάξεις. Οἱ προστατευτικές γιά τόν καταναλωτή νομικές διατάξεις ἔχουν τόν χαρακτήρα ἐμπειρικῆς ἀντίδρασης, ἔρχονται ἐκ τῶν ὑστέρων ἀφοῦ παρουσιασθεῖ κάποιο πρόβλημα, εἶναι κατά περίπτωση ἄμυνα. Ἡ ἀπαγόρευση τῆς χρήσης τῶν ὁρμονῶν στίς ζωοτροφές, ἀφοῦ ἔχουν χρησιμοποιεῖται κι ὅλας χρόνια, σταματᾷ ἕνα κακό, πού θάπρεπε νάχει προληφθεῖ. Ἡ ἀπαγόρευση τῆς διάθεσης ἀγροτικῶν προϊόντων μέ κατάλοιπα γεωργικῶν φαρμάκων δέν αἶρει τήν πίεση γιά μεγαλύτερο κέρδος πού προκαλεῖ τή συνεχῆ ροή ἀκαταλλήλων τρο-

-φίμων πρὸς τὴν ἀγορά. Ἡ τιμωρία ὅσων προκάλεσαν τερατογενέσεις μέ ἀκατάλληλα φάρμακα, ὅπως ἡ θαλιδομίδη, δέν ἐξαφανίζει τὴν δυστυχία τῶν θυμάτων τους. Οἱ ἀπαγορεύσεις καὶ οἱ ἐκ τῶν ὑστέρων ἐλεγχοὶ δέν ἀποτελοῦν ἓνα νέο πλαίσιο πού ἐξασφαλίζει τὴν ἐξισορρόπηση τῶν συμφερόντων παραγωγοῦ καὶ καταναλωτῆ κι ὅλας στά στάδιο τῆς παραγωγῆς, δέν μεταβάλλουν τόν τρόπο λειτουργίας τοῦ συστήματος. Ὁ παραγωγὸς ἐξακολουθεῖ νά εἶναι ὑποχρεωμένος νά πραγματοποιεῖ τό μεγαλύτερο δυνατό κέρδος, νά ἐργάζεται ἄρα σέ βάρος τῶν καταναλωτῶν.

Ὁ καταναλωτὴς δέν παίζει στὴν ἀγορά τό καθοριστικὸ ρόλο, πού τοῦ ἀναθέτει ἡ φιλελεύθερη οἰκονομικὴ θεωρία. Δέν εἶναι ἄρχοντας ἀλλὰ ὑπηρέτης. Δέν καθορίζει τὴ πορεία τῆς οἰκονομικῆς δραστηριότητος, ἀλλὰ τὴν ὑφίσταται. Προκύπτει γιὰ τοῦτο ἡ ἀναγκαιότητα ἐλέγχου τῆς ἀπόλυτης ἐξουσίας τοῦ παραγωγοῦ ἐπὶ τῶν ὅρων παραγωγῆς.

Ὁ ἐλεγχος τῶν παραγωγῶν ἐπιδιώχθηκε στίς ἀναπτυγμένες οἰκονομίες μέ τρεῖς τρόπους : ἀπὸ τοὺς ἴδιους τοὺς παραγωγούς, τοὺς καταναλωτὲς ἢ τό κράτος.

Προσπάθειες ἐθελουσίῳ ἐλέγχου ἐκ μέρους τῶν ιδίων τῶν παραγωγῶν ἔχουν γίνεи σέ πολλές προηγμένες καπιταλιστικές χώρες μέσφ αὐτομάτων ὀργανισμῶν ἢ διαιτητικῶν ἐπιτροπῶν. Οἱ προσπάθειες ὅμως τοῦτες, ὅπως δείχνουν τά πολλαπλά παραδείγματα στὴ Δυτικὴ Εὐρώπη, δέν εἶναι σέ θέση νά βελτιώσουν τὴ κατάσταση. Οἱ ὀργανισμοὶ τῶν παραγωγῶν ἐπεμβαίνουν μόνο σέ κραυγαλέες περιπτώσεις, τίς παρουσιάζουν σάν ἐξαιρέσεις καὶ κατὰ γενικὸ κανόνα ἐπικροτοῦν τὴν ὑπάρχουσα κατάσταση. Ἔτσι ἀντὶ νά ἐλέγχουν, οὐσιαστικά δικαιολογοῦν καὶ καλύπτουν τὴν κατάσταση πού θά ἔπρεπε νά ρυθμίσουν.

Ὁργανώσεις καταναλωτῶν πρωτοδημιουργήθηκαν στίς Ἡνωμένες Πολιτεῖες τῆς Ἀμερικῆς τό 1927. Μετά τό δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο συστήθηκαν καὶ στίς περισσότερες δυτικοευρωπαϊκές χώρες. Ἡ ἐπιτυχία τῶν ὀργανώσεων ἦταν καὶ εἶναι σχετικὰ περιορισμένη. Ὁ ἀριθμὸς τῶν μελῶν τους παραμένει μικρὸς σέ σύγκριση μέ τό σύνολο τοῦ πληθυσμοῦ. Τά μέλη ἀνήκουν στὴ μέση ἀστική τάξη καὶ δροῦν σχεδόν ἀποκλειστικά

στό κοινωνικό τουτο στρώμα. Οί οργανώσεις καταναλωτών αποδέχονται τή θέση, ότι ή βελτίωση τής θέσης του καταναλωτή είναι αποτέλεσμα καλύτερης πληροφόρησής του. Για τουτο ασχολοῦνται κυρίως μέ τή δημοσίευση έρευνών τής αγοράς καί τή σύγκριση διαφόρων προϊόντων. 'Η δραστηριότητά τους άν καί μπορεῖ νά βοηθήσει σημαντικά στήν αύξηση τής διαφάνειας τής αγοράς καί στόν έντοπισμό χτυπητών περιπτώσεων έκμεταλλεύσεως δέν περιορίζει τήν μονόπλευρη έξουσία τών παραγωγών.

Στή Σουηδία για τουτο, άφοῦ προσπάθησαν επί τριάντα χρόνια νά επιτύχουν μέ τή βοήθεια οργανώσεων τών καταναλωτών τήν έξισορρόπηση τών αντιτεθειμένων συμφερόντων χωρίς αποτέλεσμα, ίδρυσαν είδική κρατική ύπηρεσία μέ σκοπό τή βελτίωση τής θέσης τών καταναλωτών. 'Η ύπηρεσία τούτη έχει έκτεταμένα δικαιώματα ίδίως στό τομέα του έλέγχου τών διαφημίσεων καί τών έντόπων συμβάσεων. Είδικός κρατικός οργανισμός επιφορτισμένος μέ τόν έλεγχο τής διαφημίσεως ύπάρχει καί στίς 'Ηνωμένες Πολιτεῖς τής 'Αμερικῆς από τό 1912.

Όμως ή έκταση πού πήρε ή διαφήμιση καί ή χειραγώγηση τής κοινῆς γνώμης στίς ΗΠΑ δείχνουν ότι ό οργανισμός τουτος απέτυχέ νά εκλήρώσειτό σκοπό του. 'Η δραστηριότητα κρατικῶν οργανισμῶν έλέγχου υπόκειται στους περιορισμούς τής ὅλης διοικητικῆς μηχανῆς. 'Η διοίκηση υποτάσσεται στίς επιταγές του πολιτικοῦ καί κοινωνικοῦ συστήματος. 'Η δραστηριότητα της αναπτύσσεται στό πλαίσιο πού θέτουν τά διάφορα οργανωμένα συμφέροντα. 'Ο έλεγχος του κράτους δέν εξασφαλίζει μόνο τή παρακολούθηση τών ελεγχομένων αλλά καί τήν καθοδήγηση του ὅλου προβλήματος. Μέ επιλογή τών θεμάτων, άποκλεισμό τών προβλημάτων, στά ὁποῖα αντιθέσεις δέν επιδέχονται συμβιβασμούς, μέ θεσμοποίηση διαδικασιῶν πού απαιτοῦν τό σύμφωνο τών ελεγχομένων για ὁποιαδήποτε μεταβολή, ό κρατικός έλεγχος ισχυροποιεῖ τό ὅλο σύστημα καί αναβάλλει τήν ούσιαστική λύση του προβλήματος. 'Η κρατική παρέμβαση δέν είναι επομένως πανάνεια.

Γιά νά επιτευχθεῖ ή προστασία του καταναλωτή πρέπει νά επηρεασθοῦν οί προϋποθέσεις τής παραγωγῆς καί τής διανομῆς τών αγαθών. 'Η τεχνική εξέλιξη θά αύξάνει συνεχῶς τίς

δυνατότητες παραπλάνησης, εξαπάτησης και κατάχρησης της εξουσίας των παραγωγών. 'Απέναντι στους συνεχώς πολλαπλασιαζόμενους κινδύνους μιά τακτική που θά έχει ως μοναδικό στόχο τή διόρθωση των δυσαρέστων συνεπειών του μηχανισμού της αγοράς τήν καταπολέμηση των καταχρήσεων, θά μένει χωρίς αποτέλεσμα. Τό σύστημα θά γεννᾷ συνεχῶς νέα προβλήματα.

Τό φιλελεύθερο σχῆμα δίνει στή σχέση παραγωγών (κατόχων των μέσων παραγωγῆς) και καταναλωτῶν τήν ἀπολίτικη μορφή μιᾶς ἀπλῆς σχέσης ἀνταλλαγῆς. Συγκαλύπτει μ'αυτό τόν τρόπο τήν πρωτοβουλία και εὐθύνη τοῦ παραγωγοῦ γιά τό ἐμπόρευμα που παράγει. Γιά νά ἐπιτευχθεῖ ἡ προστασία των καταναλωτῶν χρειάζονται μέτρα που θά περιορίσουν τήν αὐτονομία των παραγωγών. Χρειάζονται διαδικασίες που θά ἐγγυῶνται ὅτι οἱ σημαντικές γιά τό κοινωνικό σύνολο ἀποφάσεις θά παίρνονται ἀφοῦ σταθμισθοῦν και τά δεδομένα που εἶναι ἀπό κοινωνική πλευρά σημαντικά. Ἡ προστασία τοῦ καταναλωτῆ δέν εἶναι μόνο θέμα ἀστυνόμευσης τῆς οἰκονομίας. Εἶναι πρόβλημα ἀπό τό ὅποιο πρέπει νά προκύφουν λύσεις γιά μιά διαφορετική διαμόρφωση τῆς κοινωνίας. Ἡ λύση ἐπόμενα βρίσκεται σέ ἄλλες μορφές ὀργάνωσης τῆς παραγωγῆς, σέ ἐξεύρεση μορφῶν που δίνουν τή δυνατότητα στους ἴδιους τοὺς ἐνδιαφερομένους νά συναποφασίζουν γιά τόν τρόπο παραγωγῆς και τήν ποιότητα των προϊόντων.

Τά μοσχάρια καί τό σύστημα

Τοῦ Κώστα Σημίτη

Τό μοσχαρίσιο κρέας πού περιέχει ὁρμόνες εἶναι τό τελευ-
ταῖο ἐπεισόδιο τῆς σειρᾶς μέ τόν τίτλο "προστασία τοῦ κατα-
ναλωτῆ". Παλαιότερα ἐπεισόδια ἀφοροῦσαν τά ἐμφιαλωμένα νερά
μέ μικρόβια, τή γαλακτοσκονη γιά ζωοτροφές σέ τρόφιμα καί
τά ἀκάρτα παγωτά. Κάθε ἀποκάλυψη εἶχε προκαλέσει κῆμα
ἀγανάκτησης. Ἡ διαβεβαίωση τῶν ἀρμοδίων ὅτι ὅλα "ἔχουν
καλῶς" σήμαινε τό τέλος τοῦ συναγερμοῦ. Τήν ἔντονη ἀνησυ-
χία ἀκολουθοῦσε ὁ ἐφησυχασμός. ^{"Ὅλοι, ὡς εὐρύνει"} Κράτος καί παραγωγοί ~~πιστεύ-~~
~~ουν ὅλοι~~ ἐξασφαλίζουν τελικά τά συμφέροντα τοῦ κοινοῦ.
Γιατί ὅμως μόλις "τακτοποιοῦμε" τά ἐμφιαλωμένα νερά παρου-
σιάζουν πρόβλημα τά μοσχάρια; Φταῖνε μόνο οἱ ἀσυνείδητοι
παραγωγοί ἢ φταίει τό κράτος πού δέν ἔχει προβλέψει τούς
ἀπαραίτητους ἐλέγχους; Προβλήματα δέν θά ἔπρεπε νά ὑπάρχουν.
Στήν Ἑλλάδα οἱ ἀρμόδιοι μᾶς διαβεβαιώνουν ὅτι ἡ νομοθεσία
μας εἶναι ἀπό τίς πιό σύγχρονες. Στίς χῶρες τῆς ΕΟΚ, ὅπου
πρωτοπαρουσιάστηκε τό πρόβλημα τῶν μοσχαριῶν, ἰσχύει πληθῶ-
ρα κανονισμῶν, ὑπάρχει ἐπίσημη καταναλωτική πολιτική, πραγμα-
τοποιοῦνται συσκέψεις τοῦ Εὐρωπαϊκοῦ Κοινοβουλίου γιά τόν
καταναλωτή καί "ἡ Εὐρώπη τῶν Καταναλωτῶν" ἀποτελεῖ ἐπίσημο
σύνθημα.

Τό πρόβλημα τῆς προστασίας τοῦ καταναλωτῆ δέν εἶναι
καινούργιο. Οἱ οἰκονομολόγοι ἔχουν ἐδῶ καί πολύ καιρό ἀσχο-
ληθεῖ νά τό τοποθετήσουν "σωστά" καί νά τό λύσουν. Σύμφωνα
μέ τή φιλελεύθερη οἰκονομική θεωρία ἀποφασιστικό χαρακτη-
ρικό τῆς οἰκονομίας τῆς ἀγορᾶς εἶναι ἡ κατεύθυνση τῆς οἰκο-
νομικῆς δραστηριότητος ἀπό τόν καταναλωτή. Μιά πού στήν ἀ-
γορά μποροῦν νά ἐπιζήσουν μόνο ἐκεῖνες οἱ ἐπιχειρήσεις τῶν
ὁποίων τά προϊόντα ἀνταποκρίνονται στή ζήτηση, οἱ παραγωγοί
προσαρμόζουν τήν προσφορά τους πρός τίς ἐπιθυμίες τῶν κατα-
ναλωτῶν. Μέ τόν τρόπο αὐτό οἱ καθημερινές ἀποφάσεις τῆς
ἀνοργάνωτης μάζας τῶν καταναλωτῶν, πού δέν ἔχουν κἄν τήν
πρόθεση νά ἐπηρεάσουν τήν παραγωγή, εἶναι καθοριστικές γιά
τίς ἐπιδιώξεις τῶν ἐπιχειρηματιῶν. Ὁ ἀνταγωνισμός ἐγγυᾶται

τήν κάλυψη τῶν ἀναγκῶν καί τήν ποιότητα τῶν προσφερομένων ἀγαθῶν. Ὁ καταναλωτής εἶναι γιά τοῦτο "ἡγεμών τῆς οἰκονομίας". Ἡ ἡγεμονική του θέση καί ἡ ἐλευθερία του νά ἐπιλέγει ἐκεῖνο πού ἐπιθυμεῖ (ἐλευθερία τῆς κατανάλωσης) ἀποτελοῦν βασικούς ὅρους τοῦ οἰκονομικοῦ συστήματος. Μεταξύ τῶν ἐπιχειρηματιῶν καί τῶν καταναλωτῶν δέν ὑπάρχει ἀντίθεση. Οἱ ἐπιχειρηματίες-παραγωγοί ἐνεργοῦν ὡς "ἐκπρόσωποι τοῦ συμφέροντος τῶν καταναλωτῶν", ὡς "ὑπηρετές τῶν πελατῶν τους". Ἡ θεωρία αὕτη πᾶσχει κυρίως σέ δύο σημεῖα :

Ἡ ὑπόθεση ὅτι ὁ ἀνταγωνισμός ἐγγυᾶται τήν καλύπτερη δυνατή προσφορά δέν ἀληθεύει παρά μερικά. Ἡ ὀλιγοπωλιακή ὀργάνωση τῆς οἰκονομίας καί ἡ μεταβολή στούς ὅρους διάθεσης τῶν προϊόντων ἔχουν ἀλλάξει σέ πολλούς τομεῖς τόν τρόπο λειτουργίας τοῦ ἀνταγωνισμοῦ. Οἱ ἐπιχειρηματίες ἐπιδιώκουν τήν αὔξηση τοῦ κέρδους τους μέ ἐντατικώτερη ἐκμετάλλευση τῶν ἀγοραστῶν. Συνεργάζονται καί δέν ἀνταγωνίζονται σ' αὐτό τό σημεῖο. Κοινά χαρακτηριστικά τῆς δραστηριότητάς τους εἶναι ἡ διαφήμιση, ἡ ἀξιοποίηση τῆς σύγχρονης τεχνολογίας στήν παραγωγή, ἡ συστηματική ὀργάνωση τῆς ἐμπορίας τῶν προϊόντων.

Στόν ἀνταγωνισμό ἐπικρατεῖ ἐκεῖνος πού πραγματοποιεῖ τά μεγαλύτερα κέρδη. Ὁ παραγωγός προϊόντος θά προσέξει τά συμφέροντα τῶν καταναλωτῶν μόνο ἐφ' ὅσον ἐξασφαλίζει μ' αὐτόν τόν τρόπο μεγαλύτερο κέρδος, καί θ' ἀγνοήσει τίς ἐπιθυμίες τους ὅταν συνεπάγονται μειωμένα κέρδη. Ὁ παραγωγός θά ἀναμίζει στίς ζωϊκές τροφές βιταμίνες, ἀντιβιοτικά καί ὁρμόνες γιά νά πετύχει γρήγορη ἀνάπτυξη, γρήγορη πάχυνση, βραχύτερο χρόνο θηλασμοῦ καί περιορισμό τῶν κινδύνων ἀπό ἀρρώστειες. Ἡ μέθοδος αὕτη τοῦ ἐγγυᾶται ὅτι μέ τρία κιλά ζωοτροφές θά παραγάγει ἕνα κιλό κρέας. Ἄν δέν χρησιμοποιοῦσε καθόλου χημικά μέσα, θά ἀναγκαστεῖ νά καταναλωθεῖ πέντε κιλά ζωοτροφές γιά ἕνα κιλό κρέας. Ἡ πέστροφα μέ "χημική" βοήθεια φτάνει τά 250 γραμμάρια σέ τρεῖς μῆνες ἐνῶ χωρίς βοήθεια χρειάζεται τόν διπλάσιο περίπου χρόνο. Ἡ "χημική" βοήθεια μειώνει τό κόστος καί αὐξάνει τό κέρδος, ὅπως τό θέλουν οἱ κανόνες τοῦ συστήματος. Ἡ "καθαρή" παραγωγή αὐξάνει

τό κόστος καί εξαφανίζει τό κέρδος. Ὁ παραγωγός πού θά ἐνδιαφερθεῖ γιά τήν ποιότητα καί μόνο θά εἶναι πιό ἀκριβός καί δέν θά ἐπιζήσει. Ὁ ἀνταγωνισμός ἀντί νά τόν ἀνταμείψει θά τόν τιμωρήσει. Ὁ ἀνταγωνισμός ἀντί νά μειώνει τούς ἐπικίνδυνους γιά τόν καταναλωτή πειραματισμούς τούς προωθεῖ.

Οἱ θεωρητικοί τοῦ συστήματος πρεσβεύουν, ὅτι γιά νά ἀποφευχθοῦν τέτοια φαινόμενα χρειάζεται πληροφόρηση τοῦ καταναλωτή. Πολλοί νόμοι προβλέπουν γι' αὐτό τόν κατατοπισμό τοῦ καταναλωτή γιά τό περιεχόμενο ἑνός προϊόντος. Οἱ πληροφορίες πού δύνονται συνίστανται ὅμως σέ παράθεση στοιχείων, εἶναι "οὐδέτερες". Ἡ ἐτικέτα στό δοχεῖο τῆς μαρμελάδας ἀναφέρει χωρίς κανένα σχόλιο ὅτι ἡ μαρμελάδα περιέχει ταρταρικό ὄξύ. Ἡ παροχή οὐδέτέρων πληροφοριῶν δέν ἀρκεῖ γιά νά πάρει ὁ καταναλωτής ἀποφάσεις. Πολύ λίγοι εἶναι ἐκεῖνοι πού ξέρουν ποιές εἶναι οἱ ιδιότητες πού ἔχει τό ταρταρικό ὄξύ κι ἂν πρέπει νά ἀγοράσουν ἢ ὄχι τό προϊόν. Τό βασικό ἐρώτημα πού ἀπασχολεῖ τόν καταναλωτή εἶναι, ἂν τό προϊόν εἶναι χρήσιμο καί σέ ποιό βαθμό. Γιά νά τό ἀπαντήσῃ ὁ ἴδιος χρειάζεται ἀξιολογήσεις, καθοδήγηση. Καθοδηγήσεις δέν δίνονται ὅμως ἀπό τό κράτος γιατί θά ἀποτελοῦσαν ἀντίθετη μέ τό οἰκονομικό σύστημα κρατική παρέμβαση, εὐνοια σέ ὄφελος ὀρισμένων ἐπιχειρήσεων καί ἐχθρική πράξη σέ βάρος ἄλλων. Ὁ καταναλωτής μένει ἔτσι ἔρμαιο τῆς ἐμπορικῆς διαφήμισης, τῆς πληροφόρησης πού τοῦ δύνουν οἱ παραγωγοί, τῶν ἀπατηλῶν ἐντυπώσεων πού σκόπιμα δημιουργοῦνται καί τῆς ἄγνοιάς του.

Τά ἐπεισόδια ὅπως ἡ χρήση ὁρμονῶν γιά τήν πάχυνση τῶν μοσχारीῶν ἀποτελοῦν κατὰ τούς θεωρητικούς τοῦ συστήματος ἐξαιρέσεις. Μποροῦν νά καταπολεμηθοῦν μέ τήν κατάλληλη νομοθεσία, ὅπως εἶναι οἱ διατάξεις γιά τή νοθεία τροφίμων ἢ οἱ ἀγορανομικές διατάξεις. Οἱ προστατευτικές γιά τόν καταναλωτή νομικές διατάξεις ἔχουν τόν χαρακτήρα ἐμπειρικῆς ἀντίδρασης, ἔρχονται ἐκ τῶν ὑστέρων ἀφοῦ παρουσιασθεῖ κάποιο πρόβλημα, εἶναι κατὰ περίπτωση ἄμυνα. Ἡ ἀπαγόρευση τῆς χρήσης τῶν ὁρμονῶν στίς ζωοτροφές, ἀφοῦ ἔχουν χρησιμοποιεῖται κι ὅλας χρόνια, σταματᾷ ἕνα κακό, πού θάπρεπε νάχει προληφθεῖ. Ἡ ἀπαγόρευση τῆς διάθεσης ἀγροτικῶν προϊόντων μέ κατάλοιπα γεωργικῶν φαρμάκων δέν αἶρει τήν πίεση γιά μεγαλύτερο κέρδος πού προκαλεῖ τή συνεχή ροή ἀκαταλλήλων τρο-

-φίμων πρός τήν αγορά. Ἡ τιμωρία ὅσων προκάλεσαν τερατογενέσεις μέ ἀκατάλληλα φάρμακα, ὅπως ἡ θαλιδομίδη, δέν ἐξαφνίζει τήν δυστυχία τῶν θυμάτων τους. Οἱ ἀπαγορεύσεις καί οἱ ἐκ τῶν ὑστέρων ἑλεγχοί δέν ἀποτελοῦν ἓνα νέο πλαίσιο πού ἐξασφαλίζει τήν ἐξισορρόπηση τῶν συμφερόντων παραγωγῶ καί καταναλωτῶ καί ὅλας στά στάδιο τῆς παραγωγῆς, δέν μεταβάλλουν τόν τρόπο λειτουργίας τοῦ συστήματος. Ὁ παραγωγός ἐξακολουθεῖ νά εἶναι ὑποχρεωμένος νά πραγματοποιεῖ τό μεγαλύτερο δυνατό κέρδος, νά ἐργάζεται ἄρα σέ βάρος τῶν καταναλωτῶν.

Ὁ καταναλωτής δέν παίζει στήν αγορά τό καθοριστικό ρόλο, πού τοῦ ἀναθέτει ἡ φιλελεύθερη οἰκονομική θεωρία. Δέν εἶναι ἄρχοντας ἀλλά ὑπηρέτης. Δέν καθορίζει τή πορεία τῆς οἰκονομικῆς δραστηριότητος, ἀλλά τήν ὑφίσταται. Προκύπτει γιά τοῦτο ἡ ἀναγκαιότητα ἐλέγχου τῆς ἀπόλυτης ἐξουσίας τοῦ παραγωγῶ ἐπὶ τῶν ὄρων παραγωγῆς.

Ὁ ἑλεγχος τῶν παραγωγῶν ἐπιδιώχθηκε στίς ἀναπτυγμένες οἰκονομίες μέ τρεῖς τρόπους : ἀπό τοὺς ἴδιους τοὺς παραγωγούς, τοὺς καταναλωτές ἢ τό κράτος.

Προσπάθειες ἐθελουσίῳ ἐλέγχου ἐκ μέρους τῶν ἰδίων τῶν παραγωγῶν ἔχουν γίνει σέ πολλές προηγμένες καπιταλιστικές χῶρες μέσφ αὐτομάτων ὀργανισμῶν ἢ διαιτητικῶν ἐπιτροπῶν. Οἱ προσπάθειες ὅμως τοῦτες, ὅπως δείχνουν τά πολλαπλά παραδείγματα στή Δυτική Εὐρώπη, δέν εἶναι σέ θέση νά βελτιώσουν τή κατάσταση. Οἱ ὀργανισμοί τῶν παραγωγῶν ἐπεμβαίνουν μόνο σέ κραυγαλέες περιπτώσεις, τίς παρουσιάζουν σάν ἐξαιρέσεις καί κατὰ γενικό κανόνα ἐπικροτοῦν τήν ὑπάρχουσα κατάσταση. Ἔτσι ἀντί νά ἐλέγχουν, οὐσιαστικά δικαιολογοῦν καί καλύπτουν τή κατάσταση πού θά ἔπρεπε νά ρυθμίσουν.

Ὁργανώσεις καταναλωτῶν πρωτοδημιουργήθηκαν στίς Ἡνωμένες Πολιτεῖες τῆς Ἀμερικῆς τό 1927. Μετά τό δεύτερο παγκόσμιο πόλεμο συστήθηκαν καί στίς περισσότερες δυτικοευρωπαϊκές χῶρες. Ἡ ἐπιτυχία τῶν ὀργανώσεων ἦταν καί εἶναι σχετικά περιορισμένη. Ὁ ἀριθμός τῶν μελῶν τους παραμένει μικρός σέ σύγκριση μέ τό σύνολο τοῦ πληθυσμοῦ. Τά μέλη ἀνήκουν στή μέση ἀστική τάξη καί δροῦν σχεδόν ἀποκλειστικά

στό κοινωνικό τουτο στρώμα. Οί οργανώσεις καταναλωτών αποδέχονται τή θέση, ότι ή βελτίωση τής θέσης του καταναλωτή είναι αποτέλεσμα καλύτερης πληροφόρησής του. Για τουτο ασχολοῦνται κυρίως μέ τή δημοσίευση έρευνών τής αγοράς καί τή σύγκριση διαφόρων προϊόντων. 'Η δραστηριότητά τους ἄν καί μπορεῖ νά βοηθήσει σημαντικά στήν αύξηση τής διαφάνειας τής αγοράς καί στόν έντοπισμό χτυπητών περιπτώσεων έκμεταλλεύσεως δέν περιορίζει τήν μονόπλευρη έξουσία τών παραγωγών.

Στή Σουηδία για τουτο, ἀφοῦ προσπάθησαν επί τριάντα χρόνια νά ἐπιτύχουν μέ τή βοήθεια ὀργανώσεων τών καταναλωτών τήν έξισορρόπηση τών ἀντιτεθειμένων συμφερόντων χωρίς αποτέλεσμα, ίδρυσαν εἰδική κρατική ὑπηρεσία μέ σκοπό τή βελτίωση τής θέσης τών καταναλωτών. 'Η ὑπηρεσία τούτη ἔχει ἐκτεταμένα δικαιώματα ἰδίως στό τομέα του ἐλέγχου τών διαφημίσεων καί τών ἐντόπων συμβάσεων. Εἰδικός κρατικός ὀργανισμός ἐπιφορτισμένος μέ τόν ἔλεγχο τής διαφήμισης ὑπάρχει καί στίς 'Ηνωμένες Πολιτεῖες τής 'Αμερικῆς ἀπό τό 1912.

"Ὅμως ή ἔκταση πού πῆρε ή διαφήμιση καί ή χειραγώγηση τής κοινῆς γνώμης στίς ΗΠΑ δείχνουν ὅτι ὁ ὀργανισμός τούτος ἀπέτυχε νά εκπληρώσειτό σκοπό του. 'Η δραστηριότητα κρατικῶν ὀργανισμῶν ἐλέγχου ὑπόκειται στούς περιορισμούς τής ὅλης διοικητικῆς μηχανῆς. 'Η διοίκηση ὑποτάσσεται στίς ἐπιταγές του πολιτικοῦ καί κοινωνικοῦ συστήματος. 'Η δραστηριότητα της ἀναπτύσσεται στό πλαίσιο πού θέτουν τά διάφορα ὀργανωμένα συμφέροντα. 'Ο ἔλεγχος του κράτους δέν ἔξασφαλίζει μόνο τή παρακολούθηση τών ἐλεγχομένων ἀλλά καί τήν καθοδήγηση του ὅλου προβλήματος. Μέ ἐπιλογή τών θεμάτων, ἀποκλεισμό τών προβλημάτων, στά ὁποῖα ἀντιθέσεις δέν ἐπιδέχονται συμβιβασμούς, μέ θεσμοποίηση διαδικασιῶν πού ἀπαιτοῦν τό σύμφωνο τών ἐλεγχομένων για ὁποιαδήποτε μεταβολή, ὁ κρατικός ἔλεγχος ἰσχυροποιεῖ τό ὅλο σύστημα καί ἀναβάλλει τήν οὐσιαστική λύση του προβλήματος. 'Η κρατική παρέμβαση δέν εἶναι ἐπομένως πανάνεια.

Γιά νά ἐπιτευχθεῖ ή προστασία του καταναλωτή πρέπει νά ἐπηρεασθοῦν οί προϋποθέσεις τής παραγωγῆς καί τής διανομῆς τών ἀγαθών. 'Η τεχνική εξέλιξη θά αύξάνει συνεχῶς τίς

δυνατότητες παραπλάνησης, εξαπάτησης και κατάχρησης της εξουσίας των παραγωγών. 'Απέναντι στους συνεχώς πολλαπλασιαζόμενους κινδύνους μιά τακτική πού θά ἔχει ὡς μοναδικό στόχο τή διόρθωση τῶν δυσαρέστων συνεπειῶν τοῦ μηχανισμοῦ τῆς ἀγορᾶς τήν καταπολέμηση τῶν καταχρήσεων, θά μένει χωρίς ἀποτέλεσμα. Τό σύστημα θά γεννᾷ συνεχῶς νέα προβλήματα.

Τό φιλελεύθερο σχῆμα δίνει στή σχέση παραγωγῶν (κατόχων τῶν μέσων παραγωγῆς) καί καταναλωτῶν τήν ~~αποτέλεσμα~~ μορφή μιᾶς ἀπλῆς σχέσης ἀνταλλαγῆς. Συγκαλύπτει μ' αὐτό τόν τρόπο τήν πρωτοβουλία καί εὐθύνη τοῦ παραγωγοῦ γιά τό ἐμπόρευμα πού παράγει. Γιά νά ἐπιτευχθεῖ ἡ προστασία τῶν καταναλωτῶν χρειάζονται μέτρα πού θά περιορίσουν τήν αὐτονομία τῶν παραγωγῶν. Χρειάζονται διαδικασίες πού θά ἐγγυῶνται ὅτι οἱ σημαντικές γιά τό κοινωνικό σύνολο ἀποφάσεις θά παίρνονται ἀφοῦ σταθμισθοῦν καί τά δεδομένα πού εἶναι ἀπό κοινωνική πλευρά σημαντικά. 'Η προστασία τοῦ καταναλωτῆ δέν εἶναι μόνο θέμα ἀστυνόμευσης τῆς οἰκονομίας. Εἶναι πρόβλημα ἀπό τό ὅποιο πρέπει νά προκύψουν λύσεις γιά μιά διαφορετική διαμόρφωση τῆς κοινωνίας. 'Η λύση ἐπόμενα βρίσκεται σέ ἄλλες μορφές ὀργάνωσης τῆς παραγωγῆς, σέ ἐξεύρεση μορφῶν πού δίνουν τή δυνατότητα στους ἴδιους τούς ἐνδιαφερομένους νά συναποφασίζουν γιά τόν τρόπο παραγωγῆς καί τήν ποιότητα τῶν προϊόντων.