اولین روزنامه سهامداری ایران (خبرنگاران و کارکنان)

صمت
صنعت معدن تجارت

شنبه
• ۶ اسفند ۱۴۰۱
• ۴ شعبان ۱۴۴۴
• ۲۵ فوریه ۲۰۲۳

• سال سی‌ودوم شماره پیاپی ۳۵۹۲ • دوره جدید سال نهم شماره ۲۲۷۴ • ۱۶ صفحه • قیمت: ۵۰۰۰ تومان

www.smtnews.ir - http://Telegram.me/smtnews

سرمقاله

سازمان حمایت از کدام مصرف‌کننده؟ ۲

یادداشت‌های امروز

پارادوکس صنعت خودرو در ایران ۴

الزامات تولید محصول باکیفیت چیست؟ ۱۲

انتظار مشتریان از بانکداری دیجیتال ۱۴

گفت‌وگو

کفه نامتوازن ترازوی حمایت ۶

حمایت بدون کنترل تورم غیرممکن است ۱۵

پرونده
۹ اسفند
روز ملی حمایت از حقوق مصرف کننده

«حمایت» در سیکل معیوب

سه گانه رقابت، انحصار و حمایت ۴
حمایت از مصرف کننده تکه گمشده پازل تولید ۷
مانع آفرینی به بهانه حمایت از مشتریان ۸
جاده دوطرفه حمایت ۹
خانه، هندوانه در بسته نیست ۱۰
رابطه معنادار تورم با کیفیت تولید ۱۱
محصول ایمن، حق اولیه مصرف کننده ۱۲
مردم به سختی اعتماد می کنند ۱۳
ایران یک گام عقب تر از جهان ۱۴

طرح: آیدا فریدی

شرکت معدنی و صنعتی گل گهر

آگهی مزایده عمومی شماره ۱۴۰۱/۲۴/ز

شرکت معدنی و صنعتی گل گهر در نظر دارد "۱۴۰ هزار تن کندله سنگ‌آهن با عیار ۶۵ درصد" را از اسکله بارکو بندرعباس با شرایط تحویل به صورت FOB از طریق مزایده عمومی به فروش برساند. متقاضیان می‌توانند به منظور دریافت اسناد مزایده و همچنین اطلاع از شرایط مزایده به سایت www.geg.ir بخش مناقصه و مزایده مراجعه فرمایند.

لازم به ذکر است پاکت پیشنهادی می‌باید حداکثر تا ساعت ۱۴:۰۰ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۱۵ به آدرس: دفتر کمیسیون معاملات مجتمع سیرجان (کیلومتر ۵۰ جاده شیراز) تحویل داده شود. تاریخ بازگشایی پاکات رأس ساعت ۱۰:۰۰ روز سه‌شنبه مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۱۶ در محل دفتر کمیسیون معاملات مجتمع سیرجان خواهد بود.

Analysis %		
Min	65.00	Fe
Max	1.0	FeO
Max	0.05	P
Max	0.01	S
Max	3.5	SiO2
Max	0.7	Al2O3
Max	0.9	CaO
Max	2.5	MgO
Min 250		CCS(kg/p)
Min 90		8-16 mm%
Ave 5		-6 mm%
Max 4.0		A.I%
Min 94		T.I%
19-24		Prosity%
Min 90		Reducibility%

کمیسیون معاملات شرکت معدنی و صنعتی گل‌گهر

شرکت معدنی و صنعتی گل گهر

آگهی مزایده عمومی شماره ۱۴۰۱/۲۵/ز

شرکت معدنی و صنعتی گل گهر در نظر دارد "شصت (۶۰) هزار تن کنسانتره سنگ‌آهن با عیار ۶۶.۵ درصد" را از اسکله شهید رجایی بندرعباس با شرایط تحویل به صورت FOB از طریق برگزاری مزایده عمومی به فروش برساند. لذا متقاضیان می‌توانند به منظور دریافت اسناد مزایده و همچنین اطلاع از شرایط مزایده به وبسایت این شرکت به نشانی: www.geg.ir بخش مناقصه و مزایده مراجعه نمایند. لازم به ذکر است پاکات پیشنهادی می‌بایست حداکثر تا ساعت ۱۴:۰۰ روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۱۵ به نشانی: دفتر کمیسیون معاملات مجتمع سیرجان (کیلومتر ۵۰ جاده شیراز) تحویل داده شود. تاریخ بازگشایی پاکات رأس ساعت ۱۰:۰۰ روز سه‌شنبه مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۱۶ در محل دفتر کمیسیون معاملات مجتمع سیرجان خواهد بود.

Analysis %		
Min	66.50	Fe
Min	24	FeO
Max	28	
Max	0.05	P
Max	1.2	S
Max	2.5	SiO2
Max	0.5	Al2O3
Max	0.9	CaO
Max	2.5	MgO
۷		Moisture Max
98 % <3 mm		Size Ave
80 % <0.45 mm		

کمیسیون معاملات شرکت معدنی و صنعتی گل‌گهر

بیمه سامان
Saman Insurance

گوشیتو بیمه کن، خیالتو راحت کن

بیمه موبایل سامان

خطرات تحت پوشش

شکستگی فیزیکی | آبخوردگی و نفوذ مایعات | نوسانات ولتاژ برق | سرقت با شکست حرز

• بیمه موبایل و تبلت تا سقف ارزش دستگاه بیمه شده
• درخواست و صدور بیمه نامه به صورت کاملا آنلاین
• کیفیت و سرعت بالا در پرداخت خسارت

جهت محاسبه حق بیمه و خرید آنلاین بیمه نامه از طریق اسکن QR کد و یا لینک زیر اقدام نمایید
www.di.si24.ir

جهت کسب اطلاعات بیشتر و مشاوره رایگان می‌توانید به وب‌سایت شرکت بیمه سامانه به نشانی مراجعه یا با شماره تلفن ۸۹۴۳- ۰۲۱ تماس حاصل فرمایید.

سرمقاله

سازمان حمایت از کدام مصرف‌کننده؟

ناصر بزرگمهر
nbozorgmehr@yahoo.com
به نام او که هر چه بخواهد همان می‌شود

شیری را داخل قفس می‌اندازند و به او سوسیس می‌دهند تا بخورد.
شیر می‌گوید: من آهو می‌خورم، این چیه به من دادین؟
می‌گویند: آنقدر گرسنه می‌مونی تا همین را بخوری!
شیر بعدِ مدتی از شدت گرسنگی شروع به سوسیس خوردن می‌کند.
بعد از چند روز به‌جای سوسیس، استخوان می‌اندازند جلوش!
شیر می‌گوید: بابا، من به سوسیس خوردن عادت کردم، این دیگه چیه؟
می‌گویند: آنقدر گرسنه می‌مونی تا استخوان را بخوری!
شیر چند روز بعد از شدت گرسنگی استخوان را می‌خورد.
بعد از مدتی به‌جای استخوان، یونجه می‌ریزند جلوش!
شیر می‌گوید: بی‌انصاف‌ها، من یه وقتی الاغی که یونجه می‌خورد را درسته قورت می‌دادم، حالا چطور یونجه بخورم، من دیگه این را نمی‌خورم!
می‌گویند: آنقدر گرسنگی می‌کشی تا یونجه را هم بخوری!
شیر مدتی مقاومت می‌کند اما بالاخره یونجه را هم می‌خورد!
مدتی چیزی برای خوردن به شیر نمی‌دهند!
شیر داد می‌زند: بابا، من به یونجه خوردن عادت کردم، این را دیگر چرا نمی‌دهید، بخورم؟
می‌گویند: یونجه مفت نداریم! باید صدای الاغ در بیاوری تا به تو یونجه بدهیم.
و این داستان خُرد کردن تدریجی شیر جنگل و عادت به کمتر از حق خود، آنقدر ادامه پیدا کرد تا اینکه شیر نابود شد.

این قصه پرغصه، قصه حقوق مصرف‌کننده‌هایی است که در بازار مصرف باید مثل شیر بمانند و قرار است در پایان قرن چهاردهم هجری بتوانند از حقوق شهروندی و مشتری‌مداری خود در بازار رقابت بهره‌مند شوند که متاسفانه به‌دلیل سیاست‌های نادرست و وجود سازمان‌های بی‌خاصیت، نه‌تنها از شیر بودن مشتری سخنی نیست، بلکه مشتری را تبدیل به مصرف‌کننده‌ای بی‌خاصیت و محکوم به استفاده از هر کالای نامرغوب و آشغالی کرده‌اند.

مصرف‌کننده یا به‌عبارت بهتر مشتری، براساس قوانین امروز بازار و علم تبلیغات و روابط عمومی و تجربه فروش کالا در جهان، قرار است نقش اصلی فیلم سینمایی ما را ایفا کند و نقطه ثقل رابطه تولیدکننده، فروشنده و برگشت سرمایه به زنجیره مصرف باشد.

مشتری که قرار است به زبان ساده تاج سر بازار مصرف و تاج سر تولیدکننده و فروشنده باشد و بدون او کالاها معنا و مفهوم خود را از دست می‌دهند، در شرایط نامساعد اقتصادی و در نبودن اهرم‌های کنترل از سوی دولت و نهادهای نظارتی، تبدیل به شیر بی‌یال و دم و اشکمی شده که هر فروشنده خرد و کلان و هر کس و ناکسی، هر گونه که دلش می‌خواهد برای دو ریال پولی که ته جیب او باقی مانده، نقشه می‌کشد.

نبود انسجام اجتماعی بین مردم و نداشتن فرهنگ مبارزه با گرانفروشی، احتکار و سرمایه‌داران از خدا بی‌خبر، سرنوشت کارگر و کارمندی که هر روز ریال‌شان بی‌ارزش‌تر و پول ملی‌شان بی‌رونق‌تر می‌شود را به ورطه چه کنم و نابودی کامل کشانده است.

سازمانی که در نام و عنوان قرار بوده از مصرف‌کننده حمایت کند، در دام حمایت از دنیای سرمایه‌داری و اعضای اتاق‌های تهران و ایران و تولیدکنندگان و کم‌فروشان و احتکارکنندگان و صادرکنندگان و واردکنندگان کالای‌های بُنجل چینی و سازمان‌های دولتی افتاده و فقط سالی یک بار به کمک خود آنها، مراسم دورهمی برای اعطای چند لوح و گرفتن عکس یادگاری برگزار می‌کند؛ در حالی که اصلا کاری از این سازمان برنمی‌آید و نقشی در گرانفروشی صدها قلم کالا با موضوع دولتی و خصوصی ندارد.

حقوق شهروندی هر مشتری، در بازار تولید تا مصرف، حلقه گمشده‌ای است و معلوم نیست چه کسی باید از مشتری حمایت کند؟ البته ناگزیرم تاکید کنم که این حقوق گمشده فقط در فرآیند آموزش و رشد فرهنگی هر مشتری و مصرف‌کننده می‌تواند به‌وجود آید.

وقتی می‌شنویم در فلان کشور با کمی افزایش قیمت شیر، همه مردم از خرید شیر خودداری می‌کنند و تولیدکنندگان مجبور می‌شوند شیر خریداری‌نشده و فاسدشده را به زباله‌دان‌ها بریزند و سریعا قیمت محصول‌شان را اصلاح کنند، نقش مصرف‌کننده در انسجام و اتحاد مردم، خود را به نمایش می‌گذارد.

اما وقتی قیمت یک اتومبیل کم‌ارزش و غیرایمن بعد از سال‌ها به یکباره از ۱۰ میلیون تومان به بیش از ۱۰۰ میلیون تومان می‌رسد و مردم در صف می‌ایستند تا آن را بخرند، در بر همان پاشنه بی‌اعتنایی تولیدکننده به حقوق مشتری می‌چرخد.

گویند:
مردی دو دختر داشت یکی را به یک کشاورز و دیگری را به یک کوزه‌گر شوهر داد.
چندی بعد همسرش به او گفت: ای مرد سری به دخترانت بزن و احوال آنها را جویا شو.
مرد نیز اول به خانه کشاورز رفت و جویای احوال دخترش شد. دخترک گفت: زمین را شخم زده و بذر پاشیده‌ایم، اگر باران ببارد خیلی خوب است اما اگر نبارد، بدبخت می‌شویم.
مرد به خانه کوزه‌گر رفت. دختر دوم گفت: کوزه‌ها را ساخته و در آفتاب چیده‌ایم، اگر باران ببارد بدبخت می‌شویم و اگر نبارد خوب است.
مرد به خانه خود برگشت. همسرش از اوضاع دخترانش پرسید. مرد گفت: چه باران ببارد و چه نبارد، ما بدبختیم.
و حالا، حکایت امروز ما است. مدت‌هاست به‌بهانه تحریم، به‌بهانه مبارزه با استکبار جهانی، به‌بهانه حمایت از تولید داخل، به‌بهانه بی‌تدبیری بانک مرکزی و به هزار دلیل واقعی و خیالی و دروغی، مشتری و مصرف‌کننده در یک کلام چپاول می‌شوند.
چه دلار بالا برود و چه پایین بیاید، چه رابطه ما با خارجی‌ها بهبود پیدا کند و چه رابطه ما قطع باشد، چه برجام داشته باشیم و چه نداشته باشیم، چه سازمان حمایت از مصرف‌کننده باشد یا نباشد و چه اتحادیه‌ها و اصناف دورهم جمع شوند یا نشوند، فرقی برای ما مردم نمی‌کند و مثل همان مرد قصه، ما مشتریان محترم و مصرف‌کننده‌های عزیز بدبخت هستیم.

شرایط ویژه اقتصادی و بی‌توجهی دولت‌ها به حقوق مردم و گرانفروشی آب و برق و بنزین و نفت و گاز و تلفن و موبایل و اینترنت و پسماند و زباله و ده‌ها نوع عوارض دولتی و شهرداری و مالیات و بیمه و... شرایط مصرف‌کننده؛ یعنی همین مردم عزیز، گرانقدر و شرافتمند را روز به روز بدتر خواهد کرد.

«حمایت» در سیکل معیوب

حقوق مصرف‌کننده یعنی مجموعه اختیارات و امتیازاتی که مصرف‌کننده در قبال خرید یک کالا یا خدمات از فروشنده دریافت می‌کند تا در صورت بروز اشکال، معلوم شدن عیب و نقص، احراز ضرر و زیان، عدم‌کارآیی و ثمربخشی یا ایراد خسارت، برای جبران ضرر خود از آن استفاده کند.

در تقویم رسمی کشورمان، روز ۹ اسفند باعنوان «روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان» نام‌گذاری شده است.

اختصاص یک روز از سال به حقوق مصرف‌کننده و پیش‌بینی مرجعی برای جبران خسارت‌های مصرف‌کنندگان و مبارزه با متخلفان، نشان‌دهنده رویکرد مسئولان به موضوع و تبدیل آن از عرصه شعار به عمل است.

مصرف‌کننده، حقوقی دارد که به‌طور خلاصه عبارتند از: حق برخورداری از اطلاعات کامل، حق انتخاب، حق برخورداری از ایمنی و حق برخورداری از حمایت دولت.

در بررسی پیشینه تاریخی این حق به سال ۱۹۶۲ میلادی و حقوقی با عنوان حقوق مصرف‌کننده می‌رسیم که در سخنرانی جان اف کندی، پنجمین رئیس‌جمهوری ایالات متحده امریکا به رسمیت شناخته شد.

در ایران نیز اساسنامه سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان در سال ۱۳۵۸ به تصویب شورای انقلاب رسید و اصلاحیه‌های متعدد در قانون نظام صنفی تصویب شد.

تصویب قانون تعزیرات حکومتی در سال ۱۳۷۲ و تاسیس سازمان‌های بازرسی و نظارت و تعزیرات حکومتی را شاید بتوان نخستین گام جدی برای تحقق حقوق مصرف‌کنندگان در کشور دانست.

در این سال با تاسیس این دو سازمان، احقاق حقوق مصرف‌کنندگان از بخش صنفی (که خود یک‌طرف شکایات بود) جدا و به مجموعه‌ای بی‌طرف سپرده شد. البته این روند با بهبود فضای اقتصادی کشور در سال‌های ۱۳۸۳ و ۱۳۸۴ با نبود دوراندیشی مسئولان وقت وزارت بازرگانی و سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی، سازمان بازرسی و نظارت، در سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان ادغام شد و موضوع مدعی‌العمومی در مطالبات مردمی به ورطه فراموشی سپرده شد.

براساس قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مصوب اردیبهشت ۱۳۸۸ مجلس شورای اسلامی، مصرف‌کننده هر شخص حقیقی یا حقوقی است که کالا یا خدمتی را خریداری می‌کند.

برای حمایت از مصرف‌کننده نیز مانند دیگر مسائل اقتصادی باید روندی اصولی و سازکاری متناسب با اهداف تعیین‌شده در نظر گرفته شود تا نقش هدایتگر و متقابل مصرف‌کننده و تولیدکننده تعریف شده و از سیاست‌های غیراصولی جلوگیری شود.

کارشناسان معتقدند رعایت حقوق مصرف‌کننده در تولید کالا و ارائه خدمات عامل مهم و محرک ترویج مصرف کالای ایرانی ازسوی مردم است. همچنین با رعایت استانداردها در تولید و عرضه کالا و خدمات می‌توان گام بلندی در این عرصه برداشت.

به اعتقاد آنها در عصر حاضر، ضرورت تولید کالاهای مصرفی و خدمات مطابق با اصل مشتری‌مداری و رعایت حقوق مصرف‌کننده قبل و بعد از فروش کالا به حقی انکارناپذیر تبدیل شده است؛ اصلی که در کشور ما هنوز با استانداردهای جهانی آن فاصله دارد.

در پرونده این شماره صمت به‌مناسبت روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به جایگاه این اصل در اقتصاد ایران پرداخته و از الزامات رعایت این حق سخن گفته‌ایم.

هرچند برای رعایت این فاکتور مهم مشتری‌مداری باید به تولیدکنندگان نیز توجه کرد، چراکه موفقیت در این عرصه نیازمند موفقیت در زنجیره تولید تا مصرف است.

به‌اعتقاد برخی کارشناسان بسیاری از فعالان اقتصادی که هر یک در جایگاه خود مشتری برای عرضه‌کننده بالادستی به‌شمار می‌روند و در بعدی دیگر در جایگاه فروشنده و تولیدکننده در مقابل مصرف‌کننده قرار دارند، رکن مشتری‌مداری را آن‌طور که باید رعایت نمی‌کنند.

یادداشت

تفاوت ما با آنها

غلامعلی رموی- کارشناس اقتصاد:

این روزها مصادف است با ایام پایانی سال و در آستانه ۹ اسفند روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان. انتخاب روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کننده در این زمان شاید به‌نوعی یک خوش‌سلیقگی تلقی شود، چراکه در ایام پایانی سال، حجم زیادی از تقاضا برای خرید کالا و خدمات در بازار از سوی مصرف‌کنندگان ایجاد می‌شود و می‌توان شرایط جاری رعایت حقوق مصرف‌کنندگان را بهتر ارزیابی کرد. از سوی دیگر هم نگاهی به یک سال وضعیت مصرف‌کننده می‌تواند ارزیابی منطقی از وضعیت این قانون را در مقابل دیدگان همگان قرار دهد.

در همه دنیا در ایام پایانی سال، بنگاه‌های اقتصادی از طرق مختلف تلاش دارند نسبت به عرضه کالاها و خدمات خود به شکل ویژه اقدام کنند و بسترهایی برای فروش‌های فوق‌العاده در جهت جذب مشتری بیشتر داشته باشند.

در بیشتر کشورها به‌ویژه کشورهای غربی و اروپایی روزهای سال نو و کریسمس در یک فرآیند حدود ۲۰ روزه شروع می‌شود؛ در این زمان، بنگاه‌های مختلف اقتصادی با ایجاد تخفیف‌های واقعی با ارائه تخفیف‌ها و هدایای مختلف به مصرف‌کنندگان، توان خود را در فروش کالای ارزان نشان می‌دهند.

هدف این برنامه علاوه بر فروش بیشتر از طریق تبلیغات وسیع، فراهم کردن بسترهایی برای ایجاد یک فضای مفرح اقتصادی است تا همگان در کنار هم از این شرایط بهره‌مند شوند.

البته در بطن موضوع، منافع تولیدکننده، توزیع‌کننده و مصرف‌کننده نیز تامین می‌شود، زیرا تولیدکننده و مصرف‌کننده هم با فروش و خرید بیشتر امکان بیشتری برای کسب سود و منفعت به‌دست می‌آورند و این یعنی موفقیت.

از منظر قدرت خرید مصرف‌کنندگان در این کشورها این امکان برای خریدار وجود دارد که با داشتن حداقل درآمد، کالای موردنیاز خود را به‌صورت تمام اقساط بدون بهره و سودهای آنچنانی با همه ضمانت‌های گفته‌شده خریداری کند. حال تصور کنید در شرایط تخفیف‌های ویژه گاهی این کالاها را می‌توان با ۸۰ درصد تخفیف خرید و در این شرایط، چه لذتی از خرید را می‌توان برای مصرف‌کننده تصور کرد.

یا درباره خدمات پس از فروش هم تمام شرایط برای رعایت کامل حقوق مصرف‌کننده در چارچوب‌های قانونی حکمفرماست.

حالا مقایسه این آمار با شرایط بازار کشور و حجم شکایات مردمی ناشی از گران‌فروشی، کم‌فروشی، تقلب و... به ستادهای خبری در طول یک سال و مقایسه تعداد بازرسی‌ها که از چند میلیون بازرسی و چند صد هزار شکایت و گزارش تخلف چه میزان از اجحاف در حق مصرف‌کننده را نشان می‌دهد.

از این مختصر می‌توان فهمید چه تفاوتی میان جایگاه حمایت از حقوق مصرف‌کننده در اقتصاد ایران و کشورهای پیشرو در این حوزه مشاهده می‌شود.

این سطح از ارتقای حقوق مصرف‌کننده می‌تواند در اثر عوامل و تجارب گوناگون در روند تحولات اقتصادی این کشورها ایجاد شود. اقتصاد توسعه، پس از جنگ جهانی دوم در اروپا با استفاده از دیدگاه‌های مکاتب اقتصادی به این موضوع مهم و زیربنایی واقف شد که شرط موفقیت بنگاه‌های اقتصادی در تولید رقابتی مشتری‌مدارانه بدون دخالت مستقیم دولت و فقط نظارت عالیه دولت در بازار حاصل می‌شود و این تفکر به مرور تعالی یافت تا رسیدن به جایی که امروزه به مسئولیت‌پذیری محض تولیدکننده در مقابل مصرف‌کننده منتج شده است.

در این مسیر، بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی دچار مشکلات عدیده اقتصادی و حتی ورشکستگی شدند اما توانستند خود را از این مرحله عبور دهند. اما در اقتصاد ما در تمام دوران تورم، تنها مصرف‌کننده بود که در مقابل شرایط تورمی قرار گرفته و جریان تورم با عبور از همه زنجیره‌های تامین تا قبل از مصرف به مصرف‌کننده منتقل شده است.

امروز بر اثر فشارهای اقتصادی ناشی از تورم، رمقی برای مصرف‌کننده باقی نمانده است. مطابق آمارهای موجود، قدرت خرید مردم به‌شدت کاهش یافته و به تبع این موضوع، بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی امکانی برای فروش محصولات خود ندارند.

از سوی دیگر، بسیاری از کالاهای تولیدی با همه حمایت‌های انجام‌شده به سبب کیفیت پایین در مقایسه با استانداردهای جهانی، بازار صادراتی قابل اتکایی ندارند؛ بنابراین کالای تولیدی در انبارها به‌صورت روزانه دچار افزایش نرخ می‌شوند و مصرف‌کننده تنها نظاره‌گر بازی موش و گربه میان تولیدکننده و توزیع‌کننده در فرآیند افزایش نرخ است.

حال سؤال اصلی اینجاست که در شرایط موجود آیا آسیبی که مصرف‌کننده در اثر مشکلات اقتصادی تحمل کرده با آسیب سایر بخش‌های زنجیره تامین، تولید و توزیع برابر است؟ آیا روند تورمی بازار سرمایه بنگاه تولید و توزیعی را همانند مصرف‌کننده از بین برده است؟ آیا قدرت اقتصادی مصرف‌کننده هم به میزان تورم‌ترمیم شده است؟ آیا سیاست‌های حمایتی به سمتی هدایت‌شده که بخشی از این تورم به ارکان مختلف زنجیره تولید تا قبل مصرف انتقال یابد یا فقط قرار است هرگونه افزایش نرخ احتمالی به مصرف‌کننده منتقل شود و دیگر ارکان فقط هدایت‌کننده و به‌عنوان یک اپراتور افزایش قیمت‌ها عمل کنند؟ چرا برای این موضوع فکری نمی‌شود؟

اگر در حال‌حاضر بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی با رکود مواجه شده‌اند باید بدانند که مصرف‌کننده درحال‌حاضر خلع سلاح شده و این امر می‌تواند با ورود ایران به بازارهای جهانی به سقوط آنها (تولیدکنندگان و واسطه‌ها) بینجامد.

اگرچه فعلا از روز ملی حمایت از مصرف‌کننده در حد نام مناسبتی در تقویم باقی مانده اما این ساقه خشکیده یک روز با همت همین مردم و دلسوزان مردم و انقلاب دوباره بارور خواهد شد و قرائت واقعی از جایگاه و نقش حمایت از حقوق مصرف‌کننده در تعالی اقتصاد کشور ارائه خواهد کرد.

البته باید این نکته را متذکر شد که هستند و زنده‌اند فعالان اقتصادی خوش‌نام و شرافتمندی که شرافت شغلی و حرفه‌ای خود را مرهون و مدیون مردم و مصرف‌کنندگان می‌دانند و برای عبور از این گردنه هر آنچه داشتند در طبق اخلاص گذاشته‌اند.

رنج‌نامه حمایت از حقوق مصرف‌کننده در اقتصاد ایران اگرچه فرازوفرودهایی را تجربه کرده اما آینده اقتصاد ایران را همین توجه به حقوق مصرف‌کنندگان ضمانت خواهد کرد.

یادداشت

مسیر توجه به نیاز مشتری

امیر فیضی- کارشناس سازمان حمایت:

ماه اسفند منشأ بسیاری از رخدادهای اقتصادی و اجتماعی است. تقارن این روز با ایام پایانی سال این موضوع را به ذهن متبادر می‌کند که توجه به حقوق مشتری و مصرف‌کننده شاید زنگ هشداری برای زنجیره تولید تا مصرف باشد.

از سوی در چند سال گذشته که ایران و جهان درگیر ویروس کرونا بوده، علاوه بر مشکلات معیشتی و اقتصادی، محدودیت‌های کرونایی نیز مشکلات را مضاعف کرده است.

جریان تولید راه برون‌رفت از بحران را در افزایش قیمت‌ها می‌بیند و البته تفاوت ارزش پول ملی با ارزهای کشورهای همسایه جذابیت‌های صادرات کالاهای تولیدی را برای برخی بنگاه‌های اقتصادی بیش از پیش کرده و تمایل به صادرات رسمی و غیررسمی بر برخی کمبودها افزوده است.

مصوبات دولت بعضا محدود به جلسات شده و تاثیرپذیری کمتری دارد و امکان اجرایی پیدا نمی‌کند، چراکه برخی کارشناسی لازم را ندارند.

روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کننده فرصتی است که گفته شود جریان تولید در بلندمدت بدون توجه به خواست مصرف‌کننده نمی‌تواند دوام و بقا پیدا کند.

تولیدکننده زمانی می‌تواند در بستر اقتصادی مجالی برای موفقیت پیدا کند که از مسیر توجه و احترام به خواست و نیاز مشتری عبور کند.

براساس نظر بسیاری از کارشناسان اقتصاد، علت اصلی موفق نبودن بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی در کسب و حفظ بازارهای خارجی نبود ثبات کیفیت و کمیت محصولات تولیدی است.

در این شرایط بی‌توجهی به نیاز و سلیقه مصرف‌کننده و اجرای تعهدات گارانتی و وارانتی بالاترین ضربه را به بازار می‌زند.

روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کننده فرصتی است تا عملکرد دولت در اطلاع‌رسانی، آگاهی‌بخشی و دفاع از مصرف‌کنندگان مورد ارزیابی قرار گیرد.

امروز جریان مصرف به سبب بسیاری از بی‌اخلاقی‌های موجود در حوزه تبلیغات و اطلاع‌رسانی و عدم استیفای مناسب حقوق آسیب‌های زیادی را متحمل شده است؛ بنابراین تمایل جدی برای اطلاع از حقوق خود نشان نمی‌دهد، چراکه گمان می‌کند شناخت حقوق بدون توجه به ابزار و الزامات حفاظت از آن عملا بی‌نتیجه است.

جریان دلالی و واسطه‌ای هم مجالی برای ترک‌تازی پیدا کرده است.

با همه این شرایط آیا می‌توان مدعی حمایت از حقوق‌مصرف‌کنندگان شد و الزامات و اقتضائات آن را فراهم نکرد؟

روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کننده فرصتی است که گفته شود چرا هرازگاهی سلطان‌های متعدد اقتصادی در حوزه ارز، مرغ، تخم‌مرغ، ماسک و... شکل می‌گیرند و چگونه امان مصرف‌کننده را می‌برند؟ وجود این سلطان‌های پوشالی نشانه‌هایی از گپ‌های بزرگ اقتصادی است که تاکنون از آنها غفلت شده است.

روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کننده فرصتی است که ارزیابی شود چگونه نظام بانکداری کشور به‌جای ایجاد فرصت‌های سرمایه‌گذاری برای اقتصاد کشور به عاملی برای بنگاه‌داری و توسعه رفتارهای غیراقتصادی منجر شده است؛ موضوعی که نه‌تنها جریان اقتصادی کشور بلکه نظام بورس را تحت‌الشعاع قرار داده و دود این موضوع البته به چشم مصرف‌کننده می‌رود.

چالش‌های موجود در حوزه حقوق مصرف‌کننده در سطحی کلان‌تر به این موضوع می‌رسد که لازمه رونق تولید و توسعه اقتصادی، وجود مصرف‌کننده قدرتمند و توانمند است.

ارزیابی شرایط موجود اقتصاد خانوار نشان می‌دهد بین ۶۰ تا ۷۵ درصد درآمد خانوار فقط به هزینه مسکن اختصاص دارد و سایر هزینه‌های قطعی خانوار مثل حمل‌ونقل، پوشاک، آموزش، تغذیه و... تحت‌الشعاع این موضوع قرار می‌گیرد.

کوچک شدن سفره خانوار و کاهش قدرت خرید جامعه بنابر نص صریح آموزش‌های علمی در حوزه اقتصاد و بازار به سقوط زنجیره تولید خواهد انجامید؛ بنابراین تدبیر لازم برای ایجاد توازن (نه دخالت در امر بازار) بین ارکان زنجیره تولید تا مصرف از وظایف دولت تلقی می‌شود.

۹ اسفند، روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان فرصت مناسبی است تا با تقویت انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و حمایت همه‌جانبه از آنها تلاش کنیم تا نگاه تیزبین مردم را بر مراقبت اقتصادی از سلامت جریان تولید تا مصرف به سود کل زنجیره تولید تا مصرف تقویت کنیم.

مصرف‌کنندگان خودرو از چه حقوقی برخوردارند؟

عکس: صنعت

این‌گونه به نظر می‌رسد شرکت‌های خودروساز به‌دلیل برخورداری از حاشیه امن ناشی از انحصار این حوزه و نبود رقابت در بازار، دستشان برای تدوین شرایط و نرخ فروش و عرضه داخلی باز است؛ اما این در حالی است که در مقابل قوانین نیز برای حمایت از مصرف‌کننده موجود است که گاهی به علت ناآگاهی خریداران از جزئیات حقوق خود در مقابل شرکت‌های خودروساز، آنها از سر بی‌اطلاعی یا به دلیل برخی اجحاف‌ها متضرر می‌شوند. صنعت در این گزارش به نحوه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان در صنعت خودرو پرداخته است.

آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو در راستای توجه به حقوق واقعی مصرف‌کنندگان در بازار خودرو کشور به امضای هیات وزیران رسید و به طور رسمی ابلاغ شد؛ آیین‌نامه‌ای که در آن وظایف عرضه‌کنندگان خودرو نسبت به مصرف‌کنندگان آمده است.

در بخشی از این آیین‌نامه، عرضه‌کننده موظف شده نسبت به تهیه نظامات و دستورالعمل‌های مربوط به عرضه خودرو و نظارت بر حسن اجرای آن، در چارچوب دستورالعمل ابلاغی وزارت صنعت، معدن و تجارت اقدام کند که محورهای اصلی آن در ۱۶ مورد ذکر شده است. این موارد شامل فرآیند فروش، فرآیند و نظام پرداخت سود و خسارت متعلقه به مصرف‌کننده، بازرسی قبل از تحویل خودرو، حمل مناسب خودرو از محل عرضه‌کننده تا نمایندگی مجاز، نظام آموزش کارکنان شرکت عرضه‌کننده و نمایندگی‌های مجاز خود، پذیرش، گردش کار خدمات قابل ارائه، برنامه‌ریزی تعمیرات و ترخیص خودرو به نمایندگی مجاز، راهنمای تعمیراتی بخش‌های گوناگون خودرو، نظام تامین و توزیع به موقع تمامی قطعات موردنیاز واسطه خدمات پس از فروش و نمایندگی مجاز آنها، نظام تشویق، تنبیه و اعطا و لغو نمایندگی‌های مجاز خود، ارتقای کمی و کیفی شبکه نمایندگی‌های مجاز خود، اطلاع‌رسانی شفاف رتبه نمایندگی و حقوق مشتریان در محل پذیرش نمایندگی مجاز، نظام نظرسنجی از مراجعان تمامی نمایندگی‌های مجاز، سازکار ردیابی قطعات به‌ویژه قطعات ایمنی نصب شده روی خودرو، نظام رسیدگی به شکایات و تعیین‌تکلیف موضوع با رعایت ضوابط قانونی ظرف ۲۰ روز و نظام ارائه خدمات سیار و طرح‌های امدادی در دوره تضمین و دوره تعهد برای مشترکان خود است.

در راستای حمایت از حقوق خریداران خودرو در ایران، حقوقی موسوم به حقوق مصرف‌کننده برای آنها در نظر گرفته شده است. قانون حمایت از مصرف‌کنندگان خودرو در سال ۱۳۸۶ تصویب شد و ۱۱ ماده دارد. زمانی که از خودرو صحبت می‌کنیم هم منظورمان هر نوع وسیله نقلیه موتوری است که در داخل یا خارج از کشور تولید شده است.

حقوق مصرف‌کننده در صنعت خودروسازی کشور نادیده گرفته می‌شود

یک کارشناس مسائل حقوقی گفت: انحصار موجود در بازار خودرو کشور بر عدم‌ارتقای سطح کیفی خودروهای تولید داخلی تاثیر بسزایی دارد و با توجه به رقابتی نبودن بازار، شرکت‌های خودروسازی تولیدات خود را با شرایط دلخواه خویش به شهروندان تحمیل می‌کنند.

سیدمهدی حجتی در گفت‌وگو با ایسنا درباره ارتقای وضعیت خودروسازی در کشور گفت: برای ارتقای کیفی وضعیت خودروسازی در کشور باید انحصار موجود در این حوزه به‌طور کامل از بین رفته و پای شرکت‌های خودروسازی خارجی به کشور باز شود. تجربه ثابت کرده تا زمانی که چند شرکت محدود دولتی و شبه‌دولتی، بازار خودرو را در چمبره انحصار خویش دارند، کیفیت محصولات داخلی شرکت‌های خودروسازی روز به روز به جای ارتقای کیفی، دچار تنزل کیفی می‌شوند و این اجتناب ناپذیر است.

این وکیل دادگستری با بیان اینکه مراجعی مانند شورای رقابت توانایی و اقتدار لازم برای مقابله با این انحصار را در بازار خودرو کشور نداشته‌اند، گفت: انحصار موجود در بازار خودرو کشور بر عدم‌ارتقای سطح کیفی خودروهای تولید داخلی تاثیر بسزایی دارد و با توجه به رقابتی نبودن بازار، شرکت‌های خودروسازی داخلی، تولیدات خود را با شرایط دلخواه خویش به شهروندان تحمیل می‌کنند و بدیهی است تا زمانی که موانع ورود تولیدکنندگان دیگر از بین نرود و بازیگران دیگری نیز وارد عرصه تولید نشوند، بازار خودرو رقابتی نخواهد شد و متاسفانه در عمل شاهد هستیم که شورای رقابت به‌جای از بین بردن انحصار دولتی موجود در زمینه تولید خودرو، تمام فشار خود را روی نهادهای مدنی یا نهادهایی که مورد حمایت دولت قرار ندارند و انحصاری نیز در آنها وجود ندارد، می‌آورد.

این عضو هیات مدیره کانون وکلای دادگستر مرکز اضافه کرد: طبق گزارش سازمان بهداشت جهانی، تلفات حوادث رانندگی در ایران ۱۱ برابر استاندارد جهانی است که بخش زیادی از این خسارات و سوانح ناشی از عیوب خودروهای تولید داخل و ایمن نبودن آنهاست و علت اساسی این امر نیز بی‌توجهی خودروسازان داخلی به کیفیت محصولات خویش و نادیده گرفتن حقوق مصرف‌کننده در صنعت خودروسازی کشور است.

حجتی با اشاره به اینکه قانونگذار با تصویب قانون خاص و مقرر کردن تکالیفی برای عرضه‌کنندگان خودرو تلاش کرده تا گامی در جهت ایمن‌تر کردن خودروهای تولید داخل بر دارد، افزود: در خردادماه سال ۱۳۸۶ قانونی با عنوان «قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو» از تصویب مجلس گذشت که در عمل و اجرا توفیقی پیدا نکرد و در صورتی که فقط ماده ۲ این قانون با نظارت وزارت صنایع و معادن که مکلف بر نظارت بر اجرای این قانون است اجرا می‌شد تاکنون باید شاهد ارتقای سطح کیفی خودروهای تولید داخل بودیم که متاسفانه شاهد تنزل کیفی به جای ارتقای کیفی بوده‌ایم.

این وکیل دادگستری با تاکید بر اینکه صنعت خودروسازی کشور در وضعیتی است که باعث تضییع حقوق عامه می‌شود، گفت: معاونت حقوق عامه و پیشگیری از جرم دادستانی کل کشور باید با ورود به این حوزه، مانع از تضییع بیشتر حقوق شهروندانی شود که باوجود پرداخت چندبرابر نرخ واقعی برای تولیدات خودرو داخلی، مجبورند محصولاتی کم‌ایمن و با کیفیت پایین را مورداستفاده قرار دهند در حالی که شهروندان می‌توانند با همین مبالغ خودروهای خارجی با کیفیت بالایی را در صورت فراهم شدن شرایط بازار رقابتی خریداری کنند.

حجتی در پایان با اشاره به اینکه وجود دست‌های پشت‌پرده در بازار خودرو موردتایید مقامات رسمی و بلندپایه کشور از جمله دادستان کل کشور قرار گرفته، گفت: بدیهی است هرجا در تولید کالای مشخصی انحصار و منافع اقتصادی بالا نیز در چنین سطحی وجود داشته باشد طبعا مافیا و دست‌های پشت‌پرده هم شکل می‌گیرد و تولیدکننده نیز خود را مقید به عرضه کالای با کیفیت و خدمات مطلوب پس از فروش نمی‌کند. مشکل دیگر آن است که عمده مردم از حقوق خویش به‌عنوان مصرف‌کننده در این زمینه آگاه نیستند و همین امر بر سوءاستفاده بیشتر تولیدکنندگان داخلی خودرو از شرایط موجود اثر می‌گذارد و باعث می‌شود خود را متعهد به رعایت حقوق مصرف‌کننده ندانند.

سخن پایانی

مطمئنا در دنیای پرتلاطم امروزی، یکی از موضوعاتی که می‌تواند جوامع بشری را از اختلافات شخصی و جمعی در امان بدارد، «آشنایی با حقوق متقابل افراد با یکدیگر و قانون» است که مهم‌ترین اثر این آشنایی و آگاهی را می‌توان در پیشگیری از وقوع بسیاری از مشکلات حقوقی دانست؛ بنابراین امروز تلاش داریم موضوع «حقوق مصرف‌کنندگان خودرو» را بررسی کنیم. از جمله روش‌های خرید خودرو برای مصرف‌کنندگان استفاده از شرایط پیش‌فروش آن است تا با تقسیط هزینه‌ها از عهده پرداخت آن برآیند، اما جدا از شرایطی که خودروسازان برای پیش‌فروش تعیین می‌کنند، قوانین مهمی هم برای صیانت از حقوق خریداران تدوین شده که بعضا خریداران از این حقوق خود مطلع نیستند. مصرف‌کنندگان کالاهای گوناگون حقوقی دارند؛ خریداران خودرو هم از این حقوق بی‌نصیب نیستند.

IMIDRO
IRANIAN MINES AND MINING INDUSTRIES DEVELOPMENT AND RENOVATION ORGANIZATION
سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران

"آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای شماره ۶-۱۲-۱۴۰۱-IMI"

سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران در نظر دارد مناقصه عمومی یک مرحله‌ای با موضوع "انجام امور خدمات عمومی، فنی و اداری در طرح ایجاد زیست بوم نوآوری و فناوری بخش معدن و صنایع معدنی ایران" را به شرح زیر از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. لذا از علاقمندان واجد شرایط دعوت به عمل می‌آید جهت دریافت اسناد مناقصه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به آدرس www.setadiran.com (شماره مناقصه در سامانه ستاد: ۲۰۰۱۰۰۳۰۰۷۰۰۰۱۷۱) مراجعه نمایند.

۱- نام و نشانی مناقصه گزار: سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران به نشانی: تهران، میدان فردوسی، خیابان شهید سپهبد قرنی، نرسیده به خیابان سمیه، نبش کوچه دهخدا، پلاک ۳۹ کدپستی: ۱۵۸۱۶-۱۴۵۱۳ تلفن: ۴۱۸۶۸۰۰۰-۰۲۱

۲- موضوع مناقصه: انجام امور خدمات عمومی، فنی و اداری در طرح ایجاد زیست بوم نوآوری و فناوری بخش معدن و صنایع معدنی ایران.

۳- مدت اجرای کار: ۱۲ ماه شمسی.

۴- مدت اعتبار پیشنهادها: ۱۸۰ روز از آخرین مهلت ارسال پیشنهادها.

۵- نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: فیش بانکی واریز نقدی و یا تودیع یک فقره ضمانت نامه بانکی معتبر به مبلغ ۸٫۳۵۰٫۰۰۰٫۰۰۰ ریال که برای مدت ۳ ماه اعتبار داشته و برای ۳ ماه دیگر قابل تمدید باشد (ضمانت نامه باید دارای شماره سپام بوده و نباید هیچ گونه شرطی از سوی بانک در ضمانت نامه درج گردد).

۶- مهلت زمانی و محل دریافت اسناد مناقصه: اسناد مناقصه از تاریخ درج آگهی لغایت ساعت (۱۷) روز پنج شنبه مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۱۱ از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستادایران) در دسترس و قابل دریافت می باشد.

۷- مهلت زمانی و محل ارائه پیشنهاد و زمان بازگشایی پاکت های مناقصه: اسناد و مدارک مربوط به پیشنهاد مناقصه باید پس از ثبت مهر و امضای الکترونیکی حداکثر تا ساعت (۱۲) روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۲۲ در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستادایران) بارگذاری شده و از طریق آن سامانه ارسال‌شوند. فقط اصل تضمین‌شرکت در فرآیند ارجاع کار (پاکت "الف") می بایست علاوه بر بارگذاری در سامانه مذکور، ظرف مهلت فوق الذکر به صورت فیزیکی و مهر و موم‌شده به آدرس مناقصه گزار (مندرج در بند ۱) تحویل گردد. شایان ذکر است که جلسه بازگشایی پاکات مناقصه ساعت (۱۳:۳۰) روز دوشنبه به تاریخ ۱۴۰۱/۱۲/۲۲ برگزار خواهد شد./

شناسه آگهی: ۱۴۶۱۳۰۴ م الف / ۴۷۱۵ سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران

سازمان زمین‌شناسی و اکتشافات معدنی کشور

تجدید مزایده عمومی واگذاری شمش طلا و نقره

سازمان زمین‌شناسی و اکتشافات معدنی کشور در نظر دارد ۵ قطعه شمش طلا ونقره حاصل ازعملیات اکتشافی وآزمایشگاهی خود را از طریق مزایده عمومی، به شرح جدول ذیل از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت به شماره مزایده ۲۰۰۱۰۰۳۰۰۸۰۰۰۰۱۷، با شرایط مندرج در اسناد مزایده به اشخاص حقیقی و حقوقی واجد صلاحیت واگذار نماید:

ردیف	شناسه	نوع شمش	عیار	وزن (گرم)
۱	۱۰۱	طلا	۲۲	۱۰۰۲/۲۷
۲	۱۰۲	طلا	۲۲	۱۰۰۲/۳۱
۳	۱۰۳	طلا	۲۱	۱۰۰۸/۲۰
۴	۱۰۴	طلا	۲۱	۶۴۳/۳۰
۵	۱۰۵	نقره	۹۲۵	۵۰۱/۲۰

ـ کلیه مراحل برگزاری مزایده از دریافت اسناد مزایده تا ارایه پیشنهادات مزایده گران و بازگشایی پاکت‌ها از درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.

ـ مزایده‌گران می‌بایست در صورت عدم عضویت قبلی مراحل ثبت نام در سامانه مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مزایده محقق‌سازند.

ـ از کلیه مزایده‌گران دعوت می‌شود از تاریخ ۱۴۰۱/۱۲/۶ لغایت ۱۴۰۱/۱۲/۱۳ مدارک ذکرشده در اسناد مزایده را تهیه و تکمیل نموده، و مطابق دستورالعمل پاکات (الف)،(ب) و (ج) را درسامانه‌ستاد بارگذاری نموده و پاکت (الف) را در بسته و لاک و مهرشده ، حداکثر تا پایان وقت اداری‌ساعت ۱۴ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۱/۱۲/۲۴ به دبیرخانه‌سازمان زمین‌شناسی و اکتشافات معدنی کشور تحویل داده و رسید دریافت نمایند .

اطلاعات تماس و آدرس سازمان زمین شناسی و اکتشافات معدنی کشور : تهران، میدان آزادی، بلوار معراج،

تلفن : ۶۴۵۹۵-۰۲۱ ، نمابر : ۶۶۰۷۰۵۱۶-۰۲۱ پایگاه اطلاع رسانی: www.gsi.ir

شناسه آگهی: ۱۴۶۰۶۷۶ م الف / ۴۷۱۰

شهرداری اصفهان
سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری اصفهان

آگهی مناقصه عمومی

شهرداری اصفهان در نظر دارد عملیات «تهیه و نصب پلاک‌های آبی حاوی QR هوشمند در منطقه ۱ شهرداری اصفهان» به شماره (سیستمی) ۲۰۰۱۰۹۴۳۲۵۰۰۰۱۴۶ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید.

کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت و تحویل اسناد فراخوان تا بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد.

متقاضیان شرکت در مناقصه در صورت عدم عضویت در سامانه، نسبت به ثبت‌نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی (به صورت برخط) برای کلیه صاحبان امضای مجاز و مهر سازمانی اقدام لازم را به عمل آورند.

مواعد زمانی:

تاریخ انتشار مناقصه: ۱۴۰۱/۱۲/۰۶

مهلت دریافت اسناد مناقصه: ۱۴۰۱/۱۲/۱۶

مهلت ارسال پیشنهادات: ۱۴۰۱/۱۲/۲۷

زمان بازگشایی پاکت‌ها: ۱۴۰۲/۰۱/۱۵

نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه:

ضمانت‌نامه معتبر بانکی با عنوان ضمانت‌نامه شرکت در مناقصه/مزایده به میزان یک میلیارد و ششصد میلیون (۱،۶۰۰،۰۰۰،۰۰۰) ریال

- اطلاعات تماس و آدرس دستگاه: اصفهان، بلوار آئینه خانه،ابتدای بن‌بست سپیده، سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری اصفهان

تلفن: ۷-۳۶۶۱۷۳۲۵-۰۳۱

شهرداری اصفهان — سازمان فناوری اطلاعات و ارتباطات شهرداری اصفهان

آگهی تغییرات شرکت سهامی خاص سپاهان شیمی

آگهی تغییرات شرکت سهامی خاص سپاهان شیمی به شناسه ملی ۱۰۲۶۰۲۴۸۶۱۷ و به شماره ثبت ۳۸۰۶ به استناد صورتجلسه هیئت‌مدیره مورخ ۱۴۰۱/۰۷/۲۴ تصمیمات ذیل اتخاذ شد: - علی پهلوان‌نژاد به شماره ملی ۰۰۴۴۷۵۲۹۳۸ به سمت عضو اصلی هیئت‌مدیره بهرام ابوطالبی کرکوندی به شماره ملی ۱۲۸۱۶۹۱۵۲۶ به سمت مدیرعامل خارج ازاعضاء احمد خدابنده‌لو به شماره ملی ۴۰۳۱۴۱۷۱۶۰ به سمت نایب‌رئیس هیئت‌مدیره علی ایران پور به شماره ملی ۵۴۱۹۰۸۲۶۳۲ به سمت رئیس هیئت مدیره تا تاریخ ۱۴۰۲/۰۵/۳۱ انتخاب گردیدند. - کلیه اوراق و اسناد مالی و تعهدات شرکت با امضای دونفر از اعضای هیئت‌مدیره متفقا با مهر شرکت معتبر می‌باشد. مدیرعامل مجری مصوبات هیئت‌مدیره خواهد بود.

اداره کل ثبت اسناد و املاک استان اصفهان اداره ثبت شرکت‌ها و موسسات غیرتجاری اصفهان (۱۴۶۱۴۸۷)

یادداشت

«حمایت از حقوق مصرف‌کننده» پارادوکس صنعت خودرو در ایران

امیرحسن کاکایی
عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت

سال‌هاست سیاســتگذاران سیاســت‌های متفاوتی برای حمایت از مصرف‌کننده مطرح می‌کنند که به بهانه آن، هم به مصرف‌کننده ضربه زده‌اند و هم به ســاختار تولید و اقتصاد کشور. یکی از نخستین‌های آن در دهه ۷۰، تعدد خودروســازی در ایران بود. در آن زمان، مالکیت ایران خودرو و ســایپا در اختیار سازمان گسترش بود. تقریبا همزمان با ادغام رنو و نیســان، سازمان گسترش با این ایده که خودروسازی‌ها باید با هم رقابــت کنند و تنها راه آن، واگذاری ســهام آنها به بخش‌های مختلف با تضاد منافع برای تحریک رقابت است، شروع کرد به واگذاری سهام. این روند امروز تا جایی رسیده که حدود ۶ و ۱۷ درصد سهام ایران خودرو و سایپا در اختیار سازمان گسترش یا به‌عبارتی دولت است. از سویی دولت در این مدت به انحــاء گوناگون از واگذاری مدیریت به بخش خصوصی ســرباز زده و هم‌اکنون بخش مهمی از سهام دو شرکت به صورت تودلی است. بدین ترتیب دو خودروساز داریم که مسیر عکس حرکت در جهان را در ۲۰ ســال گذشته طی کرده و به یک رقابت ظاهری احمقانه دست زده‌اند که امروز مســئولان کشــور را به این حد از ناامیدی کشــانده که مشغول برنامه‌ریزی برای جمع کردن صنعت خودرو و در نهایت توسعه صنعت مونتاژ هستند.

امروز بیش از ۳۰ خودروساز رسمی در حال تولید داریم که دست‌کم ۱۰ تای آنها مدعی تولید ســواری هســتند و دست‌کم ۵ تای آنها (ایران خودرو، ســایپا-پارس خــودرو، بهمن موتور، کرمان موتــور و مدیران خــودرو) خطوط تولیــد کاملی در اختیار دارند. مــا حتی بیش از ۱۰۰ مجوز خودروســازی داریم. این در حالی است که کره جنوبی حداکثر ۵ خودروســازی دارد که ۴ خودروساز آن، زیرمجموعه خودروسازان غول دنیا هستند و فقط یک خودروساز با دو برند دارد که یک غول در دنیای صنعت خودرو اســت: هیوندای کیا. این خودروســاز بیش از ۸ میلیون خودرو در سال تولید می‌کند و به دورترین نقاط دنیا می‌فروشد، اما ما با ۵ خودروســاز بزرگ، تا اینجا در بهترین شرایط توانسته‌ایم ۱.۶ میلیون خودرو با وابستگی خیلی زیاد به خارج از کشور، تولید کنیم. بزرگ همه اینها یعنی ایران خودرو، نهایتا مدعی اســت که می‌خواهد ســال آینده رکــورد بزند و ۹۰۰ هزار خودرو تولید کند و در تاریخ ما تولید یک مدل خودرو در سال از ۵۰۰ هزار خودرو (پراید) تجاوز نکرده است. در حالی که همه دنیا روی پلتفرم‌های مشترک برای رسیدن به تیراژهای بالا (بالای یک‌میلیون برای یک پلتفرم خودرو و ۸ میلیون برای کل خودروساز) کار می‌کنند، ما برای هر خودرو جدید با تیراژهایی حداکثر ۱۵۰ هزارتایی، ۳ تا ۴ تامین‌کننده برای قطعه مهمی مانند ECU در نظر می‌گیریم. در این حالت، کیفیت پایین و نرخ بالا می‌رود. بعد سیاســتگذاران در کمال تعجب از مدیران اجرایی خودروسازی‌ها سوال می‌کنند که چرا خودرو گران در می‌آید؟ یکی نیست سوال کند که خودتان این کلاف سردرگم را ایجاد کرده و بعد به‌دنبال مقصر می‌گردید؟

البته در دهه ۸۰، یک روش جدید مطرح شــد که بیاییم و یک پلتفرم مشــترک (ال ۹۰) را بگیریم و بین دو خودروساز بزرگ اتحاد ایجاد کنیم و این گونه صنعت را پیشــرفت دهیم، اما برعکــس همه دنیا که پلتفرم مشــترک را می‌گیرند و خودروهای متنوع تولید می‌کنند، در ایران آن را گرفتنــد و هر دو یک خودرو (تندر ۹۰) را تولید کردند و جالب اســت بدانید آن‌قدر آن را گران درآوردند که نتوانستند با تولیدکننده اروپایی آن (داچیــا در رومانــی) در صادرات رقابت کنند. جالب اینجاســت که طبق برآوردهای شــخصی، هنوز با کیفیت‌تریــن و قابل‌اطمینان‌ترین خودرو ایرانی دســت مردم همان تندر ۹۰ اســت. مع‌ذلک آن طرح هم شکســت خورد، چراکه دو خودروســاز و سیاســتگذاران با رقابت‌های منفعت‌طلبی‌های شــخصی و جناحی با هم نتوانستند آن هم‌افزایی را ایجــاد کنند و خلاصه اینکه این پــروژه حتی به اهداف خود نزدیک هم نشــد، چه برسد به اینکه منشــأ یک حرکت بزرگ ملی برای استفاده از پلتفرم مشترک شــود. امروز در ایران خودرو و ســایپا، به جرأت بگوییم بیش از ۶ پلتفرم گوناگون در حال بکارگیری اســت و جالب اینکه اخیرا وزارت صمت در حال فشــار آوردن به سایپا برای استفاده از یک پلتفرم جدید است.

اما در یک دهه اخیر، یک ایده بســیار خطرناک دیگر هم مطرح شــد کــه در نوع خــود بی‌نظیر بود. عــده‌ای این نظریه را مطــرح کردند که با قیمت‌گذاری دســتوری با فشــار به خودروســاز می‌توان قیمت‌ها را در بازار کنترل کرد و از آن‌طرف با فشــار به خودروســاز می‌توان باعث شــد رقابت‌پذیر شــود و کیفیت‌ها و تنوع را بالا ببــرد. امروز بر همگان واضح اســت که چگونه این طرح وحشــتناک، نه‌تنها بازار را به آشــوب کشــید و امروز وقت بخش مهمی از جامعه را در صف‌های قرعه‌کشــی یــا حراجی‌های بــورس کالا تلف می‌کند، بلکه صنعت خــودرو را رو به اضمحــلال برد. متاســفانه مســئولان مربوطه امروز با روشــن شــدن پیامدهای فاجعه‌آمیز این راهبرد، نه‌تنها از مردم عذرخواهی و در راهبرد خــود تجدیدنظر نمی‌کنند، بلکه با ادامه آن سیاســت در حال تخریب کامل صنعت هستند و به‌عنوان تکمیل این طرح در این موقعیت خطیر مشغول هموار کردن مسیر واردات هستند.

ای کاش واردات خودرو از خودروســاز بزرگ یــا کوچک معتبر را در دستور کار می‌گذاشــتند. البته این سیاستگذاران در حال جمع کردن تمام موانع قانونی بــرای خرید خودروها از کف بازارهای منطقه و چین هســتند. چند ســال بود که می‌گفتم افزایش استانداردهای خودرویی بدون توجه به زیرســاخت‌ها غلط اســت. حال امروز مســئولان، بدون کاهش خواســته‌های خــود درباره صنعــت خودرو، در حــال کاهش اســتانداردهای برای خودروهای وارداتی هســتند و از آن جمله کاهش اســتاندارد آلایندگی از یورو ۵ به یورو ۴ اســت. کار تا جایی پیش رفته که رســما وزارت نفت به‌جای عذرخواهی از مردم به تحمیل هزینه‌های وحشــتناک، اعلام کرد که می‌تواند بنزین یورو ۴ تامین کند. البته کار به همین‌جا هم ختم نشــده و برخی کامــلا وا داده‌اند و مملکت را برای خودروهای دســت‌دوم خارجی آمــاده و راه حمایت از مصرف‌کننده را آزادسازی کامل این فرآیند حتی برای اشخاص حقیقی اعلام می‌کنند.

دســتمریزاد به این سیاستگذاران که صنعت کشــور را به‌طور کامل ســرکوب و همه‌جــوره آن را گرفتــار کرده‌اند و از آن‌طــرف خودباخته خارجی‌ها و مشغول رایزنی با این و آن هستند، که چند صد هزار خودرو دست‌دوم را خریداری و مشکل مصرف‌کننده را حل کنند.

صمت عملکرد خودروسازان در رعایت حقوق مصرف‌کنندگان را بررسی کرد

سه‌گانه رقابت، انحصار و حمایت

شهناز صفایی
editor@smtnews.ir

مصرف‌کننــدگان کالاهــای مختلــف، حقوقــی دارنــد که خریداران خــودرو هم از این حقوق بی‌نصیب نیســتند. در واقع، قانون حمایت از مصرف‌کنندگان خودرو طرح‌شــده تا از خریداران پشــتیبانی و حمایت کند. وجود قوانینی مانند قانون حمایت از مصرف‌کنندگان خودرو، ایده بسیار جالبی است. پشتیبانی از مصرف‌کنندگان، حلقه گمشده بازگشت رونق به بســیاری از صنایع و بازارهاســت. روز ملی حمایت از حقــوق مصرف‌کنندگان بهانه‌ای شــد تــا در این گزارش صمت به عملکرد خودروسازان داخلی درباره رعایت حقوق مصرف‌کنندگان بپردازیم.
با صمت همراه باشید.

عکس: صمت

اگر در صنعت خودرو، اصرار بر قیمت‌گذاری دستوری داریم و قرار بر اصلاح نرخ پایه خودروهای تولیدی است، باید پارامتر کیفیت و استاندارد موردتوجه قرار بگیرد

سیکل معیوب حمایت از حقوق مصرف‌کننده

صادق بشیری، منتقد حوزه خودرو درباره عملکرد خودروســازان در حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان بــه صمت گفت: تمــام کشــورهای جهــان برای حمایــت از حقــوق مصرف‌کننده، ســازکار خاصی دارند و اغلب در قالب انجمن، غیردولتی و مســتقل به‌طور واقعــی از مصرف‌کنندگان حمایت می‌کنند. متاســفانه در کشور چنین سازکاری با ویژگی‌هایی که گفته شد، وجود ندارد. البته به‌صورت ظاهری و در حد شــعار، انجمن‌هایی بــرای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان فعالیت می‌کنند، منتها اینکه این انجمن‌ها مســتقل نیستند، در واقعیت از سوی آنها عملکــرد مثبتی را در این بخش شــاهد نیســتیم. بشــیری در ادامــه اظهار کرد: انجمنــی که ادعای حمایــت از حقــوق مصرف‌کننــده را دارد نباید به نهاد یا ســازمانی وابســته باشد و اگر هدف حمایت از مصرف‌کننده است باید در چارچوبی غیردولتی و مستقل باشد. این کارشناس صنعت خودرو افزود: در حال‌حاضــر مرجعی که به‌طــور واقعی به‌دنبال حقوق مصرف‌کنندگان باشــد و زیرساخت‌های آن در کشــور ما وجود ندارد و آنچه شاهد آن هستیم، بیشــتر شکل صوری دارد. بشیری با اشاره به اینکه صنعتگران بیشــتر به‌صورت ظاهــری به حمایت از حقــوق مصرف‌کننــدگان اذعــان دارد، اظهار کرد: در حال‌حاضر چون صنعتگــران با بحران اقتصادی مواجه هســتند، تمایل زیادی بــه اینکه در بخش حمایــت از مصرف‌کننــده نقش پر رنــگ و واقعی ایفــا کنند، ندارند و در روح فعالیت‌های آنها به‌طور واقعی حمایت از حقوق مصرف‌کننده نهادینه نشده است.

وی ادامه داد: حمایــت از مصرف‌کننده با عرضه خودرو با قیمت‌هــای غیرمنطقی که در حال‌حاضر شاهد آن هستیم، نه‌تنها مردود است و هیچ توجیه منطقی ندارد، بلکه با این رویه، به‌نوعی ضدحمایت از مصرف‌کنندگان عمل می‌شود و به ضرر آنهاست. در این سیســتم، در فرآیندی کــه برای حمایت از مصرف‌کننــده در نظــر گرفته شــده، گــردش کار معیوب اســت. در کشــورهای دیگر، نــرخ خودرو منطقی و واقعی اســت، اما نرخ ســوخت متناسب با نرخ بازارهای منطقه‌ای اســت، تا تاثیرگذار باشد و منجر به کاهش مصرف ســوخت شود. در کشور ما این روند وارونه طی می‌شــود که شــاهدیم نرخ خودرو چندبرابر و غیرمنطقی اســت، اما ســوخت خیلی ارزان است.

رضایــت مصرف‌کننــده به‌طــور واقعــی محقق نمی‌شود

بشــیری با اشــاره به اینکه در کشور ما هم مدام صحبت از حمایت از مصرف‌کننده است، اما در یک ســیکل درست و تاثیرگذار نیســت، افزود: با اینکه قانــون حمایت از حقــوق مصرف‌کنندگان تصویب شده، منتها صوری و در حد شعار است و در واقعیت ســازکار تاثیرگــذاری در قبال حمایــت از حقوق مصرف‌کننده نداریم. متاسفانه مصرف‌کنندگان در بخش‌های مختلف امکان اینکه حقوق خودشــان را پیگیری کنند و به نتیجه برسند را ندارند.

این کارشــناس حوزه خودرو خاطرنشــان کرد: ســامانه‌ها و واحدهایــی بــرای حمایــت از حقوق مصرف‌کننده ایجاد و به ظاهر هم فعالیت می‌کنند، اما در نهایت آنچه اتفاق می‌افتد را نمی‌توان حمایت دانســت. واقعیت این است که در بخش تولید، بازار و خدمات، طبــق اســتانداردها و قوانینی که برای حمایت از مصرف‌کنندگان تعریف و مصوب شــده، عمل نمی‌شــود. البته تاکید می‌کنــم که به ظاهر اقداماتی انجام می‌شود، اما در نهایت وقتی پیگیری می‌کنیم نمی‌توانیم آن را مصداق واقعی حمایت از مصرف‌کننده بدانیم.

وی گفت: البته در بخش خدمات و به‌طور خاص خدمات پس از فروش شــرکت بازرســی و کیفیت استاندارد ایران بیش از هر نهادی در صنعت خودرو، نظــارت، ارزیابی، نظرســنجی و پرسشــگری دارد، منتهــا در این بخش نیــز در قبال مصرف‌کنندگان و حمایــت از آنهــا، فقــط ســازکار وجــود دارد و رضایت مصرف‌کننده به‌طور واقعی جلب نمی‌شود. حمایــت از مصرف‌کننده یعنی اگر در جریان خرید محصولی، حقی از او ضایع شــده باید متناســب با آن جبــران و رضایــت مصرف‌کننده تامین شــود، البته در چارچوبی درســت. به‌راســتی کدام‌یک از خودروسازهای ما درصدد جبران حقوق ضایع‌شده از مصرف‌کنندگان هســتند؟ این پرسشی است که پاسخ آن مشــخص است. واقعیت این است که هیچ نهادی در این بخش به‌طور واقعی پاســخگو نیستند و به‌عبارتی پاســخگویی در سطحی بسیار غیرقابل‌قبول است.

مسابقه خدمت به مصرف‌کننده

بشــیری درباره تفــاوت عملکــرد صنعتگران ما در بحــث حمایــت از حقوق مصرف‌کننــدگان در مقایسه با کشورهای دیگر اظهار کرد: در کشورهای توســعه‌یافته این‌گونــه اقدامــات اجباری نیســت. در این کشــورها، فضا، فضای رقابتی اســت. وقتی صحبــت از اجبار درباره ضرورت‌ها می‌شــود؛ یعنی مــا در آن بخش به پیشــرفت و توســعه به معنای واقعی نرســیده‌ایم. اینکه مجبــور به رعایت حقوق مصرف‌کننــدگان باشــیم، نمونــه‌ای از این رویکرد است. در همه‌جا، فضا، فضای رقابتی است و مسابقه خدمت بــه مصرف‌کننده و مشــتری و صنعتگران برای اینکه امتیاز بیشــتری به‌دســت آورند، اقبال بیشــتری به ارائه خدمــات بهتــر و باکیفیت‌تر به مشتریان و رعایت حقوق آنها دارند.

سازکار در این کشورها به‌نوعی است که نمی‌تواند امتیازهــای فریبنده کســب کند و اطلاع‌رســانی و تبلیغــات غیرواقعی هم بــرای صنعتگر پیامدهایی دارد؛ یعنــی نهاد ناظر اجازه تخلف و سوءاســتفاده را نمی‌دهد.

رضایت مصرف‌کننده سود بیشتری نصیب خودروساز می‌کند

محمدحسین پروانه، کارشــناس حوزه خودرو نیز درباره عملکرد صنعتگران حــوزه خودرو در حمایت از حقــوق مصرف‌کننــدگان بــه صمت گفــت: در حال‌حاضر شرایط صنعت و بازار خودرو قدری ملتهب اســت و این صنعت از یک‌سو با زیان انباشته زیادی روبه‌رو و از ســوی دیگــر، صنعت خودرو ما شــامل تحریم‌هاســت و به‌راحتی نمی‌توانیم قطعات یا مواد اولیــه باکیفیت را وارد کنیم و بــرای تامین این نوع قطعات و مــواد اولیه که به‌طورقطع روی تولیدات ما تاثیرگذار است، باید هزینه بیشتری بپردازیم که نرخ محصول نهایی را متاثــر از دورزدن تحریم‌ها، خواب سرمایه و... بالاتر خواهد برد.

پروانه در ادامه درباره اینکه خودروسازان ما چقدر حقــوق مصرف‌کنندگان را رعایــت و از آنها حمایت می‌کننــد، اظهار کــرد: در اســتانداردهای مربوط به رعایت حقوق مصرف‌کنندگان شــاخصی وجود دارد به‌نام شاخص IQS (Initial Quality Study) یا مطالعه کیفیت اولیه که نشان‌دهنده خرابی خودروها در ۳ ماه نخست مالکیت است. این شاخص در یکی، دو سال اخیر در کشور ما تا حدودی بهبود پیدا کرده اســت. از ســال ۹۷ که تحریم اعمال شــده تا امروز شاهد بهبودهایی در این شاخص بودیم.

وی افــزود: در این میان، اینکه مقایســه کنیم چه میــزان رضایــت مصرف‌کنندگان نهایــی را در بحث کیفیت خودرو، کسب کرده‌ایم، واقعیت این است که هنوز موفقیت ما در این بخش چشــم‌گیر نیست. به همین دلیل، لازم اســت در این حوزه اقداماتی انجام دهیــم. بحث مبارزه بــا قاچاق کالاهــای بی‌کیفیت هم در این بخش مطرح اســت که در این راســتا نیز اقداماتی در وزارت صنعت، معدن و تجارت شروع‌شده است. به‌عنوان نمونه، کد رهگیرهایی که برای قطعات صادر می‌شود، اقدامی در این راستاست.

ایجاد انگیزه برای حمایت واقعی

این کارشــناس صنعــت خودرو در ادامه با اشــاره به اینکه در بازار با شــاخصه نــرخ محصول، موضوع حمایت از مصرف‌کننده بیشتر مطرح می‌شود، ادامه داد: قیمت‌گــذاری خــودرو در ســال‌های اخیر مدام موردبحث و بررســی بوده و نوســان داشــته اســت. در این میــان، صحبت از قیمت‌گذاری دســتوری و زیاندهی خودروسازان می‌شود که گریبانگیر صنعت خودرو کشــور است و به‌نوعی مانع از این می‌شود که خودروسازان ما به‌طور واقعی به موضوع کیفیت ورود کنند، چراکه برای آنهــا صرفه اقتصادی ندارد. حتی در سودی که برای خودروساز در نظر گرفته می‌شود، خودرو باکیفیت با خودرویی باکیفیت پایین‌تر در یک محدوده هستند که با این عملکرد، به‌نوعی انگیزه از خودروساز گرفته شده است.

پروانــه افــزود: اگر در صنعــت خــودرو، اصرار بر قیمت‌گذاری دســتوری داریم و قــرار بر اصلاح نرخ پایه خودروهای تولید اســت، بایــد پارامتر کیفیت و اســتاندارد موردتوجه قرار بگیرد کــه اگر خودرویی توانســت رضایــت مصرف‌کننــده را کســب کند و کیفیت بالاتری داشته باشد، سود بیشتری را نصیب خودروســاز کند تا خودروســاز انگیزه داشته باشد تا در راســتای رعایت حقــوق مصرف‌کنندگان به‌دنبال افزایش کیفیت محصولات خود باشد. از سوی دیگر، پارامترهای جریمه‌ای خودروساز هم می‌تواند تقویت شود که اگر در محصول تولیدی خود به‌عنوان نمونه قطعه بی‌کیفیتی را به‌کار برد، ملزم به تعویض قطعه و رعایت حقوق مصرف‌کننده شود.

دوگانه رقابت و انحصار

این کارشــناس صنعت خودرو در مقایسه عملکرد خودروسازان ما با خودروسازان سایر کشورهای دنیا، اظهار کرد: در کشــور به‌طور همزمان چند اتفاق رخ داده یا در حال رخ دادن اســت که باعث شده شرایط خودروسازان ما با خودروســازان بین‌المللی متفاوت باشــد. مهم‌ترین پارامتر در این بخش رقابت اســت کــه همه متفق‌القول این پارامتر را بســیار تاثیرگذار می‌دانند. در صنعت خودرو و حتی بین قطعه‌ســازان کشور شاهد رقابتی نیستیم از این‌رو طبیعی است که در حمایت از مصرف‌کنندگان ضعیف باشیم. البته منظور از رقابــت این نیســت که به عنــوان نمونه، قطعه‌ســازان متفاوتــی ایجاد و از آنهــا قطعه خریداری کنیم و منحصــر به تعدادی از قطعه‌سازان نباشــیم. در واقع در کشور دوگانه‌ای در خودروسازی داریم به‌نام دوگانه رقابت یا انحصار. در صنعــت خودرو مجبور به ایجاد حصارهایی هســتیم که همه کشــورها هم این‌کار را انجــام می‌دهند. در این میان، اینکه این انحصار را چگونه مدیریت کنیم، مهم اســت. مدیریت انحصار، یــک موضوع مدیریتی پیشــرفته است که متاســفانه ما چنین رویکردی در کشــور نداریم و همین امر باعث شــده رقابتی شکل نگیــرد که در نهایت هم ارتقــای کیفی محصولات و اقداماتی در راســتای رعایت حقوق مصرف‌کنندگان را نخواهیم داشت.

پروانه در پایان گفت: با توجه به آنچه گفته شــده، بــا توجه بــه رویکردی کــه در ســطح کلان دنبال می‌کنیــم، در بحث رعایت حقــوق مصرف‌کنندگان، اختلاف فاحشی بین خودروسازان ما با خودروسازان کشورهای پیشرفته وجود دارد.

در حال‌حاضر مرجعی که به‌طور واقعی به‌دنبال حقوق مصرف‌کنندگان باشد در کشور ما وجود ندارد

سخن پایانی

حمایــت از حقوق مصرف‌کننــدگان باید به‌عنوان یک اصل در زنجیره تولید تا مصرف، مدنظر قرار گیرد تا فرآیند تولیــد تا مصرف با تحول همراه شــود. در شــرایط حاکم بر اقتصاد کشــور، مصرف‌کننده باید به این موضوع توجه کند که باید از تولید ملی و صنعت کشــور حمایت کند و تولیدکننده هم باید این موضوع را بداند که بقای تولید در جهت توانمندی مصرف‌کنندگان است. هیچ‌کدام از این بخش‌ها حذف‌شدنی نیست.

مصــرف، آخرین حلقه از فرآیند تولید اســت و جایی اســت که محصول نهایی مورداســتفاده قــرار می‌گیرد. در چرخــه تولیــد، توزیع تا مصرف، حقــوق زیادی برای مصرف‌کنندگان قابل تصور اســت که کشورهای مختلف با توجه بــه درجه توسعه‌یافتگی‌شــان به برخــی از این حقوق اشــاره می‌کنند. مهم‌ترین حق مصرف‌کننده که حق طبیعی اوســت و در تمامی کشورها مورد اتفاق‌نظر همگان قــرار گرفته، حق برخــورداری از کالا یا خدمات سالم و معادل ارزش پولی است که مصرف‌کننده پرداخت کرده است. حق انتخاب، حق اطلاع‌یابی، حق ایمنی، حق شنیده‌شــدن، حق مشارکت در تدوین استانداردها، حق برخــورداری از حمایت در قبــال کالا و خدمات زیان‌آور، حــق برخورداری از حمایت در برابر رویه‌های فریبکارانه، قسمتی از حقوق مصرف‌کنندگان است. حق برخورداری از ســلامتی ایمنــی و دریافت کالا و خدمات ســالم، حق برخورداری از اطلاع‌رســانی درســت و کامل نســبت به کالا و خدماتی که مصرف می‌کنند شــامل نوع، کیفیت، آگاهی از تاریخ تولید، تاریخ انقضای مصرف و درج قیمت جز حقوق مهم دیگری اســت کــه مصرف‌کنندگان باید از آن برخوردار باشــند. حق برخــورداری از بازار رقابتی و ضدانحصار، حق لحاظ شــدن تامین نیازهای اساســی در تصمیم‌گیری‌ها، حق برخورداری از جبران خســارات واردشــده ناشــی از مصرف کالا و خدمات و... جز حقوق مصرف‌کنندگان است.

ضرورت رفع موانع حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان

عکس: آیدا فریدی

مرضیه احقاقی: **در تقویم رسمی کشور، نهم اسفند با عنوان «روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان» نام‌گذاری شده است. منظور از مصرف‌کننده هر شخص حقیقی و یا حقوقی است که کالا یا خدمتی را خریداری می‌کند.**

حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در ایران نیازمند بازنگری و بازتعریف است. در این بازنگری حقوق هیچ‌کدام از مصرف‌کنندگان نباید نادیده گرفته شود. در این بازنگری هیچ شرکت یا مجموعه‌ای به سبب وابستگی به دولت نباید استثنا شود. بدون تردید این دست سخت‌گیری‌ها درنهایت زمینه توسعه صنعتی را فراهم می‌کند و مردم نیز از نتایج آن منتفع خواهد شد. در همین حال لازم است ابزارهای حمایتی نیز موردتوجه قرار گیرند تا یک مجموعه نتواند به‌راحتی از اجرای مصوبات و دستورالعمل‌ها سر باز کنند.

عادی‌انگاری بی‌توجهی به حقوق مصرف‌کننده

محمدعلی سبحانی فعال صنعت ساخت‌وساز در گفت‌وگو با صمت اظهار کرد: ساخت‌وساز و فعالیت‌های عمرانی از صنایع اصلی مصرف‌کننده محصولات صنایع معدنی هستند. فولاد و سیمان ۲ محصول پرکاربرد در بخش ساختمان‌سازی هستند که از یک‌سو تأثیر بسزایی بر قیمت تمام‌شده ساخت مسکن را دارند؛ از سوی دیگر نیز کیفیت ساخت‌وساز را تأمین می‌کنند.

وی گفت: خرید مسکن یکی از مهم‌ترین معاملاتی است که شاید برخی تنها برای یک‌بار آن را در طول زندگی تجربه کنند. قیمت بالای خرید مسکن و همچنین نقش آن در تأمین امنیت یک خانواده بر اهمیت این خرید بیش از قبل می‌افزاید. بااین‌وجود حقوق روشن و شفافی برای حمایت از مصرف‌کنندگان این حوزه که خریدار مسکن هستند تبیین نشده است. درواقع نبود مرجع رسمی و مشخص برای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در حلقه‌های مختلف تولید، امکان سودجویی را در این بازار فراهم کرده است. موضوعی که به‌واسطه اثرگذاری آن بر جان انسان‌ها و خطرات زندگی در کشوری زلزله‌خیز باید بیش‌ازپیش موردتوجه قرار گیرد. متاسفانه در طول سال‌های گذشته بارها مشاهده کرده‌ایم هر زلزله خفیفی خسارات قابل‌توجهی را به منازل مردم وارد می‌کند یا جان و سلامت آنها را با خطر روبه‌رو می‌کند؛ بنابراین توجه به کیفیت محصولات مصرفی در این بخش از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

سبحانی گفت: توجه به مساله قیمت مصالح ساختمانی یکی دیگر از موضوعاتی است که بر قیمت تمام‌شده ساخت‌وساز اثر می‌گذارد. بر همین اساس نیز در مواردی شاهد اجرای سیاست‌های دستوری برای تعیین نرخ محصولات پرکاربرد در ساختمان‌سازی هستیم. بااین‌وجود به‌اعتقاد من این دست نظارت‌ها نمایشی هستند و درنهایت هم به نفع مصرف‌کننده نخواهد بود. وی افزود: در شرایطی که اصرار بر ثابت ماندن قیمت یک محصول خارج از قاعده عرضه و تقاضا وجود دارد، تولیدکنندگان از ارائه محصول سر بازمی‌زنند و فعالیت‌های ساخت‌وساز در کمبود مصالح به تعویق می‌افتد. کار به همین‌جا هم ختم نمی‌شود چراکه این تعویق به‌منزله افزایش هزینه تمام‌شده ساخت‌وساز است و مصرف‌کننده نهایی نیز از آن متضرر می‌شود. با توجه به این شرایط هیچ‌گاه با نظارت این‌چنینی بر قیمت‌ها موافق نبوده‌ام و چنین مواردی را دنبال نکرده‌ام چراکه درنهایت از روند آن متضرر خواهیم شد.

وی در ادامه تاکید کرد: محصولات ساختمانی از سیمان و مصالح تا تیرآهن و میلگرد و... باکیفیت‌های مختلفی در بازار موجود هستند. این محصولات بسته به کیفیت باقیمت‌های متفاوتی عرضه می‌شوند. باوجود تمام تفاوت‌ها در کیفیت این محصولات، عموماً حداقل استاندارد درروند تولید این محصولات اخذشده که مجوز ورود به بازار را یافته‌اند؛ یعنی حداقل معیارهای کیفیت درروند تولید آنها پاس شده است.

سبحانی گفت: بااین‌وجود در مواردی شاهد ساخت واحدهای ساختمانی باکیفیت پایین هستیم؛ البته این چالش از دلایل مختلفی نشأت می‌گیرد و کیفیت پایین محصولات ساختمانی، یکی از این دلایل است. طراحی نامناسب مسکن، عملکرد اشتباه سازندگان با هدف کمتر هزینه کردن و... همگی می‌توانند زمینه وارد آمدن ضربه به کیفیت نهایی ساختمان را فراهم کنند.

این فعال صنعت ساخت‌وساز در پایان گفت: سازندگان نسبت به کیفیت محصولاتی که خریداری می‌کنند آگاهی دارند. درواقع در چنین شرایطی سازنده متضرر نمی‌شود بلکه مردم به‌عنوان خریدار و مصرف‌کننده ساختمان از این شرایط لطمه می‌بینند چراکه مردم مصرف‌کننده نهایی محصولات موردبحث هستند. مصرف‌کننده‌ای که هیچ اشرافی به ایرادات محصول خریداری‌شده ندارد و تنها بر اساس ظاهر ساختمان اقدام به خرید آن می‌کند و به این زودی‌ها یا تا قبل از وقوع حادثه‌ای نیز متوجه آن نمی‌شود. البته نظارت بر روند ساخت‌وساز وجود دارد هرچند که همیشه هم کارساز نیست. در چنین شرایطی امکان رسیدگی وجود ندارد و باید تاکید کرد حقوق مصرف‌کننده در این حوزه آن‌قدرها هم اهمیت ندارد.

پیگیری دشوار، مانع رسیدگی

علیرضا پیش‌بین از فعالان صنعت ساخت‌وساز در گفت‌وگو با صمت تاکید کرد: متاسفانه در کشور ما هیچ مرجعی نسبت به رشد قیمت خارج از قاعده مصالح ساختمانی، تیرآهن، میلگرد و... پاسخگو نیست. بر همین اساس نیز در موارد متعددی شاهد گران‌فروشی این محصولات در بازار هستیم. البته مصالح ساختمانی بخش محدودی از قیمت فروش مسکن را به خود اختصاص می‌دهند اما بهانه‌ای هستند برای رشد چند برابری قیمت مسکن.

بدین ترتیب، حقوق خریداران مسکن به‌عنوان مصرف‌کننده نهایی تضییع می‌شود. این سازنده مسکن در ادامه گفت: محصولات ساختمانی باکیفیت‌های مختلفی در بازار موجود هستند. در چنین شرایطی برخی از سازندگان ترجیح می‌دهند به‌ازای پرداخت هزینه بیشتر محصولاتی را باکیفیت بالا خریداری کنند. اما بدون تردید این انتخاب همه سازندگان نیست چراکه به رشد هزینه تمام‌شده آنها منجر می‌شود؛ بنابراین در چنین شرایطی شاهد ساخت واحدهایی باکیفیت پایین هستیم.

وی افزود: این در حالی است که استفاده از محصولاتی باکیفیت بالا تأثیر بسزایی در ایمنی ساخت‌وسازها دارد. درنتیجه باید اذعان کرد نبود مرجعی برای رسیدگی به حقوق خریداران یا دشواری این دست پیگیری‌ها درنهایت ضررهای غیرقابل جبرانی را می‌تواند به دنبال داشته باشد یا در ساده‌ترین شرایط ساکنان یک منزل مسکونی یا واحد اداری به‌مرورزمان با عیوب مواد اولیه مورداستفاده در ساخت آن مواجه می‌شوند. پیش‌بین در پاسخ به سوالی مبنی بر امکان پیگیری چالش‌های یادشده از سوی سازندگان به‌عنوان مصرف‌کنندگان محصولات ساختمانی و فولادی گفت: سازندگان ساختمان به‌عنوان مصرف‌کننده مصالح ساختمانی ترجیح می‌دهند وقت خود را صرف این دست مسائل نکنند چراکه امیدی به نتیجه‌بخش بودن این دست پیگیری‌ها ندارند. خریداران نهایی مسکن نیز به‌سرعت متوجه چنین ایراداتی نمی‌شوند و در عمل راهکاری برای پیگیری این دست کمبودها وجود ندارد.

سخن پایانی

مصرف‌کننده در قبال خرید کالا یا خدمات یادشده باید مجموعه‌ای از امتیازات یا اختیارات را از مصرف‌کننده دریافت کند. ازجمله نخستین و پایه‌ای‌ترین این حقوق باید به مرغوبیت و استاندارد بودن کالا یا خدمات اشاره کرد. در همین حال عرضه‌کنندگان موظف هستند تمامی اطلاعات و همچنین چگونگی استفاده از کالا را در اختیار مصرف‌کنندگان قرار دهند. در ادامه مصرف‌کنندگان می‌توانند حقوق خود را مستقلاً پیگیری کنند. بااین‌وجود حقوق مصرف‌کنندگان در ایران بیشتر جنبه تشریفاتی دارد. این موضوع برای مصرف‌کنندگان میانی که خود تولیدکننده محصول دیگری هستند، به‌مراتب دشوارتر است و کمتر امکان برزو یا عملیاتی شدن می‌یابد.

کسب «تندیس سیمین توسط شرکت آهن و فولاد ارفع»
در پنجمین جشنواره ملی صنعت سلامت محور

پنجمین جشنواره ملی صنعت سلامت محور در بخش صنعت، معدن و تجارت، با حضور بیش از یکصد شرکت تراز اول صاحب‌نام نفتی، معدنی و خدماتی، با هدف سنجش سلامت، بهداشت و ایمنی محیط کار شرکت‌ها، در یکم اسفند ماه سال ۱۴۰۱ در «مرکز همایش‌های بین‌المللی دانشگاه شهید بهشتی تهران» برگزار گردید.

به گزارش روابط عمومی و امور بین‌الملل شرکت آهن و فولاد ارفع شرکت‌کنندگان در این دوره در ۸ محور و ۲۴ استاندارد سختگیرانه علمی مورد پایش و قضاوت قرار گرفتند و شرکت آهن و فولاد ارفع که با پیگیری‌های واحد ایمنی، بهداشت و محیط‌زیست در این جشنواره حضور یافته بود، در نهایت با اختلاف امتیاز بسیار ناچیز نسبت به برخی شرکت‌های تراز اول نفتی و معدنی، با دریافت تندیس سیمین در رتبه دوم جشنواره قرار گرفت.

رتبه‌بندی شرکت‌های برگزیده در این جشنواره در پنج سطح تندیس زرین، تندیس سیمین، تندیس بلورین، لوح اشتهار و لوح تقدیر بوده است.

شماره ۱۴۶۱۷۸۳
آگهی تحدید حدود حوزه ثبتی شهرستان نوشهر
پیرو آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و به استناد تبصره ذیل ماده ۱۳ قانون و ماده ۱۳ آیین‌نامه قانون اخیرالذکر تحدید حدود املاک مشروحه ذیل در ساعت و تاریخ‌های مقرر در محل وقوع ملک به شرح ذیل به عمل خواهد آمد.
املاک متقاضیان واقع در قریه مونج پلاک۹ اصلی بخش ۲ ییلاقی
۳۶ فرعی آقا/ خانم قدیر معلمی فرزند اسمعیل نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی (کاربری ورزشی) به مساحت ۳۲۶.۸۵ مترمربع خریداری بدون واسطه/ بواسطه از حسن شمسی
ساعت ۹ صبح روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۱/۱۹ لذا از متقاضیان و مالکین املاک مجاور و صاحبان حقوق ارتفاقی دعوت می‌شود در وقت مقرر در محل وقوع ملک حضور بهم رسانند بدیهی است در صورت عدم حضور متقاضی و یا نماینده قانونی آنان طبق ماده ۱۵ قانون ثبت ملک مورد تقاضا با حدود اظهار شده از طرف مجاورین تحدید خواهد شد. معترضین می‌توانند به استناد ماده ۲۰ قانون ثبت و مواد ۷۴ و ۸۶ آیین‌نامه قانون ثبت ظرف مدت ۳۰ روز از تاریخ تنظیم صورت مجلس تحدید حدود اعتراض خود را کتبا به این اداره تسلیم و ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض به واحد ثبتی مبادرت به تقدیم دادخواست به مرجع قضایی نمایند. در غیر این صورت با ارائه گواهی عدم تقدیم دادخواست توسط متقاضی و یا نماینده قانونی وی و بدون توجه به اعتراض واصله عملیات ثبتی با رعایت مقررات ادامه می‌یابد.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۱۲/۰۶
صفر رضوانی، رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان نوشهر

شماره ۱۴۵۹۳۱۳
آگهی تحدید حدود حوزه ثبتی شهرستان نوشهر
پیرو آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و به استناد تبصره ذیل ماده ۱۳ قانون و ماده ۱۳ آیین‌نامه قانون اخیرالذکر تحدید حدود املاک مشروحه ذیل در ساعت و تاریخ‌های مقرر در محل وقوع ملک به شرح ذیل به عمل خواهد آمد.
املاک متقاضیان واقع در قریه نازه‌آباد پلاک۱۷ اصلی بخش ۱ قشلاقی
۱۵۸۸ فرعی آقا/ خانم محمود احمدی‌راد فرزند ابوالقاسم نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی (کاربری زراعی) به مساحت ۳۴۸.۶۷ مترمربع خریداری بدون واسطه/ بواسطه از رفعت کریمی
ساعت ۹ صبح روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۱/۱۹ لذا از متقاضیان و مالکین املاک مجاور و صاحبان حقوق ارتفاقی دعوت می‌شود در وقت مقرر در محل وقوع ملک حضور بهم رسانند بدیهی است در صورت عدم حضور متقاضی و یا نماینده قانونی آنان طبق ماده ۱۵ قانون ثبت ملک مورد تقاضا با حدود اظهار شده از طرف مجاورین تحدید خواهد شد. معترضین می‌توانند به استناد ماده ۲۰ قانون ثبت و مواد ۷۴ و ۸۶ آیین‌نامه قانون ثبت ظرف مدت ۳۰ روز از تاریخ تنظیم صورت مجلس تحدید حدود اعتراض خود را کتبا به این اداره تسلیم و ظرف مدت یکماه از تاریخ تسلیم اعتراض به واحد ثبتی مبادرت به تقدیم دادخواست به مرجع قضایی نمایند. در غیر این صورت با ارائه گواهی عدم تقدیم دادخواست توسط متقاضی و یا نماینده قانونی وی و بدون توجه به اعتراض واصله عملیات ثبتی با رعایت مقررات ادامه می‌یابد.
تاریخ انتشار: ۱۴۰۱/۱۲/۰۶
صفر رضوانی، رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان نوشهر

نوبت اول شماره ۱۴۶۱۷۹۲
آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی نوشهر
نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰، املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی نوشهر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می‌گردد.
املاک متقاضیان واقع در قریه مونج پلاک ۹ اصلی بخش ۲ ییلاقی
۳۶ فرعی آقا/خانم قدیر معلمی فرزند اسمعیل نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی (کاربری ورزشی) به مساحت ۳۲۶.۸۵ مترمربع خریداری بدون واسطه/ بواسطه از حسن شمسی
لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آیین‌نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی/ کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی، رای هیات الصاق تا در صورتی که اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می‌نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین‌نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می‌رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می‌نماید.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱۲/۰۶ — تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۲/۲۰
صفر رضوانی، رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان نوشهر

نوبت اول م الف ۶۹۸
آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین‌نامه تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی
برابر رای شماره ذیل هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی شبانکاره تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی ذیل محرز گردیده است.
لذا به منظور اطلاع عموم مراتب دردو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید، ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض، دادخواست خود را به مرجع قضایی تقدیم نمایند.
۱- رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۲۴۰۰۸۰۰۰۷۵۷ تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی آقای مهدی بارگاهی فرزند حیدر به شماره شناسنامه ۱۰۰ صادره از دشتستان به شماره ملی ۶۱۰۹۹۴۷۹۶۲ نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۲۲۶۶۲/۸۷ مترمربع پلاک ۲۷۰ فرعی از ۷۳۲۳ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۷۳۲۳ اصلی واقع در بخش سه شبانکاره قریه پلنگی خریداری از مالک رسمی بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.
۲- رای شماره ۱۴۰۱۶۰۳۲۴۰۰۸۰۰۰۷۵۶ تصرفات مالکانه و بلامعارض متقاضی آقای مهدی بارگاهی فرزند حیدر به شماره شناسنامه ۱۰۰ صادره از دشتستان به شماره ملی ۶۱۰۹۹۴۷۹۶۲ نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین مزروعی به مساحت ۲۹۲۴۴/۳۳ مترمربع پلاک ۲۷۱ فرعی از ۷۳۲۳ اصلی مفروز و مجزی شده از پلاک ۷۳۲۳ اصلی واقع در بخش سه شبانکاره قریه پلنگی خریداری از مالک رسمی محرز گردیده است.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱۲/۰۶ — تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۲/۱۲
الهمراد رزمجو، رئیس اداره ثبت اسناد و املاک واحد شبانکاره

نوبت اول شماره ۱۴۵۹۳۲۲
آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی حوزه ثبتی نوشهر
نظر به دستور مواد ۱ و ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰، املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی نوشهر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می‌گردد.
املاک متقاضیان واقع در قریه نازه‌آباد پلاک ۱۷ اصلی بخش ۱ قشلاقی
۱۵۸۸ فرعی آقا/خانم محمود احمدی‌راد فرزند ابوالقاسم نسبت به ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی (کاربری زراعی) به مساحت ۳۴۸.۶۷ مترمربع خریداری بدون واسطه/ بواسطه از رفعت کریمی
لذا به موجب ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آیین‌نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی/ کثیرالانتشار در شهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی، رای هیات الصاق تا در صورتی که اشخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواست به اداره ثبت محل تحویل دهد که در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه است و در صورتی که اعتراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می‌نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیست. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین‌نامه مذکور در مورد قسمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیم اظهارنامه حاوی تحدید حدود، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می‌رساند و نسبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می‌نماید.
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱۲/۰۶ — تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۲/۲۰
صفر رضوانی، رئیس ثبت اسناد و املاک شهرستان نوشهر

یادداشت

استانداردسازی و حمایت از حقوق مردم

شهرام شریعتی
کارشناس و فعال معدن

معـدن هم مثل هـر بنگاه اقتصادی دیگـری باید به‌ازای تزریق پول و سـرمایه، خروجی قابل‌توجهی داشـته باشد، درآمـد مناسـبی ایجاد کند و هزینه‌ها را پوشـش دهد، اما از آنجایی کـه در کل دنیای ادبیات معدن با ادبیات صنعت تفـاوت دارد، طـرح تجـاری (Business Plan) آن‌هم با دیگر فعالیت‌های اقتصادی متفاوت است.

بـرای همیـن دنیـا تصمیم گرفت کـه دربـاره معدن و ضروریـات فنـی و اقتصـادی آن از زبـان و ادبیات خاص معدنکاری استفاده شود. برای همین استانداردسازی شروع شـد و امـروزه دیگر نمی‌تـوان همان شـیوه‌ای را که برای نوشـتن طرح تجاری صنایع غذایی اسـتفاده می‌شود، برای تهیه و تدوین طرح معدن هم به‌کار برد.

برای همین سـازمان زمین‌شناسـی اتحادیـه اروپا برای خود اسـتانداردی منتشـر کرد و به همین ترتیب سـازمان زمین‌شناسـی و اکتشـافات امریکا، سـازمان زمین‌شناسی فرانسـه، کانادا و برخی دیگر از کشـورها هم ضوابط مدنظر خود را تدوین و منتشـر کردند و قرار بر این شـد که برای سـرمایه‌گذاری معدنی اول استانداردهای موردنظر برای آن اخذ شود.

بانک جهانـی و اتحادیه اروپا از این کار اسـتقبال کردند و گفتنـد اگر ایـن اسـتانداردها موردتایید ما قـرار گیرد، می‌توانیم در معادن و صنایع معدنی سـرمایه‌گذاری کنیم، به‌شـرط آنکه این گزارش‌های استانداردشـده بیرون بیایند و نقـاط دیگری از دنیـا از جمله افریقای‌جنوبی پا به میدان گذاشـت و شـرط سـرمایه‌گذاری خود در معادن را رعایت اسـتانداردهای ویژه خود گذاشـت. به‌تدریج استانداردهای دیگـری از جمله جورک تدوین شـد، امـا هیچ‌یک مزیت خاصی بر دیگری نداشتند.

ما هم در ایران استانداردهایی برای خود ایجاد کرده‌ایم،اما چون کارشناسـانی که ایـن ضوابط را تدویـن کردند، باور چندانـی بـه کار خـود نداشـتند، نتایج کار آنهـا قدرت و استواری چندانی نداشـت و به‌تبع آن، موردقبول بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری قرار نگرفت. برای همین هر جایی می‌گوید اسـتانداردها باید در فرمت من انجام شود و امروزه در عمل براسـاس نظرات و دیدگاه‌های افراد تهیه و تدوین می‌شود.

این موضوع در ایران کاملا مرتبط قائم‌به‌فرد اسـت، یعنی نظرات شـخصی افراد به استانداردها تحمیل می‌شود و این تحمیل نظرات شخصی به استانداردها، از اساس روح و نفس آن را زیر سوال می‌برد و باعث می‌شود طرح‌های تجاری که در ایران تدوین می‌شود، قوت و قدرت چندانی نداشته باشد و نمی‌توان چندان به آن اعتماد کرد.

از طرف دیگر، در ایران موسسـه‌ای به‌عنوان مرجع نداریم که مثل سازمان تجارت جهانی یا بانک‌های بزرگ دنیا برای خود موسسـاتی داشـته باشـند، به‌طورتخصصی طرح‌های تجاری معـدن و صنایع معدنی را کنترل کنند و نظر متقن و جامعی داشـته باشـند. بنابراین، طرح‌های داخلی معمولا چنـدان قابل‌اتکا و اعتماد نیسـتند، مگـر اینکه یک بخش خصوصـی برای خود سـرمایه‌گذاری کند و کار دقیق انجام دهد تا بتوان به آن طرح اعتماد کرد.

وقتی قرار اسـت سـرمایه‌گذاری انجام شـود و از طریق اعتبـارات بانکـی یا اخذ تسـهیلات، فاینانـس و امثال آن منابعـی ایجاد و بـه اجرای طرح اختصـاص یابد، اگر طرح معدن مناسـب و عملیاتی نباشـد، یعنی کل منابع به هدر خواهد رفت و این بزرگ‌ترین زیان است.

به‌طورکلـی، هـر کاری که انجام می‌شـود، باید سـود و منافعی داشته باشد، بنابراین باید حساب دودو تا چهارتایی روی آن انجـام شـود. نمی‌توان هیچ طـرح تجاری را بدون طرح و برنامه تجاری و محاسـبات فنی و اقتصادی عملیاتی کرد. سـرانجام معدن هرچقدر هم که کوچک‌مقیاس باشد (بـرای مثال معدن ۱۰۰ یا ۲۰۰ هـزار تن) بالای چند ۱۰ میلیارد سـرمایه‌گذاری نیـاز دارد و نمی‌توان در این زمینه بی‌گدار به آب زد.

در واقـع با همین روالی که پیش می‌رویم، احتمال زیادی وجود دارد که نتیجه سـرمایه‌گذاری‌ها منفی باشد، بنابراین اگر بدون طرح، محاسـبه فنی و اقتصادی و اسـتانداردهای موضوعـی اقدامـی انجـام شـود، خواه‌ناخـواه ریسـک سـرمایه‌گذاری افزایش پیدا می‌کند و هزینه‌های اضافی به طرح تحمیل می‌شود.

معدنکاری بدون داشتن طرح تجاری به‌معنای اتلاف منابع ملی است. بر فرض اگر نرخ بازده داخلی (IRR) را بتوان به ۱۲۰ درصد رسـاند، معدنکاری بدون داشتن طرح اقتصادی در نهایت به ۴۰ درصد خواهد رسید. این یعنی اتلاف منابع ملی. آنچه تحت‌عنوان سـازمان نظام مهندسی و مدیریت و برنامه‌ریزی یا سامانه بهین‌یاب و امثال آن ایجاد شده است، بدون استاندارد باعث هدررفت سرمایه ملی می‌شوند.

مگـر در قانون به‌طورمشـخص معادن جـزو انفال نیامده اسـت؟ بنابراین ما حق نداریم، به‌راحتی سرنوشـت انفال را به‌دست سرمایه‌گذاری بسـپاریم که با پشتوانه یک تراکتور و یک منبع آب، درباره بخشـی از ثروت ملی تصمیم‌گیری کند.

همـواره گفته‌انـد کـه معدنـکاری اگر به‌صـورت علمی و اقتصـادی انجام نشـود، باعـث تخریب معدن می‌شـود. به‌همین‌دلیـل در قانـون معدن سـال ۷۷ یکـی از دلایل چهارگانه تعطیلی معدن موضوع اسـتخراج بی‌رویه و بدون استاندارد از معادن است.

گفت‌وگو

در گفت‌وگوی صمت درباره کم‌وکیف رعایت حقوق مصرف‌کننده در حوزه معدن مطرح شد

کفه نامتوازن ترازوی حمایت

گیتا جاودانی
editor@smtnews.ir

سه‌شـنبه هفته جـاری روز ملی حمایـت از مصرف‌کننده اسـت. درباره تاریخچـه توجـه به این مفهوم گفته می‌شـود که مصرف‌کننـدگان تا چند دهه پیش از جنبه‌های گوناگون در معرض بی‌عدالتی و آسـیب‌دیدگی قرار داشـتند، از جمله این آسـیب‌ها ناآگاهی از فرآیند تولید کالاها و ترکیبات آنها، عوارض و خطرهای ناشـی از مصرف کالاهای زیانبار، ناآگاهی از شیوه صحیـح مصـرف کالا و شـرایط نگهداری آن، تبلیغات نادرسـت، شـرایط غیرمنصفانه معاملـه و قیمت، ضعف خدمات پس از فـروش، عدم‌پایبندی تامین‌کننده و تولیدکننـده کالا به تعهداتی نظیر گارانتی، ضمانت و ...، از این‌رو در چند دهه گذشته در کشورهای مختلف تلاش وسیعی در تعریف و تبیین حقوق مصرف‌کننده و حمایت از آن مبذول و هر روز نیز بر تقویت آن افزوده می‌شود. در ایران در بسیاری از موارد مصرف‌کننده، حتی نمی‌داند، قانـون چـه حمایت‌هایی تحت‌عنـوان حقـوق مصرف‌کننـده از او به‌عمل می‌آورد. ایـن مفاهیم در زمینه معدن مبهم‌تر اسـت. در گفت‌وگوی امروز صمت، بـا تقی نبئی، کارشـناس و فعال حوزه معـدن در پی یافتن تعریفی برای این مفهوم در حوزه معدن هستیم.

عکس: صمت

> در عرف بازار و باوجود قوانین حمایتی این بخش، کفه ترازو حمایتی همواره به طرف مصرف‌کننده سنگینی می‌کند و حمایت‌های مختلفی از مصرف‌کننده‌های این بخش که واحدهای فرآوری و متالورژی هستند، انجام می‌شود

◉ حقوق مصرف‌کننده در بخش معدن به چه معنایی است؟

به‌طورکلی براسـاس عرف و قانونی که در جامعه ما جاری و ساری است، حقوق مصرف‌کننده عبارت اسـت از حق برخـورداری از خدمات یـا تولیداتی که کیفیت لازم را داشـته باشـند. عـلاوه بر این، مصرف‌کننده باید در انتخاب کالا و خدمات موردنظر خود، حق انتخاب داشـته باشد و هیچ انحصاری در ارائه خدمات یا کالا باعث وجود نداشته باشد.

اگـر همین تعریف را مبنا قرار دهیم، باید بگوییم که همه ارائه‌دهندگانـی که خدمات یا کالاهایی را به بخش‌های مختلف ارائه می‌کنند، موظف هستند تا تولیـدات خود را با کیفیت و تنـوع رقابتی ارائه کنند که در همین چارچوب، اصول متعدد دیگری، به‌ویـژه موضوع قیمـت، زمان تحویـل، یکنواختی کیفیت و... مستتر است.

اگـر از ایـن زاویـه به موضـوع رعایـت حقوق مصرف‌کننده نـگاه کنیم، معـدن دارای ویژگی‌ها و خصوصیاتـی اسـت کـه آن را از بقیه بخش‌های تولیـدی متمایـز می‌کنـد. اول اینکـه بهره‌بردار معـدن، خود در مقام مصرف‌کننـده قرار دارد. وی مصرف‌کننده خدمات و کالاهایی اسـت که متولی بخش معـدن ارائه می‌دهد تا بهره‌بـردار بتواند در نقش تولیدکننده ظاهر شـود و مـواد اولیه خام تا نیمه‌خـام معدنی را به مصرف‌کننـده بعدی، یعنی زنجیـره ارزش مواد معدنی، برسـاند. به‌این‌ترتیب، در ابتـدای امـر متولی ایـن بخش، یعنـی وزارت صنعت، معـدن و تجارت، بایـد خدماتی باکیفیت در اختیـار مصـرف کننـده، که بهره‌بـردار معدن اسـت، قرار دهد. قوانین، مقررات، دستورالعمل‌ها، بخشـنامه‌هایی که از مجلس، هیات‌وزیران و وزارت صمت بیرون می‌آید، از جمله این خدمات است که باید در آن مشکلات بروکراسی دیده شود و امنیت سرمایه‌گذاری را تضمین کند.

علاوه بر ایـن، توجه به حمایت‌های مالی، به‌ویژه ارائـه تسـهیلات ارزان‌قیمت برای سـرمایه‌گذاری یا حمایت‌های لجسـتیکی به‌ویژه در زمینه تامین ماشـین‌آلات و تجهیزات موردنیاز در اسـتخراج و فرآوری ضروری اسـت و انتظار مـی‌رود که متولی بخـش معدن ایـن خدمات را بـرای مصرف‌کننده خـود در نظر بگیرد، اما نقـاط ضعف زیادی در این زمینه وجود دارد که کارشناسان بارها و بارها به آن اشاره‌کرده‌اند.

کالایی که بهره‌بردار از متولی بخش معدن تحویل می‌گیرد، ذخایر معدنی اسـت که در گواهی کشف معدن کیفیت و کمیت آنها قید شـده اسـت. این گواهـی مبنای سـرمایه‌گذاری‌هایی می‌شـود که تبعات اقتصـادی کلانی در پـی دارد و همین‌طور مبنایـی برای طراحی‌های فنی ـ مهندسـی معدن اسـت تا سـرمایه‌گذار بتواند حداکثر بهره‌وری را از این بخش داشـته باشـد، زنجیره ارزش معدن را تا پایین‌دسـت ادامه دهـد و کالا و خدمات موردنظر را تامین کند.

پـس این گام اول در رعایت حقوق مصرف‌کننده بخـش معـدن اسـت و خـود بهره‌بـردار در مقام مصرف‌کننده قرار دارد.

دیگر اینکه، بهره‌بردار معدن در نقش ارائه‌دهنده کالا و خدمـات به زنجیره‌هـای گوناگون، صنایع و مصرف‌کنندگان پایین‌دستی قرار دارد و بخش‌های گوناگـون ایـن زنجیره در مقـام مصرف‌کننده و از حق‌وحقوقی برخوردار هسـتند که باید طبق عرف و قانون بهره‌بـرداران و تولیدکنندگان مواد معدنی آن را رعایت کنند.

◉ اگـر معدنـدار را نخسـتین مصرف‌کننده بخش معـدن در نظر بگیریم، حقـوق آنها در زمینـه دسترسـی بـه ماشـین‌آلات معدنی، برخورداری از بازار رقابتی و ضد انحصاری و... چگونه تامین می‌شود؟

معدنکار خود، مصرف‌کننـده خدمات و امکاناتی اسـت کـه از سـوی متولی بخـش معـدن، ارائه می‌شـود،اما باتوجه بـه اینکه طـرف دولتی دچار ضعف‌هایی اسـت، این خدمات از کیفیت و کمیت مطلوبی برخوردار نیستند.

همان‌طور که در سوال اشاره شده است، معدنکار در زمینه نوسازی ناوگان معدن مشکلات زیادی دارد و دود این بی‌توجهی به نوسازی ناوگان استخراجی و تامین ماشین‌آلات و تجهیزات موردنیاز، در نهایت در چشـم مصرف‌کننده می‌رود، زیـرا یا به‌ناچار به کیفیت تولید قربانی می‌شود یا برای تامین کیفیت مناسـب، نرخ نهایی افزایش پیدا می‌کند، که در هر دو حالت مصرف‌کننده نهایی متضرر خواهد شد.

از سوی دیگر، مقررات و دستورالعمل‌های حمایت از مصرف‌کننده داخلی، باعث شده است که بخشی از بازار داخلی از دست برود یا رقابت‌پذیری به‌اندازه کافی ایجاد نشـود. عـلاوه بر ایـن، ورود برخی از دستگاه‌های دولتی، که نسبت به بخش خصوصی از امکانات بیشتری برخوردار هستند، به مرحله تولید؛ موجب شده اسـت تولید در برخی موارد به‌صورت انحصـاری درآید و بخش قابل‌توجهی از چالش‌های معدن از هیات انحصارگرایی ناشی شده است.

◉ باتوجه به اینکه خریداران تولیدات معدنی معمولا شرکت‌ها یا کارخانه‌های دیگر هستند، حقـوق مصرف‌کننـده در آن چگونـه تعریف می‌شود؟

مصرف‌کنندگان معدن، ماده خام و نیمه‌خامی را که واحدهای معدنـی تولید می‌کنند، در واحدهای فـرآوری خـود به‌مصـرف می‌رسـانند. در واقـع، این بخش از واحدهایی تشـکیل شـده اسـت که تکمیل‌کننده زنجیره ارزش معدن هستند و به مواد اولیه خام ارزش‌افزوده می‌دهند.

بنابراین بخش معدن موظف اسـت که با تحویل مـواد خام باکیفیـت، همان‌طور کـه در تعهدات و قراردادها به آن اشاره می‌شود، حقوق مصرف‌کننده مسـتقیم تولیدات خود را رعایت کند تا واحدهای صنعتـی بتواننـد آن را به دیگـر مصنوعات تبدیل کنند و بـه بازار بعدی و زنجیره‌های پایین‌دسـتی خود، ارائه دهند.

در عرف بازار و باوجود قوانین حمایتی این بخش، کفه تـرازو حمایتی همواره به‌طـرف مصرف‌کننده سـنگینی می‌کنـد و حمایت‌هـای مختلفـی از مصرف‌کننده‌های این بخش، که واحدهای فرآوری و متالورژی هسـتند، انجام می‌شود. به‌عنوان مثال، می‌تـوان به الزامات موجود در صنایع فولاد، مس و حتی صنایع سـاختمانی اشاره کرد که باعث شده، همواره حقوق تامین کننده، که بخش معدن است، به مخاطره بیفتد.

علاوه بر این، صنایع پایین‌دسـتی که در اینجا در نقش مصرف‌کننده هسـتند، معمولا قدرت مالی و توان اجرایی بیشتر و نقش تاثیرگذارتری در تدوین قوانین و مقـررات و حتی روش تامیـن مواد اولیه دارند. این امر موجب شده است، به‌طورکلی، حقوق مصرف‌کننده این بخش همواره بیشـتر مدنظر قرار گیرد و رعایت شـود، اما در بسـیاری موارد حقوق تولیدکننده، که بخش معدن و ابتدای زنجیره تولید اسـت، ضایع شـود. برای مثال، قیمت‌گذاری مواد اولیه معادن یا تعیین عـوارض صادراتی مواد اولیه خام یا محدودیت‌هایی که در زمینه گسترش بازار، به‌ویـژه بازارهای خارجی بـرای بخش معدن ایجاد شـده، محدودیت‌های فراوانـی را برای تامین مالی معدنـکار ایجاد کـرده و همزمان باعث سـودآوری بیشـتر برای مصرف‌کننده شـده است. پس در این حوزه‌هـا حقوق مصرف‌کننده بیش از آن چیزی که انتظار می‌رفته، تامین شده است.

بنابراین اشـتباه بزرگی رخ داده است، به‌ویژه در سـال‌های اخیر که با قیمت‌گذاری دستوری بخش معدن آسـیب‌های فراوانی دیده است. این در حالی است که بسیاری از کارشناسـان معتقدند حمایت از مصرف‌کننـده زمانی به تمـام معنی تحقق پیدا می‌کنـد کـه از تامین‌کننده‌هـای مـواد اولیه هم حمایت کافی انجام گیرد.

هرچقـدر حمایت از تامین‌کننـده در این بخش بیشتر باشد، کیفیت مواد اولیه‌ای که تولید می‌شود، افزایـش پیدا می‌کند. علاوه بر ایـن، زمان تولید و نرخ تمام‌شـده هم کاهش خواهد داشت. این اتفاق به‌خودی‌خود می‌تواند نقش مهمی در افزایش سود مصرف‌کننـده ایفا کند، چرا که یکـی از مهم‌ترین حقـوق مصرف‌کننـده ایـن اسـت کـه محصولی باکیفیت بالا و قیمت‌های رقابتی دریافت کند.

خلاصه اینکه هرچقـدر حمایت در بخش قوانین و مقررات، مالی و لجستیکی از بخش معدن بیشتر شـود، نفع اصلی را مصرف‌کننـده نهایی می‌برد و حقوق مصرف‌کننـده نهایی در این بخش با حقوق تامین‌کننده گره خورده، اما متاسـفانه این مهم در سال‌های اخیر با مشکلات و موانع عدیده‌ای مواجه شـده و جای تاسف است که تامین‌کننده‌ها همواره مورد بی‌مهری قرار گرفته‌اند.

◉ آیا معدنداران هم ملـزم به رعایت حقوق مصرف‌کننـده نهایـی هسـتند یا خیـر و این ضرورت چطور در کار آنها نمود پیدا می‌کند؟

پاسخ مثبت است، زیرا ظرفیت تولید استخراجی کشـور بسیار بیشـتر از آن چیزی است که امروزه مدنظر قرار گرفته و در آمارها به آن اشـاره شـده است. اما باتوجه به محدودیت بازار و محدود بودن ظرفیت مصرف بازار داخلـی و ممنوعیت‌هایی که برای صـادرات وجود دارد، تولید مـاده معدنی در کشـور با موانعی روبه‌رو است و بر این اساس کاملا مدیریت‌شـده انجام می‌شـود و رقابت زیادی بین تولیدکننده‌های معدنی وجود دارد تا بتوانند سهم بیشتری از بازار به‌دست آورند.

در این رقابت، موضوع رعایت حقوق مصرف‌کننده هم بسیار موردتوجه است و می‌توان به جرات گفت کـه بیش از بسـیاری از بخش‌هـای تولیدی دیگر کشـور به آن اهمیت داده می‌شـود، چرا که همه تولیدکننده‌هـا می‌دانند هرکه حقوق مصرف‌کننده را در نظـر نگیرد، به‌تدریج از بازار طرد و در نهایت حذف می‌شود. این موضوع به‌ویژه درباره مواد اولیه مصالح سـاختمانی و در بـازار مصرف مواد معدنی غیرفلزی، جدی‌تر است.

◉ آیـا سـازمان حمایـت از حقـوق مصرف‌کننده بر مسائلی مانند رعایت مسائل زیسـت‌محیطی، مدیریت باطله‌هـا، بازیافت پسـاب‌ها، آلـوده نکـردن هـوا و... به‌صورت مسـتقل ورود می‌کند یـا لزومی برای این کار وجود دارد؟

سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کننده به‌صورت مسـتقیم در مـوارد فوق ورود نمی‌کنـد و باتوجه به اینکه متولیان این بخش‌ها در کشـور مشـخص هسـتند که مسـئولیت رسـیدگی به این امور را برعهده دارند، شاید اصلا ضرورتی هم برای این کار وجود نداشته باشد، اما اگر به این مسائل، حاشیه‌ها، دغدغه‌ها و موضوعات هزینه‌بر بخش معدن اشراف داشته باشند، به‌طورمسلم درک بهتری از وضعیت تولید مواد اولیه در کشور خواهند داشت.

◉ دربـاره برخـی تولیـدات معدنـی، به‌عنوان‌مثـال الـماس، معاهـدات بین‌المللی از جملـه پیمـان کیمبرلـی وجـود دارد، تـا مصرف‌کننده اطمینان داشـته باشـد، فرآیند تولید قانونی و سـالم سپری‌شـده اسـت. آیا تعهدات مشابهی درباره دیگر تولیدات معدنی هم وجود دارد یا خیر؟

تا جایی که می‌دانم در کشـور چنین معاهداتی در زمینـه تولیدات معدنی نداریم یا بسـیار کم و انگشت‌شـمار است، اما برای بخشـی از مواد اولیه، به‌ویـژه مواد اولیـه تولید مصالح سـاختمانی مثل شن و ماسه، استانداردهایی وجود دارد که سازمان ملی اسـتاندارد تعریف کرده اسـت و تولیداتی که واحدهای تامین مصالح ساختمانی عرضه می‌کنند، حتما باید براساس همان قوانین و مقررات باشد.

به‌نظر می‌رسـد باید همین شیوه استانداردسازی را بـه دیگـر مـواد معدنـی هـم تسـری دارد تا به‌این‌ترتیب از حقوق مصرف‌کننده صیانت شود.

به‌گمـان مـن، بی‌توجهی بـه استانداردسـازی مـواد اولیه و تدوین شـاخص‌های مربوطه، یکی از حلقه‌هـای مفقوده بخش معـدن، در بحث رعایت حقوق مصرف‌کننده اسـت و پیشـنهاد می‌شـود کـه وزارت صمت با همکاری مسـئولان سـازمان ملی اسـتاندارد و سـازمان نظام‌مهندسـی معدن، برنامه‌ای بـرای تدوین دسـتورالعمل‌های مربوطه طراحی کنـد، زیرا می‌توانـد در افزایش کیفیت و همین‌طـور افزایش بهـره‌وری واحدهای معدنی و رفـع دغدغه‌هـای مصرف‌کننده‌ها نقش بسـزایی داشته باشد.

◉ چطور بایـد حقوق مصرف‌کننده را در کل زنجیره تولید مواد معدنی مدنظر قرار دارد؟

مهم‌ترین راهـکاری که در ایـن زمینه می‌توان بـر آن تاکید کـرد، نظارت اسـت. در حال حاضر نظـارت فنی و مهندسـی بر معـدن و تولیدکننده مواد اولیه ضعیف اسـت و هنوز از ظرفیت سازمان نظام‌مهندسـی برای نظارت بر فعالیت‌های معدنی استفاده چندانی نشده است.

وزارت صمـت هم توان فنی و مهندسـی لازم را بـرای نظارت بـر فعالیت‌های معدنی نـدارد و این موجب می‌شـود که کیفیت خدمات و چالش‌های معدنـکاری در کشـور کاهش پیدا کنـد. از طرف دیگـر، همان‌طور که اشـاره شـد، مـا در موضوع استانداردسـازی فعالیت‌ها بسـیار عقب هسـتیم. بنابراین، باید به‌سرعت و بادقت سند استاندارد مواد اولیه و آیین‌نامه‌های لازم تهیه، تدوین و ابلاغ شود و به شـیوه‌ای بهینه به مرحله اجرا برسـد تا خیال مصرف‌کننده از نحوه تولید مواد اولیه و همین‌طور کیفیت فنی، صرفه اقتصادی و...راحت شود.

هرچقـدر که در استانداردسـازی و نظارت دقت بیشتری به خرج داده شود، از حقوق مصرف‌کننده حمایت شده و در نهایت به‌نفع ذخایر معدنی کشور است، زیرا این منابع تجدیدناپذیر و متعلق به همه مردم هسـتند و باید تلاش کرد کـه در درازمدت آسیب نبینند و بستر تولید و ایجاد اشتغال در این مرزوبوم را فراهم کنند.

تقی نبئی

> بهره‌بردار معدن، خود در مقام مصرف‌کننده قرار دارد. وی مصرف‌کننده خدمات و کالاهایی است که متولی بخش معدن ارائه می‌دهد تا بهره‌بردار بتواند در نقش تولیدکننده ظاهر شود و مواد اولیه خام تا نیمه‌خام معدنی را به مصرف‌کننده بعدی، یعنی زنجیره ارزش مواد معدنی، برساند

حمایت از مصرف‌کننده تکه گمشده پازل تولید

کیمیا ملکی
editor@smtnews.ir

در حالی که نرخ لوازم خانگی در بازار سر به فلک می‌کشد و مردم قدرت خرید بسیاری از اقلام ضروری را ندارند، تولیدکنندگان داخلی بازار را به‌دست گرفته و از آب ممنوعیت واردات لوازم خانگی ماهی می‌گیرند. همچنین ارایه تخفیف روی کالاهای تولید داخل و افزایش گارانتی لوازم خانگی از ۱۸ ماه به ۲۴ به عنوان نخستین الزامات تولیدکنندگان مطرح است. همچنین استاندارد قطعات برای افزایش کیفیت لوازم خانگی نیز در دستور کار گرفته است. این در حالی است که رهبر انقلاب در اواخر سال ۱۴۰۰ و پس از ممنوعیت واردات لوازم خانگی بر لزوم ارتقای کیفیت کالاهای تولید داخل تأکید کردند و افزودند: «حمایت‌های عملی و تبلیغاتی از تولید داخلی باید منجر به ارتقای کیفیت محصولات و همچنین ارتقای فناوری شود اما متاسفانه در برخی صنایع به‌ویژه در صنعت خودرو به موضوع کیفیت توجه نمی‌شود و مردم نیز به‌حق به آنها اعتراض دارند.اگر باوجود فضای حمایتی از تولید داخل، به جای ارتقای کیفیت، قیمت‌ها افزایش یابد، مسئله بدی است زیرا نتیجه همه حمایت‌های دولتی، بانکی و جلوگیری از رقابت‌های خارجی، عملا منجر به بالا رفتن نرخ شده است.»

صمت در این گزارش به رعایت حقوق مصرف‌کننده در حوزه لوازم خانگی پرداخته است.

اگر شرکت تولیدکننده به کیفیت تولید خود اطمینان دارد، چه اشکالی دارد که به‌خاطر اعتبار برند خود برای برخی از مشتری‌ها که مشکلی جدی در دستگاه آنها رخ داده، دستگاه را تحویل بگیرد و با نو آن تعویض کند

با ارائه خدمات پس از فروش به برند خود اعتبار دهید

اکبر پازوکی، رئیس اتحادیه فروشندگان لوازم خانگی تهران درباره قانون پس گرفتن جنس فروخته‌شده که یکی از حقوق مصرف‌کنندگان است به صمت گفت: جنس فروخته‌شده معیوب توسط شرکت‌هایی که این موضوع را در بند خدمات پس از فروش خود جای داده‌اند، پس گرفته می‌شود. برخی از شرکت‌های تولیدکننده لوازم خانگی در منشور خدمات پس از فروش خود قید کردند که اگر کالا یک ماه پس از نصب به هر دلیلی دچار نقص شود، پس گرفته خواهد شد.

وی با اشاره به دلایلی که ممکن است شرکت‌ها اجناس را نپذیرند، بیان کرد: یکی از دلایل پس نگرفتن کالا ازسوی شرکت‌ها این است که افراد از نمایندگان خود شرکت برای نصب دستگاه استفاده نمی‌کنند. با این حال بیشتر شرکت‌ها اگر اشتباه از سمت خریدار نیز باشد، تعویض جنس را انجام می‌دهد، مانند استفاده ناصحیح در نصب اولیه که از طریق یکی از آشنایان خریدار انجام شده است. اکنون گارانتی بی‌قیدوشرط یک‌ساله موتور کولر آبی که نصب آن بسیار آسان است اگر توسط شرکت انجام نشود، از بین خواهد رفت.

خدمات پس از فروش و حفظ برند

رئیس اتحادیه فروشندگان لوازم خانگی تهران با اشاره به ارائه خوب خدمات پس از فروش توسط شرکت‌ها گفت: خوشبختانه خدمات پس از فروش در کشور ما دچار تحول خوبی شده است. تاکنون شرکتی دیده نشده که به ارائه خدمات پس از فروش خود بی‌توجه باشد. اگر شرکت تولیدکننده به کیفیت تولید خود اطمینان دارد، چه اشکالی دارد که به‌خاطر اعتبار برند خود برای برخی از مشتری‌ها که مشکلی جدی در دستگاه آنها رخ داده، دستگاه را تحویل بگیرد و با نو آن تعویض کند. اکنون همه شرکت‌های تولیدکننده به این نتیجه رسیدند که ارائه خوب خدمات پس از فروش به برند آنها اعتبار می‌بخشد. امروز هم قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان بر این موضوع تاکید دارد و هم شرکت‌ها به‌خاطر اطمینان به برند خود این کار را انجام می‌دهند. خوشبختانه تاکنون در حوزه لوازم خانگی به‌خوبی این قانون اجرا شده و اگر در موارد کمی شکایتی مطرح شود، پیگیری خواهد شد.

فروشنده کاره‌ای نیست

پازوکی با اشاره به نقش فروشنده در مرجوع کردن کالای معیوب اظهار کرد: فروشنده، فروش کالای نو را انجام می‌دهد. امکان تست جنس خریداری‌شده در فروشگاه وجود ندارد و تست کالا بعد از نصب در منزل مشتری انجام می‌شود؛ در نتیجه فروشنده نقشی در این موضوع ندارد.

وی درباره افرادی که جهیزیه تهیه می‌کنند و اجناس را برای مدتی نگه می‌دارند نیز بیان کرد: در برخی از موارد که فرد لوازم خانگی را برای جهیزیه تهیه می‌کند، گارانتی از زمان نصب کالا در نظر گرفته می‌شود؛ حتی در مواردی که گارانتی کالا از زمان تولید باشد نیز شرکت تولیدکننده با مشتری به‌دلیل تهیه جهیزیه راه می‌آید.

انواع خدمات پس از فروش

رئیس اتحادیه فروشندگان لوازم خانگی تهران با اشاره به انواع خدمات پس از فروش در حوزه لوازم خانگی بیان کرد: بسته به نوع و مدل کالا و شرکت تولیدکننده نوع گارانتی که برای دستگاه در نظر می‌گیرند، متفاوت است. به این صورت که گارانتی برخی از اجناس از تاریخ تولید است، مانند جاروبرقی یا آبمیوه‌گیری که از کالاهای رسوبی هستند؛ گارانتی برخی از اجناس نیز از تاریخ نصب است، مانند یخچال، ماشین لباسشویی و... و موتور برخی از دستگاه‌ها نیز ضمانت بی‌قیدوشرط دارد.

وی با توجه به سخت‌گیری‌های دولت نسبت به فعالیت واحدهای صنفی بیان کرد: همیشه سختگیری و رصد فعالیت در مورد فروشندگان و واحدهای توزیعی اعمال می‌شود. اما آیا آمار تولید نیز با همین دقت به صورت کامل رصد می‌شود یا تنها بر اساس خروجی اعلامی توسط مدیران کارخانجات بررسی می‌شود. برای موفقیت در این مسیر نظام توزیع صنعت لوازم خانگی باید از کارخانه رصد شود. فروشندگان با حداقل سود کالا را می فروشند.

کسبه مجبور به خرید کالای قاچاق می‌شوند

رئیس اتحادیه فروشندگان لوازم خانگی با اشاره به افزایش کالای قاچاق پس از اجرای این طرح گفت: درحال‌حاضر واحدهای صنفی تنها ملزم به فروش لوازم خانگی ایرانی هستند. با اجرای این طرح دیگر آنها فروشی نخواهند داشت در نتیجه با این طرح دولت، کسبه مجبور به خرید کالای قاچاق می‌شوند. متاسفانه بسیاری از سایت‌های فروش آنلاین، کالاهای قاچاق عرضه می‌کنند. گشتی در بازار نشان می‌دهد سایت‌های فروش آنلاین، لوازم خانگی قاچاقی را می‌فروشند که ورود آن به کشور ۵ سال است که ممنوع شده است.

مهر استاندارد به مفهوم نهایت کیفیت نیست

حبیب الله انصاری، مشاور عالی صنعت لوازم خانگی در گفت‌وگو با صمت با اشاره به استانداردهای موجود گفت:در حال حاضر چهار نوع استاندارد در صنعت کشور وجود دارد که شامل استاندارد ملی اجباری، کارخانه‌ای، ملی تشویقی و بین‌المللی می‌شود. برخی کالاهای صنعتی در ایران مشمول استاندارد ملی اجباری هستند. تولید این کالاها باید با رعایت ضوابط اصول استاندارد که توسط سازمان استاندارد تدوین می‌شود، باشد. سازمان استاندارد بعد از انجام آزمایشات مختلف در ارتباط با ماهیت و تطبیق محصول با استانداردها بررسی‌های لازم را انجام می‌دهد و در نهایت نمره قبولی داده می‌شود. لازم به ذکر است که استاندارد ملی اجباری عمدتا برای حفظ ایمنی، سلامت و بهداشت محصولات است. به عنوان مثال یک ماشین لباسشویی تا استاندارد اجباری نگرفته باشد نمی‌تواند به بازار عرضه شود. برای مثال در زمینه استاندارد اجباری یک محصول می‌تواند نمره ۱۰ بگیرد و قبول شود و یک محصول دیگر نمره بالاتر بگیرد. اما بحثی که همیشه مورد تاکید بوده مربوط به استاندارد کارخانه‌ای است. امروز تولیدکننده نباید فقط به استاندارد ملی اجباری بسنده کند چرا که این استاندارد همانگونه که از نامش پیداست، اجباری و به نوعی یک قانون است. اگر کالایی استاندارد اجباری نداشته باشد نمی‌تواند وارد بازارا شود.

وی ضمن تاکید بر اینکه امروزه کیفیت سرآمد تولید است و کیفیت باید بخش مهمی از تولیدات باشد، افزود: در این زمینه می‌توان گفت برای ارتقای سطح کیفیت محصولات یک سری استانداردها را نیز کارخانه‌ها برای خود در نظر می‌گیرند. به عنوان نمونه می‌توان به سهولت استفاده و نحوه به کارگیری محصول اشاره کرد. استانداردهای کارخانه‌ای زمینه‌ای برای تدوین دوباره استانداردهای ملی اجباری می‌شوند. در حقیقت کالاهای مشمول استاندارد اجباری ملی به دلیل کسب نمره قبولی توجیهی برای مصرف‌کننده محسوب می‌شوند. اما داشتن مهر استاندارد به مفهوم برخورداری کالا از نهایت کیفیت نیست و این مهر در حقیقت حداقل استانداردی است که یک کالا باید داشته باشد. اما تولیدکننده علاوه بر این استاندارد ملی اجباری باید نگاه ویژه‌ای به کیفیت محصولات خود داشته باشد و پا را فراتر از این استاندارد بگذارد.

کاهش شدید قدرت خرید

مشاور عالی صنعت لوازم خانگی با توجه به کاهش قدرت خرید مردم اظهارکرد: لوازم خانگی از اقلام ضروری یک خانه است. امروزه با کاهش قدرت خرید، بازار لوازم خانگی در رکود کامل به سر می‌برد. همچنین تورم نیز به این رکود دامن زده است. درآمد مردم کفاف تامین نیازهای اولیه و ضروری آنها را می‌دهد و اگر به بازارهای اصلی فروش لوازم خانگی مراجعه کنید رکود حاکم بر این بازار را به وضوح مشاهده خواهید کرد، به‌طوری که فروش‌ها محدود به تهیه جهیزیه شده است. این درحالی است که بازار و تولید لازم و ملزوم یکدیگر هستند. با افزایش قدرت خرید قطعا میزان تولید نیز افزایش می‌یابد. اگر بازار از رکود خارج شود به طور مستقیم بر افزایش تولید نیز اثر خواهد داشت.

در حال حاضر چهار نوع استاندارد در صنعت کشور وجود دارد که شامل استاندارد ملی اجباری، کارخانه‌ای، ملی تشویقی و بین‌المللی می‌شود

سخن پایانی

خدمات پس از فروش (After-sales) عبارت است از تعهدی که شرکت‌ها برای پاسخ به نیاز مشتریان برای پشتیبانی طی یک دوره زمانی معین ارائه می‌کنند. این خدمات به رفتار ارائه‌دهندگان محصول یا خدمت بعد از فروش بستگی دارد که بخش مهمی از رقابت غیر از قیمت است؛ حتی می‌توان به‌عنوان تشویق مردم برای خرید یا توجیهی برای قیمت بالای کالا به آن نگاه کرد. خدمات پس از فروش بر شهرت بلندمدت شرکت تاثیر دارد و حتی می‌تواند بر فروش‌های آینده نیز موثر باشد. امروزه خدمات پس از فروش در کسب‌وکارها به‌قدری حیاتی و مهم است که می‌تواند سود یا زیان شرکت را مشخص کند. برای صنعت لوازم خانگی که هر روز در حال پیشرفت است لازم است حتما خدمات پس از فروش به‌خوبی بررسی و طراحی شود تا مشتریان در این بازار برندی که شایستگی بیشتری دارد را انتخاب کنند. این خدمات می‌تواند شامل حمل‌ونقل محصولات، گارانتی، عیب‌یابی و سرویس لوازم خانگی توسط نمایندگی و تعمیرات باشد.

دریچه

حقوق مصرف‌کنندگان خودرو چیست؟

آیین نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو در خصوص شرایط پیش فروش جدای از خدمات پس از فروش برای خودروهای داخلی و وارداتی است. در این آیین نامه مواردی مطرح شده که اطلاع از آن برای مصرف‌کنندگان الزامی است. آنچه در ادامه می‌خوانید بخش‌هایی از موارد مطرح در این آیین نامه است.

– ضوابط مندرج دراین آیین نامه شامل تمام عرضه کنندگان، واسطه‌های فروش، واسطه‌های خدمات پس از فروش و نمایندگی‌های مجاز انواع وسایل نقلیه موتوری اعم ازسواری، مینی بوس، میدل باس، اتوبوس، ون، وانت، کامیونت، کامیون، کشنده، تریلر و انواع موتورسیکلت ساخت داخل کشور یا خارج است.

– عرضه‌کننده موظف است در سامانه اطلاع رسانی خود، نسبت به فروش اینترنتی محصولات با قید مشخصات خودرو و شرایط فروش از قبیل نشان تجاری، نوع، تیپ، رنگ، تجهیزات درخواستی، نرخ خودرو، سود مشارکت، زمان تحویل و سایر موارد مرتبط اقدام کند.

– عرضه‌کننده موظف است نرخ نهایی محصولات خود به همراه قید نوع، تیپ، رنگ و متعلقات، ضوابط و روش‌های مختلف فروش و فرآیند خرید را به صورت شفاف و روشن مطابق جدول زیر تهیه و در پایگاه اطلاع رسانی و نمایندگی‌های مجاز فروش خود، در دسترس متقاضیان خرید قرار دهد.

– سود انصراف و خسارت تأخیر مندرج در بخش ضوابط فروش، به صورت روزشمار محاسبه می‌شود.

– عرضه‌کننده موظف است قبل از اقدام به پیش فروش خودرو، مجوز مربوط شامل تعداد خودروی قابل عرضه را از وزارت اخذ کند.

– عرضه‌کننده موظف است نسبت به عقد قرارداد فروش با مصرف‌کننده اقدام نماید.

در قرارداد فروش قید مشخصات خودرو مورد نظر از قبیل نشان تجاری، نوع، تیپ، رنگ و شرایط موضوع قرارداد مانند نرخ فروش، نرخ سود مشارکت، تاریخ تحویل خودرو با تعیین ماه و هفته تحویل، خسارت تأخیر در تحویل، فهرست متعلقات الزامی همراه خودرو از قبیل رادیو پخش، چرخ زاپاس، جک، آچار چرخ، کف‌پوش متحرک، مثلث خطر و تجهیزات درخواستی و ارائه یک نسخه از اصل قرارداد به مصرف کننده، الزامی است.

– هرگونه تغییر در استانداردهای اجباری پس از عقد قرارداد، چنان چه موجب افزایش هزینه و مشمول قیمت‌گذاری شود، با تصویب مرجع قیمت‌گذاری در نرخ فروش لحاظ می‌شود.

– عرضه‌کننده موظف است در قرارداد پیش فروش، سود مشارکت وجوه دریافتی را از تاریخ دریافت ودیعه تا تاریخ تحویل مندرج در قرارداد پرداخت کند.

– در صورت تأخیر در تحویل، باید خسارت پرداخت شود.

– در صورتی که مصرف‌کننده پس از ابلاغ دعوت نامه کتبی عرضه کننده، ظرف ۱۵ روز کاری نسبت به تسویه حساب خودرو موضوع قرارداد اقدام نکند، عرضه‌کننده می‌تواند خودرو را به سایر متقاضیان تحویل و نوبت مصرف‌کننده را به موعد دیگری که نحوه تعیین آن در قرارداد مشخص شده، موکول نماید.

– در صورت اعلام انصراف مصرف‌کننده یک ماه پس از عقد قرارداد، سود انصراف بر مبنای ضرایب مندرج در جدول ذیل ماده (۴) این آیین‌نامه محاسبه و پرداخت می‌شود.

–عرضه‌کننده موظف است سود انصراف و مبلغ پرداختی را ظرف ۲۰ روز به مصرف‌کننده پرداخت نماید. انصراف مصرف‌کننده قبل از یک ماه از زمان عقد قرارداد مشمول سود انصراف نمی‌شود.

– در صورتی که زمان بازپرداخت وجوه پرداختی مصرف‌کننده بیش از ۲۰ روز شود، سود انصراف متعلقه از تاریخ تأخیر تا تاریخ بازپرداخت وجوه مذکور نیز باید محاسبه و پرداخت شود.

– عرضه‌کننده موظف است هرگونه تغییر در شرایط عرضه را نسبت به شرایط مندرج در قرارداد به استثنای الزامات قانونی، رضایت کتبی مصرف‌کننده در الحاقیه قرارداد منعقده، قبل از ارسال دعوت نامه تکمیل وجه، قید و به تأیید و امضای طرفین برساند.

– عرضه‌کننده موظف است در زمان تحویل، خودروی درخواستی مصرف‌کننده را در حضور وی کنترل کرده و پس از حصول اطمینان از عدم وجود عیب، خودرو را تحویل دهد.

– عرضه‌کننده موظف است در صورت وجود عیب احتمالی در خودرو، عیب مربوط را مطابق زمان استاندارد تعمیراتی مربوط، رفع کند مشروط بر آن که رفع عیب، موجب کاهش ارزش قیمتی خودرو نشود. درغیر این صورت، عرضه‌کننده موظف است نسبت به تعویض خودرو یا اخذ رضایت کتبی مصرف‌کننده اقدام نماید.

– در صورتی که مصرف‌کننده در دوره تضمین به نمایندگی مجاز مراجعه نماید و رفع کامل عیوب خودرو تحت هر شرایطی در مدت زمان باقی مانده از دوره مذکور برای نمایندگی مجاز مقدور نباشد، عرضه‌کننده یا واسطه فروش با نمایندگی مجاز موظف است ضمن الزام نمایندگی مجاز به اعلام کتبی موضوع به مصرف‌کننده ترتیبی اتخاد نماید که خودرو در نخستین فرصت ممکن تحت شرایط تضمین رفع عیب گردد.

– عرضه‌کننده موظف است سند فروش، صورتحساب فروش همراه با درج تفکیکی اقلام تشکیل دهنده، بهای خودرو شامل بهای خالص خودرو، شماره گذاری، بیمه، عوارض، مالیات و سایر موارد مربوط، برگه‌های ضمانت، کتابچه راهنمای مصرف‌کننده حداقل به زبان فارسی و تجهیزات اضافی را در زمان تحویل خودرو به مصرف‌کننده ارائه نماید.

نوبت دوم

فراخوان مناقصات عمومی یک‌مرحله‌ای

یک‌مرحله‌ای با ارزیابی فشرده

اداره کل راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای استان ایلام

اداره کل راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای استان ایلام در نظر دارد نسبت به برگزاری مناقصات ذیل اقدام نماید.

شماره مناقصه	موضوع مناقصه	مدت اجرا	برآورد	مبلغ تضمین—ریال	رشته مورد نیاز
۸۳/۴۰۱/۲۰۶	اجرای عملیات تکمیلی بلوار پژوهش دانشگاه ایلام	۱۸ماه	۳۸۹/۴۰۵/۹۲۳/۶۰۲	۱۳/۷۸۸/۱۱۸/۴۷۲	راه وترابری

آخرین مهلت دریافت اسناد مناقصه: ۱۴۰۱/۱۲/۰۶
آخرین مهلت تحویل پیشنهادات: ۱۴۰۱/۱۲/۲۰
تاریخ بازگشایی پاکات: ۱۴۰۱/۱۲/۲۱
نوع تضمین: تضمین معتبر شرکت در فرآیند ارجاع کار به صورت یک یا ترکیبی از ضمانت‌نامه‌های موضوع بندهای الف، ب، پ، ج و ح ماده ٤ آیین‌نامه تضمین معاملات دولتی (شماره ۱۲۳٤۰۲/ت ۵۰۶۵۹ مورخ ۹٤/۰۹/۲۲ می‌باشد.

فیش واریزی نقدی بحساب سپرده ٤۰۶۷۰۶۳۷۰۷۷۶۰۷۶۵ - تمرکز وجوه سپرده نزد بانک ملی مرکزی می‌باشد کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکات و مراحل بعد از آن از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی مراحل ثبت‌نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

محل تحویل پاکت الف - ایلام - بلوار مدرس - اداره کل راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای استان ایلام - واحد دبیرخانه
جهت دریافت اطلاعات مناقصه به سایت اینترنتی www.setadiran.ir مراجعه نمایید.
تلفن تماس ۰۸٤۳۳۳۶۲۹۲۲ - ۰۸٤۳۳۳۰۱۹۵ - ۰۸٤۳۳۳۳۸٤۰۰ - اداره پیمان و رسیدگی فاکس ۳۳٤۱۶۳۸

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۱/۱۲/۰۳ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۱/۱۲/۰۶

روابط عمومی اداره کل راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای استان ایلام

یادداشت

بسته شدن تمام درهای تجارت الکترونیک

محیا زمانی
کارشناس دیجیتال مارکتینگ

تجارت الکترونیک، یکی از مولفه‌ها و ویژگی‌های جهان مدرن امروز است و بسیاری از کشورها، تحت‌تاثیر این نوع تجارت قرار گرفته‌اند. ایران نیز بسته به شرایط و موقعیت خود، تا حدی پذیرای فرآیند تجارت الکترونیک بود، اما در چند مدت اخیر، روند رو به رشد تجارت الکترونیک در کشور دچار دست‌انداز شد. طی ماه‌های اخیر شاهد تشدید محدودیت‌های اینترنتی و فیلترشدن پلتفرم‌های مختلف در این فضا بودیم. یکی از کاربردهای مهم پلتفرم‌های جهانی مانند اینستاگرام، شکل‌گیری کسب‌وکارهای مختلف و متنوع بر این بستر بود که در مدت زمانی کوتاه، این فعالیت‌های اقتصادی در ابعاد مختلف رشد یافتند. پس از فیلتر شدن اینستاگرام، آینده کسب‌وکارهایی که تنها در فضای مجازی فعالیت داشته و فضای عرضه در بازار سنتی را نداشته‌اند، مبهم شد و این مسئله نگرانی‌های زیادی را به‌همراه داشت. با شیوع پاندمی کرونا، نیازهای مردم بر بستر اینترنت و تجارت الکترونیک تامین شد. همین مسئله اعتماد افراد به کسب‌وکارهای حاضر در فضای مجازی را بیشتر کرد و به‌دنبال آن، بسیاری از مشاغل، حتی مشاغلی که حضور فیزیکی در بازار دارند نیز ، در بستر اینترنت مشغول به کار شدند. به فراخور توسعه کسب‌وکارهای مجازی و استقبال مردم از آنها، صاحبان مشاغل، سرمایه‌گذاری بیشتری بر فعالیت‌های خود کردند و توسط بسیاری از تولیدی‌ها، مواد اولیه و کالاهای بیشتری برای پاسخ به نیاز بازار تهیه و بنابراین، سرمایه افراد بیشتر درگیر توسعه مشاغل در فضای مجازی شد و این اقدامی حائزاهمیت است. پس از ایجاد محدودیت‌ها و فیلترینگ‌های جدید، روند روبه‌رشد بسیاری از کسب‌وکارهای مجازی به‌ویژه مشاغل خرد و خانگی، متوقف شد و بیشتر آنها زیان مالی و اعتباری را متحمل شدند. نبود بازار مناسب برای تبلیغات و فروش، صاحبان کسب‌وکارها را درگیر ضرر کرد، حتی کسب‌وکارهایی که فروش حضوری نیز داشتند، از فضای مجازی و اینستاگرام برای اجرای کمپین‌های تبلیغاتی موثر استفاده می‌کردند و با فیلتر شدن این پلتفرم، بستر مهم تبلیغاتی خود را از دست دادند. ایجاد آگاهی برند برای مخاطب در شبکه‌های اجتماعی، حائزاهمیت است، چرا که این اقدام سرمایه کمتری نسبت به تبلیغات شهری، چاپی و تلویزیونی می‌طلبد و کسب‌وکارها ارتباط بهتری را می‌توانند با مخاطب برقرار کنند.

پس از اجرایی شدن گسترده فیلترینگ بر شبکه اجتماعی اینستاگرام، دولت کسب‌وکارها را به استفاده از پلتفرم‌های داخلی و وب‌سایت‌ها برای تبلیغ، فروش و فعالیت اقتصادی فراخواند. در ابتدا یکی از مزایای مهم پتلفرم‌های معروف، پرمخاطب بودن آنهاست. تبلیغ و عرضه کالا در بستر و ویترینی که هیچ بیننده‌ای ندارد، چه فایده‌ای می‌تواند برای کسب‌وکارها داشته باشد؟ در ارتباط با وب‌سایت نیز باید گفت تمامی صاحبان مشاغل، علاقه یا حتی بودجه مالی مناسبی برای راه‌اندازی سایت ندارند.

هرچند، دارا بودن یک وب‌سایت حرفه‌ای و تخصصی برای رشد همه کسب‌وکارها الزامی است، اما برخی مشاغل ممکن است در حال حاضر شرایط راه‌اندازی آن را نداشته باشند. البته مشکلات راه‌اندازی وب‌سایت برای کسب‌وکارها به اینجا ختم نمی‌شود. دولت شرط دارا بودن اینماد برای سایت‌ها را قرار داده است که این مسئله به‌نوبه خود یک مانع جدی دیگر در مسیر رشد تجارت الکترونیک و فعالیت‌ها در بسترهای آنلاین محسوب می‌شود. اینماد به‌طورمستقیم به سیستم بانکی متصل است و دولت هر زمان که احساس کند، تخلفی انجام گرفته، اینماد را غیرفعال و حساب بانکی کسب‌وکار را مسدود می‌کند.

روند آزاد کردن حساب بانکی نیز یک فرآیند زمانبر است و به‌راحتی انجام نمی‌شود.

به‌طورکلی، نمی‌توان شرایط تجارت الکترونیک در ایران را مثبت توصیف کرد. مسدود شدن فضاهای پرمخاطب برای مردم و کسب‌وکارها، سرعت پایین اینترنت، محدود شدن فعالیت‌ها در بسترهای اینترنتی و سایر موارد این‌چنینی، حکایت از نامناسب بودن و بی‌ثباتی وضعیت تجارت الکترونیک در ایران دارد.

بدون اصلاح این مشکلات، نمی‌توان به آینده فعالیت کسب‌وکارهای مجازی امیدوار بود.

صمت پیامدهای اجباری شدن دریافت اینماد توسط کسب‌وکارهای مجازی را بررسی کرد

مانع آفرینی به بهانه حمایت از مشتریان

ملیکا انصاری
editor@smtnews.ir

طی ماه‌های گذشته اطلاعیه‌ای مبنی بر اینکه کسب‌وکارهای مجازی باید برای ادامه فعالیت خود «اینماد» دریافت کنند، منتشر شد. این خبر بحث‌برانگیز، انتقاداتی از سوی فعالان این حوزه را به‌دنبال داشت؛ موافقان این طرح معتقدند به‌دلیل تخلفات و کلاهبرداری‌های انجام‌شده توسط برخی صاحبان کسب‌وکارهای مجازی، وجود نظارت‌های شدید بر فعالیت‌های این بخش، الزامی است. موافقان معتقدند این اقدام هم به سود کاربران اینترنتی و هم مدیران کسب‌وکارهای آنلاین است و از بروز مشکلاتی مانند فیشینگ، پولشویی، حساب‌های اجاره‌ای و به دام افتادن کاربران در سایت‌های شرط‌بندی جلوگیری می‌کند، اما دغدغه‌های صاحبان کسب‌وکار هم نسبت به نحوه اجرایی شدن این طرح غیرقابل‌انکار است، چرا که مخالفان طرح اجباری شدن دریافت اینماد که طیف وسیعی از صاحبان مشاغل و کارشناسان را تشکیل می‌دهند، معتقدند این راهکار ضعف‌های جدی دارد. حتی برخی افراد بر این باور هستند که صرف‌نظر از صحت نکات موجود در محتوای نامه، شاید زمان ارائه نامه قدری نامناسب باشد.

هرچند مسئله الزام دریافت اینماد پیش از این نیز برای کسب‌وکارهای دارای درگاه پرداخت مورد تاکید شاپرک قرار گرفته بود، اما به‌گفته فعالان این عرصه، شرایط صدور نماد تجارت الکترونیکی برای برخی کسب‌وکارهای فعال در حوزه مالی مشخص نیست. اگر به این مسئله، فشارهای ناشی از فیلتر شدن پلتفرم‌های مهم کسب‌وکار اعم از اینستاگرام طی چند ماه اخیر را اضافه کنیم، خواهیم دید فشارها بر صاحبان کسب‌وکارهای مجازی در این مدت افزایش یافته است و گلایه آنها به شرایط فعلی بی‌دلیل نیست. صمت در این گزارش، به بهانه روز ملی حمایت از حقوق مصرف کننده، به بررسی طرح اجباری اینماد و پیامدهای اجرای آن و در این‌باره با کارشناسان و فعالان این حوزه به گفت‌وگو پرداخته است.

در بررسی عملکرد اینماد باید گفت این نماد، به سیستم درگاه بانکی متصل است. این اتصال سبب شده سازمان‌های دولتی ناظر، هر زمان که اراده کنند، حساب‌های بانکی کسب‌وکارهای اینترنتی را ببندند

دولت، موافق اجباری شدن اخذ اینماد

در اطلاعیه جدید وزارت صمت برای اجباری شدن اخذ اینماد توسط کسب‌وکارهای اینترنتی، اعلام شده که پیرو الزامات شاپرک درباره لزوم درج اطلاعات صحیح پذیرندگان اینترنتی و اخذ نماد اعتماد الکترونیکی، ارائه درگاه پرداخت مجازی به کسب‌وکارهای اینترنتی را تنها برای دارندگان دارای نماد اعتماد الکترونیکی امکان‌پذیر کرده است و در صورت ابطال یا تعلیق نماد الکترونیکی، از فعالیت کسب‌وکار در فضای آنلاین جلوگیری خواهد شد. طبق این اطلاعیه که اواخر آبان امسال اعلام شد، درگاه‌های پرداخت مجازی که پیش از این بدون داشتن نماد اعتماد الکترونیکی به سایت‌ها ارائه شده‌اند، ظرف مدت محدودی ملزم به دریافت نماد اعتماد بودند.

مرکز توسعه تجارت الکترونیکی که وابسته به وزارت صنعت، معدن و تجارت، مسئولیت ایجاد زیرساخت‌های امنیت و اعطای نماد اعتماد الکترونیکی به کسب‌وکارهای اینترنتی را برعهده دارد. اعطای این نماد برای وب‌سایت‌های تجاری با هدف قانونمند کردن و چارچوب‌دهی به کسب‌وکارهای مجازی (کسب‌وکار اینترنتی و موبایل) مجاز با هدف ساماندهی، احراز هویت و صلاحیت آنها انجام می‌شود. این نماد پس از بررسی وبگاه (وب‌سایت) و احراز هویت و صلاحیت مالک (حقیقی یا حقوقی) آن برای مدت یک سال صادر می‌شود. این نشان به‌عنوان تاییدیه، به فروشگاه‌های اینترنتی داده می‌شود، به‌نحوی که مردم در هنگام خرید از طریق اینترنت با اطمینان از اینکه سایت مربوطه به تعهدات خود در قبال مشتریان عمل می‌کند و حقوق مصرف‌کنندگان را به‌رسمیت می‌شناسد، اقدام به خرید می‌کنند.

در این راستا، سیدرضا فاطمی‌امین، وزیر صمت در رابطه با الزام به دریافت اینماد توسط کسب‌وکارهای مجازی برای استفاده از خدمات پرداخت‌یارها، اظهار کرد که برای جلوگیری از پولشویی و تخلفات فضای مجازی باید وبگاه‌های فروش اینترنتی، نماد اعتماد دریافت کنند. وزیر صمت همچنین بااشاره به سازکار شکایت از کسب‌وکارهای متخلف فضای‌مجازی در اینماد، گفت: با سازکار جدید، افراد شاکی می‌توانند با کلیک روی اینماد وارد سامانه آن شوند و شکایت خود را در آنجا ثبت کنند. در واقع، اینماد نه‌تنها اطمینان برای خریداران ایجاد می‌کند، بلکه برای خدمات پس از فروش و سایر موارد، خدمات کسب‌وکارها را تسهیل و تسریع می‌کند.

اینماد مسیر دسترسی‌های گسترده‌ای را برای سازمان‌های ناظر باز کرده که این مسئله قابل‌توجه است. بر اساس قانون، سازمان‌های ذی‌ربط می‌توانند از طریق پنل اینماد بر وب‌سایت‌ها و کسب‌وکارهای اینترنتی نظارت داشته باشند و طبق نظر و سلیقه خود، کسب‌وکارها را بررسی کنند

باز شدن دسترسی‌های گسترده به سایت‌ها

رضا الفت‌نسب، دبیر پیشین هیات‌مدیره اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی در گفت‌وگو با صمت به ابعاد منفی اصرار دولت بر اجباری شدن اینماد برای کسب‌وکارهای مجازی اشاره کرد و در این‌باره گفت: طی چند سال اخیر، بحث اجباری شدن نماد اعتماد الکترونیکی (اینماد) کسب‌وکارهای مجازی، به‌طورمستمر از سوی دولت مطرح شده و هر بار، مخالفان نظرات کارشناسی خود را درباره این امر اعلام کرده‌اند، اما به‌نظر می‌رسد این مخالفت‌ها بی‌فایده است و دولت برنامه‌های مدنظر خود را اجرایی خواهد کرد. دولت اجرای این طرح را در راستای حمایت از خریداران و مشتریان کسب‌وکارهای اینترنتی و جلوگیری از تخلفات اعلام کرده، با این حال، مخالفان ایرادات مختلفی را به اجباری شدن نماد اعتماد الکترونیکی وارد می‌کنند، اما به‌نظر من، مهم‌ترین اشکال، وسعت اختیاراتی است که به این نماد داده شده. اینماد که از طرف وزارت صنعت، معدن و تجارت ارائه می‌شود، دسترسی‌هایی براساس قانون داشته که در ادامه می‌تواند مشکل‌آفرین باشد. وی در ادامه توضیح داد: اینماد مسیر دسترسی‌های گسترده‌ای را برای سازمان‌های ناظر باز کرده که این مسئله قابل‌توجه است. براساس قانون، سازمان‌های ذی‌ربط می‌توانند از طریق پنل اینماد بر وب‌سایت‌ها و کسب‌وکارهای اینترنتی نظارت داشته باشند و طبق نظر و سلیقه خود، کسب‌وکارها را بررسی کنند و خواهند گفت که چه مواردی رعایت شده و چه تخلفاتی انجام گرفته است.

متصل بودن اینماد به سیستم بانکی

الفت‌نسب در ادامه به روند برخورد با تخلفات کسب‌وکارهای اینترنتی براساس اینماد اشاره کرد و گفت: براساس روند مطرح‌شده، اگر سایتی برمبنای مفاد عنوان‌شده، تخلفی انجام دهد یا چارچوبی را رعایت نکند، نشان اینماد سایت غیرفعال شده و در ادامه درگاه پرداخت سایت نیز بسته خواهد شد. بنابراین، حیات کسب‌وکار به‌طورمستقیم به اینماد و نظر سازمان‌های ناظر وابسته و امری نامناسب است. این نوع اختیار دادن به نهادهای دولتی برای اظهارنظر و مدیریت کسب‌وکارهای مجازی، اشتباه است و در ادامه، می‌تواند موجب بروز مشکلات برای کسب‌وکارهای مجازی شود. این روند نه‌تنها از حقوق مصرف‌کنندگان حمایت نمی‌کند، بلکه چالش‌های محیط کسب‌وکار را بیشتر می‌کند.

دبیر پیشین هیات‌مدیره اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی اصلاح رویکردها در رابطه با نظارت بر کسب‌وکارهای مجازی را از الزامات فعلی معرفی کرد و گفت: وجود برخی تخلفات در کسب‌وکارهای مجازی، امری طبیعی است؛ همان‌طور که در سایر کسب‌وکارها و مشاغل نیز، این دست مشکلات و مسائل وجود دارد، اما راهکار اعلام‌شده از سوی دولت برای شیوه ساماندهی به فعالیت‌ها در فضای مجازی، صحیح نیست و باید رویکردها در این‌باره اصلاح شود.

تشکل‌های خصوصی باید مستقل شوند

دبیر پیشین هیات‌مدیره اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی به راهکار رفع چالش‌های فعلی اشاره کرد و گفت: اتحادیه کسب‌وکارهای اینترنتی، کارگروه‌هایی داشته که وظایف آنها، رسیدگی به فعالیت کسب‌وکارها در فضای مجازی است.

این کارگروه‌ها عبارتند از: کارگروه کسب‌وکارهای جابه‌جایی هوشمند، نیازمندی آنلاین، خدمات در محل، معاملات آنلاین طلای آب‌شده، جواهر و نقره و گردشگری آنلاین. در نتیجه، این تشکل خصوصی به‌منظور نظارت بر فعالیت‌ها در فضای مجازی تشکیل شده است، اما در حال حاضر توانایی عملکرد مستقلی را ندارد. وزارت صنعت، معدن و تجارت از یک سال‌ونیم پیش به‌صورت غیرشفاف، به بحث مدیریت اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی ورود کرده است و اجازه برگزاری انتخابات این اتحادیه را نمی‌دهد. الفت‌نسب ادامه داد: وزارت صمت به‌طورمستقیم اعضای هیات‌مدیره اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی را انتصاب و افراد موردنظر خود را به‌عنوان راهبران این اتحادیه منصوب کرده و بنابراین، استقلال از عملکرد اتحادیه سلب شده است.

تا زمانی که اجازه برگزاری انتخابات برای تعیین اعضای هیات‌مدیره اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی داده نشده و این اتحادیه نظارت‌های خود را به‌طورمستقل انجام ندهد، اجرای طرح‌هایی مانند الزام دریافت اینماد، راه به جایی نخواهد برد. این فعال صنفی خاطرنشان کرد: به‌طورکلی باید گفت تشکل‌های بخش خصوصی با ظرفیت و توانایی خود می‌توانند چارچوب‌ها و سازکارهای کارآمدی را در راستای کاهش مخاطرات و جلوگیری از تخلفات کسب‌وکارهای مجازی تنظیم کنند، اما این به‌شرطی است که دولت اختیارات لازم را به تشکل‌ها، تفویض کند.

سامانه اینماد، دولتی است

شایان شلیله، بنیان‌گذار جشنواره وب موبایل ایران و فعال حوزه کسب‌وکارهای آنلاین در گفت‌وگو با صمت وجود اینماد را یکی از سازکارهای چالش‌برانگیز عنوان کرد و در رابطه با این موضوع گفت: اینماد از ابتدا با هدف ساماندهی به فعالیت‌های کسب‌وکارهای مجازی شکل گرفت و اصرار دولت برای اجرایی شدن گسترده آن نیز با این بهانه است. وجود چارچوب‌های نظام‌مند و سازکارهای نظارتی، چه در فضای حقیقی و چه در فضای مجازی ضروری محسوب می‌شود، چرا که از اجرای تخلفات در فعالیت‌های اقتصادی جلوگیری خواهد شد. با این حال، استفاده از ابزارهای کارآمد برای ساماندهی به فعالیت‌ها و اقدامات، ضروری است. اگر دولت رویکرد صحیحی نسبت به تنظیم و نظارت بر کسب‌وکارهای مجازی داشته باشد، طرح‌های تدوین‌شده راهگشا خواهند بود. وی تاکید کرد: اجرای اجباری طرح اینماد دارای مخالفان زیادی است، چرا که این طرح چندین مشکل اساسی دارد. در ابتدا باید گفت در بسیاری از کشورها سامانه‌های مشابه اینماد وجود دارد و مالکیت این سامانه‌ها، خصوصی است، اما در ایران اینماد یک سامانه دولتی و تحت‌نظر وزارت صنعت، معدن و تجارت است. همین موضوع به‌نوبه خود محدودیت‌هایی را برای فعالیت کسب‌وکارهای در فضای مجازی ایجاد خواهد کرد که صاحبان مشاغل با آن موافق نیستند.

بستر ناپایدار فعالیت‌های مجازی

شلیله در ادامه صحبت‌های خود به چالش‌های مسیر دریافت اینماد برای صاحبان مشاغل و وب‌سایت‌ها اشاره کرد و در این‌باره گفت: نخستین مشکل اینماد، دشوار بودن فرآیند دریافت آن است. در بسیاری از موارد، شرایط اعطای اینماد به صاحبان مشاغل، بسیار سخت و پیچیده است و هر کسی قادر به دریافت آن نیست، این روند حتی برخی شرکت‌های بزرگ را نیز درگیر مشکلات کرده است.

در بررسی عملکرد اینماد باید گفت این نماد، به سیستم درگاه بانکی متصل است. این اتصال سبب شده تا سازمان‌های دولتی ناظر هر زمان که اراده کنند، حساب‌های بانکی کسب‌وکارهای اینترنتی را ببندند. در چنین شرایطی، بستر فعالیت‌های کسب‌وکارهای مجازی متزلزل، ناپایدار و بدیهی است که هیچ‌کس از این طرح حمایت نکند.

این فعال صنفی تصریح کرد: مبنای تصمیم‌گیری در رابطه با بسته شدن حساب کسب‌وکارها، سلیقه سازمان‌های ناظر است. همان‌طور که در ابتدا عنوان شد، سیستمی که بتواند باعث افزایش جلب اعتماد مردم و ساماندهی فعالیت کسب‌وکار شود، بسیار خوب است، اما اینماد تنها مشکلات کسب‌وکارها را بیشتر کرده. اگر چالش‌های مربوط به اینماد را در کنار شرایط نامساعد اینترنت در کشور قرار دهیم، به توصیف خوبی از احوالات فعالیت‌های مجازی نخواهیم رسید.

سخن پایانی

طی سال‌های اخیر به‌ویژه پیش از دوران کرونا، دید مردم نسبت به خریدهای اینترنتی کدر است و اخبار مربوط به کلاهبرداری در فضاهای مجازی زیاد به‌چشم می‌خورد. در آن زمان، قاعده‌ای برای نظارت بر این فعالیت‌ها وجود نداشت، چرا که هنوز رویکرد دولت وقت نسبت به فعالیت‌ها در بستر اینترنت، توسعه‌یافته نبود. هرچند، درحال‌حاضر نیز این نگاه توسعه‌ای وجود ندارد و صاحبان مشاغل از تفکرات مخرب دولتمردان رنج می‌برند. نباید فراموش کرد تا زمانی که هدف، محدود کردن فضاها و فعالیت‌ها باشد، توسعه و پیشرفت در هیچ بخشی رخ نخواهد داد. طی چند سال اخیر هر فضا و پلتفرمی که در مسیر رشد و بلوغ در کشور و فرهنگ استفاده از آن به مرور زمان در حال جاافتادن بود، دولت آن را فیلتر کرد. برای هر فیلترینگ نیز بهانه‌هایی از سوی مسئولان مطرح شد که هیچ‌یک قابل‌قبول نبود. در پی فیلتر شدن پلتفرم اینستاگرام بسیاری از مشاغل در ورطه تعطیلی افتادند و تنها جواب دولت نسبت به این اتفاق، تشویق به حضور کسب‌وکارها در پلتفرم‌های داخلی بود. حال پس از این مسئله، دولت اجباری شدن دریافت اینماد برای وب‌سایت‌ها را مطرح و مانعی دیگر برای فعالیت‌ها در بستر آنلاین ایجاد کرده است.

وجود چارچوب و نظارت قانونمند بر فعالیت کسب‌وکارهای مجازی در راستای حمایت از حقوق مصرف‌کننده، مسئله‌ای مهم و ضروری است، اما باید ابزارهای بکارگیری این نوع مدیریت نیز کارآمد باشد. به‌نظر می‌رسد دولت به نکته کارآمدی ابزارهای مدیریتی و نظارتی، توجه چندانی ندارد.

حقوق مصرف‌کنندگان چقدر رعایت می‌شود

جاده دوطرفه حمایت

در آستانه نوروز باوجود اوضاع نامطلوب اقتصادی باز هم خیابان‌ها پر می‌شود از افرادی که در پی دلخوشی‌های کوچک هستند. هرچند به‌گفته برخی از کسبه میزان تقاضا امسال کاهشی بوده، اما کافی‌است برای خرید یک دست مبل اقدام کنید. فروشنده با کلی تعریف و تمجید از کالای موردنظر شما را متقاعد به خرید آن می‌کند. پس از نوشتن فاکتور و دریافت مبلغ موردنظر برای مثال فروشنده در پاسخ به سوال شما مبنی بر اینکه چقدر زمان می‌برد تا کالا به دست ما برسد، می‌گوید: از زمان صدور فاکتور ما سفارش را به شرکت اعلام می‌کنیم و ۲۰ روز کاری دیگر کالا به دست شما می‌رسد، اما در بسیاری از موارد مشاهده شده، پس از گذشت ۲۰ روز کاری، کالا به مشتری تحویل داده نمی‌شود و در نهایت تا زمان رسیدن کالا بارها با امروز و فرداهای پی در پی روبه‌رو خواهد شد. بسیاری از شهروندان در خرید کالاهای گوناگون دچار این مشکل شده‌اند، اما در این شرایط مصرف‌کننده باید شکایت خود را به کجا ببرد؟ آیا نتیجه‌ای حاصل می‌شود؟ سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان باید محلی برای رسیدگی به این قبیل شکایات باشد، اما ظاهرا چیزی خلاف این موضوع جریان دارد. صمت در این گزارش به بررسی میزان رعایت حقوق مصرف‌کننده پرداخته است.

کیمیا ملکی
editor@smtnews.ir

عکس: آیدا فریدی

با نزدیک شدن به نوروز و بازار شب عید و افزایش میزان فروش جای خالی حمایت از حقوق مصرف‌کننده می‌تواند مشکلات بسیاری برای مصرف‌کنندگان ایجاد کند

شکایتی که تنها مطرح می‌شود

برای درک کم و کیف موضوع احقاق حقوق مصرف‌کنندگان به سراغ سایت سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان رفتم و با سیلی از شکایات روبه‌رو شدم. سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان که زیرمجموعه وزارت صنعت، معدن و تجارت جمهوری اسلامی ایران به‌شمار می‌رود در سال ۵۸ از ادغام مرکز بررسی قیمت‌ها و صندوق حمایت مصرف‌کنندگان به‌وجود آمد و اساسنامه آن به تصویب شورای انقلاب رسید. درسال ۸۴ با مصوبه ۸۵۰۸۱/ ۱۹۰۱ شورای‌عالی اداری به تاریخ ۱۲ مرداد ۸۴ همه وظایف و اختیارات سازمان بازرسی و نظارت بر نرخ و توزیع کالا و خدمات به سازمان حمایت محول شد. در جست‌وجو در سایت سازمان حمایت یکی از نکات جالب این بود که تعداد بسیاری از افراد از یک برند مشخص شکایتی مشخص را ثبت و اعلام کرده بودند چند بار پیگیر مسئله تحویل دیر کالا شدند اما نتیجه‌ای دریافت نکردند، اما خلاف تعاریف ظاهرا سازمان مربوطه تنها محلی برای دریافت شکایت است برای تخلیه عصبانیت شهروندان و پیگیری وجود ندارد! از سوی دیگر سؤال مطرح این است که چرا با گذشت سال‌ها هنوز قانون حمایت از مصرف‌کننده به‌طور واقعی اجرا نمی‌شود؟ این در حالی است که حقوق مصرف‌کنندگان باید دغدغه همیشگی بنگاه‌های اقتصادی باشد و با حفظ و پویا نگه داشتن دادوستد از طریق احترام به حقوق مصرف‌کنندگان، بهبود فضای کسب‌وکار، رونق صادرات و ارزآوری و تنوع تولید میسر شود. متاسفانه رعایت حقوق مصرف‌کننده تکه گمشده پازل اقتصاد است و این فاکتور به‌صورت درستی اعمال نمی‌شود. حال با نزدیک شدن به نوروز و بازار شب عید و افزایش میزان فروش جای خالی حمایت از حقوق مصرف‌کننده می‌تواند موجب مشکلات بسیاری شود. البته در این باره بسیاری از اصناف معتقدند هیچ وقت حمایت خاصی از آنها نمی‌شود که در قبال آن بتوانند همتی برای حفظ حقوق مصرف‌کننده به خرج دهند.

اصناف توزیع کننده گرانی هستند

علی توسطی، رئیس اتاق اصناف تهران با اشاره به آسیب‌هایی که از گرانی به اصناف وارد می‌شود، به صمت گفت: متاسفانه هیچ‌گاه از حقوق اصناف صحبتی نمی‌شود، در حالی که همه اصناف وظایف خود را به‌خوبی انجام می‌دهند. از سوی دیگر اصناف خود قربانی گرانی و تورم هستند، اما متاسفانه مردم همیشه در نابسامانی بازار اصناف را مقصر می‌دانند، در حالی که اصناف مسئول گرانی نیستند، بلکه تنها مسئول توزیع کالاهایی هستند که هر روز افزایش قیمت دارند. هنگامی که تورم ایجاد می‌شود نخستین ضربه را اصناف می‌خورند، زیرا پشتوانه مناسبی ندارند تا چرخ زندگی خود را بچرخانند.

وی درباره رعایت حقوق مصرف‌کنندگان توسط اصناف اظهار کرد: یکی از مسائلی که معمولا ازسوی شهروندان مطرح می‌شود، تعویض یا مرجوع کردن جنس فروخته‌شده است. در بسیاری از موارد اگر صاحبان مشاغل از اجرای این درخواست اجتناب می‌کنند دلایل قابل‌پذیرشی دارند. برای نمونه ممکن است فرد اصرار به مرجوع کردن لباسی داشته باشد که مشخص است از آن استفاده کرده است. اگر فروشنده این جنس را تعویض کند، غیرقانونی است. همچنین ممکن است فرد اصرار به پس دادن کالایی داشته باشد که از کارتن خارج شده است؛ در نتیجه باید براساس قانون ضرر و زیانی را متحمل شود. از لحاظ اخلاق‌مداری در کسب‌وکار اگر کالایی باز نشده و در بسته‌بندی باشد، هر صنفی حاشیه سودی دارد که پس از مرجوع کردن کالا آن میزان سود به فروشنده تعلق می‌گیرد.

▣ برای شکایت به اتحادیه مربوطه بروید

رئیس اتاق اصناف تهران ضمن اعلام کالاهایی که می‌توان آنها را مرجوع کرد، گفت: اگر کالا خوراکی، پوشاک و آرایشی نباشد، باید توسط اصناف پس گرفته شود و درصورتی‌که این اقدام صورت نگرفت فرد می‌تواند شکایت خود را به اتحادیه‌های صنفی مطرح کند. موضوع در اتحادیه مربوطه بررسی می‌شود و اگر در اتحادیه قابل‌رسیدگی نباشد پرونده به اتاق اصناف ارجاع داده می‌شود. البته بیش از ۹۰ درصد شکایت‌ها در اتحادیه‌های مربوطه رسیدگی می‌شود.

▣ قرارداد مشخصی وجود ندارد

توسطی با اشاره به بدقولی برخی اصناف برای زمان و نحوه تحویل کالا به مشتری اظهار کرد: متاسفانه بدقولی برای تحویل کالا به‌ویژه در ایام پایانی سال افزایش می‌یابد. یکی از موارد مهمی که در این موضوع دخیل است، نبود قراردادهایی مشخص با ذکر ضرر و زیان است. ما در تلاش هستیم که تغییراتی اساسی در قراردادها ایجاد شود که برای نخستین بار این موضوع را برای اتوبارهای سطح شهر انجام دادیم.

▣ راهکار چیست؟

رئیس اتاق اصناف تهران در بیان راهکاری برای حل این موضوع گفت: اینکه در موضوع حمایت از مصرف‌کنندگان روندی داشته باشیم که هر دو طرف ضرر نکنند بسیار سخت است. راهکار اصلی این است که یک بیع سالم و حلال با ۳ شرط منعقد شود؛ رضایت خریدار، رضایت فروشنده و صحت کالا.

رعایت حقوق مصرف‌کنندگان باید دغدغه همیشگی بنگاه‌های اقتصادی باشد

حقوق مصرف کننده در دست دولت است

علیرضا نیک‌آیین، معاون سابق بازرسی و نظارت اتاق اصناف تهران درباره حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان توسط اصناف به صمت گفت: حمایت از حقوق مصرف‌کننده ازسوی دولت انجام می‌شود و بروز مشکلات در این حوزه نیز به کم‌کاری در نظارت دولت یا حمایت‌های دولت از اصناف بازمی‌گردد. هنگامی که بسیاری از قوانین به‌درستی اجرا نمی‌شود و حمایتی از مصرف کننده یا اصناف در کار نیست، چگونه توقع می‌رود اصناف قوانین مربوط به حمایت از مصرف‌کننده را به‌صورت کامل و بی‌نقص اجرا کنند. وی ضمن تاکید بر اینکه دولت باید حمایت کاملی از اصناف داشته باشد، اظهار کرد: متاسفانه تاکنون حمایت خوبی از اصناف صورت نگرفته است. اصناف کاره‌ای نیستند و تنها اجراکننده قوانینی هستند که از بالادست به آنها ابلاغ می‌شود. بهتر است مسئولان مربوطه قبل از تصمیم‌گیری‌ها با متخصصان هر حوزه مشورت و نظر فعالان هر بخش را در اتخاذ تصمیمات دریافت کنند، اما دولت‌ها از توان و ظرفیت‌های اصناف در اقتصاد به‌درستی استفاده نمی‌کنند.

▣ گشت‌های ویژه برای ایام پایانی سال

معاون سابق بازرسی و نظارت اتاق اصناف تهران درباره بازرسی از اصناف در ایام پایانی سال بیان کرد: باتوجه به فرارسیدن ایام پایانی سال و در پی افزایش تقاضای عمومی برای خرید میوه، آجیل و خشکبار، گل، طلا، جواهر و بدلیجات طرح تشدید بازرسی و نظارت اجرا می‌شود. همچنین تمام واحدهای صنفی موظف به درج قیمت‌های مصوب روی اجناس و صدور فاکتور فروش هستند؛ در غیر این صورت با واحدهای متخلف برخورد خواهد شد. در این راستا هر سال علاوه بر استفاده حداکثری از ظرفیت بازرسان اتحادیه‌های مربوطه، در قالب گشت‌های مشترک با بازرسان سایر دستگاه‌ها از جمله تعزیرات حکومتی، وزارت صمت و وزارت جهاد کشاورزی و بسیج اصناف همکاری خواهیم داشت تا با نظارت بر بازار از هرگونه گرانفروشی یا کمبود کالا در این ایام جلوگیری و از حقوق مصرف‌کننده صیانت شود.

راه‌های رسیدگی به شکایت‌ها

یکی از مسیرهای ممکن برای اعلام شکایت از واحدهای صنفی و افراد متخلف، خود اتحادیه آن صنف و نیز بازرسی اصناف است. هر مشکل ایجادشده با واحد صنفی، در اتحادیه آن واحد صنفی قابل بررسی و رسیدگی است.

افراد با مراجعه به اتحادیه صنف موردنظر یا پایگاه‌های بازرسی اتاق اصناف می‌توانند شکایت خود را مطرح و به همراه مستندات که شامل فاکتور، رسید یا هر سند دیگری است، ثبت کنند.

بازرسی اتحادیه یا اتاق اصناف ظرف مدت ۱۰ روز کاری، کارشناسی لازم را انجام می‌دهد و در صورت احراز تخلف میزان آن را معین می‌کند. پس از اعلام مبلغ تخلف به واحد صنفی، اگر فرد متخلف مبلغ مورد نظر را استرداد و رضایت مشتری را جلب کند، مشکل حل‌وفصل می‌شود و افراد به حق خود خواهند رسید، اما در صورت استنکاف از پرداخت یا عدم جلب رضایت مشتری، پرونده تخلف به تعزیرات ارجاع و در دادگاه به آن رسیدگی خواهد شد.

بدیهی است که جلب رضایت مشتری در اتحادیه یا اتاق اصناف زمانبری کمتری دارد و از طولانی‌تر شدن فرآیند رسیدگی جلوگیری خواهد کرد.

همچنین انجمن حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، مسیر هموار دیگری برای احقاق حقوق ازدست‌رفته مشتریان واحدهای صنفی یا خریداران کالا و خدمات، ارائه داده است. این انجمن در اداره صنعت، معدن و تجارت شهرها استقرار یافته و در آنجا پذیرای شکایات و مسائل مربوط به حقوق مصرف‌کنندگان است.

انجمن حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، باتوجه به شکایات مطرح شده، موضوع را به نهاد بازرسی اداره متبوع اعلام می‌کند و از طریق آنها یا از طریق تعزیرات حکومتی به پیگیری و رسیدگی موضوع می‌پردازد.

سخن پایانی

در مجموع مدت‌هاست که حقوق مصرف‌کننده در کشور ما تمام‌وکمال رعایت نمی‌شود. البته در این زمینه باید واقعیت‌ها را هم دید. برای مثال گاهی افرادی را مشاهده می‌کنیم که اصرار دارند کالای خریداری‌شده که از آن استفاده کردند را مرجوع کنند. اما بسیاری از فروشندگان به‌دلیل اتفاقات ناخوشایندی که در مسیر مشتری‌مداری برای آنها رخ داده ترجیح می‌دهند به‌جای حل مسئله، صورت‌مسئله را پاک کنند؛ در نتیجه بهتر است قراردادهای مشخصی هنگام خرید بین طرفین وجود داشته باشد تا از بروز این‌گونه اتفاقات جلوگیری شود.

گپ‌وگفت

چالش‌های تاسیس بانک اصناف

کیمیا ملکی: جامعه اصناف، یک‌سوم جمعیت کشور را تشکیل می‌دهند و مولدان اصلی مالی هستند. ضمن اینکه قبل از تاسیس و تشکیل موسسات مالی و بانک‌ها، سنت نیکوی قرض‌الحسنه در میان آنها مرسوم و معمول بوده است. بر این اساس اصناف همیشه مورد وثوق و امانتدار مالی مردم بوده‌اند؛ بنابراین بانک اصناف یکی از ملزومات و نیازهای واقعی اصناف است. باوجود اینکه این مهم در قانون برای اصناف دیده شده، متاسفانه دولت به‌دلایلی مخالف تاسیس بانک خصوصی است، در حالی که بانک اصناف با بانک خصوصی که سرمایه‌گذاری آن از طریق یک یا چند نفر خاص انجام می‌گیرد، تفاوت دارد.

صمت درباره تاسیس بانک اصناف به گپ‌وگفت با قاسم نوده فراهانی، رئیس اتاق اصناف ایران پرداخته است. چندی است صمت در این ستون به بررسی مشکلات اصناف یا مردم می‌پردازد و درباره آن با اعضای اتحادیه مربوطه گفت‌وگوی کوتاهی دارد. صفحه بازار و اصناف صمت آماده دریافت نظرات فعالان صنفی و انعکاس مشکلات شهروندان است.

◉ ماجرای تاسیس بانک اصناف به کجا رسید؟

در سال‌های گذشته به‌دنبال راه‌اندازی بانک اصناف بودیم. طرح تجاری آن را نوشته و به بانک مرکزی تحویل دادیم و در آن برهه زمانی موافقت بانک ملی را هم به‌طور ضمنی برای تاسیس بانک اصناف گرفتیم.

قرار بر این بود از طریق واحدهای صنفی پروانه‌دار هر استان، مبلغی تعیین و وصول شود. مقرر شد تا زمانی که ازسوی بانک مرکزی اعلام شود پول‌ها به‌عنوان سرمایه بانک اصناف به حساب این بانک ریخته شود، اما متاسفانه همکاری لازم انجام نشد و پس از مدتی ما هم از ایجاد این بانک صرف‌نظر کردیم.

◉ چه چالش‌هایی پیش روی تاسیس این بانک قرار دارد؟

پیش از این جلسه‌ای برگزار شد که در آن همکاران پیشنهاد دادند صندوق قرض‌الحسنه‌ای برای واحدهای صنفی استان‌ها ایجاد شود که گفته شد تمام استان‌ها دارای صندوق قرض‌الحسنه هستند.

پیشنهاد دوباره برای تاسیس بانک اصناف داده شد که تاییدیه آن از سمت بنده صادر شد. البته باید تایید تمام ۳۱ استان گرفته شود؛ تاسیس بانک کار راحتی نیست. این موضوع فعلا نباید رسانه‌ای می‌شد که متاسفانه توسط اعضا این اتفاق افتاد.

◉ بانک اصناف چه مشکلاتی را می‌تواند حل کند؟

زمانی تاسیس بانک لازم بود. دادوستد کسبه و تجار با بانک‌ها است. گردش مالی بیشتر بانک‌ها توسط این قشر صورت می‌گیرد و در مقابل با تاسیس بانک اصناف بسیاری از مشکلات واحدهای صنفی حل می‌شود. به‌طور مثال اگر نیاز به وام داشته باشند، در انتظار طولانی برای دریافت آن نمی‌مانند و اتحادیه‌ها در این حوزه دست‌شان باز گذاشته می‌شود و با این عمل هم در حوزه تولید و هم واردات اتفاق مثبتی صورت می‌گیرد اما با اوضاع پیش آمده تاسیس این بانک بعید به‌نظر می‌رسد. مجوزی که قبلا گرفته شده بود مربوط به مدیریت قبل بانک مرکزی است و مشخص نیست دوباره این اجازه داده شود یا خیر.

◉ پیش‌بینی شما از تاسیس این بانک چیست؟

هدف از ایجاد بانک اصناف ارائه خدمات به واحدهای صنفی است. اگر اعضا بخواهند وامی بگیرند یا کاری انجام دهند مانند توپ فوتبال از این ور به آن ور شوت نمی‌شوند که در پایان کارشان هم انجام نشود. البته باید توجه داشت بسیاری از بانک‌ها در حال حاضر همکاری خوبی با واحدهای صنفی دارند و از همکاری با صنوف استقبال می‌کنند. گردش مالی برای بانک‌ها ضروری است و چون گردش مالی اصناف زیاد است بانک‌ها با آنها همکاری دارند. امیدواریم پیگیری‌های ما به نتیجه برسد و بتوانیم بانک مخصوص اصناف را تاسیس کنیم.

آگهی فقدان سند مالکیت

آقای محمود مسعودی با ارائه معرفی‌نامه شماره ۱۰۴۷۰۱۳، ۱۴۰۰ مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۰۷ ضمن تسلیم دو برگ استشهاد به تصدیق شده اعلام نموده است که سند مالکیت ششدانگ یک قطعه زمین به مساحت ۱۰۰۰ مترمربع قطعه ۲۸۷ تفکیکی به شماره ۲۵۷۵ فرعی از ۱۶۹ اصلی مفروز از پلاک ۳۱۸ فرعی از اصلی مذکور واقع در اراضی حوزه ثبتی شهرستان کرج به شماره چاپی‌های ۶۲۰۴۸۹ و ۶۲۰۴۹۶ و ۶۲۰۴۹۷ و ۶۲۰۴۹۸ مورد ثبت صفحات ۳۳ الی ۴۵ جلد ۷۰۱ به نام حاج مرتضی غیاثی و سیدرضا دهقانی محمدآبادی هر یک نسبت به دو دانگ و سیدحسن میرزا شکراله وزیر و سیدکاظم دهقانی محمدآبادی هر یک نسبت به یک دانگ صادر شده سپس تمامی مورد ثبت مع‌الواسطه به موجب اسناد ۱۱۹۰۳۲ مورخ ۳۶/۱۰/۱۱ و ۱۱۹۰۳۴ مورخ ۳۶/۱۱/۲۶ دفترخانه ۶۴ تهران به خلیل وحید انصاری و بدر تقی‌زاده انصاری بالسویه منتقل گردیده سپس سه‌دانگ سهمی خلیل وحید انصاری به موجب بند یک ماده ۱۴۷ قانون ثبت به بدر تقی‌زاده انصاری منتقل که ذیل صفحات ۴۱ و ۳۳ دفتر ۷۰۱ ثبت و سند مالکیت به سریال ۱۰۰۶۴۵ صادر گردیده سپس تمامی مورد ثبت برابر سند ۹۹۵۱۶ مورخ ۷۶/۱۲/۵ دفترخانه ۱۶ کرج به بانک صادرات ایران منتقل گردیده مفقود گردیده و تقاضای صدور سند مالکیت المثنی نموده است. لذا مراتب به استناد تبصره یک اصلاحی به ماده ۱۲۰ آئین‌نامه قانون ثبت در یک نوبت آگهی می‌شود تا چنانچه کسی مدعی وجود سند مالکیت نزد خود و یا انجام معامله نسبت به ملک مذکور باشد از تاریخ انتشار این آگهی به مدت ده روز اعتراض خود را ضمن ارائه اصل سند مالکیت به این اداره تسلیم تا وفق مقررات عمل گردد بدیهی است چنانچه ظرف مدت مقرر اعتراضی واصل نشود و یا در صورت اعتراض اصل سند ارائه نگردد سند مالکیت المثنی طبق مقررات به متقاضی تسلیم خواهد شد.

حسین رضا نوری‌شاد، سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک ناحیه سه کرج

یادداشت

منابع‌طبیعی در خطر است

حسین عبیری گلپایگانی
کارشناس مسکن

نحوه برداشت از منابع اولیه از اهمیت زیادی برخوردار است. ما وقتی کالای بی‌کیفیت تولید می‌کنیم، باید از منابع بیشتری برای بازتولید آن محصول خرج کنیم. بنابراین زمانی که ما برای ساخت‌وساز از مصالح بی‌کیفیت استفاده می‌کنیم، بعد از مدتی مستهلک می‌شود و مجبور هستیم دوباره برای بازسازی و ساخت مجدد آن ساختمان کلی وقت و هزینه صرف کنیم.

حال اگر سیستم بازیافت عمرانی هم دچار ضعف و نقض باشد، این مشکل دوچندان می‌شود، چرا که منابع‌طبیعی و خدادادی محدود است و بازیافت برخی از مواد هزاران سال طول می‌کشد، از طرفی با استفاده بی‌رویه از این منابع، سرمایه‌های ملی برای آیندگان به نابودی کشیده می‌شود.

گاهی به‌اشتباه شنیده می‌شود که پسماندهای عمرانی و ساختمانی تنها از جنبه زیباسازی شهری می‌توانند آلودگی‌های بصری ایجاد کنند و محیط‌زیست را به خطر نمی‌اندازند، اما نکته حائزاهمیت این است که پسماندهای ساختمانی همانند سایر زباله‌های شهری می‌توانند برای محیط‌زیست مخرب باشند، چرا که بسیاری از این پسماندها به‌طورشبانه و غیرقانونی در بستر رودخانه‌ها و دریا ریخته می‌شوند و با ایجاد آب‌گرفتگی به‌شدت گرفتن سیلاب‌ها در برخی مناطق دامن می‌زنند.

همچنین، پسماندهایی که در کنار جاده‌ها و مسیرهای بین‌شهری ریخته می‌شود، تصادفات و راه‌بندان‌های طولانی را پدید می‌آورند.

با رها کردن زباله‌های ساختمانی و بی‌توجهی به بازیافت آنها، بخش عظیمی از منابع‌طبیعی به حال خود رها می‌شوند و به چرخه تولید بازنمی‌گردند، از این‌رو ضرورت دارد که در کشور ما سرمایه‌گذاری و فناوری‌های نوین راه خود را به این سمت پیدا کنند تا دیگر شاهد هدررفت سرمایه ملی نباشیم.

ما باید با اصلاح الگوی مصرف برداشت منابع‌طبیعی را کاهش دهیم و از این منابع به‌طورکامل استفاده کنیم. همچنین، بتوانیم بعد از تبدیل شدن این منابع به پسماند، عملیات بازیافت را به‌طورکامل اجرا کنیم تا دوباره قابل‌استفاده شوند.

متاسفانه در دهه‌های اخیر شاهد بی‌کیفیت شدن مصالح ساختمانی تولیدشده در کشور هستیم. این موضوع علاوه بر این باعث ساخت‌وسازهای ناایمن و غیراستاندارد، برداشت از منابع‌طبیعی را چند برابر می‌کند و در مرحله بازیافت نیز بلااستفاده می‌شود.

باید دانست که مصالحی که بعد از ۲۰ سال مستهلک می‌شود، در برابر مصالح باکیفیتی که بیش از ۱۰۰ سال عمر می‌کند، ۵ برابر بیشتر به منابع‌طبیعی ضرر می‌رساند، از این‌رو ساخت‌وساز استاندارد با مصالح باکیفیت می‌تواند در حفظ منابع‌طبیعی ما نقش کلیدی ایفا کند.

صنایع ساختمان جزو صنایع مادر است که نیاز مبرم به منابع‌طبیعی دارد. برای تولید هر یک از مصالح ساختمانی هزینه و وقت زیادی صرف می‌شود، چرا که مواد اولیه بیشتر این مصالح از معادن کشور تهیه و با هزینه‌های سنگین حمل‌ونقل به کارخانجات تولید مصالح ساختمانی می‌رسد و در نهایت برای ساخت‌وساز آماده می‌شود. با نگاهی به مراحل بازیافت پسماندهای عمرانی مشاهده می‌کنیم که این فرآیند بسیار کم‌هزینه‌تر و کم‌دردسر از تولید است و به محیط‌زیست کمک می‌کند.

حجم بالای زباله‌های شهری به‌ویژه نخاله‌های ناشی از تخریب بافت‌های فرسوده منجر به بروز مشکلات فراوان در مناطق پرجمعیت می‌شود، از این‌رو توجه به بازیافت آنها به‌دلیل مسائل زیست‌محیطی، کمبود مکان‌های دفع زباله، ایجاد منظره‌ای نامناسب و کمبود مصالح اولیه امری بسیار ضروری است. در حال حاضر مدیریت نخاله‌های ساختمانی دانشی بسیار ضروری است که با تصمیم‌گیری اصولی، برنامه‌ریزی دقیق و کنترل تولید دورریزهای ساختمانی همراه است.

ضرورت حمایت از حقوق مصرف‌کننده در بخش مسکن

خانه، هندوانه در بسته نیست

محمد انوشه‌ئی
editor@smtnews.ir

باتوجه به گرانی روزافزون نرخ مسکن در کشور و بی‌ثمر بودن تلاش‌های دولت در کاهش نرخ ملک، حداقل توقع خریداران برای خرید یک خانه، کیفیت ساخت آن واحد است. در همین راستا، موضوع حمایت از حقوق مصرف‌کننده در بخش مسکن از ضروریات است که باید سازمان‌های ذی‌ربط با نظارت و پیگیری‌های مداوم در راستای این اقدام مهم، گام‌های محکمی بردارند. متاسفانه در حال حاضر بسیاری از خریداران بازار مسکن هیچ توجهی به کیفیت مصالح و متریال استفاده‌شده در واحد موردنظر ندارند و هر واحدی را که با بودجه خود مناسب ببینند، خریداری می‌کنند؛ اتفاقی که در بیشتر کشورهای دنیا با جدیت بیشتری دنبال می‌شود و علاوه بر نظارت سخت بر ساخت‌وسازها، خریداران فاکتورهای زیادی برای خرید خانه در نظر می‌گیرند.

به‌عقیده کارشناسان، از حدود ۱۰۰۰ نوع مصالح ساختمانی مورداستفاده در صنعت ساختمان، بسیاری از مصالح ساختمانی دارای استاندارد مناسب و از کیفیت لازم برای ساخت‌وساز برخوردار نیستند و عمر مفید ساختمان در بخش عمومی در کشور مابین ۲۵ تا ۳۰ سال است.

صمت در این گزارش ضرورت حمایت از حقوق مصرف‌کننده را در بخش مسکن بررسی کرده است.

عکس: صمت

قیمت مسکن از بستر اقتصادی کشور تاثیر می‌پذیرد و دولت باید زیرساخت‌های اقتصاد را با مدیریت صحیح ساماندهی کند

زیرساخت‌های اصلی رشد و توسعه ساخت‌وساز

رعایت استفاده از مصالح ساختمانی مرغوب در ساخت‌وساز و نظارت بر آن از مهم‌ترین عوامل ساختمان‌سازی مطلوب به‌شمار می‌رود، صاحب‌نظران این بخش بر این باور هستند که کیفیت مصالح مصرفی و چگونگی انتخاب و مصرف آنها باعث کیفیت سازه شده است و رضایت خریداران را به‌همراه دارد.

به‌دلیل پایین بودن کیفیت بسیاری از مصالح ساختمانی استفاده‌شده در ساختمان‌ها و عدم‌مطابقت آنها با ویژگی‌های استاندارد، همه‌ساله خسارت‌های بسیاری به منابع عظیم مالی کشور وارد می‌شود. باتوجه به اینکه ایران از جمله کشورهای زلزله‌خیز است و همچنین در معرض دیگر بلایای طبیعی مثل سیل نیز قرار دارد، می‌توان با مصرف مصالح ساختمانی مرغوب، مقاومت ساختمان‌ها را در برابر عوامل مخرب نیز افزایش داد و از حقوق مصرف‌کنندگان حمایت کرد.

پروژه‌های عمرانی و ساختمانی در هر کشور به‌عنوان یکی از زیرساخت‌های اصلی رشد و توسعه آن کشور مطرح است.

شواهد موجود بر نقش کلیدی و محوری ناظران در شکل‌گیری این‌گونه پروژه‌ها دلالت دارد. از این‌رو، ارتقای کیفیت از مصالح مرغوب می‌تواند باعث بهبود در کیفیت و موفقیت پروژه‌های عمرانی و ساختمانی شود. بااین‌وجود، متاسفانه درک صحیحی از ابعاد مختلف کیفیتی در عرصه‌های علمی و صنعتی کشور وجود ندارد. به‌نظر می‌رسد، این امر به‌دلیل ضعف نظری و پژوهشی حاکم بر کیفیت خدمات ساختمانی باشد.

بازار ملک در ایران شرایط قابل‌قبولی ندارد

محمدعلی پورشیرازی، کارشناس بازار مسکن در رابطه با ضرورت حمایت از حقوق مصرف‌کننده را در بخش مسکن به صمت گفت: در کشورهای پیشرفته نظیر فرانسه و آلمان مسکن یک کالای کاملا مصرفی است، اما این نوع نگرش باعث نشده تا به کیفیت ساخت‌وسازها بی‌توجهی شود، بلکه با نگاهی به ساختمان‌هایی که تا ۱۰۰ سال عمر دارند، درمی‌یابیم که علاوه بر استفاده از مصالح ساختمانی بسیار مرغوب، به موضوع رفاه شهروندان توجه بسیار زیادی شده و شهرسازی از اهمیت زیادی برخوردار است. در نتیجه از تمام جهات، حقوق مصرف‌کننده در بازار مسکن رعایت می‌شود و از این بابت چالشی ندارند.

وی افزود: متاسفانه در کشورهای در حال توسعه، مشکل مسکن از جهات مختلفی دچار تزلزل است و اگر بخواهیم درباره کشور خودمان صحبت کنیم، مشاهده می‌کنیم که بازار ملک در ایران شرایط قابل‌قبولی ندارد. این نابسامانی به موضوعات مختلفی نظیر افزایش بی‌رویه قیمت‌ها، استفاده از مصالح ساختمانی نامرغوب، تعداد بالای ساختمان‌های فرسوده، نبود تعادل در بازار مسکن و... مرتبط است. تمامی این موضوعات حجم وسیعی از نارضایتی در بازار ملک را پدید آورده و نه‌تنها حقوق مصرف‌کنندگان در خطر است، بلکه سازندگان و انبوه‌سازان نیز با شرایط متزلزلی روبه‌رو هستند.

بازار مسکن تحت‌تاثیر اشتباهات

پورشیرازی عنوان کرد: زیرساخت‌های نامناسب و پایه‌های اقتصادی متزلزل، آثار مخربی بر کل جامعه می‌گذارد که جبران‌پذیر نخواهد بود. بازار مسکن نیز همیشه تحت‌تاثیر سیاست‌های اشتباه قرار گرفته و از شرایط اقتصادی متضرر شده، به‌طوری که در سال‌های اخیر وعده‌های مختلفی برای ساماندهی بازار مسکن داده شد که متاسفانه به ساماندهی این بازار مهم و حیاتی کمکی نکرده است. در کشورهای اروپایی درآمد افراد باتوجه به تورم افزایش پیدا می‌کند و رابطه بسیار نزدیک بین مسکن و سبد خانواده برقرار است، اما در ایران درآمد افراد جوابگوی تورم مسکن نیست، به‌همین‌دلیل، خانه‌دار شدن برای بسیاری از اقشار جامعه به موضوعی غیرقابل‌حل تبدیل شده است.

از طرف دیگر، مدیریت اقتصادی در بسیاری از کشورها با تاثیر مثبت خود، بازار مسکن را متحول کرده و همکاری و هماهنگی‌های پی در پی در این حوزه، چرخ تولید مسکن را به‌حرکت درآورده است، از این‌رو بازار مسکن در ایران یک حالت متفاوتی پیدا کرده که خریداران تنها می‌خواهند از تورم عقب نمانند و اگر قصد خرید ملک را داشته باشند، دیگر به موضوعاتی نظیر استانداردسازی و کیفیت سازه موردنظر توجه نمی‌کنند.

زیرساخت‌های اقتصادی اصلاح شود

وی تاکید کرد: نرخ مسکن از بستر اقتصادی کشور تاثیر می‌پذیرد و دولت باید زیرساخت‌های اقتصادی را با مدیریت صحیح ساماندهی کند. در کشورهای غربی پایه‌های اقتصاد قوی باعث شده تا تورم بخش مسکن کنترل شود و هر ساله نرخ مسکن افزایش پیدا نکند، اما در همین چند ساله در کشور مشاهده می‌کنیم که عدم‌کنترل تورم و ناهماهنگی‌های موجود، نرخ تجهیزات ساخت‌وساز را با رشد چشمگیری روبه‌رو کرده و باعث افزایش نرخ مسکن شده است.

وی در پایان گفت: فراهم شدن بسترهای مناسب اقتصادی، تولید مسکن را به‌سمتی می‌برد که اقشار کم‌درآمد، به‌ویژه جوانان بتوانند به مسکن ارزان‌نرخ دست پیدا کنند تا رضایت حقوق مصرف‌کننده در بخش مسکن جای خود را بیابد.

> یکی از عوامل مهم و تاثیرگذار در عمر یک ساختمان، مصالح ساختمانی مرغوب و باکیفیت است و باید سازکاری تعریف شود تا حقوق مصرف‌کننده ضایع نشود

ضرورت وجود سازمان حمایت از مصرف‌کننده

محمد مرادی، کارشناس شهری به صمت گفت: یک انتخاب مناسب و رعایت قواعد خرید خانه می‌تواند باعث رضایت و آسایش‌خاطر بلندمدت خریداران و نادیده گرفتن این نکات هنگام خرید ساختمان می‌تواند در کوتاه‌ترین زمان باعث پشیمانی شود. وجود مصالح نامرغوب به‌دلیل سود بالای تولیدات غیراستاندارد از یک‌سو و از سوی دیگر، کم‌توجهی سازمان‌ها و فقدان نظام کنترلی بهینه موجب شده است، مهم‌ترین ابزار مقاوم‌سازی ساختمان‌ها از گردونه ساخت‌وساز حذف شود. وی افزود: استفاده از مصالح ساختمانی بی‌کیفیت و به‌دنبال آن، ساخت‌وساز غیرمهندسی و نامناسب، اصلی‌ترین دلیل بر مقاومت ساختمان‌ها در برابر حوادثی چون زلزله است. یکی از عوامل مهم و تاثیرگذار در عمر یک ساختمان، مصالح ساختمانی مرغوب و باکیفیت است و باید سازکاری تعریف شود تا حقوق مصرف‌کننده ضایع نشود.

حل مشکلات مسکن ضرورت دارد

باوجود طرح استانداردسازی مصالح ساختمانی به‌ویژه شن و ماسه اما هنوز شاهد تولید مصالح بی‌کیفیت در سطح کارگاه‌ها و مصالح‌فروشی‌های ساختمانی در کشور هستیم. استفاده از تکنیک‌های نوین ساخت مصالح جدید و بهینه‌سازی روش‌های اجرا، علاوه بر صرفه‌جویی در هزینه زمان و انرژی، زیان‌های ناشی از حوادث طبیعی مانند زلزله را کاهش می‌دهد و صدمه‌های ناشی از وزن زیاد ساختمان را به حداقل می‌رساند. این کارشناس تاکید کرد: حمایت از مصرف‌کننده برای برطرف کردن مشکلات موجود در بخش مسکن ضروری است. نیاز به سازمانی که حقوق مصرف‌کننده را از تمام عوامل تولید ازجمله مصرف‌کنندگان، کارگران، مهندسان و سازمان‌های ذی‌ربط مطالبه کند و در همه حال برای رسیدن به حقوق مصرف‌کننده در مقابل دیگر سازمان‌ها و دستگاه‌ها بایستد، اجتناب‌ناپذیر است. تا زمانی که چنین سازمانی به‌طورجدی و واقعی شکل نگیرد، همچنان باید شاهد مشکلات در صنعت ساخت‌وساز باشیم.

عرضه مصالح ساختمانی بی‌کیفیت، ناقض حقوق مصرف‌کنندگان

هرگونه تولید و عرضه مصالح ساختمانی فاقد مجوز استاندارد و بی‌کیفیت، نقض حقوق مصرف‌کنندگان است که در این راستا، باتوجه به اهمیت موضوع استانداردسازی مصالح ساختمانی و رابطه آن با سلامت و ایمنی مردم، باید از تولید محصولات بدون پروانه کاربرد علامت استاندارد اجباری و بی‌کیفیت، جلوگیری شود و از عرضه و فروش این‌گونه محصولات ناامن جلوگیری به‌عمل آید. براساس قانون، واحدهای تولیدی که نسبت به استانداردسازی محصولات خود، بی‌توجهی و تولیدات فاقد استاندارد را روانه بازار مصرف کنند، باید پس از طی مراحلی اعم از تذکر، اخطار، تعهد و... ، به مراجع قضایی ذی‌ربط معرفی شوند. در حوزه کیفیت مصالح ساختمانی، کارشناسان استاندارد، باید در حیطه وظایف نظارتی خود با جدیت، با متخلفان و تولیدکنندگان محصولات بدون پروانه کاربرد علامت استاندارد و بی‌کیفیت، در چارچوب قوانین و ضوابط سازمان ملی استاندارد ایران، برخورد کنند تا حقوق مصرف‌کنندگان حفظ شود.

وی با تاکید بر لزوم استفاده از مجریان ساختمان در صنعت ساخت‌وساز به صمت گفت: با انجام این امر که برای ساخت بناهای ۸۰۰ مترمربع به بالا انجام خواهد گرفت، شاهد ارتقای کیفی ساخت‌وساز خواهیم بود.

مرادی در پایان گفت: هم‌اکنون بیشتر کارهای اجرایی ساختمانی توسط افرادی که فاقد صلاحیت و تخصص لازم هستند، انجام می‌گیرد و از آنجا که در برخی جوامع، هر تحول اجتماعی با واکنش‌هایی مواجه می‌شود، بنابراین جایگزینی افراد تحصیلکرده و متخصص دارای مدرک صلاحیت فنی به‌جای افراد فاقدصلاحیت در این بخش نیز ممکن است با تبعاتی روبه‌رو شود.

سخن پایانی

باید در نظر گرفت که از اساس ساخت‌وساز یکی از حوزه‌هایی است که هر سرمایه‌گذاری را برای به‌دست آوردن سود بیشتر وسوسه می‌کند. ارکان تعیین‌کننده در نرخ نهایی مسکن، شامل مواردی نظیر نرخ زمین، هزینه‌های جواز، نرخ تمام‌شده اسکلت، نرخ مصالح ساختمانی، هزینه‌های پیش‌بینی‌نشده، اجرت پیمانکاران و... است که باتوجه به افزایش نرخ این نهاده‌ها، ممکن است برخی سازندگان با سودجویی حقوق مصرف‌کننده را پایمال کنند. استاندارد بودن مصالح ساختمانی سیمان، شن و ماسه و بلوک‌سیمانی تنها در سایه احساس مسئولیت مهندسان ناظر ممکن است و این امر می‌تواند از مصرف غیراستاندارد این‌گونه مصالح و ساخت خانه‌های کم‌دوام جلوگیری کند. افزایش سرسام‌آور نرخ مصالح ساختمانی از ابتدای امسال در کنار کاهش صدور پروانه‌های ساختمانی منجر به این شد که علائم حیاتی بازار مسکن که مدت‌ها است در کما فرو رفته است، هر روز کمتر شود، حتی طرح نهضت ملی مسکن هم نتوانست تا به امروز کمکی به بازار مسکن کند و اگر تجربه مسکن مهر تکرار شود، هیچ امکانات رفاهی و دستاوردی برای مصرف‌کنندگان پیش‌بینی نمی‌شود. دولت باید در کنار نظارت بر ساخت‌وساز باکیفیت و استاندارد به پروژه‌های شهرسازی و معماری نیز توجه کند تا شهروندان در کنار خرید مسکن بادوام و باکیفیت از امکانات شهرسازی و رفاهی مناسب نیز برخوردار شوند و حقی از سوی معامله‌گران مسکن ضایع نشود.

وام مسکن؛ حمایت از مصرف‌کننده یا اقدامی نمایشی؟

بررسی وعده وزیر راه و شهرسازی برای افزایش وام خرید مسکن به ۷۰۰ میلیون تومان، نشانگر این است که به‌دلیل ناترازی بانک‌ها امکان پرداخت این میزان تسهیلات با، اما و اگرهای زیادی همراه است و از سوی دیگر، تزریق این حجم از نقدینگی خود زمینه‌ساز رشد تورمی خواهد شد که بیش از گذشته گریبان بازار مسکن را خواهد گرفت. حال بر فرض، تصویب تسهیلات فوق، اقساط ۱۱ میلیون و ۶۰۰ هزار تومانی آن برای وام‌گیرنده در شرایطی که در خوشبینانه‌ترین حالت کف حقوق دهک‌های متوسط و ضعیف جامعه حدود ۶ میلیون تومان تعیین شده، خود مانعی است که در عمل تسهیلات فوق را حداقل در سال‌های اولیه مختص دهک‌های بالای جامعه خواهد کرد.

در همین حال، بسیاری از کارشناسان مسکن معتقدند وام مسکن ۷۰۰میلیونی نمونه‌ای از چند ده بخشنامه بی‌اثر متولیان حوزه مسکن در دولت است که تاثیری در افزایش قدرت خرید مردم ندارد.

محسن فلکی یکی از همین کارشناسان است که می‌گوید: سیاست‌گذار چگونه به این جمع‌بندی رسیده که خانواده متوسط و ضعیف جامعه که متوسط درآمد آن ۶ تا ۸ میلیون تومان است، می‌تواند از پس اقساط ۱۱ میلیون و ۶۰۰ هزار تومانی این وام بربیاید؟

این کارشناس حوزه مسکن با بیان اینکه وام مسکن از ۲،۵میلیون تومان در اواسط دهه ۷۰، به پیشنهاد ۷۰۰ میلیون تومانی در سال ۱۴۰۱ رسیده است، گفت: مبلغ نخست، برای چندین سال متمادی ثابت بود و در توان متقاضیان برای خرید مسکن نیز تاثیر بیشتری داشت. فلکی ادامه داد: به‌تدریج هزینه ساخت‌وساز و نرخ تمام‌شده مسکن از تورم عمومی پیشی گرفت. در نتیجه، در سال‌های اخیر، دولت برای تنظیم سبد حمایتی این حوزه، در بازه‌های زمانی کوتاه‌تری رقم وام مسکن را افزایش می‌دهد. این در حالی است که باوجود افزایش مبلغ وام، اما این مبلغ باز هم به دلایل مختلفی مردم را خانه‌دار نخواهد کرد.

این کارشناس بازار مسکن گفت: وام مسکن ۷۰۰ میلیون تومانی، بیش از اینکه جنبه حمایت از مصرف‌کننده را داشته باشد، نوعی اعتراف اقتصادی است. در واقع، دولت با این تصمیم می‌پذیرد که مسکن در ایران گران تمام می‌شود. فلکی در پاسخ به این سوال مبنی بر اینکه چرا افزایش وام خرید مسکن به ۷۰۰ میلیون تومان، مستاجران را خانه‌دار نمی‌کند، گفت: چنین تسهیلاتی باتوجه به اقساط آن از سوی بسیاری از مصرف‌کنندگان واقعی و مستحق، قابل‌دریافت نیست و احتمالا استقبال چندانی از آن نمی‌شود. افراد کمی می‌توانند هم مسکن موردنیاز خود را گران بخرند و هم وام گران را برای آن بازپرداخت کنند.

او ادامه می‌دهد: حتی دریافت‌کنندگان وام مسکن ۷۰۰ میلیون تومانی نیز احتمالا در بازپرداخت اقساط آن با مشکل مواجه می‌شوند. در چنین شرایطی، سیاست افزایش این وام، بیش از اینکه بعد حمایتی برای عموم مردم را داشته باشد، جنبه نمایشی دارد.

رابطه معنادار تورم با کیفیت تولید

گروه گزارش
editor@smtnews.ir

سازکار قیمت‌گذاری بنگاه‌ها، از مهم‌ترین عوامل تعیین‌کننده رفتار تورم در پاسخ به تغییرات سیاست پولی است. در مقابل، تورم و نرخ کالا رابطه معناداری با کیفیت تولید و میزان مصرف دارند. درجه چسبندگی قیمت، اطلاعات ارزشمندی درباره واکنش تولید و تورم به شوک‌های پولی در نتیجه مکانیسم انتقال سیاست پولی ارائه می‌دهد. در ادبیات کینزی جدید، وجود چسبندگی‌های اسمی باعث می‌شود شوک‌های سیاست پولی اثر حقیقی بر اقتصاد داشته و به‌عبارتی غیرخنثی باشند. در مدل‌های چسبندگی نرخ، فرض بر این است که بنگاه‌های اقتصادی در تعدیل نرخ کالاهای خود در هر دوره با محدودیت‌هایی مواجهند که سبب می‌شود قیمت‌ها در واکنش به شوک‌های پولی به‌کندی تعدیل شوند و در نتیجه سیاست‌های پولی بر تولید حقیقی اثرگذار باشند.

بنا بر اهمیت این مسئله، مدت‌ها است برخی تحلیلگران اقتصادی تلاش می‌کنند با استفاده از شاخص نرخ ماهانه ذیل اجزای شاخص نرخ مصرف‌کننده و تولیدکننده به بررسی درجه چسبندگی قیمت‌ها در این دو سطح بپردازند. بررسی نتایج یک مطالعه که در میانه دهه ۹۰ انجام شده، حاکی از آن است که باتوجه به انعطاف‌پذیری بالای قیمت‌ها در ایران، اثربخشی سیاست‌های پولی برخلاف سایر اقتصادهای با درجه بالای چسبندگی قیمت، بسیار ناچیز است. در همین راستا، پیشنهاد می‌شود بانک مرکزی هدف عمده را بر کنترل نرخ تورم و ثبات قیمت‌ها متمرکز کند. در تحلیل پیش‌روی صمت که به مناسبت روز ملی حمایت از مصرف‌کننده تهیه شده است، به این مهم می‌پردازیم که آیا حمایت همزمان از مصرف‌کننده و تولیدکننده امکان‌پذیر است؟

عکس: آیدا فریدی

> باتوجه به انعطاف‌پذیری بالای قیمت‌ها در ایران، اثربخشی سیاست‌های پولی خلاف اقتصادهایی با درجه بالای چسبندگی قیمت، بسیار ناچیز است

تاثیر تورم بر حقوق مصرف‌کننده

در ۴ سال گذشته، رشد منفی اقتصادی با تورم بیش از ۴۰ درصدی همراه شده است و همین موضوع اهمیت توجه به حقوق مصرف‌کننده را بیشتر می‌کند.

تکانه‌ها و نوسانات متعدد قیمتی در شرایط امروز ایران از عوامل اصلی افزایش فاصله طبقاتی در کشور است و بدون کنترل نرخ تورم و بازگرداندن آن به شرایط عادی، هیچ سیاست حمایتی نمی‌تواند درآمد مزدبگیران را به‌نحوی تامین کند که از ابتدا تا پایان یک سال، یک‌سوم تا یک‌دوم قدرت خرید تضعیف نشود.

کارشناسان معتقدند مهم‌ترین علت افزایش نرخ تورم در ایران، افزایش پایه پولی و نقدینگی از این محل است. این سیاست همواره در سال‌های مختلف، دولتمردان و از آنها بیشتر، مردم و مزدبگیران را دچار مشکل کرده است، اما به‌دلیل سهولت بکارگیری این روش، همچنان از آن استفاده می‌شود.

سیاست کنترل نرخ، بهترین خدمتی است که می‌توان به مصرف‌کننده و تولیدکننده در شرایط فعلی ارائه کرد، چرا که با کنترل قیمت‌ها می‌توان حداقل ثبات را به اقتصاد بازگرداند. به این ترتیب، مسئله حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان اگر در همه بخش‌ها تضاد منافع به‌دنبال داشته باشد، در کنترل نرخ می‌تواند منافع دوطرف متضاد را به هم نزدیک کند.

دیدگاه مرسوم در اقتصاد کلان این است که به‌دلیل چسبندگی سطح نرخ کل، سیاست پولی می‌تواند موثر باشد؛ هنگامی که تغییراتی در ابزار سیاست‌گذاری پولی ایجاد می‌شود، سطح نرخ کل به‌کندی واکنش نشان می‌دهد و در نتیجه، سیاست پولی اثر واقعی بر اقتصاد خواهد داشت.

نگاهی به تاریخچه سیاست‌گذاری پولی در ایران نشان می‌دهد، جهت‌گیری این سیاست‌ها بیشتر تقویت تولید و کاهش بیکاری از راه بسط پولی بوده است.

اگر درجه چسبندگی نرخ در اقتصاد ایران پایین باشد، آن‌گاه سیاست‌های پولی انبساطی با هدف تحریک بخش واقعی اقتصاد و رشد اقتصادی نتیجه‌ای جز ایجاد تورم نخواهد داشت و به‌عبارت دیگر، درجه غیرخنثی بودن سیاست‌های پولی بسیار اندک است. در این شرایط، سیاست‌گذار باید از سیاست‌های سمت عرضه برای تحریک رشد اقتصادی استفاده کند.

تغییر زیاد نرخ کالاهای مصرفی

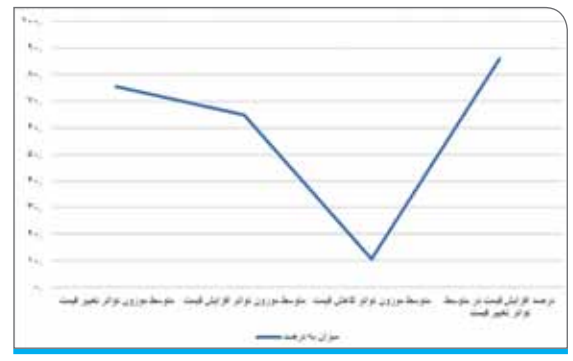
هرچه تواتر تغییر نرخ بیشتر باشد، به این معنا است که درجه چسبندگی نرخ پایین‌تر است. محاسبه آمار تواتر تغییر نرخ برای ۳۵۹ قلم کالا و خدمت مصرفی گویای درجه پایین چسبندگی کسری قابل‌توجهی از اقلام مصرفی است. در میانه دهه ۹۰ تواتر تغییر نرخ ۷۱ قلم کالای مصرفی میان ۹۰ تا ۱۰۰ درصد است؛ یعنی در ۹۰ تا ۱۰۰ درصد ماه‌های موردبررسی، نرخ این اقلام دستخوش تغییر شده و بنابراین درجه چسبندگی نرخ در آنها بسیار اندک و ناچیز است. درجه چسبندگی نرخ بین ۳۵۹ قلم کالا و خدمات مصرفی، بسیار ناهمگن است. تواتر تغییرات قیمت، دامنه وسیعی را شامل می‌شود، به‌نحوی که در این دامنه اقلامی وجود دارند که قیمت‌شان انعطاف‌پذیر بوده و تغییر کرده است.

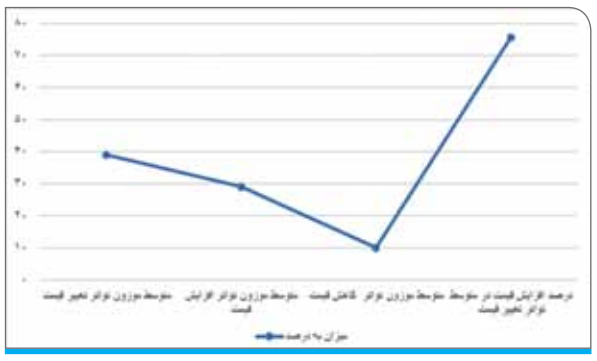
بررسی داده‌های نرخ ماهانه ۳۵۹ قلم کالا و خدمات سبد مصرفی خانوارهای شهری نشان می‌دهد در دوره موردبررسی به‌طورمتوسط ۷۵ درصد از کالاها و خدمات مصرفی در سبد مصرف‌کننده هر ماه قیمت‌شان با تغییر همراه و ۸۶ درصد از این تغییر نرخ اقلام مصرفی، افزایشی بوده است.

باتوجه به اینکه فقط ۱۴ درصد از تغییرات نرخ مربوط به کاهش قیمت‌ها بوده، می‌توان نشان داد فرضیه چسبندگی رو به پایین به‌واسطه داده‌های خرد قیمت‌ها در اقتصاد ایران تایید می‌شود. این یافته با نرخ‌های تورم بالا و مزمن در اقتصاد ایران سازگار است. همچنین، آمار دوره ثبات قیمت‌ها در سطح خرده‌فروشی نشان می‌دهد، نرخ اقلام مصرفی کمتر از یک ماه ماندگاری دارند و به‌عبارت دیگر، به‌طور متوسط هر ۲۰ روز یک‌بار قیمت‌ها با تغییر همراه هستند.

باوجود این واقعیت که به‌طورمتوسط ۶۵ درصد از کالاها و خدمات مصرفی در هر ماه با افزایش نرخ روبه‌رو هستند، نتایج حاصل از برآورد الگوی اقتصادسنجی نشان می‌دهد، افزایش نرخ تورم ماهانه به‌میزان یک درصد، سهم کالاها و خدماتی را که در سبد مصرف‌کننده با افزایش نرخ مواجه می‌شوند به‌مقدار ۶ درصد افزایش می‌دهد.

بنابراین، می‌توان استدلال کرد که بنگاه‌های اقتصادی در فرآیند تصمیم‌گیری برای تعدیل نرخ کالاهای خود، شرایط اقتصادی از جمله نرخ تورم کل را مدنظر قرار می‌دهند، به‌نحوی که با افزایش نرخ تورم، درصد بیشتری از بنگاه‌ها مبادرت به تعدیل نرخ می‌کنند. در نتیجه، وجود بی‌اطمینانی درباره نرخ تورم و بی‌ثباتی آن می‌تواند علت تغییر ماه‌به‌ماه نرخ کالاها و خدمات مصرفی در اقتصاد ایران باشد. باتوجه به نتیجه یادشده، می‌توان استدلال کرد شواهدی دال بر سازگاری «الگوهای تعدیل نرخ وابسته به شرایط اقتصادی» با رفتار داده‌های نرخ خرده‌فروشی در ایران وجود دارد. باوجود ناهمگنی در درجه چسبندگی نرخ میان اقلام موجود در سبد شاخص نرخ تولیدکننده، مشاهده می‌شود توزیع متوسط تواتر تغییر نرخ در سطح تولیدکننده برخلاف شاخص نرخ مصرف‌کننده، تعداد بیشتری از اقلام موجود در سبد شاخص تولیدکننده دارای تواتر تغییر نرخ کمتر از ۵۰ درصد بوده که به‌معنای چسبندگی بیش از ۵۰ درصدی در این بخش است. بر این اساس، تغییرات نرخ در اقتصاد ایران بیشتر در سطح خرده‌فروشی بروز می‌یابد و در سطح تولیدکننده از درجه چسبندگی بیشتری برخوردار است.





> تکانه‌ها و نوسانات متعدد قیمتی در شرایط امروز ایران از عوامل اصلی افزایش فاصله طبقاتی در کشور است

ایران، در صدر انعطاف‌پذیری قیمتی

مقایسه درجه چسبندگی نرخ در اقتصاد ایران با سایر کشورها می‌تواند اطلاعات ارزشمندی را به‌لحاظ ارزیابی آثار سیاست پولی در اختیار سیاست‌گذاران قرار دهد. براساس آمارهای به‌دست‌آمده درجه چسبندگی نرخ در سطح خرده‌فروشی در اقتصاد ایران با اختلاف قابل‌توجهی بسیار کمتر از کشورهای موردبررسی است. باتوجه به انعطاف‌پذیری بالای قیمت‌ها در ایران، اثربخشی سیاست‌های پولی برخلاف اقتصادهایی با درجه بالای چسبندگی قیمت، بسیار ناچیز است. فراموش نکنیم، هرچه میانگین موزون تواتر تغییر نرخ بیشتر باشد، به معنی این است که درجه چسبندگی نرخ کمتر است.

باوجود اینکه، یافته‌های تجربی در اقتصاد ایران بیانگر بالاتر بودن درجه چسبندگی نرخ در سطح تولیدکننده در مقایسه با سطح مصرف‌کننده است، اما در مقایسه با سایر کشورهای موردبررسی، گویای این واقعیت است که همچنان قیمت‌ها حتی در سطح تولیدکننده نیز از درجه چسبندگی پایین‌تری در اقتصاد ایران برخوردار هستند.

نتایج کنترل قیمت‌ها در مهار تورم و معیشت

کنترل قیمت‌ها از سوی نیروهای فیزیکی تنظیم بازار در اقتصاد ایران سابقه دیرینه دارد. مهم‌ترین دلیلی که برای اجرای سیاست کنترل قیمت‌ها مطرح می‌شود، کارکرد آن در مهار تورم و حمایت از معیشت اقشار ضعیف جامعه است. گاه قیمت‌گذاری به‌شکل گسترده و همه‌جانبه انجام و گاه به اقلام خاص یا همان کالاهای اساسی محدود می‌شود. مقصود از قیمت‌گذاری این است که دولت به‌جای بنگاه، محاسبات مربوط به نرخ تمام‌شده را انجام دهد و با احتساب سودی که متعارف و قابل‌قبول می‌داند نرخ عمده‌فروشی و خرده‌فروشی برای یک کالا را مشخص کند.

شاید در نگاه اول، کنترل دستوری قیمت‌ها امری امکان‌پذیر باشد، اما در عمل امری پیچیده است و پیامدهایی مانند کاهش یا افت کمی و کیفی کالاها را نیز به‌همراه خواهد داشت، به‌نحوی که باوجود کنترل‌های کمی و کیفی کالاها از سوی سازمان‌هایی مانند سازمان ملی استاندارد، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و تعزیرات حکومتی در برخی موارد شاهد کاهش کیفیت برخی محصولات غذایی بوده‌ایم. به این ترتیب، سیاستی که قصد حمایت از مصرف‌کنندگان را داشته است، می‌تواند از طریق مواردی همچون کم‌فروشی و کاهش کیفیت کالاهای تولیدی از اهداف اصلی خود دور شود.

کاهش کمیت یا کیفیت یک کالا به‌جای افزایش صریح نرخ آن به‌عنوان افزایش نرخ پنهان شناخته می‌شود.

از سوی دیگر، پس از اجرای طرح هدفمندی یارانه‌ها، بنگاه‌ها در مواردی اقدام به افزایش غیرمستقیم قیمت‌ها کردند، زیرا با افزایش نرخ نهاده‌های تولید، ناشی از حذف یارانه‌ها، بنگاه‌ها برای پوشش افزایش هزینه‌های خود، چاره‌ای جز افزایش نرخ یا افت کیفیت و کمیت کالاهای خود نداشتند. از سوی دیگر، کنترل قیمتی پیامدهای منفی مانند صرف هزینه‌های بالا برای نظارت و تحمل بار آن در بودجه دولت، کاهش تولید و سرمایه‌گذاری و افزایش بی‌اعتمادی در بازار را تاکنون به‌همراه داشته است.

سخن پایانی

باتوجه به انعطاف‌پذیری بالای قیمت‌ها در ایران، اثربخشی سیاست‌های پولی برخلاف اقتصادهایی با درجه بالای چسبندگی قیمت، بسیار ناچیز است. در عمل انبساطی بودن سیاست‌های پولی به‌جای تحریک تولید موجب می‌شود کسری از بنگاه‌ها که قیمت‌شان را در هر دوره تعدیل می‌کنند، بیشتر و در نتیجه سیاست پولی خنثی شود. عملکرد دوره قبلی بانکی مرکزی نشان‌دهنده این است که سیاست‌گذار پولی گاهی برای مساعدت به رشد تولید و اشتغال، سوگیری انبساطی ایجاد کرده ، اما چون مکانیسم انتقال اثر سیاست پولی برای تولید ضعیف بوده، به‌جای دستیابی به سطوح تولید بالاتر باعث استمرار تورم و در دوره‌هایی تشدید فشارهای تورمی شده است.

به‌بیان دیگر، از لنگر اسمی سیاست پولی به‌طورفعال برای آن هدفی استفاده شده که برای آن کارآیی کافی نداشته و برعکس برای آن هدفی که لنگر اسمی کارآیی داشته، استفاده کافی و مفید نشده است.

یادداشت

فاصله با مدل‌های موفق جهان

آلبرت بغزیان
اقتصاددان

در آستانه روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کننده قرار داریم، اما برای اینکه بتوانیم از مسئله یا فلسفه حمایت از مصرف‌کننده حرف بزنیم، شاید لازم باشد از زاویه همان مصرف‌کننده به ماجرا بنگریم. نگاه از این زاویه در بخش دوم این نوشتار می‌آید.

بخش نخست:

سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان سال‌ها قبل در ایران تاسیس شد؛ بنابراین این نهاد براساس نیازهایی شکل گرفت که شاید در گذشته موضوعیت داشتند، اما اکنون موضوعیت خود را از دست داده‌اند. زمانی که با وفور کالا و خدمات در بازار مواجهیم، مسئله اصلی خرید کالا، از سمت مصرف‌کننده خواهد بود. در چنین شرایطی، ممکن است یک سازمان بتواند متولی هر دو حمایت شود، اما این امر در شرایط امروز کشور نه‌تنها کسی را قانع نمی‌کند، بلکه در عمل هم ناتوانی خود را به منصه ظهور گذاشته است.

بنابراین به‌نظر می‌رسد امروز این مسئله تبدیل به یک شوخی شده و هنوز معلوم نشده است، منظور متولیان این سازمان از حمایت از مصرف‌کننده چیست. معلوم نیست چگونه می‌خواهند از مصرف‌کننده حمایت کنند و چگونه قصد دارند به بهبود اوضاع برای خریداران کالا و خدمات یاری برسانند، حتی در بخش حمایت از تولیدکننده هم معلوم نیست، منظور از حمایت دقیقا چیست. حمایت اصولی از تولیدکننده باید به‌نحوی باشد که به تهیه مواد اولیه، فناوری و کالاهای واسطه‌ای آنها کمک کند. باید به صادرکنندگان و تولیدکنندگان ارز ترجیحی تعلق بگیرد تا بتوانند تولیدات خود را با قیمتی منصفانه‌تر به بازار ارائه کنند. با این حال، اکنون نیازهای تولید در کشور برطرف نشده است و تولیدکنندگان مشکلات زیادی دارند. از میان تولیدکنندگان کشور، عده معدودی می‌توانند از تسهیلات و سیاست‌های حمایتی کافی برخوردار شوند، به‌همین‌دلیل اعتراضات زیادی در سال‌های اخیر از سوی تولیدکنندگان انجام گرفته است. به این ترتیب، به‌نظر می‌رسد سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان اکنون دچار نوعی بحران هویت شده است و از هیچ‌کدام از ۲ بخش مورد ادعا حمایت‌های کافی را انجام نمی‌دهد.

از سوی دیگر، در بسیاری از کشورهای جهان مدل‌های موفق حمایت درست از مصرف‌کننده و تولیدکننده وجود دارد، به‌همین دلیل من فکر می‌کنم استفاده از همین نمونه‌ها هم می‌تواند به فهم بهتر مسئله کمک کند، اما کل مسئله هم آن‌قدر پیچیده نیست که نتوان با فکر کردن به آن حداقل مشکلات اصلی سیاست‌های کنونی را درک کرد. حمایت از مصرف‌کننده در گام نخست نظارت درست بر قیمت‌ها و میزان تولیدات و کیفیت آنها است. برای حل مشکلات تولیدکننده هم باید مشکلات تولید را کاهش داد. در واقع، حمایت در این بخش به‌شکل کلی همین است.

هنگامی که حمایت اصولی و درست از مصرف‌کننده انجام نگیرد، مشکلات فراوانی پیش می‌آید، تا آنجا که گاهی به‌نظر می‌رسد در کشور ما مصرف‌کننده هیچ حمایت‌کننده واقعی ندارد و به باور من بد نیست اگر اسم سازمان متولی آن هم تغییر کند یا حداقل نام مصرف‌کننده از آن حذف شود.

بخش دوم:

برای اینکه بتوانیم از مسئله یا فلسفه حمایت از مصرف‌کننده حرف بزنیم، شاید لازم باشد از زاویه همان مصرف‌کننده به ماجرا بنگریم. مصرف‌کنندگان قبل از هر چیز می‌خواهند کالاها یا خدماتی متناسب با نیاز خود را تهیه کنند؛ یعنی باید خدمات یا کالاهای موردنیاز جامعه در بازارها پیدا شود و قابل‌دسترس باشد. در کنار این، انتظار مصرف‌کننده این است که بتواند نیازهای خود را با قیمتی مناسب و متناسب با قدرت خرید تهیه کند. کیفیت هم عامل دیگری است که برای مصرف‌کننده می‌تواند از اهمیت بالایی برخوردار باشد. به این ترتیب، وجود این ۳ مولفه می‌تواند رضایت مصرف‌کننده را بالا ببرد.

اگر فقط یکی ، دو سال اخیر را در نظر بگیریم، متوجه می‌شویم هیچ‌کدام از این مولفه‌ها در بازار کالا و خدمات کشور وجود نداشت و به این ترتیب، وضعیت در بازارها دشوار شده و رضایت مصرف‌کننده کاهش یافته است. در بخش قیمت‌ها هم نه‌تنها هیچ حمایت واقعی انجام نگرفته، بلکه فشار تورمی شدید شده و در عمل کاری هم برای کنترل قیمت‌ها انجام نشده است. متاسفانه در حال حاضر قیمت‌ها در اقتصاد ایران هیچ تناسبی با قدرت خرید مصرف‌کنندگان و مزدبگیران ندارد.

درباره کیفیت نیز به‌مراتب مشاهده شده است هنگامی که گرانی و کمبود کالا به‌وجود می‌آید، برخی تولیدکنندگان به‌ویژه تولیدکنندگان داخلی، کیفیت تولیدات خود را کاهش می‌دهند تا بتوانند با ارائه قیمتی ارزان‌تر مشتریان را راغب به خرید کنند. به این ترتیب، کالاهایی که در داخل تولید می‌شوند، در این مدت کم‌کیفیت‌تر شده‌اند. مشتریانی که کیفیت برای آنها تعیین‌کننده است هم، تنها می‌توانند به محصولات خارجی مراجعه کنند.

بنا بر آنچه گفته شد، ۳ مولفه تعیین‌کننده برای حمایت از مصرف‌کننده در اقتصاد ایران وضعیتی بغرنج و ناامیدکننده دارند، پس حمایت از مصرف‌کننده در کشور هم وضعیت خوبی ندارد و حمایتی که لازم است از مصرف‌کنندگان کشور انجام نمی‌گیرد.

یادداشت

الزامات تولید محصول باکیفیت چیست؟

کیومرث کرمانشاهی
کارشناس اقتصاد

تولیدکنندگان صنایع پایین‌دستی به‌عنوان مصرف‌کننده محصولات تولیدشده در حلقه‌های بالایی زنجیره ارزش شناخته می‌شوند. اغلب محصولات تولیدشده در صنایع معدنی کشور به‌ویژه در زنجیره فولاد از کیفیت قابل‌قبولی برخوردار هستند؛ درنتیجه مصرف‌کنندگان عموما از بعد کیفیت از این محصولات راضی هستند؛ هرچند انتظار می‌رود سازمان‌های متولی ازجمله سازمان استاندارد نظارت مستقیمی بر عملکرد این صنعتگران داشته باشند.

صنایع تولیدکننده محصولات نهایی فلزی همچون لوله و پروفیل‌سازان، نوردکاران و... در تامین مواد اولیه خود برای تولید محصول نهایی با چالش‌هایی روبه‌رو هستند و حقوق آنها به‌عنوان مصرف‌کننده موردتوجه قرار ندارد. روش قیمت‌گذاری محصولات صنایع معدنی به‌ویژه شمش و ورق فولادی در بورس کالا به‌عنوان یکی از ایرادات اساسی از سوی فعالان صنایع پایین‌دستی فولاد مطرح می‌شود. بااین‌وجود همچنان سیاست‌گذاران بر تداوم روش‌های قبلی خود در قیمت‌گذاری تاکید دارند. به‌عنوان‌مثال اغلب این خریداران از قیمت بالای محصولات و وابستگی آنها به نرخ ارز شکایت دارند. این شکایت در حالی مطرح است که مواد اولیه تولید این صنایع براساس نرخ ریال قیمت‌گذاری می‌شود؛ یعنی این صنایع ارزبری محدودی دارند؛ بنابراین تجدیدنظر در شرایط و سیاست‌های حاکم بر عملکرد آنها ضروری و لازمه تداوم فعالیت در صنایع است.

در همین حال انتقاداتی به روند خرید و پرداخت نقدی هزینه خرید ازسوی مصرف‌کنندگان و دریافت محصول پس از یک بازه زمانی قابل‌توجه مطرح است؛ بنابراین باید سازکارهای خریدوفروش در زنجیره‌های مختلف صنایع معدنی بررسی و اصلاح شود.

باتوجه به تمام موارد یادشده و سیاست‌های دولت برای ورود محصولات معدنی و صنایع معدنی به بورس کالا برای کشف قیمت و فروش، انتظار می‌رود مبنای نرخ‌گذاری محصولات در بورس کالا به‌گونه‌ای باشد که همزمان حقوق مصرف‌کننده و تولیدکننده در حلقه‌های مختلف موردتوجه قرار گیرد.

تولیدکننده، صادرکننده، واردکننده و مصرف‌کننده به‌عنوان رکن‌های اصلی و اساسی در بازار شناخته می‌شوند و تامین همزمان حقوق این ارکان لازمه تداوم تولید و فعالیت در صنایع مختلف است.

در ادامه انتظار می‌رود تامین نیاز صنایع پایین‌دستی در اولویت سیاست‌گذاران قرار گیرد تا بدین ترتیب از یک سو موقعیت‌های شغلی متعددی در کشور ایجاد شود و از سوی دیگر با تکمیل زنجیره تولید شاهد ارزش‌آفرینی هرچه بیشتر در زنجیره‌های مختلف صنعتی باشیم. در ادامه نیز با صادرات محصولات نهایی زمینه رونق اقتصاد کشور فراهم شود. رهبر معظم انقلاب در طول سال‌های گذشته بر تولید، رشد و توسعه تولید و حمایت از شرایط تولید در صنایع مختلف تاکید داشته‌اند، اما همچنان شاهد ایجاد چالش‌های متعدد در روند فعالیت صنایع هستیم.

کمبود مواد اولیه یکی از مهم‌ترین مشکلاتی است که عملکرد برخی از تولیدکنندگان در صنایع مختلف را تحت تاثیر قرار می‌دهد؛ به‌بیانی دیگر همین کمبود را می‌توان به‌نوعی تضییع حقوق مصرف‌کننده دانست. چالش‌های یادشده به رشد هزینه‌های سربار تولید در یک مجموعه منجر می‌شود و زمینه افزایش نرخ تمام‌شده یک محصول را فراهم می‌کند؛ بدین ترتیب مصرف‌کننده نهایی نیز متضرر خواهد شد. مشکل تامین مواد اولیه در حالی است که می‌توان این چالش‌ها را به‌راحتی و با سیاست‌گذاری صحیح برطرف کرد.

تنظیم بازار و رسیدگی به مشکلات حاکم بر این بخش حکم فعالیتی ملی دارد؛ چراکه صنایع معدنی برپایه بهره‌مندی از ظرفیت‌های غنی معدنی در کشور احداث شده‌اند و سرمایه قابل‌توجهی به آنها اختصاص یافته است.

در همین حال شاهد رشد اشتغالزایی، ارزش‌آفرینی و تامین نیاز بازار داخلی و به‌دنبال آن رشد صادرات حاصل از فعالیت این صنایع بوده‌ایم؛ بنابراین از مسئولان و سیاست‌گذاران انتظار می‌رود در مسیر اصلاح شرایط موجود گام بردارند.

در گفت‌وگو با فعالان صنایع معدنی مطرح شد

محصول ایمن، حق اولیه مصرف‌کننده

مرضیه احقاقی
editor@smtnews.ir

۹ اسفند در تقویم رسمی کشور ما «روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان» نام‌گذاری شده است. منظور از حقوق مصرف‌کننده مجموعه امتیازاتی است که افراد در قبال خرید یک کالا یا خدمات دریافت می‌کنند. چنانچه حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به‌عنوان اصلی اساسی موردتوجه تولیدکنندگان و سیاست‌گذاران قرار گیرد، بسیاری از چالش‌های حاکم بر بخش تولید مرتفع خواهد شد. بااین‌وجود باید اعتراف کرد حقوق مصرف‌کنندگان در ایران بیشتر جنبه تشریفاتی دارد. صنایع معدنی یکی از مهم‌ترین حوزه‌هایی به‌شمار می‌روند که عملا موضوع حقوق مصرف‌کننده در آن از اهمیت چندانی برخوردار نیست؛ به‌ویژه آنکه مصرف‌کننده تا زمان بروز بحران از کیفیت پایین محصولات مصرفی مطلع نخواهد شد. این دست مشکلات به‌ویژه در بخش ساخت‌وساز به‌چشم می‌خورد. استفاده از تیرآهن، میلگرد یا سایر مصالح ساختمانی غیراستاندارد، درنهایت منجر به بروز خسارت‌های غیرقابل‌جبرانی می‌شود؛ بنابراین برنامه‌ریزی برای نظارت حداکثری بر عملکرد صنایع ضروری به‌نظر می‌رسد.

عکس: صمت

تامین حقوق مصرف‌کننده در برخی از حوزه‌های صنعتی از جمله صنایع معدنی، کمتر موردتوجه قرار دارد، چراکه تشخیص کیفیت در این محصولات دشوار است

ضرورت جبران خسارت خریداران متضرر

عادل ابراهیم‌زاده، کارشناس اقتصاد در گفت‌وگو با صمت اظهار کرد: در تعریفی کلی و کلیشه‌ای می‌توان این‌طور ادعا کرد که منظور از حقوق مصرف‌کننده، مجموعه امتیازاتی است که به‌سبب خرید یک محصول در اختیار خریدار قرار می‌گیرد. بدین ترتیب در صورت بروز هر نوع ایراد یا نبود کارآیی در محصول خریداری‌شده، خسارت خریدار جبران خواهد شد.

وی افزود: توجه به حقوق مصرف‌کنندگان زمینه تولید کالاهای باکیفیت و مرغوب را فراهم می‌کند. علاوه‌براین با ارتقای سطح اعتماد به محصول داخلی و اصلاح الگوی مصرف، بسیاری از چالش‌های مرتبط با حوزه تولید و مصرف مرتفع خواهد شد.

این کارشناس اقتصاد گفت: بدون تردید توجه حداکثری به حقوق مصرف‌کنندگان به‌منزله ایجاد تحول در فرآیند تولید تا مصرف یک محصول است. علاوه‌براین به بقای تولید منتهی می‌شود و توانمندی مصرف‌کنندگان را افزایش خواهد داد.

ابراهیم‌زاده گفت: در سال‌های گذشته شاهد بروز محدودیت در روند واردات آزاد محصولات مختلف به کشور بوده‌ایم که همین محدودیت مانع شکل‌گیری رقابت در فضای کسب‌وکارهای مختلف شده است. بدین ترتیب عملا حقوق مصرف‌کننده نادیده گرفته شده است.

ابراهیم‌زاده در ادامه تاکید کرد: برخورداری از اطلاعات کامل، انتخاب، برخورداری از ایمنی و برخورداری از حمایت دولت بخشی از حقوق مصرف‌کنندگان است، اما در عمل شاهد تحقق هیچ سیاست جدی با هدف حمایت از مصرف‌کنندگان نیستیم. مصرف‌کنندگان در سطوح مختلف همواره از تضییع حقوق خود گلایه‌مند هستند و بر اصلاح قوانین و مقررات حاکم بر این بخش تاکید دارند. امید می‌رود با اصلاح شرایط شاهد بهبود شرایط تولید باشیم.

محصولات بی‌کیفیت در بازار و تضییع حقوق خریداران

ابراهیم‌زاده اظهار کرد: تامین حقوق مصرف‌کننده در بسیاری از صنایع عملا محلی از اعراب ندارد و موردتوجه نیست. در مواردی که کالای مصرفی محصولات فولادی است، مصرف‌کننده حتی شناخت دقیقی از استانداردهای لازم ندارد؛ در نتیجه به‌آسانی حقوق مصرف‌کننده نادیده انگاشته خواهد شد.

وی افزود: متاسفانه تمامی تولیدکنندگان محصولات طویل فولادی از شمش استاندارد برای تولید محصول نهایی استفاده نمی‌کنند. مواد اولیه باکیفیت پایین به تولید محصولات فولادی منتهی می‌شود. کیفیت شمش‌های تولیدشده به روش‌های مختلف متفاوت است که این تفاوت در کیفیت محصول نهایی و به‌دنبال آن، کالایی که این محصولات در آن به کار گرفته می‌شوند اثرگذار است.

این فعال اقتصادی افزود: چنانچه از محصولات طویل فولادی تولیدشده در دو مجموعه متفاوت که از مواد اولیه با مشخصات مختلفی استفاده می‌کنند، تست‌های لازم گرفته شود، مشخص می‌شود آنالیز دو محصول از منظر درصد کربن، درصد مقاومت و سایر پارامترها متفاوت است. با این وجود نظارت کافی بر فرآیند تولید فولاد و محصولات فولادی وجود ندارد و همین موضوع نیز زمینه‌ساز تولید محصولات بی‌کیفیت و مصرف آن در بازار خواهد بود.

وی گفت: بی‌توجهی به رعایت شاخص‌های استاندارد در فرآیند تولید محصولات معدنی مورداستفاده در ساخت‌وساز درنهایت به ساخت‌وسازهای ناایمن منتهی خواهد شد. بر همین اساس انتظار می‌رود نظارت دقیق و تخصصی بر عملکرد این صنعتگران حاکم باشد.

ابراهیم‌زاده گفت: محصولات فولادی بی‌کیفیت، عموما قیمت پایین‌تری هم دارند؛ بنابراین بسیاری از سازندگان تمایل به خرید محصول بی‌کیفیت اما ارزان دارند. در واقع چنین راهکارهایی به سود سازنده منتهی می‌شود. باوجود اهمیت استاندارد و کیفیت در فرآیند تولید محصولات مختلف هیچ دقت نظری در زمینه کیفیت محصولات فولادی وجود ندارد. در واقع باید بپذیریم تولید محصول باکیفیت برای هیچ مسئول و نهادی از اهمیت لازم برخوردار نیست. متاسفانه تا زمانی که اتفاقی حادث نشود و جان انسان‌های بی‌گناه از بین نرود، هیچ نظارتی بر این دست مسائل وجود نخواهد داشت. این نگاه در حوزه‌های مختلف جریان دارد و امنیت افراد را تحت تاثیر منفی قرار می‌دهد، اما در شرایطی که این چالش‌ها هنوز بروز نکرده‌اند، هیچ اهتمامی ازسوی مسئولان و سیاست‌گذاران مربوطه برای پیشگیری از آنها وجود ندارد.

توجه به حقوق مصرف‌کنندگان زمینه تولید کالاهای باکیفیت و مرغوب را فراهم می‌کند. علاوه بر این با ارتقای سطح اعتماد به محصولات داخلی و اصلاح الگوی مصرف، بسیاری از چالش‌های مرتبط با حوزه تولید و مصرف مرتفع خواهد شد

ضرورت بازنگری جدی در عملکرد صنایع

سعید برزگر، کارشناس اقتصاد در گفت‌وگو با صمت درباره حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان عنوان کرد: حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در دنیا سابقه طولانی دارد و سال‌هاست موردتوجه است. پایبندی به حقوق مصرف‌کننده امکانی برای تولید رقابتی محصولات مختلف فراهم می‌کند.

وی افزود: در کشورهای پیشرفته صنایع و تولیدکنندگان با راهکارهای متفاوت در راستای جلب نظر مصرف‌کنندگان محصولات تولیدی خود تلاش می‌کنند، اما در کشور ما ضعف‌های جدی در حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان وجود دارد. هر تولیدکننده‌ای در جایگاه مصرف‌کننده محصولات حلقه‌های بالادستی قرار دارد؛ بنابراین باید از حقوق مصرف‌کننده نیز برخوردار باشد. با این وجود عموما به حقوق این دست مصرف‌کنندگان که خود تولیدکننده محصولات نهایی یا حتی سازنده ماده اولیه سایر تولیدکنندگان هستند، توجه کافی نمی‌شود. این در حالی است که اگر حقوق مصرف‌کنندگان در حلقه‌های بالادستی تامین و امکانی برای نظارت بر نرخ و کیفیت محصولات مختلف فراهم شود، می‌توان از حقوق مصرف‌کننده نهایی نیز حمایت کرد.

برزگر اضافه کرد: براساس قانون هر شخص حقیقی یا حقوقی که کالا یا خدماتی را خریداری می‌کند به‌عنوان مصرف‌کننده شناخته می‌شود. در همین حال تمامی تولیدکنندگان، واردکنندگان، فروشندگان کالا و ارائه‌دهندگان خدمات نیز عرضه‌کننده کالا یا خدمات هستند. این تعریف گستردگی و پیچیدگی‌های حوزه تولید، خریدوفروش محصولات مختلف و همچنین شناخت جزئیات و مشخصات مصرف‌کنندگان را مشخص می‌کند. وی گفت: از مجموع موارد یادشده می‌توان این‌طور نتیجه گرفت که قوانین مرتبط با حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در کشور نیازمند بازنگری جدی است. در این بازنگری نباید عملکرد هیچ شرکتی به بهانه‌های مختلف از جمله وابستگی به دولت استثنا شود. برزگر گفت: حمایت از مصرف‌کنندگان تحت تاثیر شرایط قانونی و همچنین فضای رقابتی حاکم بر اقتصاد کشور اجرایی می‌شود. بااین‌وجود در حالت کلی انتظار می‌رود ساختاری منطقی و مناسبی بر روند حمایت از مصرف‌کنندگان حاکم باشد؛ بر همین اساس باید اقرار کرد در شرایطی که رقابت در عرصه تولید وجود ندارد، حقوق مصرف‌کننده نیز به حاشیه رانده می‌شود. در شرایط نرمال و طبیعی، رشد اقتصادی و عرضه مستمر محصولات مختلف، نیازمند تداوم مصرف یا وجود مصرف‌کننده است. توجه به حقوق مصرف‌کنندگان، وضع قوانین حمایتگرانه در این بخش و همچنین پایش دقیق و نظارت بر روند حمایت یادشده، امکان تداوم تولید را برای صنعتگران فراهم می‌کند. در چنین بستری تولیدکنندگان به سمت جلب حمایت صنعتگران با هدف توسعه تولید پیش می‌روند. این کارشناس اقتصاد افزود: ایجاد فضایی شفاف و روشن نسبت به حقوق مصرف‌کنندگان از مهم‌ترین گام‌ها در جهت حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و کاهش چالش‌های آنها است. در همین حال برقراری ضمانت اجرایی برای قوانین حمایت از مصرف‌کنندگان تاثیر بسزایی بر بهبود شرایط تولید خواهد داشت.

از آنجا که محصول تولیدشده در هر حلقه از زنجیره تولید، در حلقه بعدی استفاده می‌شود، این روند مشتری‌مداری در سایر حلقه‌ها نیز ادامه می‌یابد و در نهایت به مصرف‌کننده نهایی یا مردم منتقل خواهد شد.

راهکارهایی برای بهبود تولید

شهریار گراوندی، فعال صنعت سیمان در گفت‌وگو با صمت اظهار کرد: مصالح ساختمانی از اهمیت ویژه‌ای در ایمنی ساخت‌وسازها برخوردارند. سیمان یکی از پرمصرف‌ترین مصالح ساختمانی است که در فرآیند تولید بتن نیز به‌کار می‌رود. توجه به شاخص‌های استاندارد برای تولید بتن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است و نبود نظارت صحیح برای تولید این محصول منجر به تولید محصولات بی‌کیفیت می‌شود و بتن بی‌کیفیت نیز درنهایت از استحکام پروژه‌های ساخت‌وساز می‌کاهد. با این وجود تولید بتن باکیفیت و حفظ حقوق مصرف‌کنندگان این محصول آن‌طور که باید موردتوجه قرار ندارد. علاوه بر این نظارت دقیقی نیز بر این فرآیند جاری نیست.

گراوندی گفت: بتن براساس طرح اختلاط مشخصی، با ترکیب سیمان، شن، آب و مواد افزودنی تولید می‌شود. نسبت اختلاط این مواد اولیه و همچنین کالیبره بودن تجهیزات مورداستفاده در فرآیند تولید بتن از اهمیت ویژه و اثرگذاری بر کیفیت محصول نهایی تولیدی برخوردار است. در مواردی برای سودآوری بیشتر از میزان سیمان لازم برای تولید بتن می‌کاهند؛ بر همین اساس نیز چنانچه نظارت ویژه‌ای بر فرآیند تولید این محصول جریان داشته باشد، این دست تخلفات به‌آسانی شناسایی و مرتفع می‌شوند.

گراوندی گفت: تست بتن و نمونه‌برداری از آن در یک بازه زمانی معین انجام می‌شود، این در حالی است که اغلب واحدهای بتنی ما در سطح کشور کوچک هستند و آزمایشگاه و تجهیزات ندارند یا مجهز به آزمایشگاه تخصصی نیستند؛ درنتیجه امکانی برای تست دقیق بتن ندارند. علاوه بر این بسیاری از فعالان این صنعت از دانش و تخصص کافی و لازم برخوردار نیستند که همین موضوع نیز مانع تولید بتن باکیفیت مطلوب می‌شود.

وی در پایان گفت: توجه به کیفیت ازسوی صنایع به‌عنوان حقوق مصرف‌کننده باید در اولویت قرار گیرد. البته این انتظار در شرایطی محقق می‌شود که نظارت کافی و دقیقی بر عملکرد صنایع معدنی ازسوی مراجع بالاتر حاکم باشد.

سخن پایانی

از مجموع موارد یادشده می‌توان این‌طور نتیجه گرفت که تامین حقوق مصرف‌کننده در برخی از حوزه‌های صنعتی ازجمله صنایع معدنی، کمتر موردتوجه قرار دارد، چراکه تشخیص کیفیت در این محصولات دشوار است. علاوه بر این مصرف محصولاتی باکیفیتی پایین به‌ویژه در حوزه ساخت‌وساز مشکلاتی جدی ایجاد می‌کند. برهمین‌اساس نیز بازنگری در روش‌های نظارت بر عملکرد صنعتگران ضروری به‌نظر می‌رسد.

حمایت اتحادیه اروپا از تولید فولاد سبز در آرسلورمیتال

اتحادیه اروپا برای تولید فولاد سبز در آرسلورمیتال از این شرکت حمایت مالی می‌کند. به گزارش ایراسین، اتحادیه اروپا با کمک ۵۵ میلیون یورویی به آرسلورمیتال هامبورگ، به‌دنبال تولید آزمایشی آهن، بدون آلایندگی با استفاده از هیدروژن ۱۰۰ درصد تجدیدپذیر است.

هدف اصلی اتحادیه اروپا از سرمایه‌گذاری در این پروژه، استفاده از فناوری‌های جدید برای کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای در فرآیندهای تولید فولاد سبز در آرسلورمیتال است که در فاز اول ۱۰۰ هزار تن آهن را در سال با استفاده از این فناوری تولید می‌کند. البته این دومین کارخانه‌ای است که این شرکت برای تولید فولاد سبز ایجاد می‌کند و کارخانه جدید قرار است در مقیاس بزرگ‌تری نسبت به این کارخانه ساخته شود.

با سرمایه‌گذاری اتحادیه اروپا در این پروژه، آرسلورمیتال متعهد می‌شود تجارب و تکنولوژی‌های به‌دست‌آمده را به فولادسازان دیگر منتقل کند. پیش‌بینی می‌شود این کارخانه در سال ۲۰۲۶ نخستین محصول خود را تولید کند که در نتیجه آن از تولید ۷۰۰ هزار تن کربن در سال جلوگیری می‌شود و تا حدی اروپا را به هدف خود برای کم شدن رد پای کربن در تولید فولاد و کاهش وابستگی این صنعت به سوخت‌های فسیلی نزدیک می‌کند.

شرکت آرسلورمیتال با تولید بالغ بر ۸۰ میلیون تن فولاد خام، دومین تولیدکننده فولاد در جهان است که دفتر مرکزی آن در لوکزامبورگ قرار دارد. آرسلورمیتال در بسیاری از نقاط دنیا از جمله کانادا، هند، افریقای جنوبی، آلمان و... در حال فعالیت در سرتاسر زنجیره فولاد است.

رعایت حقوق مصرف‌کننده، راهی دشوار پیش‌روی دانش‌بنیان‌ها

مردم به‌سختی اعتماد می‌کنند

مهتاب دمیرچی
editor@smtnews.ir

به‌گفته بسیاری از کارشناسان در ایران، موضوع کیفیت و نرخ ۲ مولفه‌ای است که به‌طورمعمول تولیدکنندگان توجه درخوری به آن ندارند؛ این روند را می‌توان از خروجی‌های تولیدشده فهمید، اما اتفاقی که در اکوسیستم دانش‌بنیانی رخ می‌دهد، کمی متفاوت است. معمولا این شرکت‌ها تولیدات فناورانه‌ای دارند که به‌سرعت در چرخه نظر عمومی قرار نمی‌گیرند و همین امر موجب کاهش رقابت و افزایش کیفیت می‌شود. این شرایط قدرت انتخاب مصرف‌کننده را می‌کاهد، شاید به‌همین دلیل است که بسیاری از محصولات دانش‌بنیانی راهی طولانی برای جلب اعتماد مصرف‌کنندگان در پیش دارند. صمت به‌مناسبت روز حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، به چالش‌های شرکت‌های دانش‌بنیان در بحث رعایت حقوق مصرف‌کنندگان و شروط موردنظر برای رعایت این حقوق پرداخته است.

قیمت‌گذاری باید مسیری را در بازار طی کند که علاوه بر جذب رضایت مشتری حیات شرکت هم به‌خطر نیفتد. ناگفته نماند که مشتریان نه به نرخ پایین و نه به نرخ بالا راضی به خرید نمی‌شوند؛ نرخ باید مناسب باشد

دو روی سکه برندسازی

محمدرضا شایسته، فعال در حوزه تجاری‌سازی، در گفت‌وگو با صمت درباره گفت: رعایت حقوق مصرف‌کننده جزو وظایف اصلی شرکت‌های دانش‌بنیان و هر شرکت تولیدی دیگر است، به‌همین دلیل در فرآیند تجاری‌سازی محصولات دانش‌بنیان، کیفیت بالا، نرخ مناسب و تنوع درخور از اهمیت بالایی برخوردار است، اما از آنجایی که برندسازی مهم‌ترین مولفه در بازارسازی است، اهمیت موفقیت در آن برای شرکت‌های دانش‌بنیان بیشتر از تجاری‌سازی است که برندسازی هم می‌تواند در توسعه مولفه‌های گفته‌شده نقش جدی داشته باشد، اما در حالتی معکوس نرخ بالا و نه واقعی که باز هم مصرف‌کنندگان را اقناع به خرید می‌کند، دلیل دیگری است که بگوییم برندسازی کار خودش را کرده است. بنابراین، برندسازان می‌توانند مجزا از مولفه‌های گفته‌شده به ترویج و توسعه یک محصول در بازار بپردازند.

وی افزود: بنابراین وقتی برندسازی با تمام اصول و قواعدش در بازار اجرا شود، این تفکر به‌وجود می‌آید که لزومی ندارد کیفیت، نرخ و تنوع کالا استاندارد باشد، چرا که هدف برندسازی، ایجاد بازار و افزایش فروش است، اما در نهایت به‌فراخور رسالت اجتماعی، تولیدات باید با کیفیت بالا، نرخ مناسب و همراه با تنوع باشد، اما گاهی پیش می‌آید که داستان جور دیگری ورق بخورد؛ اینکه باوجود کیفیت بالا و نرخ مناسب، باز هم فروش موردنظر اتفاق نیفتد؛ چرا که ممکن است سهم بازار با یک گفت‌وگو، مذاکره یا لابیگری به‌دست بیاید.

قیمت نامناسب ممنوع

به‌گفته وی، از هر طرف که به بحث تولید و بازار نگاه کنیم، باز هم هیچ مولفه‌ای برای مصرف‌کنندگان جای کیفیت را نمی‌گیرد و این محصول باکیفیت است که جای خود را در بازار پیدا می‌کند. بنابراین، جدا از رعایت حقوق مصرف‌کننده که تولید کالای باکیفیت یکی از مولفه‌های اصلی آن است، برای یافتن بازار یکی از راه‌های اصلی، افزایش کیفیت کالا است. بخش آر.اند. دی و تحقیق و توسعه یک شرکت نقش مستقیمی بر کیفیت کالای تولیدشده دارند. این بخش وظیفه ارتقای کیفیت متناسب به ذائقه مردم را در هر شرکتی برعهده دارد که با روش‌های مشخص‌شده باید بازخورد بازار را کسب کند. بنا به تعریفی که از کیفیت ارائه می‌شود، باید گفت کالای باکیفیت به محصولی گفته می‌شود که از لحاظ فنی دارای استانداردهای کافی و به‌منظور ایجاد مشتری‌مداری متناسب با ذائقه آنها تولیدشده باشد.

شایسته، قیمت‌گذاری نامناسب را نه‌تنها خلاف حقوق مصرف‌کننده دانست، بلکه معتقد است، با قیمت‌گذاری نامناسب؛ آینده شرکت به‌خطر می‌افتد. وی ضمن بیان این مطلب گفت: قیمت‌گذاری باید مسیری را در بازار طی کند که علاوه بر جذب رضایت مشتری، حیات شرکت هم به‌خطر نیفتد. ناگفته نماند که مشتریان نه به نرخ پایین و نه به نرخ بالا راضی به خرید نمی‌شوند؛ نرخ باید مناسب باشد. بنابراین، اگر مدیران شرکتی بخواهند با کاهش نرخ در راستای جلب رضایت مصرف‌کننده گام بردارند، آینده و حیات شرکت خود را به‌خطر می‌اندازند و شاید در ذهن مشتری این فکر به‌وجود بیاید که نرخ کم کالا ناشی از بی‌کیفیتی آن است.

قیمت، تضمین کیفیت نیست

شایسته، در پاسخ به این پرسش که آیا نرخ بالا حاکی از کیفیت مطلوب است، گفت: هیچ‌گاه نرخ، تضمین‌کننده کیفیت نبوده است، همان‌گونه که پیش‌تر هم اشاره شد، مولفه‌هایی نظیر کیفیت، نرخ و تنوع در برندسازی موضوعیت پیدا می‌کنند و در صورت موفقیت برندسازی الزامی به وجود هر ۳ این مولفه‌ها نیست. دومین مولفه تاثیرگذار، موفقیت در مدیریت ارتباط با مشتری است که در نهایت موجب می‌شود مشتری برای مدت زمان طولانی قانع به خرید از محصول موردنظر شود که این به فعالیت شرکت در مشتری‌مداری برمی‌گردد.

وی در ادامه بااشاره به شروط رعایت حق مصرف‌کننده گفت: بنابراین برای قیمت‌گذاری استاندارد، نیازمند متخصص و کارشناسان مالی، بازاریابی و مارکتینگ یا منتور خوب برای کارکنان یا دستیار مدیرعامل هستیم تا در کنار آنها بتوان مصرف‌کننده را هم راضی کرد. برای این منظور، باید نزدیک به ۳۰ سیستم در تعامل با یکدیگر در یک مجموعه تولیدی فعالیت کنند تا در نهایت، هم به سود شرکت و هم به رعایت حقوق مصرف‌کننده بینجامد.

این فعال دانش‌بنیان تاکید کرد: هر سیستم تولید دارای ورودی، فرآیند و خروجی است که بخش بازخورد سیستم در خروجی کار مشخص می‌شود. گفتنی است، در بیشتر شرکت‌های ایرانی این بخش که بازخوردی از نظرات مشتریان است، دریافت نمی‌شود. این بازخوردها نظر مشتری از کیفیت فنی کالای روانه‌شده در بازار است و موجب ارتقای کیفیت کالا می‌شود، حتی نظر کارکنان نسبت به محصول می‌تواند باعث افزایش کیفیت شود، بنابراین اگر بازخورد یا فیدبک در محصولی وجود نداشته باشد، به‌طورقطع نمی‌توانیم شاید رشد کیفی باشیم.

وی افزود: مدیریت رضایت مشتری مولفه مهم دیگری است که در نهایت منجر به شکل‌گیری باشگاه مشتریان می‌شود. برای شناخت فضای فکری مشتری نیازمند چنین باشگاهی هستیم.

شایسته بااشاره به اهمیت شناخت مشتری از سوی تولیدکنندگان و بازار هدف گفت: به‌طورقطع یک نوع کالا برای همه جامعه هدف مناسب نخواهد بود و تولیدکنندگان باید قدرت انتخاب بیشتری به مصرف‌کننده بدهند. به‌همین دلیل، تولیدکننده باید در نظر داشته باشد کالایی که تولید می‌کند، برای کدام قشر از جامعه روانه بازار خواهد شد؛ به‌همین سبب، معمولا دست تولیدکننده در ارائه کیفیت برای تولید کالاهایی که باید به‌طورمرتب در بازه‌های زمانی خریداری شود، باز است. مشتریان بسته به‌میزان بودجه‌ای که دارند، برای خرید هزینه صرف می‌کنند، در این شرایط کیفیت در درجه بعدی اهمیت پیدا می‌کند. در واقع، بسته به نوع سلیقه و انتخاب مخاطب کالا وارد بازار می‌شود.

وی ادامه داد: مولفه بعدی که تولیدکنندگان و شرکت‌های دانش‌بنیان لازم است، توجه ویژه داشته باشند، این است که آنها باید بدانند برای کدام طبقه از جامعه تولیدشان را روانه بازار می‌کنند که به آن دهک‌های درآمدی می‌گویند، در حقیقت اینکه برای کجا دارد عرضه می‌شود هم، اهمیت دارد.

شایسته در ادامه، درباره دیگر شروط رعایت حقوق مصرف‌کننده گفت: یک شرط دیگری که بیشتر شرکت‌های تولیدی نسبت به آن غفلت می‌ورزند، تحقیقات بازار است. به‌این عبارت که باید قبل از تولید تبلیغات بازار داشته باشند. بیشتر شرکت‌های دانش‌بنیان این‌گونه فکر می‌کنند که چون محصول نوآورانه دارند، قرار است در بازار، فروش بالایی را تجربه کنند، در حالی که مولفه‌های زیادی در بازار وجود دارد و فقط نباید تولید را در نظر گرفت و برای تولید کالا با نرخ و کیفیت مناسب، باید بیش از ۲۰ سیستم کارآمد وجود داشته باشد تا به نتیجه رسید. گفتنی است، سیستم‌ها باید در ارتباط و همبستگی با یکدیگر کار کنند، نه اینکه فعالیت‌های‌شان همدیگر را خنثی کنند. بنابراین، هر مدیر شرکت تولیدی نیازمند یک داشبورد مدیریت است تا تمام سیستم‌ها به‌شکلی هماهنگ و مانیتورینگ و در ارتباط با یکدیگر فعالیت کنند.

اهمیت ناچیز کیفیت برای تولیدکننده

بشری قنبری، مدیر یک شرکت دانش‌بنیان که به تولید مواد اولیه محصولات نانویی می‌پردازد، در گفت‌وگو با صمت درباره بی‌تفاوتی تولیدکنندگان نسبت به ارتقای کیفیت محصولات گفت: نانو مواد در اکوسیستم تولید کشور، ظرفیت بالایی برای ارتقای کیفیت محصولات صنعتی در تولید کشور ارائه می‌دهد. به‌همین دلیل، استفاده از تولیدات داخلی ارزش‌افزوده بالایی در راستای رعایت حقوق مصرف‌کننده ایجاد می‌کند.

این فعال دانش‌بنیان گفت: چالش اصلی در توسعه کاربرد مواد اولیه نانویی به‌منظور تولید محصولات صنعتی با کیفیت بالا، به اقناع تولیدکنندگان بزرگ ارتباط دارد، به‌گونه‌ای که باوجود تولید نانو مواد اولیه با کیفیت داخلی، هنوز نتوانستیم نمایندگان صنایع مختلف را متقاعد به همکاری و خرید محصول خود کنیم. ناگفته نماند که شرایط تولید در کشور به‌قدری دشوار و سخت است که اضافه کردن یک مزیت به کالا در راستای افزایش کیفیت از درجه اهمیت پایینی برخوردار است. در اصل، شرایط تولید در کشور به‌گونه‌ای است که تولیدکننده به فکر افزایش کیفیت نیست، چرا که بسیاری معتقدند فروش کالاها با همین کیفیت با مشکل روبه‌رو است، چه برسد به آنکه بخواهند کیفیت خود را هم افزایش دهند و در راستای آن، افزایش نرخ هم داشته باشند، حتی تولیدکنندگانی که با هدف صادرات فعالیت می‌کنند هم، به‌سختی به افزایش کیفیت کالاهای خود اقناع می‌شوند. اینجا است که باید گفت حقوق مصرف‌کننده باوجود شرایط فعلی به‌سختی رعایت می‌شود.

ارتقای کیفیت از حوصله تولیدکننده خارج است

وی افزود: اعتماد مصرف‌کننده هم چالش دیگری است که بیشتر دانش‌بنیان‌ها با آن دست‌وپنجه نرم می‌کنند. گفتنی است، صاحبان صنایع به تولیدکنندگان داخلی بی‌اعتماد هستند، به‌گونه‌ای که در بسیاری از مواقع، این افراد حاضرند، هزینه برای خارجی بودن یک کالا پرداخت کنند و توجهی به کیفیت بالای کالاهای تولیدی در داخل ندارند. آنها با اینکه می‌دانند کیفیت بسیاری از کالاهای خارجی کمتر است، باز ترجیح‌شان این است که مواد اولیه ایرانی نخرند، حتی در برخی موارد، در شرایط نرخ برابر هم کالای خارجی را ترجیح می‌دهند. به‌اعتقاد من، تفکر نسبت به تولیدات داخلی به‌شدت در عرصه تولید مخدوش شده است، حتی باوجود اینکه نمونه آزمایشی هم در اختیار شرکت‌های تولیدی می‌گذاریم، اما بحث اینجا است که بیشتر تولیدکنندگان حوصله تحقیق و تولید ندارند. آنها معتقدند بازار داخلی کشش کیفیت بالا را ندارد و مشتری به کیفیت قبلی راضی است.

وی بااشاره به برخی تولیدات خود در زمینه ساخت نانو مواد اولیه ادامه داد: خوشبختانه تاکنون توانستیم مواد مختلف نانو از قبیل اکسید روی، اکسید تیتانیوم، اکسید گرافن و نانوذرات نقره را تولید کنیم که این نانو موادها را می‌توان در کاربردهای صنعتی مورداستفاده قرار داد. برای مثال، در تولید کاشی و ماسک‌های آنتی‌باکتریال از نانو پودر اکسیدروی استفاده می‌شود که کیفیت آن را بسیار بالا می‌برد. درکل، وقتی به محصولات، ویژگی آنتی‌باکتری اضافه شود، افزون بر اینکه مانع رشد باکتری می‌شود، مدت زمان ماندگاری مواد غذایی را هم افزایش می‌دهد که عمر آن موادغذایی را برای مصرف بیشتر می‌کند.

وی درباره روند تولید نانومواد اولیه داخلی افزود: به‌طورمعمول نانو موادی را تولید می‌کنیم که مواد اولیه آن در داخل کشور موجود باشد و نیازی به تهیه از خارج نباشد؛ چرا که از یک‌سو هزینه تمام‌شده بالا می‌رود و از طرفی هم، تامین آن با فرآیند دشواری همراه است، به‌همین‌دلیل صرفه اقتصادی ندارد. همان‌گونه که پیش‌تر هم اشاره شد، از آنجایی که بیشتر تولیدکنندگان ترجیح می‌دهند، نانو مواد اولیه خارجی و بیشتر چینی تهیه کنند، ساخت این مواد برپایه مواد اولیه خارجی اصلا برای مصرف‌کننده به‌صرفه نیست. برای مثال، بیشتر کارخانه‌های رنگ‌سازی و صنایع آرایشی برای تولید رنگ نیاز به نانو مواد اولیه اکسیدتیتانیوم دارند؛ مواد اولیه این نانو مواد وارداتی است و چون نرخ تمام‌شده تولید بالا است، تنها در صورت دریافت سفارش از شرکت‌های تولیدی آن را می‌سازیم. گفتنی است، این ماده کاربردهای مختلف و مهمی دارد که موجب ارتقای کیفیت محصولات نانویی می‌شود؛ اما به‌دلیل ارزان بودن نمونه مشابه چینی، توان رقابت نداریم. این در حالی است که کیفیت نانو مواد اولیه چینی بسیار پایین‌تر از همان محصول در داخل است، اما با این شرایط، شرکت‌های تولیدکننده به‌دلیل نرخ ارزان‌تر ترجیح می‌دهند آن را از چین تهیه کنند و چون تهیه همان مواد به‌دلیل دریافت مواد اولیه از خارج برای شرکت‌های داخلی گران تمام می‌شود، شرکت‌ها ترجیح می‌دهند کالایی بی‌کیفیت‌تر، اما با نرخ تمام‌شده کمتری تهیه کنند.

وی درباره آن دسته از محصولات نانو مواد اولیه که نیازی به تهیه مواد اولیه از خارج ندارند، گفت: اکسیدروی ماده‌ای است که مواد اولیه آن از داخل تهیه می‌شود، به‌همین دلیل فرآیند تولید آن ارزان‌تر از دیگر نانو موادهای اولیه است. درکل، جز اکسیدتیتانیوم که مواد اولیه آن خارجی است، بقیه نانو موادهای تولیدی، نرخ تمام‌شده ارزان‌تری دارند، اما با این وجود، هنوز نتوانستیم نظر تولیدکنندگان را برای خرید این محصولات جلب کنیم.

سخن پایانی

باتوجه به موارد یادشده، دانش‌بنیان‌ها مسیر طولانی‌تری را برای جلب رضایت مصرف‌کننده دارند، چرا که بیشتر کالای رقابتی آنها خارجی است و باید ضمن نرخ مناسب، کیفیت تولید خود را هم ارتقا دهند و از طرفی، چون کالای دانش‌بنیان‌ها هیچ‌گاه به‌عنوان یک کالای ضروری و اساسی شناخته نشده است، دغدغه سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کننده هم نیست، بنابراین شاید امروز بیش از هر زمان دیگری احساس این نیاز وجود داشته باشد که حقوق مصرف‌کننده برای دانش‌بنیان‌ها تبیین شود و در بخشی از این سازمان موردبررسی قرار گیرد.

گاهی پیش می‌آید که داستان جور دیگری ورق بخورد، اینکه باوجود کیفیت بالا و نرخ مناسب، باز هم فروش موردنظر اتفاق نیفتد، چرا که ممکن است سهم بازار با یک گفت‌وگو، مذاکره یا لابیگری به‌دست بیاید

یادداشت

اگر به‌روز نباشید محکوم به نابودی هستید

پرویز ترابی
فعال حوزه دانش‌بنیان

امروزه صنایع کشور بیش از هر چیز نیازمند بروزرسانی است. به‌عبارت دیگر، به‌طورعموم محصولات فناورانه، تاریخ مصرف دوسالانه یا شاید هم کمتر دارند و اگر محصولی که ۲ سال پیش تولید شده است، متناسب با نیازهای روز تغییر نکرده باشد، عمر زیادی نخواهد داشت و امروز خواهان قبلی را نخواهد داشت. از آنجایی که یکی از ارکان اصلی رعایت حقوق مصرف‌کننده، تنوع و به‌روز بودن محصولات است، زیر پا گذاشتن این حق به نرخ نابودی شرکت‌های دانش‌بنیان نوپا تمام می‌شود.

دانش‌بنیان‌ها باید روزبه‌روز خود را با آنچه نیاز مصرف‌کننده است، به‌روز کنند. به‌عبارتی، اگر هر شرکتی توانست خود را مطابق خواسته مشتریانش نوآور و به‌روز کند، در جامعه هدف ماندگار خواهد شد، در غیر این صورت، رو به اضمحلال می‌رود. برای مثال، یک زمانی کفش ملی به روسیه صادر می‌شد، اما امروز کمتر بازاری مخاطب کفش ملی است. به‌اعتقاد من، یکی از فرآیندهای اعتمادسازی مصرف‌کنندگان به‌روز بودن دانش‌بنیان‌ها است.

خدمات‌دهی متناسب با بازار هدف از سوی دانش‌بنیان‌ها از دیگر فرآیندهای مهم دانش‌بنیان‌ها در راستای باز شدن راه‌شان به صنایع داخلی کشور است. دانش‌بنیان‌ها باید بتوانند خدمات‌دهی مطلوبی داشته باشند و مطابق با استانداردهای روز دنیا مشتری‌مداری کنند، همچنین، پایبند بودن به زمان‌بندی‌های از قبل تعیین‌شده، از دیگر فرآیندهایی است که یک دانش‌بنیان را در مسیر اقناع مصرف‌کننده، پیروز بازار می‌کند.

بسیاری از صاحبان شرکت‌های دانش‌بنیان که سابقه طولانی در تولید محصول دارند، معتقدند باید به آرامی در بازار گام گذاشت و ذره‌ذره محصولات تولیدی را عرضه کرد تا این‌گونه علاوه بر اشراف بر سلیقه مشتری، قیمت‌گذاری هم روند استانداردی را طی کند. این ویژگی به‌عنوان یک پله مهم در راستای جلب‌رضایت مصرف‌کننده در بهره‌گیری از تولیدات شرکت‌های دانش‌بنیان است. شناخت نیاز بازار، برگ برنده هر تولیدکننده است. گفتنی است، ذائقه اصلی بازار در حرکت‌های آهسته و گام‌به‌گام شناخته می‌شود. بهتر است، پیش از آنکه میلیون‌ها تومان هزینه صرف تولیدات با تیراژ بالا شود، چند نمونه اولیه برای شناسایی مخاطب تولید شود. متاسفانه راه برای جا افتادن در هر بازار مصرفی در کشور زیاد است و بیشتر شرکت‌های دانش‌بنیان نتوانستند تعاملات تجاری جدی با مشتریان و مصرف‌کنندگان در کشور برقرار کنند. بیشتر این افراد هم مبالغ جدی برای به‌روزآوری هزینه نمی‌کنند. یکی دیگر از فرآیندهایی که جنبه دوسویه دارد، استانداردسازی و افزایش کیفیت محصولات است. این مولفه مهم را دوطرف یعنی هم دانش‌بنیان و هم بازار مصرف باید مدنظر داشته باشند. دانش‌بنیان‌ها باید استانداردسازی کنند تا بتوانند جایگاه خود را در میان مصرف‌کنندگان باز کنند. در این میان، توجه به کیفیت تولیدات و ارائه توانمندی واقعی تولیدکنندگان برای دریافت حمایت مالی دولت ضروری به‌نظر می‌رسد. برای توسعه تولید دانش‌بنیان و تقویت برند، باید با بهره‌گیری از ظرفیت نخبگان جوان، توسعه تحقیق و پژوهش، ایجاد نوآوری و تمرکز تولیدات نوآورانه و باکیفیت، بر ظرفیت‌ها و توان داخلی و افزایش بهره‌وری در تمامی بخش‌های تولیدی کشور و توجه به ارتقای کیفیت و کمیت تولیدات صادرات‌محور، شرایط و فضای مناسبی برای ارائه محصول تولیدی به بازارهای داخلی و خارجی فراهم شود. در بحث تولید داخلی، موضوع استراتژیک کیفیت و تعیین نرخ منطقی محصول یا خدمت، همواره باید موردتوجه قرار گیرد. در شرایط فعلی، برای توسعه تولید دانش‌بنیان و رونق کسب‌وکار داخلی و از همه مهم‌تر حفظ حقوق مصرف‌کننده، کیفیت دارای نقش استراتژیک است که باید موردتوجه تولیدکنندگان داخلی قرار گیرد. استفاده از فناوری‌های نوین، احساس مسئولیت و وجدان کاری از پیش‌شرط‌های مهم تولید باکیفیت محصولات داخلی است و به‌اعتقاد کارشناسان حوزه اقتصاد و بازار، کیفیت محصول در کنار قیمت‌گذاری مناسب، ضامن توسعه فروش و افزایش سهم بازارهای منطقه‌ای و جهانی است که اگر به‌صورت جدی موردتوجه تولیدکنندگان کشور قرار گیرد، رشد تولید باکیفیت و رقابتی محقق می‌شود. با این اقدام و در راستای تحول اقتصادی در شرکت‌های تولیدی، بازگشت سرمایه، سود فروش، سهم بازار، کاهش هزینه‌ها و نرخ سهام از رشد قابل‌توجهی برخوردار خواهند شد.

یادداشت

انتظار مشتریان از بانکداری دیجیتال

رضا راد
کارشناس بانکداری الکترونیک

شخصی‌سازی سرویس‌های بانکی خدمتی نوین در راستای افزایش رضایتمندی مشتریان از خدمات‌رسانی بانک‌هاست. بانکداری الکترونیک با تکیه‌بر شخصی‌سازی سرویس‌ها راهی مطمئن برای مشتریان گامی بلند در جهت نیل به هدف به بانکداری دیجیتال و هوشمند بانک‌هاست. این خدمت نوین بانکی به مشتریان مراجعه حضوری افراد به بانک‌ها را نسبت به دهه ۶۰ و ۷۰ به‌شدت کاهش داده است.

در سال‌های اخیر، برنامه‌هایی برای راهبرد اصلاحات اقتصادی با رویکرد رشد اقتصاد پویا و اشتغالزا تعریف شد که یکی از محورهای این رویکرد، اقتصاد هوشمند و دیجیتال بود؛ در همان زمان سندی با عنوان سند بانکداری آینده و تحول دیجیتالی به همه بانک‌ها ابلاغ شد و همه آنها ملزم به تدوین نقشه راه تحول دیجیتال و انجام فعالیت‌هایی در راستای تحقق آن شدند. در این نقشه راه حقوق مشتریان بانکداری الکترونیک نیز پیش‌بینی‌شده است.

بانکداری دیجیتال یکی از محورهای اقتصاد دیجیتال است که تحقق کامل آن مستلزم تغییر و تحولات متعددی در ابعاد گوناگون فرهنگی، فناوری، نیروی انسانی و آموزش ذی‌نفعان است. مطابق با این نقشه راه بانکداری نوین الکترونیک مزایایی مانند افزایش سرعت طراحی و ارائه خدمات و محصولات بانکی، فراهم‌آوری زمینه نوآوری و خلاقیت، انعطاف‌پذیری بانک‌ها در ارائه خدمات جدید به مشتریان و سهولت توسعه بازار آنها به ارمغان می‌آید؛ ضمن اینکه بانک‌ها باید در این راستا از تکنولوژی‌های جدیدی مانند هوش مصنوعی، یادگیری ماشین و اینترنت اشیا به‌خوبی استفاده کنند.

تمامی مزیت‌های یادشده درباره بانکداری نوین الکترونیک در راستای ارج نهادن به مقام مشتریان یا حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خدمات بانکی است.

با نگاهی به تجارب کشورهای پیشرفته و روند رشد خدمات بانکداری الکترونیکی، می‌توان روند افزایشی ارائه خدمات یادشده در بانک‌های ایران را تا حد مناسبی مثبت ارزیابی کرد.

از سوی دیگر، تهیه زیرساخت‌های موردنیاز در بانک‌ها از ضروریاتی است که باید موردتوجه مسئولان قرارگرفته و فعالیت‌های گسترده‌ای در سیستم بانکی کشور برای ارائه خدمات بانکداری الکترونیکی و دیگر خدمات نوین بانکی برای رفاه حال مشتریان انجام شود.

محور اصلی بانکداری دیجیتال ارائه محصولات و خدمات مناسب، در زمان مناسب و به‌طور آنی از طریق ابزار یا کانال‌های مناسب و یکپارچه مبتنی بر تحلیل‌های پیشرفته است. در این فرآیند باید مشتریان بتوانند با اعتماد به سیستم بانکداری الکترونیک و با توجه به شخصی بودن اطلاعات از خدمات روزافزون بانکداری الکترونیک استفاده کنند.

این در حالی است که خدمات شخصی‌سازی‌شده در بانکداری الکترونیک ایران فاصله زیادی با استانداردهای جهانی دارد؛ بنابراین برای نیل به جایگاه مطلوب جهانی در فضای بانکداری الکترونیک باید در ابتدای امر نیازهای مشتریان به‌دقت بررسی و بر مبنای آن ارائه خدمات انجام شود. همچنین باید محصولات مناسب و شخصی‌سازی‌شده با بیشترین سرعت و ساده‌ترین روش ممکن با امکان دسترسی ۲۴ ساعته و در ۷ روز هفته طراحی شود تا رفاه و رضایت مشتریان بانکداری الکترونیک ۱۰۰ درصد محقق شود. اجرای این طرح در ایران با مشکلاتی نیز همراه است؛ به‌طور مثال، داشتن خدمات بانکی الکترونیک نیازمند اینترنت پرسرعت کشوری با پهنای باند بالاست، اما متاسفانه این زیرساخت اینترنتی برای برخی خدمات بانکداری الکترونیک هنوز فراهم نشده است.

گفتنی است که افزایش انتظارات مشتریان در دریافت خدمات شخصی‌سازی‌شده از بانک‌ها، محور اصلی بانکداری دیجیتال است؛ بنابراین بانک‌ها باید با وضع قوانین داخلی در جهت تسهیل تحقق انتظارات مشتریان برآیند. در ایران پس از شیوع ویروس کرونا ارائه خدمات غیرحضوری بیش‌ازپیش موردتوجه قرار گرفت که این امر موجبات راه‌اندازی سرویس‌های جدیدی برای ارائه خدمات به مردم را فراهم آورده است. همچنین این دوران انتظارات مشتریان از بانکداری غیرحضوری یا همان بانکداری دیجیتال افزایش داده است. با توجه به روند طی‌شده نظام بانکی ایران چاره‌ای جز پیشرفت در بانکداری دیجیتال را نداشته و باید در مسیر تحقق انتظار مشتریان از بانکداری دیجیتال برآید.

صمت قوانین مربوط به حقوق مصرف‌کنندگان خدمات بانکی را بررسی کرد

ایران یک گام عقب‌تر از جهان

مریم غدیرپور
editor@smtnews.ir

به هر شعبه بانکی که مراجعه می‌کنیم با تابلویی به‌نام منشور حقوق مشتریان مواجهه می‌شویم. در حقیقت نصب تابلوی منشور حقوق مشتریان بانکی جزو الزامات هر شعبه بانک است. اما منشور حقوق مشتریان بانکی به مواردی از قبیل احترام به مشتری، اجرای عدالت در ارائه خدمات و رعایت امانت‌داری در حفظ اطلاعات مشتریان محدود می‌شود. این در حالی است که امروزه افزایش قدرت بنگاه‌های اقتصادی درنتیجه تحولات اقتصادی دهه‌های اخیر، توازن قدرت چانه‌زنی طرفین قراردادی را از بین برده و به‌ویژه در رابطه بانک و مصرف‌کننده معمولا حقوق مشتریان خرد نادیده گرفته می‌شود چنانچه بانک‌ها اعتبار مالی مشتریان را به‌عنوان مصرف‌کننده خدمات در بوته آزمایش قرار می‌دهند. این در حالی است که در جهان امروز باید خدمات بانکی را در زمره نیازهای اساسی و ضروری جامعه دانست، چراکه زندگی اشخاص بدون خدمات بانکی و مالی مختل می‌شود و اغلب مبادلات بدون ارائه خدمات از جانب بانک‌ها و نظام بانکی، قابل انجام نیست. شهروندان روزانه با بانک‌ها در تعامل هستند و از خدمات مختلف نظام بانکی استفاده می‌کنند و لازمه یک زندگی معقول، بهره‌مندی اعضای جامعه از خدمات بانکی است. همین امر توجه ویژه به مصرف‌کنندگان خدمات بانکی را بیش از پیش نمایان می‌سازد. به همین دلیل، حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان نظام بانکی باید از جایگاه ویژه‌ای برخوردار باشد. صمت به مناسبت روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان درباره حقوق مشتریان بانکی نظر کارشناسان اقتصادی را جویا شده است.

عکس: آیدا فریدی

در نظام بانکی کشور، رویه پرداخت تسهیلات برای عموم مردم یکسان نیست و تنها افرادی می‌توانند از این خدمت استفاده کنند که در بانک‌ها از روابط خاصی برخوردار باشند

بی‌توجهی به حقوق مصرف‌کنندگان خدمات بانکی بحران‌زاست

حسن ثانی، کارشناس مسائل اقتصادی درباره رعایت حقوق مصرف‌کنندگان خدمات بانکی در ایران به صمت گفت: نیاز اجتناب‌ناپذیر هر شخص به کالا و خدمات دیگران، در جوامع امروزی گروهی به‌نام «مصرف‌کننده» را در مقابل گروهی دیگر به‌نام «تولیدکننده» و «عرضه‌کننده» قرار داده است.

بانک‌ها هم از این قاعده مستثنا نیستند و به‌عنوان عرضه‌کننده خدمات باید حقوقی را برای مشتریان خود قائل شوند، زیرا در غیاب منشور حقوق مشتری هرگونه اختلال در ارائه خدمات ضروری بانکی برای یک زندگی معقول، می‌تواند جامعه و مدیریت آن را به چالش بکشد و زیان‌های مادی و معنوی زیادی را متوجه انبوهی از مردم کند.

کارشناس مسائل اقتصادی افزود: اگر در جامعه صنعتی امروز از مصرف‌کنندگان در برابر تولیدکنندگان و ارائه‌دهندگان کالا و خدمات حمایت نشود، آنها توان دفاع از منافع خویش را ندارند و از آنجا که اقدام هر فرد به‌تنهایی از همان ابتدا به شکست محکوم است، جز صرف‌نظر کردن از بکارگیری کالاها و خدمات موردنیاز یا انفعال در برابر پایمال شدن حقوق اساسی خود چاره‌ای دیگر ندارد.

پیامدهای نادیده‌گیری حقوق مصرف‌کننده

این کارشناس مسائل اقتصادی با تاکید بر لزوم رعایت حقوق مصرف‌کننده در نظام بانکی گفت: بی‌توجهی به حقوق مصرف‌کنندگان در نظام بانکی باعث می‌شود که از یک‌سو روزبه‌روز بر تعداد بانک‌ها و میزان سرمایه آنها افزوده‌شده و از سوی دیگر، روزبه‌روز بر میزان نارضایتی مصرف‌کنندگان خدمات بانکی افزوده شود.

الزامات رعایت حقوق مشتریان بانک‌ها

وی در بیان راهکارهایی برای رعایت حقوق مشتریان در نظام بانکی عنوان کرد: برای رعایت حقوق کلی مشتریان در شبکه بانکی در مرحله نخست باید قوانین و مقرراتی متناسب با حقوق مشتریان در حوزه نظام بانکی وضع شود و به‌نوعی حقوق مصرف‌کنندگان خدمات بانکی در این قوانین منظور شود.

این کارشناس مسائل اقتصادی در ادامه خاطرنشان کرد: بانک‌ها باید برای اجرای عدالت و حفظ مصالح عمومی و حقوق اولیه شهروندان قواعد خاصی را در موردحمایت از مصرف‌کنندگان، به‌عنوان طرف ضعیف‌تر رابطه، وضع کنند. همچنین باید اجرای دقیق قوانین و مقرراتی که دربردارنده حق‌وحقوقی برای مصرف‌کننده خدمات بانکی است، از طریق پیش‌بینی سازکارهای اجرایی و نظارتی دقیق برای مصرف‌کننده در دسترس باشد. ثانی افزود: منشور حقوق مشتریان بانک‌ها باید سازکاری داشته باشد که مصرف‌کنندگان خدمات بانکی بتوانند با کمترین هزینه و در سریع‌ترین زمان ممکن در جهت احقاق حق مشتریان، خدمات‌رسانی کنند.

کیفیت نامطلوب خدمات بانکی

ثانی در پاسخ به این پرسش که کیفیت ارائه خدمات به مشتریان بانکی و رعایت حقوق مصرف‌کنندگان در ایران را چگونه ارزیابی می‌کنید، گفت: در ایران کیفیت خدمات بانکی نامطلوب است؛ همچنین گران بودن تسهیلات و خدمات بانکی و نارضایتی مصرف‌کنندگان خدمات را به دنبال دارد. اما متاسفانه حقوق مشتریان بانکی در ایران در مراحل ابتدایی است؛ بنابراین باوجود نقش و اهمیت زیاد بانک‌ها و خدمات بانکی در زمینه‌های مختلف، برخلاف انتظار، تاکنون به منافع و حقوق مصرف‌کننده نظام بانکی توجه درخوری انجام نشده است.

قانون مدافع حقوق مشتریان بانکی نیست

این کارشناس مسائل اقتصادی در ادامه یادآور شد: در نظام بانکی کشور پرداخت تسهیلات برای عموم مردم یکسان نیست و تنها افرادی می‌توانند از این خدمت بانکی استفاده کنند که در بانک‌ها از روابط خاصی برخوردار باشند. این رابطه می‌تواند گردش مالی بالا یا آشنایی با رئیس شعبه و.... باشد؛ بنابراین اگر شخصی بدون داشتن بدهی به شبکه بانکی برای دریافت وام ضروری به بانک‌ها مراجعه کند، بعید است بتواند بدون گذراندن هفت‌خوان رستم موفق به دریافت وام شود. علاوه براین، هیچ مرجع قضایی از حقوق چنین فردی در شبکه بانکی دفاع نخواهد کرد، زیرا قوانین موجود در چنین مواردی بسیار ناقص است.

لزوم بازنگری در قوانین

وی یادآور شد: حقوق مصرف‌کنندگان خدمات بانکی در ایران نیازمند بازنگری جدی است، زیرا منشور حقوق مشتریان به رعایت نکات اخلاقی محدود شده و درباره خدمت‌رسانی هیچ توضیح یا الزامی وجود ندارد.

ثانی با اشاره به اهمیت اعتبارسنجی در پرداخت تسهیلات بانکی اظهار کرد: اعتبارسنجی برای پرداخت تسهیلات بانکی در تمام دنیا امری مرسوم است، اما در ایران این رویداد بسیار نوپاست و گاهی برخورد سلیقه‌ای بانک‌ها این حق مشتریان در دریافت وام‌های خرد را نیز ضایع می‌کند.

> حقوق مصرف‌کنندگان خدمات بانکی در ایران نیازمند بازنگری جدی است، زیرا منشور حقوق مشتریان به رعایت نکات اخلاقی محدود شده و درباره خدمت‌رسانی هیچ توضیح یا الزامی وجود ندارد

منشور حقوق مشتریان بانکی در جهان متداول است

علی رحیمی، کارشناس امور بانکی درباره رعایت حقوق مشتریان خدمات بانکی به صمت گفت: منشور حقوق مشتریان بانکی در تمامی کشورهای جهان به رسمیت شناخته می‌شود، اما این حقوق با اضافه یا کم شدن بندهایی با سایر کشورهای جهان متمایز می‌شوند.

وی افزود: براساس قوانین حقوق مشتری در شبکه بانکی، مصرف‌کننده حق دارد اطلاعات درباره انواع خدمات بانکی، انواع تعرفه‌ها، میزان سود تعلق‌گرفته به سپرده‌ها و... را در اختیار داشته باشد و همچنین حق دارد از نظام بانکی ارائه خدمات مطلوب، ارزان و قابل‌دسترسی تقاضا کند.

این کارشناس امور بانکی با اشاره به اینکه بانک‌ها نیز مانند هر بنگاه تجاری دیگر شرح وظایفی دارند، توضیح داد: باور عام در ایران بر این است که هر شخصی وارد بانک می‌شود، باید بتواند وام بگیرد و قانون باید از این فرد حمایت کند. اما این باور از اساس غلط است، زیرا پرداخت تسهیلات به هر قیمتی باعث به‌وجود آمدن خیل بی‌شمار از بدهکاران بانکی می‌شود.

بانک‌های دست‌بسته

وی با تاکید بر اینکه بانک‌ها در ایران با محدودیت منابع مواجه هستند، گفت: دست‌بسته بانک‌ها در پرداخت تسهیلات باعث شده عده‌ای گمان کنند حقوق مشتریان در بانک پایمال می‌شود.

رحیمی با اذعان به این مطلب که رعایت حقوق مشتریان بانکی در بخش‌هایی ناقص است، گفت: در بحث اخذ تسهیلات از بانک‌ها یکی از موارد بسیار مهم اجرای قانون است. این در حالی است که در برخی موارد با قراردادهای بانکی مواجه می‌شویم که در تنظیم آن قانون رعایت نشده و سود و جریمه‌هایی بر مشتری تحمیل می‌شود که باعث نابودی زندگی شخص می‌شود. در چنین مواردی، قطعا حقوق مشتری بانک به‌واسطه قدرتمندتر بودن بانک تضییع می‌شود؛ بنابراین فاجعه در مصداقی بیشتر زمانی نمایانگر می‌شود که مشتری طرف قرارداد بانک، واحد تولیدی بوده و منجر به تعطیلی کارخانه و بیکار شدن کارگران می‌شود.

تخلف دریافت جریمه مازاد

رحیمی یادآور شد: در منشور حقوق مشتریان بانکی در قراردادهایی که شروط نرخ‌گذاری سود و جریمه و... برخلاف نرخ اعلامی بانک مرکزی و مصوبات شورای پول و اعتبار باشد، قابل اجرا نبوده و جایگاه قانونی ندارد و اصل بر عدم‌اعتبار آن موضوع بوده و قوه قضاییه باید با این موارد برخورد کند.

این کارشناس امور بانکی درباره تخلفات بانکی به‌ویژه در بخش اضافه دریافت جریمه دیرکرد تسهیلات توضیح داد: راهکار حقوقی بخشنامه این است که مشتریان بانکی باید با تهیه یک نسخه از قرارداد و مراجعه به متخصصان این امر بررسی کنند که آیا بانک در محاکم قصد اخذ سود و جریمه مازاد بر مصوبات بانک مرکزی و شورای پول و اعتبار را دارد یا خیر. درصورتی که با مطالبه مازاد بر مصوبات مواجه شدند، مراتب را به همراه مستندات به دادگاه رسیدگی‌کننده «پرونده مطالبه بانک» اعلام کنند تا دادگاه بدون تشریفات خاصی و عدم‌نیاز به تقدیم دادخواست بطلان قرارداد از صدور حکم مازاد خودداری کند.

جبران خسارت مشتریان

رحیمی در ادامه تاکید کرد: همواره در جریان فعالیت‌های بانکی، احتمال خسارت دیدن مشتریان وجود دارد. با گسترش مراودات بانکی این پرسش به‌صورت گسترده‌ای مطرح‌شده که چه کسی، تا چه حدی و بر چه اساسی باید به جبران خسارت واردشده بپردازد. قواعد اولیه مسئولیت مدنی به‌ویژه در حقوق غرب، اثبات تقصیر را شرط جبران خسارت می‌داند؛ به‌علاوه ماهیت دینی پول باعث می‌شود ذمه بانک‌ها برای بازگرداندن سپرده اشخاص در فرض ورود هرگونه خسارت به مشتریان مشغول شود.

وی با اشاره به اینکه در کشورهای پیشرو در وضع قوانین بانکی قانون، مسئولیت مدنی را بیشتر متوجه بانک می‌داند اظهار کرد: حقوق انگلستان نیز با وجود تفاوت‌های مبنایی در بحث مسئولیت مدنی، با درجه‌ای خفیف‌تر از حقوق ما، به نظریه مسئولیت بدون تقصیر بانک‌ها تمایل داشته و در این‌حال در قانون حمایت از مصرف‌کننده، مقررات سخت‌گیرانه‌تری به‌ویژه درباره شروط تحمیلی علیه بانک‌ها وضع کرده است.

این کارشناس امور بانکی در ادامه افزود: اعمال مقررات سختگرانه‌تر برای بانک‌ها در رابطه با رعایت حقوق مصرف‌کننده و همچنین مسئولیت محض بانک‌ها و استناد به آن، به‌طورقطع بسیاری از مشکلات فعلی در روابط بانک‌ها با مشتریان را کاهش خواهد داد.

سخن پایانی

مراجعات روزافزون و دائمی مردم به بانک‌ها، بانکداران را بر بسیاری از اطلاعات شخصی مشتریان، ازجمله وضع مالی و توان اقتصادی مطلع می‌کند. به‌منظور جلب اعتماد مشتریان و جلوگیری از سوءاستفاده‌های اقتصادی و ضررهای شخصی و تجاری، بانک‌ها این اطلاعات را محرمانه تلقی و از افشای آنها خودداری می‌کنند. اگرچه رازداری بانکی اصلی اجتناب‌ناپذیر در حقوق همه کشورهاست، اما با توجه به ضروریات و نیازهای اجتماعی و به‌ویژه مقابله با فعالیت‌های مجرمانه مانند تروریسم، پولشویی و فرار از مالیات، بی‌گمان دارای استثناهایی است.

این استثناها اگرچه از کشوری به کشور دیگر تفاوت می‌کند، اما جملگی روند مشترکی را دنبال می‌کنند. البته کارشناسان بر این باورند که به‌جز موارد استثنا یادشده عملکرد دستگاه قضا و بانک‌ها در رعایت حقوق عامه مشتریان بانکی عملکردی ضعیف دارد؛ بنابراین رعایت منشور حقوق مصرف‌کننده در ایران نسبت به کشورهای پیشگام در بانکدار نوین یک گام عقب‌تر است.

عرضه ۳۰۰ هزار ربع‌سکه در مرکز مبادله ارز و طلا

مدیر پروژه مرکز مبادله ارز و طلای ایران از عرضه ۳۰۰ هزار قطعه ربع‌سکه در این مرکز خبر داد. به گزارش ایبنا، امیر هامونی، مدیر پروژه مرکز مبادله ارز و طلای ایران در جمع خبرنگاران گفت: طبق اطلاعیه بانک مرکزی در سامانه نیما برای کالای اساسی مانند دارو و تجهیزات پزشکی با نرخ ۲۸ هزار و ۵۰۰ تومان در نظر گرفته‌شده که مازاد آن در تالار حواله ارز مرکز مبادله عرضه خواهد شد، نرخ آن نیز بر ساس منابع و مصارف ارزی، تغییر بنیادین و متناسب با فرآیندهای عرضه و تقاضا تعریف می‌شود. وی افزود: خبر حذف ارز ۲۸ هزار و ۵۰۰ تومان درست نیست و این نرخ به کالاهای اساسی تعلق گرفته است.

هامونی درباره مقاصد ارز خدماتی بیان کرد: بیش از ۶۰ سرفصل با عنوان‌های ارز مسافرتی، دانشجویی و فرصت‌های مطالعاتی برای اساتید، ارز برای بیماران و در نظر گرفته شده، این ۶۰ سرفصل جایگزین ارز ۵۰۰۰ یورویی می‌شود.

وی اظهار کرد: بعضی از این سرفصل‌ها مانند هزینه مطالعاتی، شرکت در مجامع بین‌المللی و هزینه درمان سقف ندارند و مبتنی بر نیاز واقعی هستند.

مدیر پروژه مرکز مبادله ارز و طلای ایران افزود: هم‌اکنون با توجه به مصوبات شورای پول و اعتبار ۳۰۰ هزار قطعه ربع‌سکه در مرکز مبادله ارز و طلا از طریق بانک‌های عامل، صرافی‌ها و بانک‌هایی که عضو مرکز مبادله هستند عرضه می‌شود و دیگر در بورس کالا عرضه نخواهد شد، کشف نرخ نیز براساس مکانیسم حراج است.

نماینده پیشین مجلس در گفت‌وگو با صمت:

حمایت بدون کنترل تورم غیرممکن است

عکس: آیدا فریدی

گروه گفت‌وگو
editor@smtnews.ir

«امروزه دولت‌ها در راستای کنترل و حمایت از روابط اقتصادی جامعه، نه تنها به وضع قوانین برای اعمال مجازات شدید در مورد بزه‌هایی از قبیل کلاهبرداری و تقلب در معاملات تجاری اقدام می‌کنند، بلکه با وضع قوانین انتظامی، از مصرف کنندگان، به عنوان طرف‌های ضعیف قرارداد، در برابر معاملات غیر عادلانه، تجارت کالاهای معیوب و خطرناک و تحمیل یک جانبه شرایط قرارداد، از سوی تولیدکنندگان، فروشندگان و مراکز خدماتی، حمایت می کنند. نظام‌های حقوقی اغلب کشورهای جهان، حق مصرف‌کننده را مقدم می‌دارند و تلاش می کنند تولیدکنندگان، واردکنندگان، توزیع‌کنندگان و فروشندگان را، تشویق و بلکه وادار کنند حقوق مصرف‌کنندگان را در کالاهای تولیدی خود، مورد توجه قرار دهند.» آن‌چه خواندید، بخشی از «منشور حقوق مصرف کننده سازمان ملل متحد» است که در آن، راهکارهای هشت‌گانه‌ای برای حمایت از مصرف‌کنندگان و حفظ حقوق آن ها، به همه کشورهای جهان، پیشنهاد شده‌است. در کشور ما نیز، حقوق مصرف‌کنندگان مورد توجه قانون گذار قرار گرفته‌است. تصویب «قانون حمایت از حقوق مصرف کنندگان» در سال ۱۳۸۸ و آیین‌نامه اجرایی آن، در سال ۱۳۹۰، نقطه عطفی در تدوین و تصویب قوانینی از این قبیل بود. استاندار سابق گلستان و نماینده پیشین مجلس می‌گوید: «هیچ سیاستی در راستای حمایت از مصرف‌کننده به اندازه کنترل نقدینگی و نرخ تورم نمی‌تواند قدرت خرید مصرف‌کنندگان را تقویت کند. سیاست‌های حمایتی در شرایط ثبات آثار پایدارتری خواهند داشت، در حالی که با تورم ۴۰ درصدی فعلی در کشور، هر حمایتی ظرف ۲ تا ۳ سال نیمی از قدرت خود را از دست داده است.»

هادی حق‌شناس در گفت‌وگو با صمت در حالی به نقش سیاست‌های پولی و مالی در کاهش قدرت خرید مصرف‌کنندگان اشاره می‌کند که همزمان معتقد است تورم، تولیدکنندگان را هم دچار مشکل کرده و بخش مهمی از تورم تجربه شده کشور در چند سال گذشته ناشی از افزایش نرخ نهاده‌های تولید بوده است.

مشروح این گفت‌وگو را در ادامه می‌خوانید.

روز حمایت از حقوق مصرف‌کننده در حالی فرا می‌رسد که شرایط مصرف‌کنندگان ایرانی در یک سال گذشته به‌مراتب دشوارتر شده است.

از سوی دیگر گفته می‌شود به‌نام حمایت از مصرف‌کنندگان، بودجه‌های فراوانی تصویب می‌شود. چرا باوجود این حجم از منابع، مصرف‌کننده ایرانی هر روز در حال از دست دادن قدرت خرید خویش است؟ به نکته درستی اشاره کردید. در کشور ما شاید تلاش‌های پراکنده‌ای برای حمایت از مصرف‌کنندگان انجام و ارقام فراوانی هم صرف آن شده، اما همان‌طور که اشاره کردید، در یک دهه گذشته نه‌تنها وضعیت مصرف‌کنندگان و قدرت خرید آنها بهبود نیافت بلکه تعداد فقرا تقریبا ۲ برابر شد و درآمد سرانه هم به‌طور میانگین نسبت به سال ۹۰ کاهش ۳۳ درصدی داشته است. اینها نشان می‌دهد مسئله صرفا حمایت از تولیدکننده یا مصرف‌کننده نیست؛ اقتصاد ایران درگیر مشکلات ریشه‌ای است که در بخش‌های مختلف اثراتی از خود برجای گذاشته است.

◉ علت اصلی مشکلات امروز چیست؟

اگر به اقتصاد کشور چون یک پیکر واحد نگاه کنیم باید تاکید کرد بیشتر مشکلات موجود در اقتصاد ما ناشی از سیاست‌گذاری‌های پولی است. پول و مدیریت آن نقشی حیاتی در کنترل اقتصاد کشورهای امروز دارد و به‌باور من بانک‌های مرکزی اکنون مهم‌ترین نهاد اقتصادی کشورهای جهان هستند. اهمیت این نهاد به یک چیز بر می‌گردد؛ حفظ ارزش پول ملی و مدیریت نقدینگی از وظایف بانک‌های مرکزی است و همین دو هدف هم این نهاد را به مهم‌ترین نهاد سیاست‌گذاری اقتصاد کشورها تبدیل کرده، چون دو موضوع یادشده نقش مهمی در اقتصاد کشورها دارند.

در ایران هم سیاست‌های پولی ابتدا خود را در جهش‌های قیمتی و نرخ تورم نشان می‌دهند. در علم اقتصاد این به یک اصل غیرقابل انکار تبدیل شده که هیچ موضوعی به اندازه تورم نمی‌تواند به سود ثروتمندان و به زیان نیروی کار و فرودستان باشد. از قضا عامل اصلی تورم در بلندمدت رشد بیش از اندازه نقدینگی و سرریز شدن بخش زیادی از آنها به فعالیت‌های سوداگرانه است. این امر به‌نظر من خود بیانگر این است که چرا منابع عظیمی هدر داده شد. دقت کنید در سال ۹۰ تنها ۱۸ درصد جمعیت کشور زیر خط فقر بودند و در سال ۹۸ این رقم به بیش از ۳۳ درصد رسید.

چنانچه این مفروضات را بپذیریم به این نتیجه خواهیم رسید که زمانی می‌توان از مصرف‌کننده و حتی تولیدکننده حمایت پایدار و اصولی انجام داد که رشد نقدینگی در یک نسبت معقول و معادل با رشد اقتصادی باشد. در این شرایط از قدرت خرید مصرف‌کننده کاسته نمی‌شود و تولیدکننده هم هر روز با افزایش نرخ تمام‌شده مواجه نمی‌شود. تنها بازگشت ثبات به اقتصاد کشور است که می‌تواند تولیدکننده را فعال و مصرف‌کننده را راضی کند؛ سیاست‌های دیگر نه اینکه بی‌اثر باشند، اما حتی اگر با وسواس اجرا شوند هم اثرات مقطعی خواهند داشت.

◉ اینکه یک سازمان در ایران همزمان از تولیدکننده و مصرف‌کننده که به‌نوعی تضاد منافع دارند، حمایت می‌کند، به کم‌اثرتر شدن سیاست‌های حمایت از مصرف‌کنندگان منجر نشده است؟

این تناقض واقعی است و من در هیچ کشوری ندیدم که یک سازمان همزمان از هر دو بخش یادشده حمایت کند. نباید این مشکلات ساختاری را کتمان کرد. حتی نباید این نکته را نادیده بگیریم که در دیگر کشورها حمایت نقدی هم گاه اثرات مطلوب‌تری نسبت به ایران داشته و بخش‌های بزرگی را از خط فقر بیرون کشیده، اما این سیاست‌ها در کشور ما هم اشتباه اجرا می‌شوند و هم جامعه هدف را درست نشانه نمی‌روند؛ پس انحراف اتفاقی طبیعی است.

البته لازم می‌دانم بر این نکته هم تاکید کنم که باوجود تضاد منافعی که میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان برقرار است، نباید این تصور را داشته باشیم که حمایت از مصرف‌کننده با سرکوب تولیدکننده و اجرای سیاست‌های دستوری ممکن می‌شود. گاه لازم است دولت مداخله مستقیم و قاطع هم بکند، اما این راه برای همیشه باز نیست و به‌هر حال باید به سازکارهای مرسوم اقتصادی تن دهیم. در مقابل حمایت از تولیدکننده هم نباید به‌معنای فقیرتر کردن مصرف‌کنندگان باشد. در واقع دولت‌ها باید در شرایط بحرانی کاری کنند که بخش‌های مختلف جامعه بتوانند سرپا بمانند، نه اینکه هر بخش و طبقه قربانیِ دیگری شود.

◉ بخش مهمی از تولیدِ ایران به‌ویژه تولید در مقیاس بزرگ، بدون حمایت‌های وسیع یارانه‌ای و ارزی دولت ممکن نخواهد بود، چرا بنگاه‌هایی که به‌شدت وابسته به حمایت‌های دولتی هستند و اغلب حتی مالیات هم نمی‌پردازند باید خودشان نرخ کالاهای تولیدی‌شان را تعیین کنند؟ مگر نیروی کار دستمزدش را خودش تعیین می‌کند یا هزینه انرژی این بخش‌ها براساس نرخ جهانی محاسبه می‌شود؟

این هم درست است. دولتمردان ما با اینکه حاضر به این نیستند که سازمان حمایت مصرف‌کننده و تولیدکننده را از هم مجزا کنند، دقیقا این طور فکر می‌کنند. اگر بخواهند از تولیدکننده حمایت کنند، قبل از هر چیز سراغ این می‌روند که افزایش دستمزدها را غیرممکن کنند. یک سال می‌توان از کارگر خواست این شرایط تحمل کند، ۲ سال می‌توان این خواسته را داشت اما هیچ بخشی از جامعه حاضر نیست دهه‌ها زیر بار فشار و گرسنگی بماند.

نکته شما درست است. طبیعتا در تولید محصولاتی که دولت به عاملان آن رانت می‌دهد، این حق هم برای قوه مجریه ایجاد می‌شود که حتی اگر قیمت‌گذاری کامل را انجام نمی‌دهد لااقل سقف قیمتی تعیین کند؛ مثلا بنگاه‌هایی که انرژی ارزان می‌گیرند، ارز ترجیحی دریافت می‌کنند، تسهیلات ارزان به آنها تعلق می‌گیرد، یکی از ارزان‌ترین نیروهای کار جهان را در اختیار دارند و همزمان هزینه انرژی آن هم چه در زمینه آب و برق و چه در بخش انرژی‌های فسیلی ارزان‌تر از همه جای جهان است، نمی‌تواند مدعی این باشد که خود قیمت‌گذاری کند.

به‌اعتقاد من باید توجه کنیم مسئله سودپرستی عده‌ای تولیدکننده نیست؛ مسئله بیش از این حرف‌ها است. تولیدکنندگان در ۴ سال گذشته هر روز با افزایش نرخ نهاده‌های تولید مواجه شدند. آنها در نهایت چاره‌ای جز افزایش قیمت‌ها نداشتند. همان‌طور که گفتم ۴ سال پی در پی تورم کشور ما بیش از ۳۰ درصد بوده و حتما این تورم افسارگسیخته به بحران‌های اقتصادی دامن می‌زند.

باز هم تاکید می‌کنم اگر دولت بتواند سیاست‌های بنیادین و اصولی را بر بخش پولی و مالی حاکم کند، بخش اصلی مشکل مرتفع شده است. مسئله دیگر هم نظارت است که باید زیر نظر وزارت صنعت، معدن و تجارت انجام شود. نظارت اصولی به این دلیل که فساد را دشوار می‌کند، به سود اقتصاد کشور به‌ویژه فعالیت‌های مولد تمام خواهد شد.

◉ در کشورهای دیگر سیاست‌های فراوانی برای بهبود معیشت مصرف‌کنندگان در نظر گرفته می‌شود که گاه دستاوردهای بزرگی دارد. چرا در ایران چنین دستاوردهایی حاصل نمی‌شود؟

سیاست‌گذاری اصولی و کارشناسی حتما می‌تواند از میزان مشکلات بکاهد، اما من حداقل به یاد ندارم در کشوری با رشد اقتصادی صفر یا منفی و تورم ۴۰ درصدی بتوان کار چندانی در حمایت از معیشت مردم و فرودستان انجام داد. در اروپای غربی و ژاپن سیاست‌های رفاهی موفقی اجرا شده که توانسته تا اندازه زیادی پدیده شوم فقر را به حاشیه براند اما تورم این کشورها کمتر از ۳ درصد در سال است. حتی گاه در این کشورها نرخ تورم منفی می‌شود؛ یعنی هزینه تولید به‌طور سالانه کاهشی است. این تورم یعنی یک وضعیت باثبات وجود دارد و حالا سیاست‌گذار می‌تواند با چشم باز سیاست‌های درست را تدوین و اجرا کند.

علاوه بر این در ژاپن و کشورهای اروپایی چون آلمان ما با کاهش میزان تولید مواجه نیستیم، بلکه برعکس به‌دلیل بهره‌وری بالاتر در این اقتصادها، مناسبات بنگاه‌ها و فناوری در حال توسعه آنها، تولید هر سال به سمت بهتر شدن حرکت می‌کند، اما کشور ما همان‌طور که گفتم در سال‌های گذشته با کاهش تولید هم مواجه شده است.

سیاست‌های حمایتی موفق و اصولی هم وجود دارند، اما اجرای آنها نیازمند ثبات اقتصادی و چشم‌اندازی آرام است. برای اینکه ما به اینجا برسیم باید در سیاست‌های پولی یک تحول اساسی شکل بگیرد.

> اگر به اقتصاد کشور چون پیکری واحد نگاه کنیم باید تاکید کرد بیشترین مشکلات موجود در اقتصاد ما ناشی از سیاست‌گذاری‌های پولی است

◉ آیا رشد نقدینگی بالا و تورم فزاینده در کشورهای دیگری که درگیر تنش‌هایی چون تحریم هستند، به این شکل بروز کرده است؟

خیر؛ حتی در ایران در دهه ۶۰ باوجود اینکه کشور درگیر یک جنگ گرم و واقعی بود که به طولانی‌ترین جنگ قرن بیستم هم مشهور شد، نرخ تورم هرگز به ارقامی که در دهه ۹۰ تجربه کردیم نرسید. حتی در یکی از سال‌های جنگ نرخ تورم به حدود ۶ درصد رسید که بهترین عملکرد پس از انقلاب است.

نیاز نیست خیلی دور برویم. همسایه غربی ما عراق است که سال‌هاست جنگ و ناامنی در آن حاکم شده است. این کشور از اشغال نظامی تا جنگ داخلی با داعش را تجربه کرد اما تورم در آن حدود ۵ درصد است. عراقی‌ها با اینکه به‌سختی توانستند کشور خود را از داعش پس بگیرند، کنترل اقتصاد را از دست ندادند. کشوری چون روسیه هم چند سالی است زیر فشار تحریم‌ها قرار دارد. اقتصاد روسیه گرچه از اقتصاد ایران بزرگ‌تر است اما اقتصادی توسعه‌یافته یا پیشرفته به حساب نمی‌آمد و وابسته به درآمدهای حاصل از فروش نفت و گاز است. در این کشور هم نرخ تورم در این مدت از ۹ درصد بیشتر نشده است. البته ناگفته نماند تحریم ایران به‌مراتب شدیدتر از روسیه است.

◉ برخی تنها راه حمایت از مصرف‌کننده را پرداخت نقدی می‌دانند. این روش برای امروز ایران کارساز است؟

به‌نظر من این کار چون به افزایش نقدینگی شدت می‌بخشد، به زیان کشور است. این درک از پایه ایراد دارد و پرداخت نقدی در بلندمدت سبب اخلال در قیمت‌ها خواهد شد؛ ضمن اینکه در کشور ما با این سطح تورم باید میزان یارانه نقدی را در هر دوره‌ای اصلاح کرد، وگرنه این پول به‌سرعت بی‌ارزش می‌شود. در سال ۸۹ یارانه ۴۵ هزار تومانی حدود ۳۰ دلار ارزش داشت، امروز همین رقم کمتر از یک دلار ارزش دارد.

باتوجه به اینکه در سال‌های گذشته مشکلات معیشتی رشد کم‌سابقه‌ای داشته، شاید دولت مجبور باشد یک سیاست فوری اجرا کند تا به بخشی از نابسامانی‌ها پایان دهد. در این صورت من فکر می‌کنم سیاست توزیع سبد کالا به‌مراتب بهتر از پرداخت یارانه نقدی باشد.

> در یک دهه گذشته نه‌تنها وضعیت مصرف‌کنندگان و قدرت خرید آنها بهبود نیافت، بلکه تعداد فقرا تقریبا ۲ برابر شد و درآمد سرانه هم به‌طور میانگین نسبت به سال ۹۰ کاهش ۳۳ درصدی داشته است

یادداشت

الزامات شکل‌گیری رقابت سالم و سازنده

داود چراغی - استادیار موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

رقابت سالم و سازنده در فرآیندهای مختلف زنجیره تامین و عرضه محصولات زمانی به‌وجود می‌آید که در کنار توجه به پیش‌فرض‌های بازارهای رقابتی، استانداردهای مشخص و مترقی در همه حلقه‌های زنجیره تامین و عرضه محصولات تدوین، تصویب و ابلاغ شود. البته باید توجه داشت برقراری فضای رقابتی در بازارهای مختلف موجب می‌شود بنگاه‌ها برای کسب سود بیشتر و حتی گاهی برای ماندگاری در بازار، اقدام به رعایت استانداردهای مترقی و نوین به‌صورت اختیاری کنند.

دولت هم ملزم است در محصولات اساسی، ضروری و مهم حداقل استانداردهای لازم را در شکل‌گیری و فعالیت بنگاه‌ها تدوین، تصویب و ابلاغ کند. به‌مرور هم با رشد و توسعه علوم مختلف در کنار گسترش رقابت در بازارها، استانداردهای الزامی دامنه گسترده‌تری از محصولات را شامل می‌شود. در این بین باید توجه داشت استانداردها قلمرو اقتصادی کشورها به‌ویژه کشورهای توسعه‌یافته طیف وسیعی از فرآیندهای مختلف سمت عرضه و تقاضای اقتصاد را شامل می‌شود. استانداردهای سمت عرضه بسته به نوع و ماهیت محصولات یا گروه‌های کالایی یا خدماتی، گسترده است و معمولا در فرآیند شکل‌گیری و فعالیت بنگاه‌ها مشخص و رعایت می‌شوند، اما در سمت تقاضا بسته به رشد و توسعه اقتصادی کشورها، قانونی تحت نام حقوق مصرف‌کنندگان تدوین، تصویب و ابلاغ می‌شود که براساس آن مصرف‌کنندگان از حقوقی برخوردار می‌شوند که در صورت هرگونه اجحاف و تخلف در خرید، استفاده و مصرف کالا و خدمات، بتوانند حق و حقوق قانونی‌شان را طلب کنند.

داشتن قانون حقوق مصرف‌کنندگان مترقی و پویا از جمله علل رشد فضای رقابتی سالم و سازنده است. در نتیجه، مفاد قانون حمایت در جهت منافع عموم مردم حتی فعالان عرضه محصولات در داخل و بازارهای جهانی است؛ به‌گونه‌ای که می‌توان اذعان داشت هرچه قانون حمایت مصرف‌کنندگان به موضوعات کمتر و بی‌اهمیت‌تر بپردازد، آنگاه فضای رقابت در کسب‌وکارها به نفع اجحاف، تقلب، کلاهبرداری و... است. در مقابل هرچه این قانون مترقی‌تر، کارآتر، به‌روزتر و شفاف‌تر باشد، فعالان اقتصادی در حلقه‌های مختلف اقتصادی باتوجه به دانش، تخصص، نوآوری، خلاقیت و در کل انجام کار با کیفیت بالاتر، نرخ کمتر، تنوع بالاتر و... بیشتر و بیشتر موفق می‌شوند.

اما متاسفانه در ایران بعد از شروع کسب‌وکارها، به قانون حقوق مصرف‌کنندگان به‌عنوان موضوعی لوکس و کم‌اهمیت از یک طرف و مانع رشد اقتصاد به‌ویژه تولید محصولات از سوی دیگر توجه شده است. بر این اساس، حدود یک دهه زمان صرف شد تا در نهایت قانون فعلی حقوق مصرف‌کنندگان ایران تصویب و ابلاغ شود. این قانون یکی از کوچک‌ترین قوانین حقوق مصرف‌کنندگان در جهان است که فقط ۷ صفحه به‌صورت محدود و تنها به مباحث فرعی و کم‌اهمیت اقتصاد برای مصرف‌کنندگان پرداخته، در حالی که قانون حمایت مصرف‌کنندگان کشور ترکیه حدود ۹۸ صفحه و در بیشتر کشورهای توسعه‌یافته، بیش از ۱۵۰ صفحه است و عموما طوری تدوین شده که تقریبا همیشه حق با مشتری است.

برای اجرای قانون حمایت از مصرف‌کنندگان مترقی و پویای کشورهای توسعه‌یافته که با رشد علوم مختلف بازنگری و اصلاح می‌شود، فعالان اقتصادی برای ماندگاری در بازارها و همچنین رشد و توسعه در کسب‌وکارشان، به سمت تولید یا عرضه محصولاتی باکیفیت، نرخ مناسب و دارای تنوع محصول برای افراد مختلف هدایت می‌شوند، چراکه در صورت نارضایتی خریداران حتی بدون دلیل و ایراد محصولات، باید آنها را پس گرفته و مبلغ را بازگردانند. حال اگر محصول معیوب، خطرناک و مضر بوده و مشکلاتی برای مصرف‌کنندگان داشته باشد، کار برای عرضه‌کنندگان بسیار دشوار و پرهزینه می‌شود.

در کل اگر قوانین حمایت مصرف‌کنندگان به‌خوبی و کارشناسانه تدوین نشده و در کنار آن، به پیش‌فرض‌های بازارهای رقابتی هم در تدوین استانداردهای سمت عرضه بی‌توجهی شده باشد، به مرور به‌جای شکل‌گیری رقابت سازنده و سالم در زنجیره تامین و عرضه محصولات، معیارهای کاملا برعکس همچون اجحاف، تقلب، دروغ، کلاهبرداری، قاچاق، کم‌فروشی، بی‌توجهی به حق و حقوق مصرف‌کنندگان و... در بازار برقرار می‌شود. در چنین فضایی، بنگاه‌های سالم و درستکار، کم‌کم از بازارها حذف و رقابت ناسالم و دسترسی به رانت موجب کسب درآمد و سود بیشتر می‌شود.

برای برقراری فضای رقابتی حامی حق و حقوق مصرف‌کنندگان، باید اقداماتی همچون تدوین، تصویب و ابلاغ قانون حمایت از مصرف‌کنندگان بر زنجیره تامین و عرضه محصولات برقرار شود. متاسفانه برخی فکر می‌کنند با تصویب و ابلاغ قانون حمایت از مصرف‌کنندگان مترقی، مردم از این قانون سوءاستفاده و به ضرر فعالان کسب‌وکار اقدام می‌کنند.

این فرض شاید مورد سوءاستفاده برخی افراد به‌ویژه در اوایل اجرای آن، قرار گیرد اما به‌مرور بسیاری از مردم تنها در صورت احساس اجحاف، این موضوع را پیگیری می‌کنند؛ ضمن آنکه این امر در گذشته در بازارهای ایرانی و اسلامی در آداب و اصول تجارت که تحت نام مکاسب شناخته می‌شود، وجود داشته و یکی از علل مهم رشد و توسعه مناسب فعالان کسب‌وکار مختلف در گذشته بوده است. این امر در کشورهای دیگر نیز ثابت شده که تنها بخش کمی از مردم (کمتر از ۵ درصد) از قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان سوءاستفاده می‌کنند.

شنبه
۶ اسفند ۱۴۰۱- ۴ شعبان ۱۴۴۴ - ۲۵ فوریه ۲۰۲۳- شماره ۲۲۷۴-پیاپی ۳۵۹۲

صمت
صنعت معدن تجارت

منشور اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در روزنامه صمت: www.smtnews.ir/about.html

صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی و مطبوعاتی «صمت»
مدیرمسئول: ناصر بزرگمهر
سردبیر: عاطفه خسروی

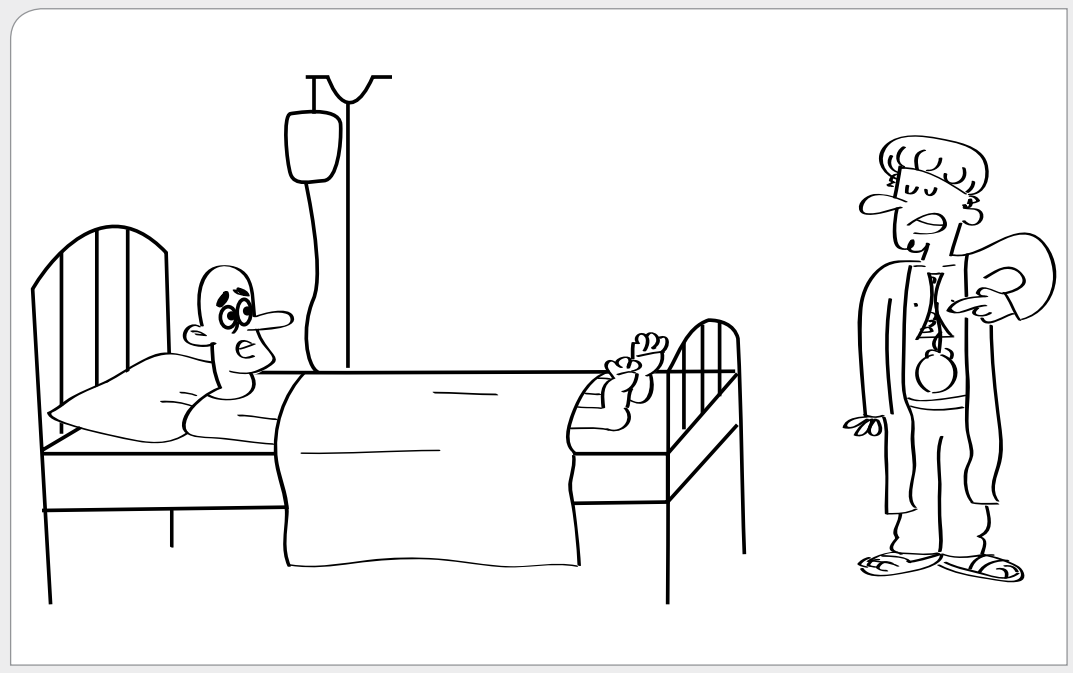
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۷۲۲۷۳۲ - ۰۹۹۹۹۱۹۵۷۶۱
ایمیل آگهی‌ها: ads.smtnews@gmil.com
تلفن: ۸۲۱۹۰ - نمابر: (داخلی-۱۰۴) پیامک: ۳۰۰۰۸۲۱۹۰
امور مشترکین: ۸۸۷۲۲۷۳۵ - روابط عمومی: ۸۸۱۰۵۳۰۹
توزیع و سازمان شهرستان‌ها: ۸۸۷۲۲۷۳۵
تهران، خیابان قائم‌مقام فراهانی - کوچه آزادگان شماره ۲۶ - کد پستی ۱۵۸۶۷۳۳۸۱۱
روابط عمومی: pr@smtnews.ir
امور استان‌ها: ostanha@smtnews.ir
چاپخانه: هنر سرزمین سبز

www.smtnews.ir info@smtnews.ir
telegram.me/smtnews instagram.com/smtnewspaper
tozi.smtnews@gmail.com

روزنامه صمت با رتبه ۱
در میان روزنامه‌های تخصصی مقام ۱
در میان روزنامه‌های اقتصادی مقام ۲

عضو انجمن مدیران روزنامه‌های غیردولتی
عضو انجمن مدیران رسانه
عضو تعاونی مطبوعات

کارتون روز



بدون شرح

طرح: حسین علیزاده

یک موسسه پژوهشی دولتی تحلیل کرد

چارچوب‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان

بررسی‌ها نشان می‌دهد موضوع رسیدگی به شکایات مصرف‌کننده هم در ساختار بنگاه‌های اقتصادی و هم در نهادهای حاکمیتی، در قوانین مربوطه در بیشتر کشورها مورد تاکید قرار گرفته است. در حقیقت طبق قوانین هر کشوری، هر بنگاه اقتصادی مکانیزمی را برای رسیدگی به نظرات یا در نهایت رسیدگی به شکایات مشتری در ساختار خود دارد و از سوی دیگر حاکمیت و نهاد دولتی نیز به موجب قانون مربوطه باید مکانیسم رسیدگی به شکایات مصرف‌کنندگانی را که به تعامل نتیجه‌بخش با بنگاه نرسیده‌اند فراهم کند.

عکس: صمت

نگاهی سیستمی و جامع به حمایت از حقوق مصرف‌کننده دربرگیرنده این واقعیت است که رشد اقتصادی و عرضه پایدار نیازمند مصرف پایدار و هدفمند است. اما به‌رغم این اهمیت، عواملی مانند ساختار بازار (رقابتی نبودن فضای کسب‌وکار به‌ویژه در خصوص تولیدات داخلی)، ضعف در نگاه سیستمی به حقوق و حمایت از مصرف‌کننده، نبود یا نقص قوانین حمایت‌کننده، ضعف در زیرساخت‌های موردنیاز برای اجرایی کردن قوانین تصویب شده، نداشتن شاخص و معیار مناسب برای ارزیابی و پایش وضعیت صحت قوانین و اجرای موثر آن، سطح آگاهی و برخورد مصرف‌کنندگان در مقابل چالش‌های مربوط به حقوق خود و سایر شرایط تاثیرگذار بر بهره‌مندی از حقوق مذکور، شاهد تضییع حقوق و عدم‌رضایت این گروه مهم اقتصادی در بیشتر کشورهای در حال توسعه از جمله ایران هستیم. هر چند میزان نارضایتی یا عدم‌استیفای حقوق مصرف‌کنندگان از نوسان قابل‌توجهی به‌ویژه بین کشورهای پیشرفته و در حال توسعه برخوردار است ولی به هر حال این موضوع همواره از دغدغه‌های نهادهای دولتی و غیردولتی حمایت‌کننده از مصرف‌کنندگان در بیشتر کشورها بوده است.

آنچه مسلم است شناخت ابعاد حقوق مصرف‌کننده و چارچوبی که به استیفای ابعاد مذکور می‌پردازد، از مهم‌ترین گام‌ها در جهت حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و کاهش چالش‌های آنها خواهد بود. از سوی دیگر درک و چشم‌انداز مصرف‌کنندگان از ضمانت اجرایی قوانین و همچنین عملکرد نهادهایی که درصدد جبران صدمات و خسارات وارده بر مصرف‌کنندگان هستند، تاثیر قابل‌توجهی در ایجاد انگیزه و اقدام مصرف‌کنندگان برای بیان نظرات و شکایت‌هایشان دارد. یکی دیگر از دیدگاه‌هایی که می‌تواند به فضای حقوق مصرف‌کننده و استیفای ابعاد حقوقی آنها ورود کند بررسی ضریب اهمیت هر یک از ذی‌نفعان در فضای مذکور است.

درحال‌حاضر مهم‌ترین قوانینی که به‌طور مشخص به موضوع حق شکایت و حق جبران صدمات و خسارت در ایران می‌پردازد عبارتند از: قانون حمایت از حقوق مصرف‌کننده، قانون حمایت از مصرف‌کنندگان خودرو، قانون نظام صنفی و قانون تعزیرات حکومتی. مواد قانونی مرتبط با موضوع شکایت و جبران صدمات و خسارت در قوانین مذکور شامل چند مورد است.

به گزارش موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، درحال‌حاضر در ایران، تنها سازمان حمایت و سازمان‌های بازرگانی استان‌ها مسئولیت رسیدگی به شکایت مصرف‌کنندگان را دارند. روند رسیدگی نیز به ۳ طریق حضوری، تلفنی و ثبت در پرتال شکایت سازمان حمایت است. البته به نظر می‌رسد که شکایات تلفنی و حضوری نیز باید در پرتال ثبت شوند تا در فرآیند رسیدگی قرار بگیرند. تجربه کشورهای منتخب نشان می‌دهد کوتاه کردن مسیر رسیدگی به شکایت ضمن تسریع در رسیدگی، باعث متمرکز بودن کارها و اطلاعات مرتبط با پرونده و سردرگمی کمتر مصرف‌کننده و حتی بنگاه متخلف می‌شود. از طرف دیگر با توجه به محدود بودن نهادهای رسیدگی‌کننده به شکایات و با توجه به بالا بودن حجم شکایات، رسیدگی به پرونده‌های مذکور طولانی شده و باعث یأس و ناامیدی مصرف‌کنندگان آسیب‌دیده از استیفای حقوق‌شان می‌شود. در حالی که تجربه کشورهای منتخب و بررسی شده حاکی از گستردگی و تعدد نهادهای دولتی و مردمی است که در زمینه رسیدگی به شکایت و جبران خسارت وارده به مصرف‌کنندگان به‌صورت تخصصی فعالیت می‌کنند.

از نکات قابل تامل در خصوص فرآیند رسیدگی به شکایات براساس مستندات این است که تکمیل نبودن زنجیره رسیدگی به شکایت با توجه به نقش نهادها در رسیدگی به شکایت و تکمیل پرونده موثر است. در واقع در حالی که پرونده‌هایی که در سازمان‌های بازرگانی استان‌ها، تخلف آنها احراز می‌شود برای ادامه فرآیند و تعیین جرم و جریمه به سازمان تعزیرات حکومتی ارسال می‌شود، در کشورهای منتخب فرآیند تشکیل و تکمیل پرونده‌های مربوط به شکایت مصرف‌کنندگان در یک نهاد پیگیری می‌شود. با بررسی‌های به عمل آمده از نحوه استیفای حقوق مصرف‌کنندگان در کشورهای منتخب مواردی به خوبی نمایان می‌شود. در خصوص وضعیت نحوه پوشش حق اظهارنظر و رسیدگی به شکایات و همچنین حق جبران خسارت و صدمات مصرف‌کننده در ایران باید موارد زیر در نظر گرفته شود:

۱- درحال‌حاضر پرتال سازمان حمایت مصرف‌کنندگان امکان اخذ شکایت‌های مردمی به تفکیک استان را برای کلیه مصرف‌کنندگان در ایران فراهم نکرده است. خوب اجرایی شدن این شیوه رسیدگی به رعایت چند نکته بستگی دارد. گستردگی و پوشش مناسب شبکه اینترنت در همه نقاط کشور؛ زیرا جمعیت مصرف‌کنندگان گسترده‌ترین گروه در کشور محسوب می‌شوند. از سوی دیگر نهادهایی باید تعبیه شوند که بتوانند افرادی که توانایی خواندن یا نوشتن را ندارند در بیان نظرات و شکایات راهنمایی کنند. ایجاد پنجره‌ای که مصرف‌کنندگان (به‌ویژه مصرف‌کنندگانی که در معرض آسیب قرار گرفته یا در فرآیند رسیدگی به شکایت‌هایشان قرار دارند) در آن قادر به ارائه نظرات خود در خصوص دریافت خدمات از نهاد مربوطه و همچنین نحوه برخورد بنگاه در خصوص رفع مشکل مطرح‌شده باشند.

۲- پرونده‌ها در سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت استان‌ها رسیدگی و بعد از نظریه کارشناسی برای تعیین جرایم و ارائه حکم به سازمان تعزیرات حکومتی که در زیرمجموعه وزارت دادگستری قرار دارد ارجاع می‌شود. در حقیقت رسیدگی به شکایت در طول زنجیره در دو نهاد که در زیرمجموعه دو وزارتخانه وجود دارند، رسیدگی می‌شود. تجربه کشورهای منتخب نشان می‌دهد کوتاه کردن مسیر رسیدگی به شکایت ضمن تسریع در رسیدگی، باعث متمرکز بودن کارها و اطلاعات مرتبط با پرونده و سردرگمی کمتر مصرف‌کننده و حتی بنگاه متخلف می‌شود.

۳- در حال‌حاضر در ایران، تنها سازمان حمایت و سازمان‌های بازرگانی استان‌ها مسوولیت رسیدگی به شکایات مصرف‌کنندگان را دارند و با توجه به بالا بودن حجم شکایات، رسیدگی به پرونده‌های مذکور طولانی شده و باعث یأس و نا امیدی مصرف‌کنندگان آسیب‌دیده از استیفای حقوق‌شان می‌شود. درحالی‌که تجربه کشورهای منتخب و بررسی‌شده حاکی از گستردگی و تعدد نهادهای دولتی و مردمی است که در زمینه رسیدگی به شکایات و جبران خسارات وارده به مصرف‌کنندگان به‌صورت تخصصی فعالیت می‌کنند.

۴- بررسی قوانین مرتبط با حقوق مصرف‌کننده در ایران گویای آن است که حدود ۵۰ درصد از قوانین مربوط به موضوع شکایت و جبران خسارت مصرف‌کنندگان مربوط می‌شود، ولی با این وجود درصد رضایت مصرف‌کنندگان از نحوه پوشش ابعاد حقوقی آنها در حد مطلوبی نیست. ریشه این امر را می‌توان در سیستم‌های ضعیف آموزش و آگاه کردن مصرف‌کنندگان برای کمتر آسیب دیدن از رفتارهای سودجویانه، وجود اجناس تقلبی و قاچاق در بازار، سهم قابل‌توجه واحدهای صنفی بدون پروانه در فضای کسب‌وکار، ضعف در ضمانت اجرایی قوانین، طولانی‌شدن زمان رسیدگی به شکایت و پایین بودن شاخص‌های مربوط به استانداردهای فضای کسب‌وکار جست‌وجو کرد.

۵- عدم شناسایی جایگاه مناسب هر یک از ذی‌نفعان و عدم محول کردن نقش و وظایف مناسب به هر ذی‌نفع باعث شده که بار اصلی و مسوولیت حمایت از حقوق مصرف‌کننده متوجه دولت باشد و در نتیجه هزینه زیادی را بر دوش دولت و همچنین جامعه تحمیل کرده است. نقش ضعیف مصرف‌کنندگان و نهادهای غیردولتی در حمایت از حقوق مصرف‌کننده ناشی از این نقیصه است. در حالی که در کشورهای دیگر دولت‌ها سعی کرده‌اند با شناسایی جایگاه مناسب هر یک از ذی‌نفعان و محول کردن نقش و وظایف مناسب بر عهده هر ذی‌نفع، نظام حمایت از حقوق مصرف‌کننده در این کشورها، به‌صورت یکپارچه و هم‌راستا، در جهت دستیابی به اهداف ملی موردنظر در این حوزه پیش رود و البته در این مسیر، ابزارها و راهکارهای مناسبی نیز تدوین و به‌کارگرفته شده است.

۶- ضعف در کمیت و کیفیت قوانین و نهادهایی که درخصوص آموزش و آگاه‌سازی مصرف‌کنندگان فعالیت می‌کند. درحالی‌که قانون حقوق مصرف‌کننده به عنوان قانون مرجع پوشش و استیفای حقوق مصرف‌کنندگان است، تقریبا هیچ جایگاهی را برای تقویت خودایمنی مصرف‌کنندگان ازطریق آموزش و آگاه‌سازی در برنگرفته است.

سخن پایانی

کشورهای مختلف چارچوب‌های متفاوتی در حمایت از مصرف‌کنندگان خود به‌کار می‌برند که ساختار آن به شدت تحت‌تاثیر فضای قانونی و همچنین فاکتورهای اقتصادی نظیر سیستم اقتصادی و فضای رقابت و مواردی از این قبیل است. به‌رغم وجود تفاوت‌ها در چارچوب‌های به کار گرفته شده در کشورهای مختلف، ساختار منطقی و مناسب در تعیین یک چارچوب و به منظور تامین اهداف مرتبط با رفاه و استیفای حقوق مصرف‌کنندگان باید از ارکان اساسی برخوردار باشد.

دریچه

حکایت یک «حمایت»

نهم اسفند در تقویم ملی به‌عنوان روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان نام‌گذاری شده است. به‌مناسبت این روز، «انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان» به‌عنوان تنها نهاد مردمی رسمی و قانونی حامی حقوق مصرف‌کننده در کشور بیانیه‌ای صادر کرده و در آن احترام به حقوق مصرف در تمامیت زنجیره تولید تا مصرف را امری ضروری دانسته است. موارد مطرح در این بیانیه با هدف ارتقای سطح بهره‌مندی مردم از کالاها و خدمات مصرفی بر این نکات تاکید دارد:

۱- کاهش بهای تمام‌شده کالاها و خدمات از طریق کاهش دیوان‌سالاری اداری و وضع به‌موقع قوانین و مقررات.

حذف تشریفات اداری زائد، تعدیل هزینه‌های حقوق و عوارض گمرکی و کاهش زمان خواب کالا در انبارها، در دسترس قرار دادن مواد اولیه موردنیاز تولید، پرداخت به‌موقع یارانه و حمایت‌های ارزی و ریالی دولت و جبران خسارت‌های مادی و معنوی ناشی از سیاست‌گذاری‌های نادرست در مقاطع زمانی مختلف همگی از مواردی هستند که تعلل در تصمیم‌گیری‌های به‌موقع در آنها موجب افزایش نرخ تمام‌شده کالاهای تولیدی و وارداتی می‌شوند؛ از همین رو لازم است این اقدامات در کارگروه‌های فرابخشی از جمله کارگروه تنظیم بازار کشور با ایجاد هماهنگی‌های بیشتر از قبل بین نهادهای اجرایی به‌صورت جهادی و با رویکرد تمرکز بر جلوگیری از افزایش نرخ کالاها صورت پذیرد.

۲- کاهش بهای تمام‌شده کالاها و خدمات از طریق جلوگیری از ایجاد بازارهای انحصاری.

ممنوعیت ورود برخی کالاهای خارجی به‌بهانه حمایت از تولید یا تحت تاثیر و سوءاستفاده از تحریم‌های ظالمانه که با تصمیم‌گیری‌های خلق‌الساعه برخی مدیران اجرایی وضع می‌شود، نه‌تنها در اغلب موارد منجر به تضییع یکی از بنیادی‌ترین حقوق مصرف‌کنندگان که حق انتخاب در خرید کالا و خدمات موردنیاز است شده، بلکه موجب گشودن دریچه‌ای برای توزیع فساد و رانت در بستر انحصار در کشور شده است. نوع مدیریت بازار در شیوه زندگی مردم تاثیر مستقیم گذاشته و فضای غیررقابتی موجبات بروز بازار سیاه، رانت‌خواری و فساد را فراهم کرده که نتیجه آن کمبود کالاهای باکیفیت و ایجاد صف‌های طولانی برای خرید برخی کالاهای اساسی از سوی مردم شده است.

۳- درج قیمت‌های واقعی فروش روی کالاها.

قوانین مختلف از جمله ماده ۵ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، ماده ۶ قانون تعزیرات حکومتی و ماده ۱۵ قانون نظام صنفی بر لزوم درج نرخ کالاها و خدمات ارائه‌شده به مردم تصریح کرده‌اند و لازم است این قیمت‌ها به‌صورت واقعی و به دور از تبانی در منشأ تولید روی محصولات درج شوند. درج نرخ کالاها بالاتر از نرخ واقعی تمام‌شده و مصوب روی آنها تخلف محسوب می‌شود و تولیدکنندگان حق ندارند با درخواست برخی فروشگاه‌ها یا به بهانه ارائه تخفیفات اغواکننده اقدام به درج قیمت‌های غیرواقعی روی کالاها کنند. افزایش بازرسی‌ها و نظارت نهادهای متولی در مبدأ تولید برای کنترل درج قیمت‌های واقعی از مطالبات جدی مصرف‌کنندگان است.

۴- افزایش نظارت‌های مردمی بر بازار با مشارکت‌دهی تشکل‌های غیردولتی.

به‌منظور تسهیل و تسریع در استیفای حقوق مصرف‌کنندگان و افزایش نظارت بر بازار ضروری است از ظرفیت‌های بالقوه اعضای مردمی انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان که به‌صورت داوطلبانه و در راستای مشارکت‌های اجتماعی به عضویت این انجمن‌ها درآمده‌اند استفاده شود که تحقق این امر مصداق بارز و اقدامی عملی در تبیین حکومت مردم بر مردم و برون‌سپاری فعالیت‌های اجرایی نهادهای دولتی به تشکل‌های تخصصی غیردولتی است.

در نهایت امیدواریم گرامیداشت روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان منجر به تغییر نگرش مسئولان و تبدیل شعارهای آرمانگرایانه برخی از آنان به اقدامات عملی در حمایت واقعی از حقوق مصرف‌کنندگان و تقویت ارکان تشکل‌های مردمی مصرف‌کنندگان در سراسر کشور شود.

یادداشت

نقش مصرف‌کننده را نادیده نگیریم

مجید ارغنده‌پور، کارشناس اقتصاد: نمی‌توان از اهمیت رشد تولید ملی در تقویت اقتصاد کشور و رسیدن به خودکفایی اقتصادی گذشت و در این بین حمایت از حقوق «مصرف کننده» به‌عنوان یکی از حلقه‌های اصلی زنجیره تولید نقش موثری در استفاده از تولید ملی دارد؛ به‌عبارت بهتر روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کننده فرصتی است تا عملکرد دولت در اطلاع‌رسانی، آگاهی‌بخشی و دفاع از مصرف‌کنندگان مورد ارزیابی قرار گیرد.

سال‌ها پیش اقتصاد در تعریف‌های سنتی و قدیمی خود، تنها موضوعاتی را در بر می‌گرفت که نیازها و اولویت‌های مهم بشر را تامین کند و توجه چندانی به موضوعاتی مانند تقاضا و خواست مصرف‌کننده نداشته، اما به مرور و با تشکیل جامعه صنعتی و شکل‌گیری مقوله‌هایی مانند تولید انبوه، دانش بیشتری در این موضوع وارد شد که خواست و نیاز افراد جامعه را نیز به‌عنوان یک مولفه در اقتصاد مطرح کرد. در این روند مشتری برای خود حق انتخاب قائل می‌شود و باتوجه به این حق، می‌تواند از میان کالاهایی که به او پیشنهاد می‌شود یا به آن دسترسی دارد، کالایی را برگزیند که متناسب‌ترین نوع با نیاز یا انتخاب او باشد. این کالا باید معیارهای مختلفی مثل قیمت، کیفیت، ایمنی و زیبایی داشته باشد.

دانشمندانی که در حوزه حقوق و اقتصاد فعالیت می‌کردند، در دوره‌های مختلف مفاهیمی را به‌عنوان مبانی این موضوع تعریف کرده‌اند اما از زمانی که این مبانی وارد منشور حقوق ملل متحد شد، موضوع راحت‌تر در میان کشورها پذیرفته شد. از آن پس این مفهوم به‌عنوان یک مفهوم مشترک در اقتصاد و تجارت کشورهای مختلف ایفای نقش کرد.

در منشور ملل متحد ۸ موضوع به‌عنوان حقوق مصرف‌کننده مطرح می‌شود که برای هر یک توضیحاتی نیز وجود دارد.

اطلاع‌رسانی شفاف به مصرف‌کننده؛ می‌گوید مصرف‌کننده حق دارد اطلاعات مختلفی درباره موضوع و کالای مورد انتخاب خود، از منابع مختلف دریافت کند. این امر امروز با جست‌وجویی ساده در اینترنت یا در جریان برقراری یک گفت‌وگوی ساده با دست‌اندرکاران امر قابل‌دسترس است.

موضوع بعدی در این زمینه آموزش مصرف‌کننده است که بیان می‌کند باتوجه به پیشرفت علم و فناوری، هر روز با کالا و موضوعات جدیدی روبه‌رو می‌شویم و مصرف‌کننده حق دارد درباره استفاده موثر از این کالاها آموزش ببیند.

کیفیت مناسب کالا موضوع دیگر مطرح در منشور ملل متحد است که براساس آن، مصرف‌کننده حق دارد از کیفیت مناسب کالای مورداستفاده برخوردار باشد. رعایت استاندارد ایمنی، سلامت و بهداشت دو موضوع مهم دیگر جهانی درباره حقوق مصرف‌کننده هستند. مقابله با انحصار در بازار هم جزو اصولی است که در این نگاه جهانی گنجانده شده است. مصرف‌کننده باید بتواند از بازار غیرانحصاری استفاده کند؛ بازاری که رقابت در آن جریان دارد و حق انتخاب برای مصرف‌کننده به رسمیت شناخته شود. تشکیل تشکل‌های مصرف‌کنندگان نیز در اصول جهانی حمایت از مصرف‌کننده جای دارد و مصرف‌کنندگان باید در این حوزه برای خود، ساختار، تشکل و بلندگو یا مبنای اظهارنظر داشته باشند تا بتوانند خواست مصرف‌کننده را به نهادهای مرتبط منتقل کنند.

در ایران نیز مصرف‌کننده تقریبا همین سیر را طی کرده اما کشور ما به‌دلیل رویارویی با شرایط مختلف اقتصادی، در این‌باره متفاوت عمل کرده است. در حقیقت مفاهیم و ادبیاتی که در منشور ملل متحد وجود دارد در کشور ما نیز در قوانین، ساختارها و مقررات آمده است. البته جدا از این موارد، در سال ۱۳۷۸ یک قانون در مجلس شورای اسلامی به‌نام قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به تصویب رسید تا مسیری برای حمایت بیشتر از مصرف‌کننده را ایجاد کند. اما آیا این قانون همه حقوق مصرف‌کننده را در خود جا نداده است. همان‌طور که می‌دانید در هر یک از موضوعات مانند محیط زیست، بهداشت و سلامت، کیفیت، بازار، تجارت و نظام صنفی، قوانینی مجزا داریم. در واقع نگاه این قانون بیشتر بر مواردی مانند ایجاد تشکل برای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تشکیل ساختار انجمن حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان استوار شده است. از دیگر موضوعات موردتاکید این قانون نیز نکاتی درباره حق انتخاب و برطرف کردن مشکلات بازار برای مصرف‌کننده مثل گارانتی، وارانتی و عیب و نقص کالاها بوده است.

همچنین در ایران ساختارهای دولتی متفاوتی داریم و قانون‌گذار تلاش کرده با ایجاد نهاد مربوط به حقوق مصرف‌کنندگان، در بخش مردمی، بلندگویی را برای آنها فراهم کند، اما بازار ایران بازار متفاوتی است و می‌بینیم که سرانه واحدهای صنفی نسبت به جمعیت حدود ۲۵ است و به‌ازای هر ۲۵ نفر یک واحد صنفی داریم، در حالی که این رقم در دنیا معمولا ۲۵۰ است.

این اتفاق باعث می‌شود نظام توزیع پراکندگی زیادی پیدا کند و دچار هزینه‌های مازاد مانند هزینه‌های نیروی انسانی و هزینه‌های جاری شود. همچنین در این حالت یک نظام دلالی وجود دارد که به‌دلیل جابه‌جایی بیش از حد کالا شکل می‌گیرد؛ بنابراین نظارت در کشورهای دیگر بسیار ساده‌تر است. در کنار این موارد باید به مشکلات زمینه‌ای که مانع از اجرای صحیح قانون می‌شود نیز توجه کرد. اقتصاد ایران به‌ویژه در چند سال گذشته، به‌دلیل تحریم و تورم و نقدینگی دچار چالش‌های فراوان بوده و مثلا وقتی همین نقدینگی به سمت هر یک از بازارها می‌رود، آن بازار را دچار آشفتگی می‌کند. به‌علاوه اینکه همواره تحریم‌ها بازار ایران را از یک بازار قابل مدیریت به یک بازار با شرایط خاص بدل می‌کنند. نکته دیگر اینکه به‌دلیل همین تحریم شرایط تامین کالا و همین‌طور ارز برای کسب‌وکارها طبیعی نبوده و طبیعتا اگر بخواهیم سنجشی درباره میزان رضایتمندی مردم داشته باشیم، مشتری ایرانی از شرایط موجود راضی نیست، زیرا منابع درآمدی و کسب مردم با هزینه‌هایی که برای‌شان وجود دارد، برابر نیست.

در این فرآیند نخستین نقش برعهده مصرف‌کنندگان است و این مردم هستند که خواسته‌های خود را به بازار و اقتصاد دیکته می‌کنند؛ یعنی آنها هستند که تعیین می‌کنند شرایط بازار و نظام بازار و فعالیت تاثیرگذاران در اقتصاد باید چگونه باشد تا آنها رضایت داشته باشند.

مصرف‌کنندگان بی‌شک نقش مهمی در بهبود این فرآیند دارند اما در عین حال یک مدیریت جامع بر اقتصاد لازم است تا از یک سو بتواند درآمد مردم را توسعه دهد و به همان نسبت باید مدیریتی اتفاق بیفتد که معیشت مردم هم مدیریت شود و چیزی که از آن با نام افزایش قیمت‌ها یاد می‌شود، کنترل شود. البته نباید از این موضوع نیز غافل باشیم که این مدیریت با مداخله کاملا متفاوت است. مداخله در بازار ازسوی نهادهای دولتی، کاری از پیش نمی‌برد و برای دستیابی به اهداف منطقی در این مقوله بیشتر نیازمند ساماندهی و سازماندهی در بازار هستیم زیرا تجربه در این زمینه نشان داده هر مداخله‌ای با مقاومت مواجه می‌شود.

علاوه‌بر لزوم برنامه‌ریزی مناسب نهادهای بالادستی ما به‌عنوان مصرف‌کننده نیز باید مصرف درست را یاد بگیریم. اگر همگی نقش خود را به‌درستی ایفا کنیم، می‌توانیم شاهد حمایت مطلوب از تولیدکننده، مصرف‌کننده و اقتصاد کشور باشیم و در بلندمدت برای توسعه اقتصادی و تجاری کشور برنامه‌ریزی کنیم.