رحلت حضرت زینب(س) را تسلیت می‌گوییم

اولین روزنامه سهامداری ایران (خبرنگاران و کارکنان)

صمت
صنعت معدن تجارت

شنبه
• ۹ اسفند ۱۳۹۹
• ۱۵ رجب ۱۴۴۲
• ۲۷ فوریه ۲۰۲۱

• سال سی‌ویکم دوره جدید شماره ۱۷۴۰ • پیاپی ۳۰۵۸ • ۱۶ صفحه • قیمت: ۲۰۰۰ تومان

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



سرمقاله


سازمان حمایت از کدام مصرف‌کننده؟ ۹

گفت‌و گو


حمایت از مصرف‌کننده تنها در حد شعار است ۱۲


در حمایت از مصرف‌کننده چگونه بوده‌ایم؟ ۷

یادداشت‌های امروز


انفصال مصرف‌کننده و خودروساز با قیمت‌گذاری ۴


سود متوازن لازمه تداوم تولید ۱۱


فرصتی برای ارزیابی حقوق مصرف‌کننده ۱۲



پرونده‌ای به‌مناسبت روز ملی حمایت از حقوق مصرف کنندگان

مشتری مداری خریدار ندارد

«قیمت» تضاد منافع را به همسویی تبدیل می کند ۳
کیفیت نیازمند «بازار» است ۴
جای خالی حمایت از تولیدکنندگان معدنی ۵
نبود نظارت، عامل تضییع حقوق مصرف کننده ۶
چشم مردمی مردم ۸
بی‌اعتمادی، فعال بازار را سرخورده می کند ۹
انتخاب ترجیحی مصرف کنندگان ۱۱
سیاست دستوری دولت و اجحاف در حق مصرف کننده ۱۳
سنجش رضایتمندی مشتریان از بانک و بیمه ۱۴

طرح: آیدا فریدی

فروش
کک متالورژی در دانه‌بندی‌های
۱-۰ و ٤-۰ و ۳۰-۲۰ و ۳۰+ میلی‌متر.
۸۸۰۴۵۲۲۵
۰۹۳۵۲۸۷۴۰۱۸
کیان تجارت اکسیر

سازمان آگهی‌ها
۸۸ ۷۲۲ ۷۳۳

انا لله و انا الیه راجعون
جناب آقای دکتر محمدرضا علمداریزدی
رئیس محترم سازمان صنعت، معدن وتجارت استان یزد
درگذشت پدر گرامی‌تان را به شما و خانواده محترم تسلیت عرض نموده و از درگاه خداوند منان علو درجات برای آن مرحوم و صبر و سلامتی برای بازماندگان آرزومندم.
شرکت معدنی و صنعتی چادرملو – ناصر تقی‌زاده

انا لله و انا الیه راجعون
جناب آقای دکتر محمدرضا علمداریزدی
رئیس محترم سازمان صنعت، معدن وتجارت استان یزد
با دلی آکنده از غم و اندوه مصیبت جانسوز درگذشت «پدر گرامی‌تان» را به شما تسلیت عرض نموده طول عمر و سلامتی بازماندگان و شادی روح آن مرحوم را از درگاه ایزد منان خواستاریم.
روابط عمومی سازمان صنعت،معدن وتجارت استان یزد

انا لله و انا الیه راجعون
جناب آقای دکتر محمدرضا علمداریزدی
رئیس محترم سازمان صنعت، معدن وتجارت استان یزد
مصیبت وارده و فقدان پدر بزرگوارتان ما را نیز اندوهگین کرد؛ غفران و رحمت الهی برای آن عزیز از دست رفته و سلامتی و طول عمر با عزت برای جنابعالی از پروردگار متعال خواهانیم.
گروه صنعتی برنا هیدرولیک یزد

انا لله و انا الیه راجعون
جناب آقای دکتر محمدرضا علمداریزدی
رئیس محترم سازمان صنعت، معدن وتجارت استان یزد
مصیبت وارده باعث اندوه و تأسف فراوان ما شد؛ این اندوه را به شما و خانواده محترمتان تسلیت عرض نموده و از درگاه خداوند متعال برای آن مرحوم مغفرت و برای بازماندگان، صبر و شکیبایی مسئلت داریم.
انجمن مدیران صنایع و معادن استان یزد

انا لله و انا الیه راجعون
جناب آقای دکتر محمدرضا علمداریزدی
رئیس محترم سازمان صنعت، معدن وتجارت استان یزد
درگذشت پدر بزرگوارتان چنان سنگین و جانسوز است که به دشواری به باور می‌نشیند؛ مصیبت وارده را به جنابعالی و خانواده محترمتان صمیمانه تسلیت عرض نموده و برای آن عزیز سفرکرده علو درجات طلب می‌کنیم.
مدیریت و کارکنان شرکت شیشه مظروف یزد

جناب آقای دکتر محمدرضا علمدار یزدی
رئیس محترم سازمان صنعت، معدن وتجارت استان یزد
فقدان پدر گرامی‌تان ما را بسیار اندوهگین کرد، بخشش و رحمت الهی را برای آن عزیز سفر کرده و صبری جمیل برای جنابعالی از پروردگار بزرگ خواهانیم. ان‌شاءا... با مولای متقیان حضرت علی(ع) محشور باشند.
زینب زارع، سرپرست موسسه فرهنگی و مطبوعاتی صمت در استان یزد

سر مقاله

سازمان حمایت از کدام مصرف‌کننده؟



ناصر بزرگمهر / مدیر مسئول
management@smtnews.ir
به نام او که هر چه بخواهد همان می‌شود

شیری را داخل قفس می‌اندازند و به او سوسیس می‌دهند تا بخورد.
شیره می‌گه: من آهو می‌خورم، این چیه به من دادین؟
بهش می‌گن: آنقدر گرسنه میمونی تا همین را بخوری!
شیر بعدِ مدتی از شدت گرسنگی شروع به سوسیس خوردن می‌کند.
بعد از چند روز به جای سوسیس، استخوان می‌اندازند جلوش!
شیره می‌گه: بابا، من به سوسیس خوردن عادت کردم، این دیگه چیه؟
بهش می‌گن: آنقدر گرسنه میمونی تا استخوان را بخوری!
شیر چند روز بعد از شدت گرسنگی استخوان را می‌خورد.
بعد از مدتی به جای استخوان، یونجه می‌ریزند جلوش!
شیره می‌گه: بی‌انصاف‌ها، من یه وقتی الاغی که یونجه می‌خورد را درسته قورت می‌دادم، حالا چطور یونجه بخورم، من دیگه این را نمی‌خورم!
بهش می‌گن: آنقدر گرسنگی می‌کشی تا یونجه را هم بخوری!
شیر مدتی مقاومت می‌کند اما بالاخره یونجه را هم می‌خورد!
مدتی هیچی برای خوردن به شیر نمی‌دهند!
شیره داد می‌زنه: بابا، من به یونجه خوردن عادت کردم، این را دیگر چرا نمی‌دهید، بخورم؟
بهش می‌گن: یونجه مفت نداریم! باید صدای الاغ دربیاوری 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 پر غصه، 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 به عبارت 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 باقیمانده، 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 است 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 بر نمی‌آید 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 فاسد شده و خریداری نشده 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 ده میلیون تومان به بیش از یکصد 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 به بهانه تحریم، به بهانه مبارزه با استکبار جهانی، به بهانه حمایت از تولید داخل، به بهانه 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.

پرونده‌ای به‌مناسبت روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان

مشتری‌مداری خریدار ندارد

حقوق مصرف‌کننده یعنی مجموعه اختیارات و امتیازاتی که مصرف‌کننده در قبال عمل خرید یک کالا یا خدمات از فروشنده دریافت می‌کند تا در صورت بروز اشکال، معلوم شدن عیب و نقص، احراز ضرر و زیان، عدم کارآیی 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 تحت عنوان حقوق مصرف‌کننده می‌رسیم که در سخنرانی جان اف کندی، پنجمین رئیس‌جمهوری ایالات متحده امریکا به رسمیت شناخته شد. کندی در آن سخنرانی لزوم قانون‌گذاری جدید و اقدام هماهنگ را خاطرنشان کرد و ۴ حق را به‌عنوان حداقل حقوق برای مصرف‌کننده به‌رسمیت شناخت: ۱- حق برخورداری از ایمنی ۲- حق برخورداری از اطلاعات کامل ۳- حق برخورداری از حمایت دولت ۴- حق انتخاب.
اما پیش از وی در حدود هزارو صد سال قبل پیامبر عظیم‌الشأن اسلام با قانونی تحت عنوان ممنوعیت غش در معامله عملا حقوقی را برای حمایت از مصرف‌کننده وضع فرمودند. 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 آنان 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 به‌عنوان 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.

حقوق مصرف‌کنندگان چیست و چقدر رعایت می‌شود؟

قضاوت با شما



عکس: آیدا فریدی

حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان از دیرباز در فرهنگ ملل مختلف وجود داشته و هر کشوری به فراخور وضعیت و شرایط خود به این مهم، به‌صورت مستقیم یا غیرمستقیم پرداخته است.
در سطح بین‌المللی نظام‌های حقوقی اغلب کشورهای جهان حق مصرف‌کننده را مقدم دانسته و تلاش دارند تولیدکنندگان، واردکنندگان، توزیع‌کنندگان و فروشندگان را نه‌تنها تشویق و ترغیب بلکه وادار کنند تا حقوق مصرف‌کنندگان را در تولید و عرضه کالا مورد توجه قرار دهند.
به گزارش صمت، در کشور ما نیز از سال‌های قبل از انقلاب به‌ویژه در قالب قانون نظام صنفی سال ۱۳۵۰ به این مهم پرداخته شده و شاید بتوان تصویب قانون تاسیس سازمان حمایت تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان در سال ۱۳۵۶ را شاخص‌ترین اقدام برای حمایت از مصرف‌کنندگان در قبال نوسانات نامناسب قیمت‌های داخلی و خارجی و کنترل آنها برشمرد.
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 تعزیزات 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.

«رضایت» حق مهم مصرف‌کننده

حق برخورداری از سلامت و ایمنی در مصرف کالا و خدمات، حق برخورداری از تامین به‌موقع نیازهای اساسی و... از حقوق مسلم مصرف‌کننده است که باتوجه به شرایط مکانی، زمانی و فرهنگی هر کشور متفاوت است. مصرف‌کننده به مفهوم وسیع کلمه، محور تمام فعالیت‌های اقتصادی یک کشور بوده و حق برخورداری از سلامت و ایمنی در مصرف کالا و خدمات، حق برخورداری از تامین به‌موقع نیازهای اساسی و... از حقوق مسلم مصرف‌کننده است که باتوجه به شرایط مکانی، زمانی و فرهنگی هر کشور متفاوت است.
نمی‌توان مرز مشخصی بین مصرف‌کننده و مشتری قائل شد، چراکه هر تولیدکننده‌ای نیز می‌تواند مصرف‌کننده باشد. اما در هر شرایطی کیفیت، قیمت کالا و خدمات و رضایت مصرف‌کنندگان از مهم‌ترین عوامل رعایت حقوق مصرف‌کننده است.
براساس اصل سوم قانون اساسی جمهوری اسلامی، ایجاد اقتصاد صحیح و عادلانه طبق ضوابط اسلامی یکی از وظایف دولت به‌شمار می‌رود؛ بنابراین دولت با انجام برنامه‌ریزی صحیح اقتصادی و لحاظ کردن حقوق تمام عوامل درگیر در فرآیندهای اقتصادی، می‌تواند زمینه لازم را برای برقراری عدالت اجتماعی فراهم سازد. یکی از مهم‌ترین راهکارهای برقراری عدالت اجتماعی توسط دولت، حمایت از حقوق تولیدکننده و مصرف‌کننده است؛ بنابراین دولت وظیفه دارد برای جلوگیری از نابسامانی‌ها و معضلات اقتصادی، از طریق راهکارهای حقوقی، قانونی و فرهنگی به حمایت از حقوق این ۳ گروه بپردازد.

مصرف‌کننده کیست و چه حقوقی دارد؟

مصرف‌کننده به فردی اطلاق می‌شود که کالاها و خدمات را برای استفاده شخصی، نه برای فروش مجدد یا کاربرد آن در ساخت یک کالا خریداری می‌کند. مصرف‌کننده از قدرت اتخاذ تصمیم برای خرید یا خودداری از خرید کالا (خدمت) برخوردار است و می‌توان از طریق تبلیغات یا بازاریابی، او را تحت تاثیر قرار داد.
در 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. از نظر اتحادیه‌ها یا تشکل‌های مصرف‌کننده، این واژه (Consumer) مفهوم گسترده‌ای دارد و نمی‌توان مرز مشخص بین «مصرف‌کننده» و «مشتری» ترسیم کرد. به همین سبب کلیه افرادی که فرضا در بانک، سپرده‌گذاری یا به خرید اوراق سهام اقدام می‌کنند یا تحت عمل جراحی قرار می‌گیرند یا خودرو خود را بیمه می‌کنند، مصرف‌کننده شناخته می‌شوند، زیرا از خدمات ارائه شده توسط بانک، بورس اوراق بهادار، شرکت بیمه یا یک پزشک جراح و بیمارستان استفاده می‌کنند.
برای حمایت از مصرف‌کننده نیز مانند دیگر مسائل اقتصادی باید روندی اصولی و سازکاری متناسب با اهداف تعیین شده در نظر گرفته شود تا نقش هدایتگر و متقابل مصرف‌کننده و تولیدکننده تعریف شده و از سیاست‌های غیراصولی جلوگیری شود. فهم دقیق حقوق مصرف‌کننده مستلزم این است که ابتدا از کالا و مصرف‌کننده تعریفی درست و نزدیک به واقع داشته باشیم و در کنار آن ضمن شناسایی دقیق و درست حقوق مصرف‌کننده، راهکارهای اصولی در جهت تحقق آن در پیش گرفته شود. همچنین ضرورت، حساسیت و اولویت این حقوق مورد ارزیابی قرار گیرد و برای آن وزن مشخصی در مقایسه با سایر سیاست‌های کلی تعریف شود. در زنجیره تولید، تمامی تولیدکنندگان به‌نوعی مصرف‌کننده هستند و حمایتی که از مصرف‌کننده انجام می‌شود، حمایت از تولیدکننده است.
حق مشارکت در تدوین استانداردها، حق برخورداری از حمایت در قبال کالا و خدمات زیان‌آور، حق برخورداری از حمایت در برابر رویه‌های فریبکارانه، حق برخورداری از سلامتی، ایمنی و دریافت کالا و خدمات صحیح و سالم، حق برخورداری از بازار رقابتی و ضد انحصار، حق برخورداری از آموزش برای افزایش تخصص و مهارت در انتخاب کالاها و خدمات، حق داشتن تشکل برای پیگیری حقوق اولیه در مصرف کالا و خدمات و حق برخورداری از خدمات بهینه فروش و پس از فروش از مصادیق حقوق مصرف‌کننده هستند.

ثبت روزی برای حمایت از حقوق مصرف‌کننده

یکی از راهکارهای عملی ایجاد انگیزه در تولیدکنندگان در جهت رعایت حقوق مصرف‌کننده، تشویق‌های مستقیم و غیرمستقیم دولت از تولیدکنندگان است. در همین راستا از سال ۱۳۸۰ روز ۹ اسفند به‌عنوان روز «ملی حمایت از حقوق مصرف کنندگان» در تقویم رسمی کشور به ثبت رسیده است.
هدف از برگزاری و انتخاب روز ۹ اسفند به‌عنوان روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، کمک به ایجاد رقابتی سالم و تشویق واحدهای تولیدی و خدماتی در جهت حمایت موثرتر از حقوق مصرف‌کنندگان و حرکتی نو برای طرح این موضوع به روشی جز روش‌های معمولی مانند پرداخت یارانه، قیمت‌گذاری، توزیع، کنترل و... که تاکنون وجود داشته و آگاه‌سازی مصرف‌کننده از نوع، حدود و چگونگی دستیابی به حقوق خود در زمانی که حقی از او ضایع می‌شود، است؛ از همین رو در راستای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان از سال ۱۳۸۰ در روز ۹ اسفند سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان اقدام به شناسایی و معرفی بنگاه‌های اقتصادی رعایت‌کننده حقوق مصرف‌کنندگان می‌کند.
در این روز سازمان حمایت براساس آیین‌نامه ارزیابی عملکرد واحدهای اقتصادی، بنگاه‌های اقتصادی رعایت‌کننده حقوق مصرف‌کنندگان را شناسایی و طی مراسمی به عموم مردم معرفی می‌کند. در این مراسم، لوحی به‌عنوان حامی حقوق مصرف‌کنندگان به بنگاه‌های منتخب اعطا شده و بنگاه‌هایی که ۲ سال پیاپی این لوح را دریافت کنند، تندیس حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان را دریافت می‌کنند.
از سال ۱۳۹۰ سازمان حمایت این لوح‌ها را به ۳ گروه طلایی، نقره‌ای و برنزی دسته‌بندی کرده که به ترتیب به بنگاه‌های برتر اعطا می‌شود. بنگاه‌های مذکور با تغییر نگرش نسبت به بازار، از سیستم سنتی تولیدمداری به سیستم مدرن مشتری‌مداری روی آورده و رضایتمندی مشتری را سرلوحه امور خود قرار داده‌اند. این بنگاه‌ها با حاکم کردن نظام بهره‌وری و کاهش نرخ تمام‌شده در بازار، سهم فروش کالاها و خدمات خود را افزایش داده و به‌عنوان واحدهای اقتصادی پیشرو، شرایط لازم را برای الگوبرداری سایر بنگاه‌های اقتصادی فراهم کرده‌اند تا از تجارب موجود استفاده کرده و برای بقا در بازار، به‌سوی مشتری‌مداری تغییر وضعیت دهند.

سخن پایانی...

حقوق مصرف‌کننده یکی از مهم‌ترین موضوعاتی است که در زندگی همه افراد تاثیر بسزایی دارد. در واقع، حقوق مصرف‌کننده، مجموعه قواعدی است که کلیه عرضه‌کنندگان کالا و خدمات، مطابق با ضوابط قانونی و مندرجات قرارداد مربوطه یا عرف در معاملات، باید آن را رعایت کنند. حقوقی که مقصود اصلی آن، ایجاد تعادل میان قدرت معاملاتی مصرف‌کنندگان و عرضه‌کنندگان است و در قوانین و مقررات کشورهایی که این حقوق را به‌رسمیت شناخته‌اند مشترک است، حقوق بنیادین مصرف‌کننده نامیده می‌شود. به‌نظر می‌رسد در مجموعه قوانین موجود، با سیاست‌هایی که ارائه می‌شود، تلاش شده در راستای حمایت ازحقوق مصرف‌کننده گام برداشته شود. حال اینکه قوانین و دستورالعمل‌ها تا چه حد توانسته در احقاق حق این بخش مهم و کلان مصرف‌کننده موثر واقع شود، موضوعی است که قضاوت درباره آن را به مصرف‌کنندگان می‌سپاریم.

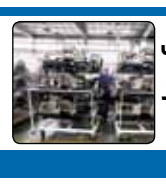
نظرگاه

ترغیب مصرف‌کننده به مصرف کالای ایرانی

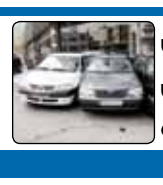


فرهاد دلق‌پوش- عضو هیات مدیره سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان: اگر حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به‌عنوان یکی از رسالت‌های اصلی تولیدکنندگان قرار گیرد، عامل بسیار مهمی در گرایش مردم به خرید کالای ایرانی و استفاده از خدمات ایرانی و اعتمادسازی نسبت به تولید داخل خواهد بود.
ایران صاحب ۷ درصد ثروت دنیاست اما سهم این کشور از اقتصاد جهانی حدود ۰.۶ درصد است که باوجود منابع و امکانات خدادادی این درصد در شأن ایران نیست.
در شأن و منزلت ایرانی نیست که کالای نامرغوب داشته و مشتری کالاهای دست چندم کشورهای خارجی باشد. این ضعف ماست که هنوز نتوانسته‌ایم بازار داخلی را به‌دست بگیریم، در حالی که کالاهای دست چندم کشورهای دیگر وارد کشور می‌شود و صنعت و تولید ما را فلج می‌کند و برخی نیز با استقبال از این درآمدهای کذایی تیشه به ریشه اقتصاد کشور می‌زنند.
حقوق مصرف‌کننده یک قانون بین‌المللی و ضابطه‌ای برای رعایت حقوق مردم است که در صورت تحقق آن جامعه می‌تواند در مسیر تولید و سعادت گام بردارد و به اهداف موردنظر دست پیدا کند و منشوری که در سطح بین‌المللی و در خود قانون حمایت از قانون مصرف‌کنندگان کشور وجود دارد، مبین همین قضیه است.
در رعایت حقوق مصرف‌کنندگان افزایش اعتماد و ترغیب آنان به استفاده از کالای واحدهای تولیدی و خدماتی دارای گواهینامه مربوطه و فرهنگ‌سازی برای بهره‌مندی بیشتر از محصولات و خدمات مطلوب یکی از مواردی است که باید مدنظر قرار گیرد. در این بین افزایش رقابت سازنده بین تولیدکنندگان به‌منظور ارتقای کیفی کالاها و سطح خدمات به مصرف‌کنندگان، تلاش در جهت برقراری یک عدالت مناسب در نرخ کالاها و خدمات و رعایت انصاف در کیفیت و نرخ از مواردی است که رعایت آن ازسوی تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان ضروری است.
در حوزه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان، خدمات مطلوب پیش از فروش در عرصه صنعت بسته‌بندی، تبلیغ و ارائه اطلاعات درباره محصول به مصرف‌کنندگان، مورد غفلت واقع شده، در صورتی که توجه به آن منجر به ارتقای کیفیت و ارزش کالا در سبد کالایی و مصرفی مردم می‌شود.
تولیدکنندگان باید برای استفاده از کالاهای دارای نشان استاندارد کیفی و ملی به‌جای اینکه کالبد یک استاندارد اجباری باشند، یک استاندارد اختیاری را برای خود در نظر بگیرند و خود قانون و فرهنگ، انصاف و وجدان و در جایگاه مصرف‌کننده باشند و این موارد را در تولید کالای‌شان لحاظ کنند. همچنین برای اینکه ایران به عضویت سازمان تجارت جهانی درآید، توجه جدی به مسئولیت‌های قانونی، اجتماعی، ملی و ارتقای سطح کمی و کیفی تولیدات و خدمات برای تطبیق با آخرین ضوابط علمی و استانداردهای تجارت بین‌الملل و کسب بازارهای داخلی و خارجی ضروری است. برای این منظور باید برخی شاخص‌ها را در بحث تولید، اشتغال و حقوق مصرف‌کنندگان رعایت کرد. باید بتوان سازگاری لازم و رعایت ضوابط زیست‌محیطی و همه آن شرایطی که برای سلامت جامعه و محیط لازم است را در تولید کالا و ارائه خدمات مدنظر قرار داد.
تجهیز واحدهای تولیدی به بخش‌های پژوهشی و علمی و به‌روزآوری فناوری و رعایت مواردی از جمله درج نرخ روی کالا و خدمات، تضمین کیفیت کالا و رضایت کامل مشتری از کالای خریداری شده، خدمات قبل و پس از فروش از امور مهمی است که باید در عرصه تولید و مصرف مورد توجه ویژه قرار گیرد.

گسترش صنعت
صمت
شنبه
۹ اسفند ۱۳۹۹
۱۵ رجب ۱۴۴۲
۲۷ فوریه ۲۰۲۱
شماره ۱۷۴۰
پیاپی ۳۰۵۸
www.sanatnewspaper.com



کیفیت خریدار ندارد



سیاست دستوری دولت و اجحاف در حق مصرف‌کننده



سنجش رضایتمندی مشتریان از بانک و بیمه

تحلیل روز

حمایت همزمان از مصرف‌کننده و تولیدکننده ممکن است؟

«قیمت» تضاد منافع را به همسویی تبدیل می‌کند



عکس: صمت

امیرعباس آذرموند: اثرگذاری سیاست‌های پولی به درجه چسبندگی قیمت‌ها در اقتصاد بستگی دارد؛ هرچه قیمت‌ها چسبندگی بیشتری داشته باشند، یا به‌عبارت دیگر قیمت‌ها برای دوره طولانی بی‌تغییر باقی بمانند، اثرگذاری سیاست پولی در کوتاه‌مدت بیشتر است و مقامات پولی می‌توانند در دوره رکود برای تحریک اقتصاد از سیاست پولی انبساطی بهره ببرند. از طرف دیگر، هرچه درجه چسبندگی نرخ در اقتصاد پایین‌تر باشد، آن‌گاه سیاست‌های پولی انبساطی با هدف تحریک بخش واقعی اقتصاد نتیجه‌ای جز ایجاد تورم نخواهد داشت. در این شرایط سیاست‌گذار باید از سیاست‌های سمت عرضه برای تحریک رشد اقتصادی استفاده کند.

بنا بر اهمیت این مسئله، مدت‌هاست برخی تحلیلگران اقتصاد تلاش می‌کنند با استفاده از شاخص نرخ ماهانه زیر اجزای شاخص نرخ مصرف‌کننده و تولیدکننده به بررسی درجه چسبندگی قیمت‌ها در این دو سطح بپردازند. بررسی نتایجی که در یک مطالعه در میانه دهه ۹۰ صورت گرفته حاکی از آن است که با توجه به انعطاف‌پذیری بالای قیمت‌ها در ایران، اثربخشی سیاست‌های پولی بر خلاف سایر اقتصادهای با درجه بالای چسبندگی قیمت، بسیار ناچیز است. همچنین چون مقام پولی برای مساعدت رشد تولید و اشتغال سیاست‌های انبساطی اتخاذ کرده و مقایسه انتقال اثر سیاست پولی برای تولید ناچیز و ضعیف بوده است، بیش از آنکه رشد تولید به سطح بالاتری برسد تورم استمرار یافته است. در همین راستا پیشنهاد می‌شود بانک مرکزی هدف عمده خود را بر کنترل نرخ تورم و برقراری ثبات قیمت‌ها متمرکز کند. در تحلیل پیش‌روی صمت که به مناسبت روز ملی حمایت از مصرف‌کننده تهیه شده به این مهم می‌پردازیم که آیا حمایت همزمان از مصرف‌کننده و تولیدکننده ممکن است؟

رابطه چسبندگی قیمت و تورم

در ۳ سال گذشته رشد منفی اقتصادی با تورم بیش از ۳۰ درصدی همراه شده 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 به نحوی تامین کند که از ابتدا تا پایان یک سال، یک‌سوم تا یک‌دوم قدرت خرید تضعیف نشود. برای امسال رئیس کل بانک مرکزی وعده کنترل نرخ تورم و کاهش آن تا ۲۲ درصد را داده بود که در عمل محقق نشد و خیلی زودتر از پایان سال نرخ تورم از هدف‌گذاری این مقام مسئول گذشت. 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 اما به دلیل سهولت بکارگیری از این روش، همچنان از آن استفاده می‌شود. سیاست کنترل نرخ بهترین خدمتی است که می‌توان به مصرف‌کننده و تولیدکننده در شرایط فعلی ارائه کرد چراکه با کنترل‌پذیری قیمت‌ها می‌توان حداقل ثبات را به اقتصاد بازگرداند. به این ترتیب مسئله حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان اگر در همه بخش‌ها تضاد منافع را به دنبال داشته باشد، در کنترل نرخ می‌تواند منافع دو طرف متضاد را به هم نزدیک کند.

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

نگاهی به تاریخچه سیاست‌گذاری پولی در ایران نشان می‌دهد که 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 اقتصادی و رشد اقتصادی نتیجه‌ای جز ایجاد تورم نخواهد داشت و به عبارت دیگر، درجه غیرخنثی بودن سیاست‌های پولی بسیار اندک است. در این شرایط سیاست‌گذار باید از سیاست‌های سمت عرضه برای تحریک رشد اقتصادی استفاده کند.

چسبندگی نرخ چیست؟

چسبندگی نرخ فرض کلیدی در مدل‌های کینزی جدید است و برای درک واکنش متغیرهای مهم اقتصاد کلان به شوک‌های پولی از اهمیت خاصی برخوردار است. درجه چسبندگی قیمت، اطلاعات ارزشمندی را 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 تا شوک‌های سیاست پولی اثر حقیقی بر اقتصاد داشته و به عبارت دیگر غیرخنثی باشند. در مدل‌های چسبندگی نرخ فرض بر این است که بنگاه‌های اقتصادی در تعدیل نرخ کالای خود در هر دوره با محدودیت‌هایی مواجه هستند که سبب می‌شود تا قیمت‌ها در واکنش به شوک‌های پولی به‌کندی تعدیل شوند و درنتیجه سیاست‌های پولی بر تولید حقیقی اثرگذار باشد.

یک شوک مثبت پولی را درنظر بگیرید که بانک مرکزی مبادرت به دو برابر کردن حجم پول کرده است. در صورتی که نرخ تمامی کالاها و خدمات بلافاصله پس از اعمال این سیاست، دو برابر شود، به عبارت دیگر قیمت‌ها کاملا انعطاف‌پذیر باشند، آن‌گاه تراز حقیقی پول و نرخ بهره حقیقی در اقتصاد ثابت باقی خواهند ماند و درنتیجه انبساط پولی به افزایش تولید نمی‌انجامد.

به عبارت دیگر تعدیل کند قیمت‌ها توضیحی برای علت تاثیر انبساط پولی بر افزایش تولید در اقتصاد ارائه می‌دهد.

اثرگذاری سیاست‌های پولی به درجه چسبندگی قیمت‌ها در اقتصاد بستگی دارد.

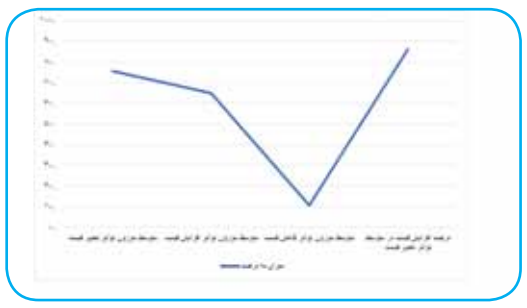
هرچه قیمت‌ها چسبندگی بیشتری داشته باشند، اثرگذاری سیاست پولی در کوتاه‌مدت بیشتر است و مقامات پولی می‌توانند در دوره رکود برای تحریک اقتصاد از سیاست پولی انبساطی بهره ببرند. همچنین هرچه چسبندگی قیمت‌ها بیشتر باشد سیاست کاهش شدیدتر تولید همراه خواهد بود. بنابراین، داشتن درک درستی از درجه چسبندگی نرخ در هر اقتصاد برای تحلیل دقیق آثار سیاست‌های پولی مهم و حیاتی است.

مطالعات تجربی مبتنی‌بر داده‌های خرد قیمت‌ها نشان می‌دهند ناهمگنی قابل‌توجهی در درجه چسبندگی نرخ میان کالاهای مختلف وجود دارد.

با فرض وجود قیمت‌های چسبنده و همچنین درجه چسبندگی کالاها، در اثر اعمال یک سیاست پولی انبساطی، نرخ اقلامی که درجه چسبندگی در آنها پایین‌تر است، سریع‌تر تعدیل می‌شود و درنتیجه شاهد تغییر قیمت‌های نسبی خواهیم بود. تغییر در قیمت‌ها باعث خواهد شد تا تولیدات در بخش‌هایی که در آنها نرخ به نسبت سایر بخش‌ها پایین‌تر است افزایش یابد. به عبارت دیگر، تفاوت در درجه چسبندگی نرخ بین بخش‌ها باعث می‌شود تا سیاست پولی آثار ناهمگنی بر تولید داشته باشد. بنابراین اندازه و پایداری آثار شوک‌های پولی بر کالاها و خدمات متفاوت است و به درجه چسبندگی نرخ در میان اقلام بستگی دارد.

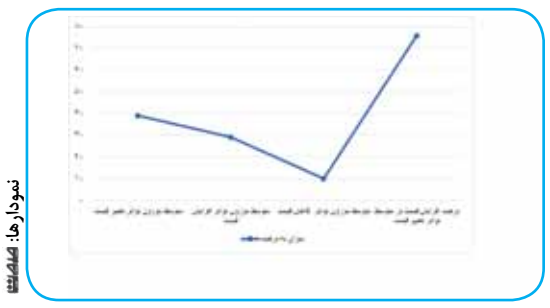
درنهایت اینکه سیاست پولی از طریق تعامل و ارتباط بین بخش‌های اقتصادی باعث افزایش تولیدات در بخشی با قیمت‌های کاملا انعطاف‌پذیر خواهد شد. درمجموع، بررسی میزان ناهمگنی در درجه چسبندگی نرخ بین بخش‌های اصلی اقتصاد، اطلاعات ارزشمندی را درباره نحوه واکنش هر یک از بخش‌ها به شوک‌های سیاست پولی در اختیار قرار می‌دهد.

انعطاف‌پذیری بالای قیمتی در سمت مصرف‌کننده



هر چه تواتر تغییر نرخ بیشتر باشد به این معناست 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 مورد بررسی، نرخ این اقلام دستخوش تغییر شده و بنابراین درجه چسبندگی نرخ در آنها بسیار اندک و ناچیز است. درجه چسبندگی نرخ در بین ۳۵۹ قلم کالا و خدمات مصرفی بسیار ناهمگن است. تواتر تغییرات قیمت، دامنه وسیعی را شمل می‌شود به نحوی که در این دامنه اقلامی وجود دارند که قیمت‌شان انعطاف‌پذیر بوده است. به عبارت دیگر، در ۱۰۰ درصد ماه‌های مورد بررسی قیمت‌شان تغییر کرده است. همچنین اقلامی وجود دارد که در دوره یادشده قیمت‌شان ثابت بوده است. به بیان ساده‌تر، ناهمگنی قابل‌توجهی در درجه چسبندگی بین اقلام مصرفی وجود دارد. به منظور دریافت درک کلی از میزان درجه چسبندگی نرخ باید متوسط وزنی تغییرات نرخ محاسبه شود. بررسی داده‌های نرخ ماهانه ۳۵۹ قلم کالا و خدمات سبد مصرفی خانوارهای شهری نشان می‌دهد که در دوره مورد بررسی به طور متوسط ۷۵ درصد از کالاها و خدمات مصرفی در سبد مصرف‌کننده در هر ماه قیمت‌شان با تغییر همراه بوده که ۸۶ درصد از این تغییر نرخ اقلام مصرفی، افزایشی بوده است. با توجه به اینکه تنها ۱۴ درصد از تغییرات نرخ مربوط به کاهش قیمت‌ها بوده است می‌توان نشان داد که 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 به عبارت دیگر، به طور متوسط هر ۲۰ روز یک بار قیمت‌ها با تغییر همراه هستند.

انعطاف‌پذیری در میان تولیدکنندگان کمتر از مصرف‌کنندگان



نمودارها: صمت

باوجود این واقعیت که به طور متوسط 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 به میزان یک درصد، سهم کالاها و خدماتی که در سبد مصرف‌کننده با افزایش نرخ مواجه می‌شوند را به میزان ۶ درصد افزایش می‌دهد. بنابراین می‌توان استدلال کرد که بنگاه‌های اقتصادی در فرآیند تصمیم‌گیری برای تعدیل نرخ کالای خود، شرایط اقتصادی از جمله نرخ تورم کل را مدنظر قرار می‌دهند به نحوی که با افزایش نرخ تورم، درصد بیشتری از بنگاه‌ها مبادرت به تعدیل نرخ می‌کنند. درنتیجه وجود بی‌اطمینانی درباره نرخ تورم و بی‌ثباتی آن می‌تواند علت تغییر ماه به ماه نرخ کالاها و خدمات مصرفی در اقتصاد ایران باشد. با توجه 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.

با وجود 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 است که به معنای 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. بررسی داده‌های نرخ ماهانه ۷۵۱ قلم کالاها و خدمات تولیدی را نشان می‌دهد که بیش از ۷۵ درصد از تغییر آنها از تغییر نرخ اقلام مصرفی، افزایشی بوده است. به طور کلی نرخ اقلام تولیدی به طور متوسط ۲ ماه ماندگاری داشته‌اند که در مقایسه با ماندگاری کمتر از یک ماه برای اقلام مصرفی، نشان‌دهنده چسبندگی بیشتر قیمت‌ها در سطح تولیدکننده به نسبت مصرف‌کننده است.

تاثیر کنترل قیمتی بر 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 به شکل گسترده و همه‌جانبه صورت می‌گیرد و گاه به اقلام خاصی که کالاهای اساسی خوانده می‌شود، محدود می‌شود. مقصود از قیمت‌گذاری این است که دولت به جای 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 بوده و پیامدهایی چون کاهش یا افت کمی و کیفی کالاها را نیز به همراه خواهد داشت به نحوی 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 از محصولات غذایی بوده‌ایم. به این ترتیب، سیاستی که قصد حمایت از مصرف‌کنندگان را داشته می‌تواند از طریق مواردی همچون کم‌فروشی و کاهش کیفیت کالاهای تولیدی از اهداف اصلی خود دور شود. کاهش کمیت یا کیفیت یک کالا به جای افزایش صریح نرخ آن به‌عنوان افزایش نرخ پنهان شناخته می‌شود. پدیده‌ای که کمابیش مصرف‌کنندگان با آن روبه‌رو هستند. به‌عنوان مثال، می‌توان به نرخ نان اشاره کرد؛ تا قبل از اجرای طرح هدفمندی یارانه‌ها و گرانی نان، بررسی شاخص نرخ انواع نان در دوره ماه‌های فروردین تا آذر ۸۹ حکایت از آن دارد که در ۳۲ ماه از ۳۳ ماه مورد بررسی نرخ انواع نان با افزایش نرخ روبه‌رو بوده است. شاید این نتیجه دور از انتظار ما باشد زیرا نان از جمله کالاهایی است که نرخ آن با نوسان چندانی همراه نیست و در دوره به‌نسبت طولانی به یک نرخ ثابت فروخته می‌شود. پس توجیه این دفعات زیاد تغییر نرخ چیست؟ بانک مرکزی درباره قیمت‌گیری از کالایی مانند نان از روش خرید علمی استفاده می‌کند، به این نحو که نان از منبع اطلاعاتی خریداری شده و وزن می‌شود. در صورتی که نرخ خرید ثابت مانده باشد ولی وزن نان کم شود، نرخ نان برمبنای یک وزن معیار تعدیل می‌شود. تغییر قیمتی که به این ترتیب ثبت می‌شود و ناشی از تغییر کمی کالاست، تغییر نرخ پنهان نامیده می‌شود. بنابراین جواب سوال بالا می‌تواند این باشد که باوجود قیمت‌گذاری دولتی نان و پیگیری تعزیرات حکومتی و سازمان‌های نظارتی، مکانیسم بازار به قوت خود باقی است. پس از اجرای طرح هدفمندی بررسی آمار شاخص نرخ نان از دی ماه ۸۹ تا مهر ۹۱ نشان می‌دهد که تعداد دفعات تغییر نرخ کمتر شده اما همچنان شاهد تغییر نرخ پنهان در ۷۸ درصد از ماه‌های مورد بررسی هستیم. با وجود اینکه بانک مرکزی در محاسبه شاخص نرخ کالاها و خدمات تا حد قابل‌قبولی افزایش نرخ پنهان ناشی از کاهش کمی اقلام مصرفی را لحاظ کند، سنجش کیفیت اقلام و ممانعت از بروز تورش کیفی در شاخص نرخ بسیار دشوار و در مواردی ناممکن است. همین موضوع سبب می‌شود تا نرخ تورم اعلام‌شده در صورت بروز کاهش کیفی در کالاهای مصرفی دچار کم‌نمایی شود. 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 به همراه داشته است.

بالاترین انعطاف‌پذیری قیمتی از آن ایران است



مقایسه درجه چسبندگی نرخ در اقتصاد ایران با سایر کشورها می‌تواند اطلاعات ارزشمندی را به لحاظ 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 مورد بررسی است. با توجه به انعطاف‌پذیری بالای قیمت‌ها در ایران، اثربخشی سیاست‌های پولی برخلاف اقتصادهایی با درجه بالای چسبندگی قیمت، بسیار ناچیز است. نباید فراموش کرد که هرچه میانگین موزون تواتر تغییر نرخ بیشتر باشد به معنی این است که درجه چسبندگی نرخ کمتر است. با وجود 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 مورد بررسی، گویای این واقعیت است که کماکان قیمت‌ها حتی در سطح تولیدکننده نیز از درجه چسبندگی پایین‌تری در اقتصاد ایران برخوردار هستند.

آگهی دعوت به مجمع عمومی عادی به طور فوق‌العاده

شرکت سهامی خاص فن‌آوران آهنگری آذرکوب تبریز

به شماره ثبت ۲۵۵ و شناسه ملی ۱۴۰۰۸۸۸۰۹۳۳

بدینوسیله از کلیه شرکا و سهامداران شرکت دعوت به عمل می‌آید که جهت حضور در مجمع عادی به طور فوق‌العاده راس ساعت ۱۰ صبح مورخه ۱۳۹۹/۱۲/۲۱ در دفتر مرکزی شرکت مندرج در اساسنامه حضور بهم رسانند.

موضوع جلسه:

۱ - انتخاب مدیران

۲- انتخاب بازرسان

۳- انتخاب روزنامه کثیرالانتشار

محل دعوت: دفتر مرکزی شرکت مندرج در اساسنامه

یادداشت

انفصال مصرف‌کننده و خودروساز با قیمت‌گذاری



امیرحسن کاکایی
عضو هیات‌علمی دانشگاه علم و صنعت

در جهان امروز، مشتری و بازار، مهم‌ترین محرک توسعه کسب‌وکارها و هدایتگر اصلی مسیر شرکت‌های تولیدی و خدماتی هستند. به‌طور خاص، امروز خودرو کالایی است که دارای تنوع زیادی از منظر کاربرد و نقش در جامعه است. تعداد زیادی از مردم خودرو را یک ابزار کار و جزو مایحتاج اولیه در زندگی شهرنشینی در قرن حاضر می‌دانند. از سویی هم برای یک عده، خودرو کالایی کاملا لوکس و جزو شخصیت‌شان است. خودروهای لوکسی که بعضا از روکش‌های طلا ساخته می‌شوند و خودروهایی که چندبرابر خانه‌های مردم عادی نرخ دارد، نشان‌دهنده خواسته‌های این دسته از مشتریان است. نکته جالب اینجاست که با توسعه فناوری و گسترش ظرفیت‌ها در کل جهان، امروز در تمام قسمت‌های بازار، از ارزان‌ترین بخش‌ها تا گران‌ترین آنها، از خودرو سواری عادی تا خودروهای اسپرت، از وانت تا تریلی‌های چندتنی، رقابت به‌شدت کشنده است. خودروسازان مطرح جهان برای اینکه بتوانند در این رقابت کشنده زنده بمانند، کارهای زیادی انجام داده و می‌دهند. فشار رقابت در دهه ۸۰ میلادی، به نهضت کیفیت انجامید و همگان با الگوبرداری از شرکت تویوتا، به سمت مدیریت جامع کیفیت رفتند. در ادامه موضوع افزایش بهره‌وری و استفاده از روش‌هایی مانند تولید به‌هنگام و بدون خطا در دهه ۹۰ به اوج رسید. البته در دهه یادشده، فشارها به حدی بود که بسیار از خودروسازان از جمله دوو، کیا و سانگ‌یانگ در کره‌جنوبی ورشکست شدند و انواع ادغام‌ها در کل جهان، دوباره رونق گرفت. قرن ۲۱ با رقابت سنگین‌تر آغاز شد. خودروسازان همزمان باید پاسخگوی خواسته‌های متنوع مشتریان، الزام برای کاهش مصرف سوخت و آلایندگی و بالا بردن قابلیت اطمینان و کیفیت و زیبایی می‌بودند. مفهوم پلتفرم مشترک در این دهه به اوج خود رسید و تولید انبوه سفارشی‌سازی‌شده با طراحی مدولار به‌همراه استفاده از زنجیره جهانی، به‌طور گسترده مورداستفاده قرار گرفت. البته استفاده از فناوری‌های جدید مانند VR و تولید سریع، برای سرعت بخشیدن به طراحی و تولید خودرو جدید، به‌کار گرفته شد. در دهه اخیر هم با توسعه فناوری‌های تولید مبتنی بر صنعت ۴.۰ که مجموعه‌ای از بکارگیری ربات‌ها، حامل‌های هوشمند و شبکه اینترنت در کنار مکانیسم‌های پیشرفته برنامه‌ریزی تولید و روش‌های انعطاف‌پذیر تولید بود، سرعت و بهره‌وری به‌شدت بالا رفت تا جایی که دیگر بهره‌وری و تنوع‌بخشی به محصولات در چارچوب پارادیم‌های جاری، عامل مزیت‌آفرین شمرده نمی‌شود؛ بنابراین در این دو دهه ابرادغام‌ها به‌طور جدی ادامه یافت و امروز می‌توان گفت عمده صنعت خودرو را حدود ۱۴ خودروساز بزرگ با ۶۲ برند گوناگون می‌چرخانند. همچنین پارادیم‌های جاری به‌وسیله توجه به موتورهای برقی و هیبرید برای کاهش مصرف سوخت در کنار بازطراحی خودرو از سوی شرکت‌های کاملا غیرمرتبط مانند تسلا و ورود فناوری‌های اینترنت‌پایه برای ارائه خدمات بیشتر به مشتری و جذب آنها، مطرح شد و امروز که وارد دهه سوم شده‌ایم، موضوع تغییرات اساسی در کسب‌وکار خودرو، برای تغییر کامل ذائقه و رفتار مشتریان به‌طور جدی مطرح است و مطمئنا تا انتهای این دهه، شکل کسب‌وکار صنعت خودرو، کاملا تغییر خواهد کرد.

در چنین شرایطی، صنعت خودرو ما هم طی ۴۰ سال گذشته که اتفاقا تحولات صنعت خودرو در دنیا خیلی زیاد بود، کارهایی مشابه را انجام داد. اما متاسفانه از هر بخشی در حد یک سایه یا یک اسم را به‌کار گرفت. نظام تضمین کیفیت، استفاده از فناوری‌های جدید در خطوط تولید و طراحی خودرو، در کنار بکارگیری روش‌های برنامه‌ریزی پیشرفته و ادغام‌ها مورد استفاده قرار گرفت. اما اتفاقی در این ۳ سال افتاده که به‌شدت در مسیر توسعه خودروسازها و ارتباط‌شان با مشتری که محرک اصلی توسعه صنعت است، مانع ایجاد کرده است. حدود ۳ سال پیش تحریم‌هایی آغاز شد که طی ۴۰ سال گذشته بی‌سابقه بودند و حتی در جهان هم کم‌نظیر است. در چنین حالتی، مسئولان برای حمایت از مصرف‌کنندگان، قیمت‌گذاری دستوری را در برنامه قرار دادند. اما در همان ماه‌های نخست شکست این رویه نمایان شد. اما مسئولان در این ۳ سال با وجود تمام پیامدهای منفی، بر این رویه غلط اصرار کردند و امروز ضمن اینکه با یک بازار آشفته و مشتریان ناراضی روبه‌رو هستیم، صنعت زیاندیده‌ای داریم که در مرز ورشکستگی قرار گرفته و جبران زیان واردشده سال‌ها طول خواهد کشید. در کنار زیان سنگین وارد شده که به‌هرحال مانع بزرگی برای سرمایه‌گذاری‌ها برای توسعه در صنعت ایجاد خواهد کرد، یک زیان دیگر هم به این صنعت وارد شده و آن انفصال بین مشتری واقعی و خودروساز است. آماری به‌تازگی مطرح شد که بیش از ۵۰ درصد خریداران از خودروسازی، خودرو خود را در همان سال اول واگذار کرده‌اند. نکته جالب‌تر اینکه اکثریت خریداران از خودروسازان، خودرو خود را به‌کار نگرفته‌اند که به‌معنای این است که خریداران، مصرف‌کننده نبوده‌اند، بلکه سرمایه‌گذار هستند. بدین‌ترتیب عملا اتفاقات کیفی که در تولید خودروسازان رخ می‌دهد، با تاخیر فراوان اثر خود را نشان می‌دهد. ضمن اینکه در چنین شرایطی ارتباط بین عوامل مختلف موثر بر کیفیت و ارضا خواسته‌های مشتریان، قطع می‌شود. همچنین وقتی خودروساز زیانده است، عملا به موضوعی به‌نام مشتری فکر نمی‌کند. وقتی قطعه‌سازان با مشکلات فراوان قطعه را تامین می‌کنند و خودروساز ناچار می‌شود بعضی وقت‌ها یک خودرو را تا چند ماه به‌طور ناقص در پارکینگ نگه دارد تا آن را کامل کند و دست مردم برساند، نمی‌توان به خواسته‌های جدید مصرف‌کننده توجه کرد و نسبت به آنها حساس بود و در برنامه‌ریزی‌ها از آنها استفاده کرد؛ بنابراین به‌تدریج خودروساز نسبت به خواسته مشتری و آینده بازار موقتا کر می‌شود. این در شرایطی است که دیر یا زود فشار رقابت به‌وسیله واردات به‌طور ناگهانی بالا خواهد رفت و خودروسازان ما توانایی خود را به‌شدت از دست داده‌اند. در این حالت غافلگیر شده و در مقابل لشکر واردات غافلگیر و بدون دفاع خواهند شد. آن روزی که این صنعت شکست بخورد، چه‌کسی مسئولیت قبول می‌کند؟ آنها که این تصمیمات غلط را می‌گیرند، کجا پاسخ خواهند داد؟

تامین رضایت مصرف‌کننده یا حفظ «میز خدمت»

کیفیت نیازمند «بازار» است

فاطمه امیراحمدی
editor@smtnews.ir

کیفیت، ایمنی و استاندارد شاخص‌هایی هستند که مصرف‌کنندگان هنگام خرید هر کالایی به آن توجه ویژه دارند. در کنار تنوع و نرخ رقابتی، کیفیت و ایمنی هم حرف اول را می‌زند، به‌ویژه این مسئله در خودرو بیشتر نمود دارد. به‌طور قطع، بخشی از تامین رضایت صاحبان خودرو مربوط به قطعات آن بوده و این قطعات ایمنی و کیفیت خودرو را تامین می‌کنند.

در حال‌حاضر مصرف‌کنندگان از خودروهای تولید داخل رضایت ندارند و این موضوع جدا از نرخ بالای این محصولات بوده و به کیفیت و ایمنی آنها برمی‌گردد. به‌گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، انوشیروان محسنی بندپی، استاندار تهران در مراسم قدردانی از صادرکنندگان نمونه استان تهران گفت: تولیدات خودرو طی ۳ سال گذشته ارتقای کیفی نداشتند، به‌طوری که در هر ماه حدود ۱۰۰۰ پراید به‌دلیل کمبود امنیت به سرقت می‌روند.



عکس: صمت

نظارت جامع

جواد مرزبان‌راد: همه قطعات مهر استاندارد نمی‌خورند، زیرا استانداردهای آنها اجباری نیست

جواد مرزبان‌راد، عضو هیات‌علمی دانشگاه علم و صنعت درباره رعایت حق مصرف‌کننده در تولید قطعات به صمت گفت: دو دسته تولیدکننده قطعه در کشور داریم؛ گروهی برای خط تولید تامین قطعه دارند و پیمانکار خودروسازان هستند و تعدادی هم قطعه برای بازار لوازم یدکی تولید می‌کنند. وی افزود: گروهی که برای خط تولید تامین قطعه دارند، به‌واسطه نظارت‌های خودروساز، استانداردها و کیفیت محصولات رعایت می‌شود. به‌هر حال شرکت‌های خودروساز نمی‌خواهند کیفیت محصولات‌شان پایین بیاید. اما از آنجا که نظارت دقیقی بر نحوه تولید و توزیع وجود ندارد، برخی قطعاتی که مستقیم وارد بازار می‌شود، مصرف‌کننده را با مشکل مواجه می‌کند، چون نمی‌دانند کیفیت محصولی که برای آن قطعه هزینه کردند، مناسب است یا خیر؟ این عضو هیات‌علمی دانشگاه علم و صنعت با بیان اینکه گاهی روی قطعات موجود در بازار لوازم یدکی نظارت لازم وجود ندارد، گفت: نهادهای نظارتی باید درباره رعایت کیفیت و ایمنی قطعات و اجحاف نشدن در حق مردم با مکانیسم‌هایی استاندارد و کیفیت قطعات را کنترل کنند. در حال حاضر در کنار قیمت، ایمنی قطعات هم از دغدغه‌های جدی مصرف‌کنندگان شده است. این مدرس مهندسی خودرو ادامه داد: در اتحادیه اروپا موسساتی وجود دارد که آرم CE روی محصولات و از جمله قطعات تولیدی آنها می‌خورد. تولیدکننده باید ۶ مرحله مهم را انجام دهد تا امکان قرار دادن نشان CE روی محصول را داشته باشند. این آرم‌ها مربوط به ایمنی، بهداشتی، زیست‌محیطی و... است. او گفت: با این عملکرد اتحادیه اروپا، مردم به محصولاتی که می‌خرند، اعتماد و اطمینان خواهند داشت.



اما واگرهای مهر استاندارد

این کارشناس حوزه خودرو با بیان اینکه در اروپا برای حمایت از حق مصرف‌کننده و اجحاف نشدن حقوق خریداران، استانداردها و شاخص‌هایی را برای تولید تعریف کرده‌اند که براساس آن تمام تولیدکنندگان ملزم به رعایت این شاخص‌ها هستند، گفت: در کنار آن نظارت و کنترل دقیق هم روی عملکرد و اجرا دارند. در ایران هم مهر استاندارد وجود دارد اما مشکل اینجاست که همه قطعات در فرآیند بررسی و مهر استاندارد قرار نمی‌گیرند، زیرا استانداردهای آنها اجباری نیست. به‌عنوان نمونه، استاندارد فیلتر سوخت و هوا خودرو اجباری بوده و خرید و فروش فیلتر بدون مهر استاندارد غیرقانونی است. اما تولید قطعه‌ای مانند لوله یا انباره اگزوز دارای استاندارد اجباری نبوده و تولیدکننده این قطعه می‌تواند بدون مهر استاندارد این قطعه را تولید و به‌فروش برساند.

او ادامه داد: در بازار ممکن است ۳ نوع اگزوز با قیمت‌های متفاوت وجود داشته باشد اما روی هیچ‌یک از آنها مهر استاندارد وجود ندارد. خریدار و مصرف‌کننده با تکیه به چه شاخص‌هایی می‌تواند اعتماد کند، مشخص نیست. بدون در نظر گرفتن عملکرد آنها ناچار باید یکی را انتخاب کند. نرخ هم نمی‌تواند ملاک باشد، چون ممکن است نرخ محصولی بالا باشد اما به‌لحاظ استاندارد و کیفیت عملکرد پایین‌تری از اگزوز ارزان داشته باشد. مرزبان‌راد تصریح کرد: به‌نظر می‌رسد تاسیس سازمان‌هایی در کنار موسسه استاندارد ضروری است که بدون وابستگی دولتی روی کیفیت محصولات نظارت و کنترل داشته باشند. همچنین دولت باید به‌جای ورود به کارهای تولیدی و اجرایی نظارت قوی روی عملکردها داشته باشد.

نهادهای ناظر توجه ندارند

این مدرس دانشگاه معتقد است موسسه استاندارد نمی‌تواند، چون به‌لحاظ توان علمی و بودجه لازم را در اختیار ندارد. همچنین به‌لحاظ مقررات کشور نمی‌تواند به همه چیز ورود کند، به‌ویژه برای کالاهایی که اجباری هم به رعایت مولفه‌های استاندارد ندارد. عضو هیات‌علمی دانشگاه علم و صنعت با اشاره به عملکرد فعلی موسسه استاندارد افزود: در حال حاضر موسسه استاندارد در امور جاری خود مانده و محدودیت‌های دستگاه و آزمایشگاه دارد و یک موسسه نمی‌تواند به کل کشور و تمام محصولات خدمات دهد. در نتیجه این می‌شود که یا قطعه استاندارد دارد یا ندارد. حتی در قطعاتی که مهر استاندارد دارند هم سوال است که آیا موارد استاندارد تمامی در آنها رعایت می‌شود یا خیر. او گفت: این مسئله هم بحثی دیگر در حوزه حقوق مصرف‌کننده است، زیرا بارها دیده شد قطعه‌ای مهر استاندارد دارد اما وقتی از مصرف‌کننده می‌پرسید، نسبت به استاندارد و کیفیت آن گلایه‌مند است. برای کنترل و نظارت لازم است هر ۶ ماه یا یک سال استاندارد محصولات و تجهیزات بررسی شود. آیا موسسه استاندارد چنین توان و بودجه‌ای دارد؟ پاسخ منفی است. مرزبان‌راد یادآور شد: کسی نیست که در تمام بخش‌ها از مصرف‌کننده حمایت واقعی کند. حتی مسائلی در برخی اصناف داریم معمولا در گلایه و اعتراض مصرف‌کننده مسئولیت نمی‌پذیرند و در برخورد عنوان می‌کنند که در این مسائل دخالتی نداریم. این مسئله باعث‌شده حقوق مصرف‌کننده خدشه‌دار شود. این کارشناس با اشاره به قطعات زیر پله‌ای در بازار لوازم یدکی ادامه داد: دولت باید به جای اینکه خود را درگیر تولید و مسائل اجرایی کند نظارت قوی داشته باشد یا به سازمان‌هایی مجوز دهد که آنها بتوانند کنترل داشته باشند. این شرایط تا حدودی در شرکت ملی نفت ایران در حال اجراست، چون از قدیم رعایت استانداردهای اروپایی در این شرکت‌ها الزامی بوده است. مرزبان‌راد در پایان گفت: در صنعت خودرو تولیدکنندگان که از پیمانکاران خودروسازان خارج می‌شوند بدون کنترل رها شده‌اند و نمی‌توان گفت در تولید چقدر رعایت کیفیت و استانداردها را در جهت حقوق مصرف‌کننده رعایت می‌کنند.

بهرام شهریاری: برخی مدیران بیش از اینکه نگران کیفیت باشند، نگران صندلی خود هستند و دغدغه دیگری ندارند، چون پاسخگو نیستند و دود این عملکرد هم به چشم مصرف‌کننده می‌رود

وقتی ملاک نرخ می‌شود، نه کیفیت...

بهرام شهریاری از کارشناسان صنعت خودرو درباره رعایت حقوق مصرف‌کننده برای داشتن خودرویی با کیفیت به صمت گفت: نکته اصلی این است که کیفیت را همیشه خریدار تعیین کرده؛ بنابراین گاهی این خریدار رأسا در حال انتخاب است و کیفیت را تعیین می‌کند یا کیفیت و استانداردها با واسطه مشخص می‌شود. وی افزود: در صنعت قطعه با واسطه مصرف‌کننده اصلی نه، بلکه با واسطه خودروساز این اتفاق می‌افتد. در گذشته که مسیر رو به جلو را داشتیم، سطح کیفی قطعات و محصولات روزبه‌روز در حال افزایش بود تا جایی که خودروسازانی مانند پژو و رنو در کشور دفتر خرید راه‌اندازی کرده بودند و باورشان این بود که کیفیت برخی قطعات تولید داخل امکان صادرات به اروپا را هم دارد. این فعال صنعت قطعه ادامه داد: برخی قطعه‌سازان داخلی صادرات مستقیم به خط تولید پژو فرانسه داشتند و این نشان می‌دهد کیفیت و استاندار قطعات مورد تایید بازار جهانی بوده است. البته این موضوع مربوط به نیمه نخست دهه ۹۰ بود. قراردادها حتی برای خودروهای روز فرانسه بسته شده بود. در طراحی قطعات قطعه‌ساز داخلی مشارکت داشت. برخی این قطعات داخلی تا ۸۰ درصد خط تولید آنها را پوشش می‌داد. اما به‌هر دلیلی این روند ادامه نیافت. شهریاری گفت: آنچه مسلم است توان تولید محصول قابل‌قبول مصرف‌کننده در کشور وجود دارد اما از مقطعی به بعد صنعت خودرو تحت فشار قرار گرفت و نرخ ملاک تولید شد. فشار به قطعه‌ساز آمد. سورس‌گذاری‌های متعدد انجام و منجر به کاهش کیفیت در قطعات نتیجه این سورس‌گذاری شد. این فعال صنعت قطعه یادآور شد: به‌هر حال برای کاهش نرخ در برخی جاها از کیفیت زده شد، چون ملاک نرخ بود، نه کیفیت؛ از این‌رو کیفیت روزبه‌روز کاهش یافت. برخی مدیران بیش از اینکه نگران کیفیت باشند نگران صندلی خود هستند و دغدغه دیگری ندارند، چون پاسخگو نیستند و دود این عملکرد هم به چشم مصرف‌کننده می‌رود؛ بنابراین توان ساخت قطعات با کیفیت وجود دارد اما اگر خریداری وجود داشته باشد.



سخن پایانی

بنابر این گزارش حق مصرف‌کننده در انتهای زنجیره رضایت قرار دارد و آنچه مورد توجه تولیدکنندگان و مدیران مربوط است، موفقیت براساس استانداردهای موردنظر خودشان بوده و تامین رضایت را با کاهش کیفیت و نرخ همزمان دنبال می‌کنند.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت:

استفاده از فضاهای دیجیتال هزینه‌ها را کاهش می‌دهد

برندگان هجدهمین جایزه ملی تعالی سازمانی (سال ۱۳۹۹) در همایش تعالی سازمانی معرفی شدند و با اهدای تندیس و لوح تقدیر از آنها تجلیل شد. به گزارش صمت به نقل از روابط‌عمومی سازمان مدیریت صنعتی، در این همایش محسن صالحی‌نیا، معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت و رئیس هیات‌عامل سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران (ایدرو) طی سخنانی محورهای مورد انتظار از سازمان‌های متعالی را بر شمرد. محسن صالحی‌نیا حرکت در مسیر تعالی از طریق پایداری و نوآوری در پدیده‌های نوظهور به‌ویژه در شرایط همه‌گیری کرونا و روش‌های اتخاذ تصمیم در این شرایط و همچنین، الگوبرداری از سازمان‌های موفق بین‌المللی و داخلی در جهت تدوین مدل سازمانی و اتخاذ استراتژی‌های مناسب را از جمله این محورها عنوان کرد. وی خاطرنشان کرد: محورهای اصلی سیاست‌های کلان و اسناد بالادستی مانند اقتصاد مقاومتی، جهش تولید و نیز الزامات حاکم بر فضای بومی فضای کسب‌وکار که بر عملکرد و شاخص‌های متعارف بنگاه‌ها تاثیر می‌گذارند، می‌تواند با نگاه خلاقانه در طراحی الگوهای ارزیابی و شیوه‌های بهبود تعالی بومی شده مد نظر قرار گیرد. معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت روش مواجهه با انقلاب صنعتی چهارم را از دیگر موضوعات روز دانست که مدل‌های جدید کسب‌وکار را رقم می‌زند و باید مورد توجه سازمان‌های متقاضی تعالی قرار گیرد. او تاکید کرد: اقتصاد جهانی به سوی تعالی سازمانی و استفاده از ظرفیت‌های کسب‌وکار دیجیتال حرکت کرده و ویژگی استفاده از فضاهای دیجیتال کاهش هزینه‌ها و افزایش مشتری است و تولید هوشمند و سرمایه‌گذاری متناسب با بازار جهانی با رویکرد صادرات‌گرایی و پیاده‌سازی روش‌ها و قواعد آن باید در دستور کار قرار گیرد. صالحی‌نیا توجه به توسعه عوامل انسانی و استفاده درست از نیروهای انسانی را عاملی مهم و تاثیرگذار در تعالی سازمان‌ها عنوان کرد و گفت: باید مسائل سازمانی خود را به نوعی با استانداردهای بین‌المللی خود تطبیق دهیم و الگوی بومی از آن به‌دست آوریم. رئیس هیات‌عامل ایدرو در بخش دیگری از سخنان خود بر لزوم حرکت مستمر و رو به جلوی بخش خصوصی در حوزه مدیریتی و فناوری تاکید کرد و گفت: اگر این حرکت محقق نشود با مخاطرات جدی روبه‌رو خواهیم شد. صالحی‌نیا در پایان سخنان خود از بسته حمایتی سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران و سازمان مدیریت صنعتی با موضوع پیاده‌سازی و آموزش مدل‌های کسب‌وکار جدید برای سازمان‌ها و شرکت‌هایی که در مسیر تعالی در حرکت هستند، خبر داد.



محسن صالحی‌نیا



برات قبادیان

جامعه عمل پوشاندن به ایده آل

در ادامه برات قبادیان، معاون آموزش، پژوهش و فناوری وزارت صنعت، معدن و تجارت سرمایه‌های کشور را شامل منابع طبیعی و سرمایه‌های فیزیکی که به‌وسیله انسان ساخته شده است عنوان کرد و گفت: انسان سرمایه اصلی و نقطه مرکزی ما برای توسعه است که نباید نادیده گرفته شود. قبادیان با اشاره به طرح ملی تاپ تصریح کرد: طرحی مفید و موثر است که در وزارت صنعت، معدن و تجارت برای ارج نهادن به سرمایه انسانی دانشگاهی برای حل مشکلات امروز و جامعه عمل پوشاندن به ایده‌آل‌های فردای ما به اجرا معاون آموزش، پژوهش و فناوری وزارت صنعت، معدن و تجارت با توصیه به اساتید برای معرفی سامانه تاپ به دانشجویانی که در آستانه انتخاب موضوع پایان‌نامه هستند، گفت: با این کار، تخصص جوانان در بخش‌هایی که صنعت به آنها نیاز دارد به کار گرفته می‌شود. وی افزود: جوانان متخصص در صورت مهیا بودن سطح معقولی از رفاه و ابزار کار حاضرند به کشور خدمت کنند. کشور نیازی به جمع‌آوری نیروی خارجی ندارد و با فراهم آوردن شرایط سازمانی مناسب می‌توان به اهداف مورد نظر در صنعت دست یافت. قبادیان در بخش دیگری از سخنان خود از انعقاد تفاهمنامه وزارت صنعت، معدن و تجارت با وزارت علوم، تحقیقات و فناوری با موضوع جذب اساتید در مقطع پسادکترا در بخش صنعت و بهره‌مندی از فرصت مطالعاتی خبر داد.

مدل تعالی دیجیتال

ابوالفضل کیانی‌بختیاری، مدیرعامل سازمان مدیریت صنعتی به مدل‌های جدید و نوپدید تعالی سازمانی اشاره کرد و گفت: شاخص‌های دارای اهمیت در این زمینه را بسیج امکانات، ارتقای توان فنی مهندسی، افزایش بهره‌وری، توسعه صادرات و کاهش واردات، سرمایه‌گذاری، تعامل بین‌المللی و تاب‌آوری است. تمامی این شاخص‌ها، شاخص‌های اصلی تعالی هستند و اگر به‌دنبال جهش تولید هستیم باید از مسیر تعالی بگذریم. وی خاطرنشان کرد: انسجام و یکپارچگی که از شاخص‌های مورد توجه در مبحث جهش تولید است در سیستم‌های مدیریت یکپارچه منعکس شده و فرهنگ تعالی و آموزش فرهنگ نیز دارای اهمیت و از ارکان این مدل است.

وی پیش‌نیاز تعالی عملیاتی را در قابلیت یک سازمان برای شناسایی تغییر مورد نیاز و اجرای آن در سازمان در هر زمان و در کوتاه‌ترین و موثرترین شکل ممکن دانست. وی ۳ هرم برای تعالی تحول را فعال‌سازی و توانمندسازی رهبران برای پذیرش و اثر بخش‌سازی تغییرات، همراه کردن فعالانه کارکنان با تحول و افزایش شفافیت و مقیاس‌پذیری فرآیندهای تغییر به‌وسیله ابزارهای روزآمد برشمرد. کیانی‌بختیاری در ادامه به مدل تعالی دیجیتال اشاره کرد و آن را در ۵ سطح حائز اهمیت دانست. سطح استراتژی که فرصت‌های دیجیتال مانند آموزش مجازی، دورکاری، مشاوره و... در آن مطرح است، سطح ارزش‌آفرینی که مبتنی بر درک کامل بازارهای پلتفرمیک و دیجیتال است، سطح شایستگی‌های دیجیتال مشتمل بر شایستگی‌های دیجیتال و دارایی‌های فناورانه مانند دانش فنی، مالکیت معنوی، حق اختراع و... اندازه‌گیری می‌شوند، سطح فرهنگ سازمانی و رهبری تغییر که با نوآوری‌ها و فناوری‌های تحول‌آفرین و نوآوری‌های باز به‌عنوان معیار تعالی سازمانی به‌شمار می‌روند و در نهایت سیستم‌های مدیریت چابک و دیجیتالی شده که برای ارائه اثربخشی پرورش می‌یابند.



نبود نظارت عامل تضییع حقوق مصرف‌کننده



انتخاب ترجیحی مصرف‌کنندگان



حمایت از مصرف‌کننده تنها در حد شعار است

جای خالی حمایت از تولیدکنندگان معدنی



عکس: آیدا فریدی

ملیکا انصاری- در سال‌های اخیر، تحریم‌های سنگین خارجی متغیرهای کلان اقتصادی مانند نرخ ارز را دستخوش تغییر و بنگاه‌های اقتصادی را با نوسانات زیادی روبه‌رو کرد. از طرفی همواره با هدف مهار برخی بی‌ثباتی‌ها و همچنین طبق قوانین کشوری در جهت حمایت از حقوق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان توسط دولت و دستگاه‌های مختلف اقداماتی صورت گرفته است. در بخش معدن نیز مانند باقی بنگاه‌ها و به‌عنوان بخشی که بار اقتصادی کشور را بر دوش دارد، شاهد تاثیر چشمگیر نوسانات بازار و همچنین مشکلات مختص این بخش هستیم. مشکلات و معضلات این بخش همواره ازسوی تولیدکنندگان، مصرف‌کنندگان و فعالان معدنی مطرح می‌شود. حال سوالی که پیش روست آن است که منشأ اصلی اعتراضات صورت گرفته ازسوی جامعه معدنی چیست و چه میزان از آنها را می‌توان به تحریم‌ها نسبت داد. از طرفی ساماندهی تعاملات تولیدکنندگان معدنی که فعالان حوزه اکتشاف و استخراج آن را تشکیل می‌دهند با مصرف‌کنندگان که صنایع پایین‌دستی تولیدات معدنی هستند، بر دوش کدام نهاد است و چه اقداماتی در راستای این امر شکل گرفته است. صمت درباره این موضوع با کارشناسان و فعالان معدنی گفت‌وگو کرده که در ادامه می‌خوانید:

مشکلات پیش روی تولیدکنندگان معدنی



سجاد غرقی، عضو کمیسیون صنایع و معادن اتاق بازرگانی ایران و فعال معدنی درباره مشکلات پیش روی تولیدکنندگان معدنی کشور صمت گفت: بنا بر نظر کارشناسان و فعالان معدنی، به‌طور قطع می‌توان گفت بخش بالادستی و تولیدات معدن دچار سیاست‌های به‌نوعی سرکوب شده است. از جمله این محدودیت‌ها را می‌توان در قیمت‌گذاری‌های دستوری توسط نهادهای دولتی و ایجاد ممنوعیت‌های صادراتی مواد معدنی مشاهده کرد. وی در ادامه افزود: به‌دلیل برخی قوانین تصویب شده در چند سال اخیر، شرایط بازار معدن متحول و کار به‌ویژه برای تولیدکنندگان معدنی سخت شده است. از نمونه‌های بارز این قانون‌گذاری‌ها و تحولات مخرب بازار معدنی می‌توان به ممنوعیت و اعمال محدودیت توسط نهادهای دولتی در زمینه صادرات مواد معدنی و همچنین قیمت‌گذاری‌های دستوری توسط این سازمان‌ها اشاره کرد. وی افزود: از بین تحولات می‌توان نرخ‌گذاری دستوری مواد معدنی در بازار را بانی بیشترین آسیب به بدنه تولیدات معدنی کشور دانست، چراکه در پی این قانون تصویب شده توسط مجلس شورای اسلامی و باقی نهادهای دولتی، معدنکاران و تولیدکنندگان معدنی کشور مجبورند محصولات خود را با قیمتی حدود ۴۰ درصد ارزان‌تر از نرخ واقعی وارد بازار کنند.

▣ رانت در صنایع پایین‌دستی

عضو کمیسیون صنایع و معادن اتاق بازرگانی ایران در ادامه ضمن ابراز نگرانی از مشکلات پیش آمده برای تولیدکنندگان معدنی پیرو اتفاقات اخیر گفت: قیمت‌گذاری‌های دستوری مواد معدنی در بازار و محدودیت‌های صادراتی، مانع توسعه معدن بزرگ‌مقیاس شده و برای معادن کوچک نیز تا الان تعطیلی به‌همراه داشته است. شرایط به‌وجود آمده در بازارهای معدنی و وجود قوانین ذکرشده، به ضرر معدنکار است و این روزها شاهد آن هستیم که تولیدکنندگان معدنی با مشکلات متعددی که ثمره قوانین داخلی است، دست‌وپنجه نرم می‌کنند. وی افزود: از طرفی به‌دلیل وجود ممنوعیت‌های صادراتی برای تولیدات معدنی، معدنکاران مجبورند تمام تولیدات خود را وارد بازار داخلی کرده و تنها از این طریق کسب درآمد دارند و با قیمت‌های تصویب شده اغلب معادن با ضرر مواجه شده‌اند.

علاوه بر آن تمامی این اتفاقات به نفع صنایع پایین‌دستی و مصرف‌کنندگان تولیدات معدنی بوده است؛ به‌عنوان مثال رانت بزرگی برای مصرف‌کنندگان مواد معدنی از طریق ارزان‌فروشی تولیدکنندگان و معدنکاران به وجود آمده که این خود به‌نوعی آسیب‌زا و عامل نابسامانی در بخش معدن کشور شده است.

وی در ادامه افزود: این سودهایی که در اظهار و گاهی عدم‌اظهاری برخی کارخانه‌جات صنایع معدنی مشاهده می‌کنیم هم ناشی از این رانت و فرصت است که در اختیار آنان قرار گرفته و به‌نظر کارشناسان معدنی باید از این اقدامات جلوگیری شود.

▣ راهکارهای پیش رو

این فعال معدنی درباره حل مشکلات امروزه تولیدکنندگان معدنی و حمایت از حقوق آنان گفت: بنا بر عقیده کارشناسان مشخصا مکانیسم ممنوعیت و محدودیت‌های صادرات مواد معدنی کشور که توسط مجلس شورای اسلامی و نهادهای دولتی مربوطه تصویب شده، باید برداشته شود. همچنین سازکار قیمت‌گذاری تولیدات معدنی باید براساس عرضه و تقاضا در بازار باشد تا مشکلات فعلی فعالان معدنی و معدنکاران تا حدودی رفع و حمایت در جهت حقوق تولیدکنندگان معدنی کشور انجام شود. وی افزود: امیدواریم در آینده نزدیک دولت یا مجلس راهکارهایی در جهت رفع این معضلات در بخش معدن در پیش بگیرند و حمایت از تولیدکننده معدنی در دستور کار نهادها و سازمان‌های دولتی قرار گیرد، چراکه با ادامه روند فعلی، در آینده‌ای نه‌چندان دور شاهد تعطیلی بیشتر معادن کوچک و عدم سودآوری معادن بزرگ‌مقیاس خواهیم بود که این نتیجه، اثر خوبی بر اقتصاد کشور نخواهد گذاشت. غرقی همچنین در ادامه اظهار کرد: طی روزهای اخیر شاهد اقداماتی از جمله شروع عرضه در بورس کالا بودیم که اقدام مثبتی تلقی می‌شود و باید دید که این اتفاق چه تاثیراتی داشته و در ادامه چه راهکارهای موثرتری توسط سازمان‌های دولتی و نهادها در پیش گرفته خواهد شد.

بازی دوسر باخت



جدا از موارد یادشده باید به بررسی نقش انکارناپذیر تحریم در کشمکش‌های اقتصادی و معدنی پرداخته شود. این سد مهم اقتصادی تاثیری چشمگیر بر تمامی ابعاد جامعه امروزه ما داشته و نمی‌توان تنها روی مشکلات داخلی ذره‌بین گرفت. در این زمینه صمت با امین صفری، مدیر مجتمع معدنی سرب و روی و باریت مهدی‌آباد گفت‌وگو کرده که در ادامه می‌خوانید. مدیر مجتمع معدنی سرب و روی و باریت مهدی‌آباد ضمن تاکید بر وارد آمدن خساراتی هم برای تولیدکنندگان و هم مصرف‌کنندگان گفت: در مشکلات امروزه کشور اعم از نوسانات ناگهانی و شدید نرخ ارز، نهادهای دولتی در راستای کاهش زیان بنگاه‌های اقتصادی طرح‌هایی را تصویب کردند و به اجرا رساندند؛ هرچند برخی از این طرح‌های شتاب‌زده به نفع فعالان معدنی نبوده و نمی‌توان تعیین کرد تولیدکنندگان معدنی لطمه بیشتری دیده‌اند یا مصرف‌کنندگان و صنایع معدنی، چراکه طی این اتفاقات، یک جریان دو سر باخت ایجاد شده و ضمن کشمکش‌های فراوان بین تولیدکننده و مصرف‌کننده معدنی، حقوق هیچ یک به‌طور قطع رعایت نشده است.

▣ لزوم تشکیل کارگروه تخصصی

این فعال معدنی ضمن ابراز امیدواری نسبت به حل معضلات تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان معدنی گفت: به‌نظر می‌رسد یکی از راهکارهای مناسب در جهت رفع مشکلاتی که بخش معدنی ما را هدف گرفته و در روند تولید و فراوری معدنی خلل ایجاد کرده، تشکیل کارگروه‌های تخصصی با حضور بخش خصوصی معادن اعم از تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان، ایمیدرو و نهادهای دولتی مربوطه است. در این کارگروه‌ها می‌توان متناسب با چشم‌اندازی طولانی‌مدت، برنامه جامع برای تمامی بخش‌های معدنی و صنایع معدنی کشور تدوین کرد؛ به آن معنا که به‌جای تصویب قوانین کلی، به جهت ساماندهی حوزه معدنی کشور برای هر قسمت متناسب با وضعیت موجود و صلاحدید کارشناسان مربوطه و فعالان آن تصمیم مناسبی اتخاذ شود.

سخن پایانی

بنا بر عقیده کارشناسان و فعالان معدنی وجود مشکلات در جهت احقاق حق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان بخش معدنی کشور، از معضلاتی است که با تداوم آن بسیاری دیگر از بنگاه‌های اقتصادی کشور در آینده‌ای نزدیک ضربه خواهند دید و چرخ دیگری از اقتصاد کشور لنگان خواهد شد. امید آن می‌رود با اتخاذ تصمیمات راهبردی و موثر در این بخش، شاهد رونق بیشتر معادن و همچنین توسعه حضور در بازارهای جهانی باشیم.

«جان سخت آمیکو» آمد!



کمپرسی ۱۰ چرخ EEV M۲۶۳۱ به‌عنوان محصول جدید آمیکو صبح امروز (چهارشنبه) با حضور نمایندگان استانداری و فرمانداری آذربایجان شرقی، مدیران عامل ایدم و چرخشگر تبریز، مقام‌های ارشد نظامی و انتظامی استان و شهر جلفا، مدیرعامل سازمان منطقه آزاد، معاونان وزارت صنعت معدن تجارت، و همچنین فعالان و سرمایه‌گذاران صنعت خودرو در محل کارخانه گروه صنعتی ارس خودرو دیزل (آمیکو) برگزار شد.

خط تولید کمپرسی ۱۰ چرخ M2631، در حالی طی این مراسم افتتاح شد که این محصول، تنها خودرویی است که با دانش فنی گروه صنعتی آمیکو به مرحله تولید در تیراژ انبوه رسیده است.

مدیر پروژه توسعه خودروهای سنگین شرکت ارس خودرو دیزل (آمیکو) با اشاره به سابقه درخشان این خودرو، گفت: این محصول از جمله محبوب‌ترین کمپرسی‌های بازار کشور است و امروز نسخه جدید این خودرو به‌عنوان یک محصول به روز شده با پشتیبانی دانش فنی گروه صنعتی آمیکو رونمایی شده است.

محسن باقری در ادامه با اشاره به پتانسیل‌های این خودرو ادامه داد: این خودرو با استاندارد آلایندگی یورو ۵ پلاس و با برند ایرانی تولید می شود که نشان از توانمندی‌های صنعتی کشور و آمیکو دارد.

به گفته وی، از جمله تمایزهای کمپرسی ۲۶۳۱ باید به شاسی دوبل آن اشاره کرد که توانایی حمل بارهای سنگین را برای این خودرو به وجود می‌آورد.

وی با اشاره به مهندسی محصول این خودرو ادامه داد: در مهندسی این محصول از بهترین قطعات و با کیفیت‌ترین مجموعه‌ها استفاده شده است و موضوع بسیار مهم در این خصوص کالیبراسیون یا بومی‌سازی آن با شرایط جاده‌ایی، آب و هوا و سوخت در کشور است. زیرا توجه به این امر باعث شده کمپرسی M2631 آمیکو رقیبی جدی برای دیگر محصولات خارجی در بازار ایران باشد.

باقری تصریح کرد: این خودرو با قدرت ۴۰۰اسب بخار و گشتاور ۱۹۵۰ نیوتن متر و طراحی ضرایب مناسب کاربری در گیربکس و دیفرانسیل‌ها از نظر توانایی های حرکتی نیز به خصوص در حمل بارهای سنگین از بهترین تولیدات صنعت خودرو کشور است.

در این مراسم همچنین مدیر فروش گروه صنعتی آمیکو در خصوص برنامه‌های فروش این محصول، اظهار کرد: فروش کمپرسی ۱۰ چرخ M263 از هفته آینده به صورت مدون و با شرایط بسیار مناسب آغاز خواهد شد.

به گفته وحید عبدالمحمدی، M2631 می‌تواند تا ۲۰ درصد از سهم بازار ایران را کسب کند و در سال ۹۲ با نسل قبل این خودرو این مهم محقق شده بود.

در بخشی از این مراسم، مدیر خدمات پس از فروش گروه صنعتی آمیکو با بیان اینکه برنامه‌ریزی برای قطعات و خدمات پس از فروش کمپرسی ۱۰ چرخ M2631 پیش از مرحله تولید و فروش صورت گرفته است گفت: از ابتدای امسال سفارش‌گذاری قطعات برای خدمات پس از فروش انجام شده است.

رضا گل‌محمدی با بیان اینکه ابزار مخصوص و تجهیزات مورد نیاز در بخش خدمات پس از فروش تهیه شده است، تصریح کرد: در عین حال به شبکه خدمات پس از فروش آموزش‌های لازم ارائه شده است تا از اولین روزهای عرضه خودرو به بازار، مشتریان مشکل خدمات پس از فروش نداشته باشند.

وی با بیان اینکه انبار خدمات پس از فروش این محصول در حال حاضر در سه نقطه تمرکز دارد، اظهار کرد: این سه نقطه در تهران، تبریز و جلفا قرار دارند تا امکان رساندن قطعه با سرعت بیشتری برای مراکز خدمات پس ار فروش فراهم شود.

لازم به ذکر است کمپرسی ۱۰ چرخ M2631 EEV با به روزترین استانداردهای آلایندگی روز اروپا +EURO 5 تولید و به بازار مصرف عرضه خواهد شد. همچنین در این محصول جدید موتور، گیربکس، زیربندی و به‌طور کلی از نظر ساختاری و مکانیکی نسبت به نمونه قبلی تقویت شده و بسیار پرقدرت‌تر شده است.





"آگهی شناسایی تامین کنندگان خرید الکتروموتور برند Helmke"

شرکت مجتمع جهان فولاد سیرجان در نظر دارد نسبت به خرید یک عدد الکتروموتور 200kw برند Helmke از طریق فراخوان عمومی اقدام نماید، لذا از تامین‌کنندگان معتبر که دارای توانایی مناسب و سوابق و تجارب مورد قبول می‌باشند، دعوت به عمل می‌آید، حداکثر تا تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۱۳، نسبت به اعلام آمادگی خود اقدام نمایند. بدیهی است بعد از تاریخ فوق به هیچ درخواستی ترتیب اثر داده نخواهد شد.

مشخصه الکتروموتور

TYPE: DOR315L-04-035, IM:B3, IP:55, 155(F) 50HZ, 500V, 200KW, 279A, 1490RPM, S1, IC411, IE2 ALT:1000m, AMB.TEMP: -15/+60, ANTI COND.HEATER: 100W/230V 2 SET PT100 FOR WINDINGS(2*3PTC), 1SET PT FOR EACH BEARING

مدارک لازم:

- ارسال نامه اعلام آمادگی، رزومه شرکت در خصوص سوابق اجرایی ـ توان مالی ـ توان تجهیزاتی ـ توان فنی و قراردادهای در خصوص موضوع مناقصه، را به نشانی sjsco.dehnavi@gmail.com قبل از تاریخ اعلامی ارسال فرمایند.
- تکمیل فرم خوداظهاری تامین‌کنندگان و ارسال به همراه مستندات مربوطه (دانلود از طریق سایت sjsco.ir در بخش خرید و فروش)
- ارایه مدارک و سوابق هیچگونه حقی را برای متقاضیان ایجاد نخواهد کرد.

واحد تدارکات و خرید شرکت مجتمع جهان فولاد سیرجان

آگهی فراخوان

شرکت شهرکهای صنعتی فارس

شرکت شهرکهای صنعتی فارس در نظر دارد مناقصه عمومی به شماره ۲۰۹۹۰۰۱۰۵۴۰۰۰۱۰۱ را به شرح ذیل به روش یک مرحله‌ای وفق قانون برگزاری مناقصات از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت واگذار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه‌گران و بازگشایی پاکت‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی مراحل ثبت‌نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند.

تاریخ انتشار مناقصه در سامانه ۹۹/۱۲/۰۹ می‌باشد.

ردیف	موضوع	رتبه	مبلغ برآورد	مبلغ تضمین شرکت درمناقصه	مدت (ماه)	محل تامین اعتبار
۱	عملیات واگذاری فعالیت‌های پشتیبانی و خدماتی شرکت شهرکهای صنعتی فارس	اداره کار و امور اجتماعی (پایه خدمات عمومی وخدمات فضای سبز)	۵۶,۱۹۳,۲۴۵,۳۸۹	۲,۸۱۰,۰۰۰,۰۰۰	۱۲	داخلی

۱. زمان دریافت اسناد مناقصه از سایت: از ۱۳۹۹/۱۲/۰۹ لغایت ۱۳۹۹/۱۲/۱۳

۲. آخرین مهلت تسلیم پیشنهاد: پایان وقت اداری روز شنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۲۴

۳. زمان بازگشایی پاکت‌ها: دوشنبه ساعت ۱۰ مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۲۵

اطلاعات تماس دستگاه مناقصه‌گزار جهت دریافت اطلاعات بیشتر در خصوص اسناد مناقصه و ارائه پاکت‌های الف:

آدرس: شیراز - بلوار زند - روبروی دانشکده پزشکی - شرکت شهرکهای صنعتی فارس تلفن: ۳۲۳۶۰۵۷۰

اطلاعات سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: مرکز تماس: ۰۲۱۴۱۹۳۴

اطلاعات تماس دفاتر ثبت نامه سایر استان‌ها، در سایت سامانه (www.setadiran.ir) بخش «ثبت‌نام/ پروفایل تامین‌کننده/ مناقصه‌گر» موجود است.

روابط عمومی شرکت شهرکهای صنعتی فارس

خبر

اقدامات استراتژیک فولاد هرمزگان در افق ۱۴۰۲



براساس فرآیند مدیریت استراتژیک و طبق روال سال‌های گذشته، در جلسه‌ای ۲ روزه، اهداف، شاخص‌ها و اقدامات استراتژیک شرکت فولاد هرمزگان در افق ۱۴۰۰ تا ۱۴۰۲ با حضور مدیرعامل، معاونان و مدیران شرکت نهایی و مصوب شد. به گزارش روابط‌عمومی شرکت فولاد هرمزگان، علیرضا کاظمی، معاون تکنولوژی و توسعه شرکت فولاد هرمزگان درباره فرآیند تدوین اهداف شرکت گفت: فرایند تدوین استراتژی‌ها از نیمه دوم دی ماه آغاز و در کمیته‌های تحول هفت‌گانه تحلیل محیط کلان، تحلیل محیط صنعت و تحلیل محیط درون‌سازمان و شناسایی نیازها و انتظارات ذی‌نفعان، انجام شد. همچنین اهداف و اقداماتی که به‌طور کامل محقق نشده بودند برمبنای منابع و قابلیت‌های موردنیاز و ورودی‌های دیگر از جمله گزارش بازخورد تعالی سازمانی، نتایج خودارزیابی و... بررسی شد. در این جلسات پیشنهاد اولیه اهداف و اقدامات استراتژیک سطح شرکت تدوین و برای جمع بندی آماده شد. در پایان بخش نهایی نیز فرآیند تدوین استراتژی سطح شرکت و جمع‌بندی و تصویب نهایی آن در روزهای دوم و سوم اسفند ۹۹ انجام شد. پس از این جلسه ۲ روزه، اهداف و اقدامات سطح شرکت که در اینجا نهایی شده، در کمیته‌های اصلی تحول شکسته می‌شود و هر کمیته متناسب با نقش خود در این اهداف، اقدامات متناسب تعریف و اجرایی خواهد کرد. وی در پایان از حمایت‌های مدیرعامل شرکت و همکاری و همراهی تمامی همکاران فولاد هرمزگان، به‌ویژه همکاران مهندسی صنایع که محوریت و مدیریت این فرآیند را برعهده داشتند، تشکر کرد و از خداوند منان برای همه کارکنان سلامتی و موفقیت‌های بیش از پیش خواستار شد.

نبود نظارت، عامل تضییع حقوق مصرف‌کننده

مرضیه احقافی
editor@smtnews.ir

خرید مسکن یکی از مهم‌ترین معاملاتی است که شاید برخی تنها برای یک بار آن را در طول زندگی تجربه کنند. قیمت بالای این معامله و اثرگذاری آن بر امنیت و سلامت اعضای خانواده بر اهمیت این خرید بیش از پیش می‌افزاید. با این وجود حقوق روشن و شفافی برای حمایت از مصرف‌کنندگان این حوزه که خریدار مسکن هستند تبیین نشده است. این چالش از حلقه‌های بالادستی آن نشأت می‌گیرد؛ یعنی به همین ترتیب سازکاری برای پیگیری حقوق سازندگان به‌عنوان مصرف‌کننده مصالح ساختمانی همچون سیمان، میلگرد، تیرآهن و... نیز وجود ندارد. کیفیت و قیمت مصالح ساختمانی و فولاد تاثیر بسزایی بر قیمت تمام‌شده ساختمان دارد. در همین حال کیفیت این محصولات نیز ازجمله موارد اثرگذار بر کیفیت مسکن به‌شمار می‌رود. اما درعمل مرجعی موثر و کارآمد بر عملکرد سازندگان و شرایط یادشده رسیدگی نمی‌کند. با توجه به زلزله‌خیز بودن ایران، نبود مرجعی کارآمد برای پیگیری این چالش می‌تواند خطرات جانی و مالی قابل‌توجهی را برای مردم به همراه داشته باشد. کمااینکه طی 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.



عکس: صمت

پیگیری دشوار، مانع رسیدگی



علیرضا پیش‌بین



محمدعلی سبحانی

علیرضا پیش‌بین 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 با کیفیت‌های مختلفی در بازار موجود هستند. در چنین شرایطی برخی از سازندگان ترجیح می‌دهند به‌ازای پرداخت هزینه بیشتر محصولاتی را با کیفیت 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 با کیفیت پایین هستیم. وی افزود: این در حالی است که استفاده از محصولاتی با کیفیت بالا تاثیر 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 به مرور زمان با عیوب مواد اولیه مورد استفاده در ساخت آن مواجه می‌شوند. پیش‌بین در پاسخ به سوالی مبنی‌بر 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.

حمایت‌ها به نفع مصرف‌کننده نیست

محمدعلی سبحانی از فعالان صنعت ساخت‌وساز در گفت‌وگو با صمت در پاسخ به سوالی مبنی‌بر گرانفروشی مصالح ساختمانی و نظارت بر قیمت‌ها گفت: در مواردی شاهد نظارت بر قیمت مصالح ساختمانی همچون سیمان که از روند قیمت‌گذاری دستوری تبعیت می‌کنند هستیم. با این وجود این دست حمایت‌ها در نهایت به نفع مصرف‌کننده نخواهد بود. درواقع این دست نظارت‌ها نمایشی هستند.

در شرایطی که اصرار بر ثابت ماندن قیمت یک محصول خارج از قاعده عرضه و تقاضا وجود دارد، تولیدکنندگان از ارائه محصول سر باز می‌زنند و فعالیت‌های ساخت‌وساز در کمبود مصالح به تعویق می‌افتد. کار به همینجا هم ختم نمی‌شود چراکه این تعویق به منزله 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.

سبحانی در ادامه افزود: محصولات ساختمانی از سیمان و مصالح تا تیرآهن و میلگرد و... با کیفیت‌های مختلفی در بازار موجود هستند. این محصولات بسته به کیفیت با قیمت‌های متفاوتی عرضه می‌شوند. با وجود تمام تفاوت‌ها در کیفیت این محصولات، عموما حداقل استاندارد در روند تولید این محصولات اخذ شده که مجوز ورود به بازار را یافته‌اند؛ یعنی حداقل معیارهای کیفیت در روند تولید آنها پاس شده است. سبحانی در پاسخ به سوالی مبنی‌بر تخریب واحدهای مسکونی نوساز کشور در زلزله‌ها نه‌چندان با ریشتر بالا گفت: این ضعف از دلایل مختلفی نشأت می‌گیرد و کیفیت پایین محصولات ساختمانی یا میلگرد و... تنها یکی از این عوامل 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. وی افزود: اما باید اقرار کرد سازندگان نسبت به کاری که انجام می‌دهند یا 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 مورد بحث هستند. مصرف‌کننده‌ای که هیچ اشرافی به ایرادات محصول خریداری شده ندارد و تنها براساس 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.

سخن پایانی

مسکن با زندگی و امنیت مردم سروکار دارد. درنتیجه کیفیت مصالح به‌کاررفته در ساخت‌وساز اهمیت ویژه‌ای دارد. اما نبود مرجعی مشخص برای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در حلقه‌های مختلف تولید، امکان سودجویی را در این بازار فراهم کرده است. موضوعی که به واسطه اثرگذاری آن بر جان انسان‌ها و خطرات زندگی در کشوری زلزله‌خیز باید بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد.

نوبت دوم

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای توام با ارزیابی کیفی

شرکت آب و فاضلاب استان یزد

شرکت آب و فاضلاب استان یزد در نظر دارد از محل اعتبارات غیرعمرانی (داخلی) نسبت به واگذاری عملیات مشروحه ذیل از طریق برگزاری مناقصه عمومی یک مرحله‌ای توام با ارزیابی کیفی به پیمانکار واجد شرایط اقدام نماید.

ردیف	موضوع عملیات	برآورد اولیه ریال	مدت اجرا	تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار ریال	گواهی صلاحیت
۱	بهره‌برداری، نگهداری، تعمیرات و بازسازی تاسیسات آب شرب روستاهای بخش سیزدشت و مبارکه بافق	۴،۹۴۰،۳۳۱،۸۷۷	۱۲ ماه	۲۴۷،۰۰۰،۰۰۰	رشته آب یا بهره‌برداری در رشته آب
۲	بهره‌برداری، نگهداری، تعمیرات و بازسازی تاسیسات آب شرب شهرستان میبد و ندوشن	۱۵،۶۳۳،۴۸۳،۷۲۸	۱۲ ماه	۷۸۲،۰۰۰،۰۰۰	رشته آب یا بهره‌برداری در رشته آب
۳	نصب انشعاب آب و خدمات نصب شهرستان میبد و ندوشن و روستاهای تابعه	۲،۴۲۱،۰۷۴،۹۰۱	۱۲ ماه	۱۲۲،۰۰۰،۰۰۰	رشته آب یا کار مشابه
۴	نصب انشعاب آب و خدمات نصب شهرستان اردکان و روستاهای تابعه	۲،۶۱۲،۳۶۶،۲۳۱	۱۲ ماه	۱۳۱،۰۰۰،۰۰۰	رشته آب یا کار مشابه
۵	نصب انشعاب آب و خدمات نصب شهرستان اشکذر، زارچ و روستاهای تابعه	۱،۶۴۷،۳۱۴،۰۰۰	۱۲ ماه	۸۲،۵۰۰،۰۰۰	رشته آب یا کار مشابه
۶	اجرای خطوط آبرسانی از مخزن غدیر (قسمت دوم) شهر یزد (سری دوم)	۶۶،۲۵۲،۳۰۶،۳۵۰	۶ ماه	۳،۳۱۳،۰۰۰،۰۰۰	رشته آب
۷	اجرای خط انتقال ولایت از سایت ولایت یزدگرد تا سایت مخزن اکرمیه	۷۳،۹۸۱،۱۱۰،۳۳۸	۹ماه	۳،۷۰۰،۰۰۰،۰۰۰	رشته آب
۸	برق‌رسانی به ایستگاه پمپاژ چاه‌های صدرآباد شهرستان بافق	۱،۵۸۹،۳۰۸،۳۷۲	۴۵ روز	۷۹،۵۰۰،۰۰۰	رشته برق
۹	برق‌رسانی به ۴ حلقه چاه جدید جاده کمربندی شهرستان میبد	۸،۲۸۸،۲۷۳،۷۳۵	۲ ماه	۴۱۴،۵۰۰،۰۰۰	رشته برق
۱۰	لوله‌گذاری آب و احداث حوضچه درخواست‌های مردمی سطح شهر میبد (مرحله سوم ۹۹)	۳،۸۹۹،۰۸۵،۲۶۵	۵ ماه	۱۹۵،۰۰۰،۰۰۰	رشته آب

لذا کلیه متقاضیان می‌توانند جهت دریافت اسناد ارزیابی کیفی و مناقصه از تاریخ انتشار آگهی پس از ثبت‌نام در پایگاه این شرکت به نشانی www.abfayazd.ir و واریز هزینه اسناد به‌صورت اینترنتی نسبت به دریافت آن اقدام فرمایند.

همچنین متقاضیان می‌توانند به صورت حضوری در ساعات اداری به نشانی مناقصه‌گزار واقع در شهر یزد، خیابان آیت‌ا... کاشانی، دفتر قراردادها مراجعه و اسناد مناقصه را دریافت نمایند. جهت کسب اطلاعات شماره تلفن ۳۱۶۴۱۵۵-۰۳۵ اعلام و تصریح می‌گردد مستندسازی در پایگاه اطلاع‌رسانی مناقصات به نشانی iets.mporg.ir قابل مشاهده می‌باشد.

مراحل و زمان بازگشایی پاکات:
آخرین مهلت ارایه پیشنهادات به دبیرخانه مناقصه‌گزار تا ساعت ۱۴ مورخ ۹۹/۱۲/۱۸ خواهد بود.
پاکت‌های مناقصه‌گران توسط کمیسیون مناقصه‌ای که در ساعت ۱۰ صبح مورخ ۹۹/۱۲/۲۰ در محل اتاق جلسات کارفرما، واقع در ساختمان ستاد تشکیل می‌گردد، بازگشایی خواهد شد.

شرکت آب و فاضلاب استان یزد (سهامی خاص)

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۹/۱۲/۰۶ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۹/۱۲/۰۹

نوبت دوم

آگهی مناقصه عمومی یک‌مرحله‌ای
شماره: ۵۲۴۲۹۴۱۴

شرکت فولاد خوزستان
«سهامی عام»

مناقصه‌گذار: شرکت فولاد خوزستان
شرح مناقصه: احداث فضای سرپوشیده جهت نگهداری آهن اسفنجی در ضلع شمالی
نوع مناقصه: عمومی یک‌مرحله‌ای
مدت زمان: ۲۴ ماه
مهلت اعلام آمادگی: تا پایان وقت اداری روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۱۸ (با ارسال ایمیل به نشانی زیر)
داوطلبان شرکت در مناقصه با مراجعه به وب‌سایت www.ksc.ir منوی مدیریت خرید و تامین‌کنندگان، ضمن ثبت‌نام و درج کلیه اطلاعات عمومی و تکمیلی خود، مستندات و مدارک لازم را پیوست نمایند.
دریافت اسناد مناقصه (پس از ارائه گواهی صلاحیت ایمنی اداره کار و تائید واحد ارزیابی تامین‌کنندگان) از تاریخ ۱۳۹۹/۱۲/۲۶ به مدت دو روز در قبال ارائه اصل رسید واریز مبلغ ۵۰۰،۰۰۰ ریال (غیرقابل استرداد) در وجه شرکت فولاد خوزستان

تاریخ تحویل پیشنهادات: روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۲/۰۶
تاریخ گشایش پاکات پیشنهاد قیمت/ فنی: روز سه‌شنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۲/۰۷
مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۵،۷۵۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال
نوع تضمین: ۱) ضمانتنامه معتبر بانکی ۲) چک تضمینی و یا واریز مبلغ در وجه شرکت فولاد خوزستان ۳) انجام بلوکه مالی از مطالبات شرکت‌کننده نزد فولاد خوزستان
شماره حساب واریز وجه:
الف) حساب سپهر ۰۱۰۰۳۰۴۴۵۳۰۰۱ بانک صادرات شعبه مجتمع فولاد اهواز کد ۳۸۸۲
ب) حساب سیبا ۰۱۰۲۵۱۳۱۸۶۰۰۲ بانک ملی شعبه مجتمع فولاد اهواز کد ۶۵۳۲
نشانی شرکت: اهواز - کیلومتر ۱۰ جاده اهواز بندر امام، شرکت فولاد خوزستان، مدیریت: خرید خدمات و قراردادها
تلفن: ۰۶۱-۳۲۱۳-۶۴۶۴
ایمیل: AH.FAZELI@KSC.IR

روابط عمومی شرکت فولاد خوزستان

تاریخ انتشار اول ۱۳۹۹/۱۲/۰۶ تاریخ انتشار دوم: ۱۳۹۹/۱۲/۰۹

با ماسبک زندگی اقتصادی
را گسترش دهید

آخرین اخبار و
تازه ترین تحلیل ها را در
پایگاه خبری «گسترش نیوز» دنبال کنید

www.Gostaresh.news

گسترش تجارت
شنبه
۹ اسفند ۱۳۹۹
۱۵ رجب ۱۴۴۲
۲۷ فوریه ۲۰۲۱
شماره ۱۷۴۰
پیاپی ۳۰۵۸
www.Tejaratdaily.com



چشم مردمی مردم



بی‌اعتمادی، فعال باز ار را سرخورده می‌کند



تیشه مهندسی غلط توزیع بر ریشه صنعت

در گفت‌وگوی صمت با مجید ارغنده‌پور مطرح شد

در حمایت از مصرف‌کننده چگونه بوده‌ایم؟

حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان اگرچه از موضوعاتی است که مسئولان و دست‌اندرکاران همیشه درباره آن صحبت می‌کنند و بر آن تاکید دارند، اما همواره موضوع گلایه مصرف‌کنندگان و مردم بوده است. اما به‌راستی آیا مصرف‌کننده واقعا نیاز به حمایت دارد؟ این حمایت باید در چه حد و به چه شکل باشد؟ آیا در این سال‌ها توانسته‌ایم در این مسیر به شکل مطلوب گام برداریم؟

این پرسش‌ها بخشی از موضوع گفت‌وگوی اختصاصی صمت با مجید ارغنده‌پور، مدیرکل هماهنگی امور استان‌ها و نظارت بر تشکل‌های سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان و دبیر همایش روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان است که شرح آن را در ادامه می‌خوانید.



◉ به‌عنوان نخستین پرسش، بحث حقوق مصرف‌کننده، از چه زمانی وارد ادبیات تجارت و کسب و کار شد؟

درواقع باید این‌طور گفت که اقتصاد در تعریف‌های سنتی و قدیمی خود، تنها موضوعاتی را دربر می‌گرفته که نیازها و اولویت‌های مهم بشر را تامین کند و توجه چندانی به موضوعاتی مانند تقاضا و خواست مصرف‌کننده نداشته است اما به مرور و با تشکیل جامعه صنعتی و شکل‌گیری مقوله‌هایی مانند تولید انبوه، دانش بیشتری در این موضوع وارد می‌شود که خواست و نیاز افراد جامعه را نیز به‌عنوان یک مولفه در اقتصاد مطرح می‌کند و رفاه در زندگی انسان دارای نقش جدی‌تری می‌شود. در این روند مشتری برای خود حق انتخاب قائل می‌شود و با توجه 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 نیز باید معیارهای مختلفی مثل قیمت، کیفیت، ایمنی و زیبایی داشته باشد.

◉ این حقوق در هر نگاه بین‌المللی هم تعریف مشخصی دارد؟

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، این موضوع معنای پذیرش واحد و راحت‌تری در میان کشورها پیدا کرد. از آن پس این مفهوم به‌عنوان یک مفهوم مشترک در اقتصاد و تجارت کشورهای مختلف ایفای نقش کرد.

◉ این مبانی بیشتر شامل چه مواردی بودند؟

در منشور ملل متحد ۸ موضوع به‌عنوان حقوق مصرف‌کننده مطرح می‌شود که برای هر یک توضیحاتی نیز وجود دارد. اطلاع‌رسانی شفاف به مصرف‌کننده که بیانگر این موضوع است که مصرف‌کننده حق دارد اطلاعات مختلفی را درباره موضوع و کالای مورد انتخاب خود، از منابع مختلف دریافت کند؛ البته این امر امروز با جست‌وجویی ساده در اینترنت یا در جریان برقراری یک گفت‌وگوی ساده با دست‌اندرکاران امر نیز قابل‌دسترس است. موضوع بعدی در این زمینه آموزش مصرف‌کننده است که بیان می‌کند با توجه 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 در منشور ملل متحد درباره حقوق مصرف‌کننده است که براساس این اصل، مصرف‌کننده حق دارد از کیفیت مناسب کالای مورد استفاده برخوردار باشد. استاندارد در روزگار گذشته به کیفیت فیزیکی کالا محدود می‌شد اما توسعه در این حوزه، باعث شد تا استفاده‌ای که مصرف‌کننده از کالا می‌کند نیز جزو این مولفه‌ها قرار گرفت و درواقع حقوق مصرف‌کننده در استانداردها نیز وارد شد. ایمنی، سلامت و بهداشت دو موضوع مهم دیگر جهانی درباره حقوق مصرف‌کننده هستند. این مولفه‌ها تضمین می‌کنند که مصرف‌کننده بتواند از یک کالا بدون اینکه سلامت او را به خطر بیندازد، استفاده کند. بازار ضدانحصار هم جزو اصولی است که حقوق مصرف‌کننده در نگاه جهانی به آن اشاره دارد؛ در این نگاه مصرف‌کننده باید بتواند از بازار غیرانحصاری استفاده کند؛ بازاری که رقابت در آن جریان دارد و حق انتخاب برای مصرف‌کننده آن به رسمیت شناخته شود. تشکل 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. و در نهایت می‌بینیم که در حمایت از حقوق مصرف‌کننده در نگاه جهانی حتی موضوع محیط‌زیست سالم نیز مورد تاکید قرار گرفته است.

◉ آیا این موضوعات در کشور ما نیز به همین شکل مورد توجه قرار دارند؟

در ایران نیز مصرف‌کننده تقریبا همین سیر را تا رسیدن به شرایط کنونی طی کرده اما باید این نکته را نیز در نظر گرفت که کشور ما به دلیل رویارویی با شرایط مختلف اقتصادی، در این باره متفاوت عمل کرده است. در هر حال در اقتصادی که در کشور رشد قابل‌ملاحظه‌ای داشته، به همان نسبت تعریف حقوق مصرف‌کننده نیز توسعه پیدا کرده و متناسب با تعریف‌های جهانی آن دچار تحول شده است. در حقیقت مفاهیم و ادبیاتی که در منشور ملل متحد وجود دارد در کشور ما نیز در مقاطع مختلف مثل قوانین، ساختارها و مقررات آمده است. البته جدا از این موارد، در سال ۱۳۸۸ یک قانون در مجلس شورای اسلامی به نام قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به تصویب رسیده تا مسیری برای حمایت بیشتر از مصرف‌کننده را ایجاد کند.

◉ آیا این قانون همه حقوق مصرف‌کننده را در خود جا داده است؟

پاسخ این پرسش قطعا منفی است زیرا همان‌طور که می‌دانید در هر یک از این موضوعات مانند محیط زیست، بهداشت و سلامت، کیفیت، بازار، تجارت و نظام صنفی، قوانین و بخش‌های مجزای خود را داریم. درواقع نگاه این قانون بیشتر چند مطلب اصلی که از جمله مهم‌ترین آنها وجود تشکل برای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان بوده و تشکیل ساختار انجمن حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان استوار شده است. از دیگر موضوعات مورد تاکید این قانون نیز نکاتی درباره حق انتخاب و برطرف کردن مشکلات بازار برای مصرف‌کننده مثل گارانتی، وارانتی و عیب و نقص کالاها بوده است.

◉ در کشور ما نهادهای مختلف دست‌اندرکار حقوق مصرف‌کنندگان هستند؛ آیا وجود این همه نهاد دست‌اندرکار واقعا لازم بوده است؟

باید به این نکته توجه داشته باشیم که بیشتر نهادهایی که در حال حاضر در این موضوع دخیل هستند به صورت اختصاصی برای حمایت از حقوق مصرف‌کننده تشکیل نشده‌اند و ماموریت‌ها و اهداف بخشی خود را دارند. اما مفاهیم حمایت از حقوق مصرف‌کننده به دلیل همخوانی با فعالیت این نهادها، به این موضوع ورود کرده‌اند. سازمان استاندارد، سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، ستاد تنظیم بازار، بخش‌های مختلف در وزارت جهاد کشاورزی، بخش‌های مختلف در دانشگاه‌های علوم پزشکی و سازمان حفاظت محیط‌زیست از آن جمله‌اند.

◉ آیا در سایر کشورها نیز چنین ساختارهایی وجود دارد؟

در دنیا معمولا در نظام‌های اداری و مدیریتی تلاش می‌کنند تا ساختارهای دولتی در مباحث مربوط به نظارت کلان حضور یابند اما در کنار آن حتما مردم به‌عنوان مصرف‌کنندگان بلندگوی خود را داشته باشند.

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 درحالی که این رقم در دنیا معمولا ۲۵۰ است. این اتفاق باعث می‌شود که نظام توزیع پراکندگی زیادی پیدا کند و دچار هزینه‌های مازاد زیادی مانند هزینه‌های نیروی انسانی و هزینه‌های جاری می‌شود. همچنین در این حالت یک نظام دلالی هست که به دلیل جابه‌جایی بیش از حد کالا شکل می‌گیرد. بنابراین شرایط نظارت در کشورهای دیگر بسیار ساده‌تر است.

◉ آیا به همین دلیل است که قوانین تدوین شده در این حوزه در کشور بیشتر فقط روی کاغذ اعتبار دارند؟

در ایران به‌ویژه در چند سال گذشته، عواملی مثل نقدینگی که بر اقتصاد کلان تاثیرگذار بوده دچار چالش‌های فراوان شده است و مثلا وقتی همین نقدینگی به سمت هر یک از بازارها می‌رود، آن بازار را دچار آشفتگی می‌کند. نکته دیگر که باید در ارزیابی میزان حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در کشور مورد توجه قرار گیرد تحریم‌ها هستند. در این زمینه تحریم‌ها بازار ایران را از یک بازار قابل مدیریت به یک بازار با شرایط خاص بدل می‌کنند. نهادهای مسئولی که این بازار را نظارت می‌کنند، سعی دارند بهترین راه‌حل‌ها را برای مدیریت آن در پیش بگیرند اما در این زمینه مشکلات فراوان است. مثلا در زمینه ارائه مرغ، دولت قصد دارد این کالا در همه بخش‌ها به سمت حمایت از حقوق مصرف‌کننده سوق یابد؛ یعنی آن را برای مصرف‌کننده به‌ویژه قشرهای آسیب‌پذیر قابل خرید کند. در نتیجه با تامین نهاده، نظام دستوری نرخ و تنظیم بازار، این شرایط را فراهم کند اما هر کنترل در این نظام صنفی ۳ میلیونی و شرایط اقتصادی پرچالش، نظارت بر این شبکه را با مشکلات جدی روبه‌رو کرده و آن را نیازمند ابزارهای نظارتی دیگری می‌کند تا به هدف برسد.

◉ آیا سیستم‌های حمایت از حقوق مصرف‌کننده ما قابل قیاس با کشورهای پیشرو در بحث تجارت و کسب‌وکار هست؟

مقایسه در هر موضوعی، زمانی میسر خواهد بود که شرایط برابر وجود داشته باشد اما در این باره کشور ما هیچ‌گاه شرایط یکسان با دیگر کشورها نداشته و چالش‌های فراوانی پیش رو داشته است. امروز شرایط تامین کالا و همین‌طور ارز در کشور ما با کشورهای دیگر متفاوت است و طبیعی است که در این شرایط نابرابر، نمی‌توان انتظار بازده برابر نیز داشت. طبیعتا اگر بخواهیم امروز سنجشی درباره میزان رضایتمندی مردم داشته باشیم، مشتری ایرانی از شرایط موجود راضی نیست زیرا منابع درآمدی و کسب مردم با هزینه‌هایی که بر آنها وجود دارد، برابر نیست.

◉ آیا برای جبران این نقص می‌توان تدبیر مناسبی اندیشید؟

اگر به‌طور کلی بخواهیم در این باره اظهارنظر کنیم، باید بگوییم نخستین نقش در این موضوع برعهده مصرف‌کنندگان است و این مردم هستند که خواسته‌های خود را بر بازار و اقتصاد دیکته می‌کنند؛ یعنی آنها هستند که تعیین می‌کنند، شرایط بازار، نظام بازار و نظام فعالیت تاثیرگذاران در اقتصاد باید چگونه باشد تا آنها رضایت داشته باشند.

◉ یعنی برای رسیدن به نتیجه مطلوب در موضوع حمایت از مصرف‌کنندگان، خواست مصرف‌کنندگان کافی است؟

مصرف‌کنندگان بی‌شک نقش مهمی در بهبود این فرآیند دارند اما در عین حال یک مدیریت جامع بر اقتصاد لازم است تا بتواند تامین درآمدی 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 از سوی نهادهای دولتی، در بازار 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 که هر مداخله با مقاومت مواجه می‌شود.

◉ و در نهایت با توجه به اختصاص روزی به نام حمایت از حقوق مصرف‌کننده و جایگاه واقعی این حق در اقتصاد امروز ایران، اجرای چه اقدامات و تدابیری را پیشنهاد می‌کنید؟

جدا از خواست مصرف‌کنندگان و برنامه‌ریزی کلان در این حوزه، نیازمند اصلاح برخی رفتارها نزد مصرف‌کنندگان نیز هستیم که در نهایت به حمایت از خود آنها منجر می‌شود. درواقع برخی از رفتارهای مصرف‌کنندگان باید از سوی خود آنها اصلاح شود. مثلا ما در سرانه مصرف کالاهای اساسی مصرف شکر، الگوی مصرف غلطی را دنبال می‌کنیم. بنابراین آموزش مناسب برای رفتار مناسب در این موارد لازم است و بهترین گروه‌های موثر برای این آموزش و اصلاح همین گروه‌های مردمی و تشکل‌ها هستند. علاوه‌بر لزوم برنامه‌ریزی مناسب نهادهای بالادستی ما به‌عنوان مصرف‌کننده نیز باید مصرف درست را یاد بگیریم و همچنین در کنار آن باید نحوه درست خریدن را بیاموزیم. اگر همگی نقش خود را به‌درستی ایفا کنیم، می‌توانیم شاهد حمایت مطلوب از تولیدکننده، مصرف‌کننده و اقتصاد کشور باشیم و در درازمدت برای توسعه اقتصادی و تجاری کشور برنامه‌ریزی کنیم.

پیمان صفردوست
editor@smtnews.ir



مجید ارغنده‌پور

مداخله نهادهای دولتی در بازار کاری از پیش نمی‌برد و برای دستیابی به اهداف منطقی در این مقوله بیشتر نیازمند سامان‌دهی و سازمان‌دهی هستیم

یادداشت

حمایت از مصرف‌کنندگان و رشد و توسعه اقتصادی



داود چراغی / استادیار موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

شکل‌گیری رقابت سالم و سازنده در فرآیندهای مختلف زنجیره تامین و عرضه محصولات زمانی به وجود 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 به صورت 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. به مرور 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 که استانداردها قلمرو اقتصادی کشورها به‌ویژه کشورهای توسعه‌یافته طیف وسیعی از فرآیندهای مختلف سمت عرضه و تقاضای اقتصاد شامل می‌شود. استانداردهای سمت عرضه بسته به نوع و ماهیت محصولات یا گروه‌های کالایی یا خدماتی، گسترده 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 جبران کنند. داشتن قانون حقوق مصرف‌کنندگان مترقی و پویا از جمله علل رشد فضای رقابتی سالم و سازنده است. درنتیجه، مفاد قانون حمایت در جهت منافع عموم مردم حتی فعالان عرضه محصولات در داخل و بازارهای جهانی است به گونه‌ای که می‌توان اذعان داشت هرچه قانون حمایت مصرف‌کنندگان به موضوعات کمتر و بی‌اهمیت بپردازد، آنگاه فضای رقابت در کسب‌وکارها به نفع اجحاف، تقلب، کلاهبرداری و... است. در مقابل هرچه این قانون مترقی‌تر، کاراتر، به‌روزتر، مشخص و شفاف باشد، فعالان اقتصادی در حلقه‌های مختلف اقتصادی با توجه به دانش، تخصص، نوآوری، خلاقیت و در کل انجام کارش با کیفیت بالاتر، قیمت کمتر، تنوع بالاتر و... بیشتر و بیشتر موفق می‌شوند. اما متاسفانه در ایران بعد از شروع فعالیت 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 در جهان یکی از کوچک‌ترین قوانین حقوق مصرف‌کنندگان است که فقط ۷ صفحه به‌صورت محدود و تنها به مباحث فرعی و کم‌اهمیت اقتصاد برای مصرف‌کنندگان پرداخته است. درحالی 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. در نتیجه برای برقراری 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 با کیفیت، قیمت مناسب و دارای تنوع محصول برای افراد مختلف هدایت می‌شوند چراکه در صورت عدم رضایت 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 بسیار دشوار و پرهزینه برای عرضه‌کنندگان می‌شود. در کل اگر قوانین حمایت مصرف‌کنندگان به‌خوبی و کارشناسانه تدوین نشده باشد، در کنار آن، به پیش‌فرض‌های بازارهای رقابتی هم در تدوین استانداردهای سمت عرضه هم توجه نشده باشد، به مرور به جای 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. در نتیجه برای برقراری فضای رقابتی حامی حق و حقوق مصرف‌کنندگان، باید اقداماتی همچون تدوین، تصویب و ابلاغ قانون حمایت 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 حقوق مصرف‌کنندگان سوءاستفاده می‌کنند.

بیانیه

۴ مطالبه برای حمایت از مصرف‌کننده

نهم اسفند در تقویم ملی به‌عنوان روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان نام‌گذاری شده است. به مناسبت 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 موجب افزایش نرخ تمام‌شده کالاهای تولیدی و وارداتی می‌شوند که لازم است این اقدامات در کارگروه‌های فرابخشی از جمله کارگروه تنظیم بازار کشور با ایجاد هماهنگی‌های بیشتر از قبل بین نهادهای اجرایی به صورت 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 به بهانه 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 شده که حق انتخاب در خرید کالا و خدمات موردنیاز است 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 به صورت 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 شده 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.

به منظور 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 به صورت 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.

درنهایت 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.

تشکل‌ها چه نقشی در حمایت از حقوق مصرف‌کننده دارند

چشم مردمی مردم

پیمان صفردوست: در کشور ما در سال‌های اخیر صحبت‌های فراوانی درباره نقش تشکل‌های مردمی، سمن‌ها و انجمن‌های مردم‌نهاد در اداره بخش‌های مختلف اجرایی و نظارتی به میان آمده، اما آنچه در عمل شاهد آن هستیم، این است که این تشکل‌ها کاری چنان بایسته و شایسته از پیش نمی‌برند، این در حالی است که بسیاری از امور در کشورهای پیشرفته سال‌هاست که در اختیار نهادهای مردمی قرار دارد.

در همین راستا موضوعی که مهم به‌نظر می‌رسد این است که آیا در مسائلی مانند حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان نیز انجمن‌ها و نهادهای مردمی می‌توانند موثر باشند و این روند در کشور ما تا چه حد پیشرفت داشته است. با گزارش روزنامه صمت در این باره همراه باشید:



عکس: آیدا فریدی

تشکل‌ها نیاز به‌دست باز دارند



مهدی نجف‌پور، رئیس انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در این باره در گفت‌وگو با صمت عنوان کرد: حقیقت این است که مصرف‌کنندگان در سال‌های اخیر وضعیت چندان مناسبی نداشته‌اند و به‌نظر می‌رسد روز ۹ اسفند که قرار بود روزی برای گرامیداشت حقوق مصرف‌کنندگان باشد، حالا به بهانه‌ای برای فریاد حقوق از دست رفته مصرف‌کنندگان تبدیل شده است. نجف‌پور افزود: آنچه در حال حاضر درباره حقوق مصرف‌کنندگان شاهد هستیم، قوانین و مصوباتی است که روی کاغذ نوشته می‌شوند اما در عمل کمتر شاهد اثرات آن هستیم و این قشر به‌دلیل نداشتن پایگاه و جایگاه مناسب همواره جزو مظلوم‌ترین اقشار در همه موضوعات بوده‌اند.

▣ حمایت نامطلوب از حقوق مصرف‌کننده

وی با اشاره به اینکه ما همواره دچار مشکلات پایه‌ای در این حوزه هستیم، افزود: نمی‌توانیم موضوع حمایت نامطلوب از حقوق مصرف‌کننده را به گردن نهاد یا ارگان خاصی بیندازیم و باید بپذیریم که در یک نگاه کلی، نظام تامین، تولید و توزیع در کشور ما، یک نظام فرسوده و بیمار است که عواملی متعددی در آن دخیل هستند. نجف‌پور بیان کرد: زمانی می‌توانیم به رعایت حقوق مصرف‌کنندگان در کشور امیدوار باشیم که برنامه‌ریزی درست در این زمینه از ابتدای زنجیره تا حلقه نهایی انجام شود، این در حالی است که وقتی بخشی‌نگری در کشور ما وجود دارد، گاهی فقط منافع بخشی اهمیت پیدا می‌کند و در نهایت حقوق مصرف‌کننده در مسیر نادرست هدایت می‌شود.

▣ مشکلات و چالش‌های مصرف‌کنندگان

رئیس انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان همچنین گفت: مصرف‌کنندگان در این سال‌ها با مشکلات و چالش‌های فراوانی روبه‌رو هستند که از مهم‌ترین آنها می‌توان به مطالبه درباره کاهش نرخ تمام‌شده کالاها اشاره کرد. بدون شک این فرآیند می‌تواند با کاهش بروکراسی و دیوانسالاری اداری و همین‌طور جلوگیری از انحصار و فساد حاصل شود. وی از مشارکت دادن تشکل‌های مصرف‌کنندگان در سیاست‌گذاری‌های این حوزه به‌عنوان یکی از مطالبات جدی مصرف‌کنندگان یاد کرد و افزود: باید به این نکته نیز توجه داشت که نظارت بر بازارهای مصرف یکی از مواردی است که همواره مورد گلایه مصرف‌کنندگان بوده و باید فکری اساسی و جدی درباره آن کرد.

▣ درج قیمت‌های صوری روی کالاها

نجف‌پور همچنین خاطرنشان کرد: یکی دیگر از دغدغه‌های اساسی مصرف‌کنندگان، درج قیمت‌های واقعی روی کالاهاست، اما متاسفانه می‌بینیم که درج قیمت‌های صوری روی کالاها امروز دیگر تبدیل به یک فرهنگ شده که از آن برای تبلیغات اغواگرانه و ارائه تخفیفات دروغین استفاده می‌شود. رئیس انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در ادامه تاکید کرد: اقداماتی در راستای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان انجام شده اما این اقدامات بیشتر جنبه شعاری داشته‌اند. وی تصریح کرد: انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به عضویت ستاد تنظیم بازار کشور و همچنین کمیسیون نظارت بر سازمان‌های صنفی استان‌ها و برخی دیگر از نهادها درآمده اما نکته اینجاست که این عضویت به‌تنهایی کافی نیست و اثربخشی موردنظر را نخواهد داشت. در حقیقت تا زمانی که تامین منابع مورد نیاز در این زمینه اتفاق نیفتد، شاهد حرکت‌های رو به جلوی جدی نخواهیم بود و جا دارد در این زمینه نیز برنامه‌ریزی‌های لازم انجام شود.

▣ مقایسه با کشورهای پیشرفته

نجف‌پور در قیاس نقش تشکل‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در ایران و کشورهای پیشرفته یادآور شد: در کشورهای پیشرفته می‌بینیم که اثربخشی تشکل‌هایی که مدافع حقوق مصرف‌کنندگان هستند، حتی از نهادهای دولتی نیز بیشتر است. نفوذ این تشکل‌ها در میان مردم تا حدی است که اگر کالایی در لیست سیاه آنها قرار گیرد، مردم به‌دلیل اعتمادی که به آنها دارند، آن کالا را به کلی از سبد خرید خود حذف می‌کنند و به همین دلیل تولیدکنندگان نظارت آنها را به‌عنوان نگاه مردم بسیار جدی می‌گیرند، اما در کشور ما این قبیل تشکل‌ها هم نوپا هستند و هم مسئولان دولتی اغلب حضور چنین تشکل‌هایی را در کنار خود برنمی‌تابند و به همین دلیل اگر حمایتی هم روی کاغذ از این تشکل‌ها صورت می‌گیرد، در عمل به‌سختی اجرا می‌شود. نجف‌پور در پایان گفت: در نهایت به‌نظر می‌رسد اگر قصد ما واقعا حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان است، باید به تشکل‌های مردمی در این زمینه توجه بیشتری داشته باشیم و اختیارات اجرایی آنان را مورد تجدید نظر قرار دهیم و از آنها به‌عنوان یک ناظر دست و پا بسته استفاده نکنیم.

انجمن نباید نمایشی باشد



حسین ابراهیمی از دیگر اعضای انجمن حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان که سابقه ریاست این انجمن را نیز در کارنامه کاری خود دارد، درباره نقش فعلی تشکل‌ها در حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در گفت‌وگو با صمت عنوان کرد: برای اینکه بدانیم جایگاه حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در کشور کجاست، باید در گام اول به این موضوع بپردازیم که انجمن حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در حال حاضر در کشور در چه جایگاهی است و تا چه حد برای انجام وظایف ذاتی خود اختیار دارد. ابراهیمی در این باره افزود: متاسفانه در حال حاضر کمتر نشانی از انجمن حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و نقش آن در دفاع از حقوق مصرف‌کنندگان دیده می‌شود. با این شرایط چگونه می‌توان انتظار داشت که انجمن بتواند در این زمینه کاری از پیش ببرد.

▣ نمی‌توان تنها به وجود انجمن اکتفا کرد

وی با اشاره به اینکه انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان سومین دوره فعالیت خود را پشت سر می‌گذارد، خاطرنشان کرد: نمی‌توان تنها به وجود انجمن در هر حوزه اکتفا کرد و ما زمانی می‌توانیم در حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان کاری از پیش ببریم که این انجمن بتواند نقش خود را در سیاست‌گذاری و نظارت‌های این حوزه ایفا کند. رئیس سابق انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان تصریح کرد: وجود انجمن‌های مردمی برای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در حال حاضر برای برخی مسئولان و تشکل‌های صنفی به‌صورت یک چالش درآمده، در حالی که اگر انجمن به جایگاه اصلی خود و آنچه قانون درباره آن تاکید داشته می‌رسید، می‌توانست نقش مهمی در حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان ایفا کند. ابراهیمی تصریح کرد: انجمن‌ها در کشورهایی مثل امریکا سابقه‌ای ۶۰ ساله دارند و در این سال‌ها توانسته‌اند زیر سایه قانون، مطالبات خود را از تولیدکنندگان و صاحبان اصناف مطرح کنند اما در کشور ما در حالی که انجمن تازه سومین دوره فعالیت خود را پشت سر می‌گذارد، روز به روز ضعیف‌تر شده و نقش آن در حمایت از حقوق مصرف‌کننده در عمل نادیده گرفته می‌شود.

سخن پایانی...

کشور ما همواره در حوزه اقتصاد لبریز از شعارهای دلگرم‌کننده بوده و هست اما زمانی که پای عمل می‌رسیم، می‌بینیم که در اغلب موارد هیچ کاری از پیش نرفته است. درباره حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان نیز شاید وضع به همین صورت باشد و تنها اقدام دیده شده در این راستا، تنظیم قیمت‌های دستوری بوده که در بیشتر موارد هم نتیجه مطلوبی نداشته، در حالی که اگر این موضوع به‌صورت ریشه‌ای بررسی شود و کار از طریق تشکل‌های مردمی پیش برود، می‌توان شاهد بسیاری از موفقیت‌ها در حوزه بازار داخلی و حمایت از مصرف‌کنندگان بود.

در حقیقت از زمان تشکیل سازمان جهانی استاندارد (ایزو) در سال ۱۹۴۷ حقوق مصرف‌کننده به‌عنوان یک نگرانی جهانی مطرح شد. در این راستا علاوه بر دولت‌ها، گروه‌های مردمی غیردولتی تحت عنوان سازمان‌های غیردولتی مصرف‌کننده به‌سرعت در کشورهای پیشرفته دنیا شکل گرفت تا به دفاع هماهنگ و سازماندهی شده از حقوق مصرف‌کننده بپردازد. امروزه سازمان‌های غیردولتی در سراسر دنیا از شرکای مهم توسعه جوامع به‌شمار می‌روند. این سازمان‌ها با توجه به اینکه بستر رشد و ارتقای افراد را فراهم می‌کنند و نیز زمینه‌ساز بروز توانمندی‌ها و عوامل آنها در ایفای مسئولیت اجتماعی هستند، موثرترین کانال مشارکت مردم در فعالیت‌های مرتبط با فرآیند توسعه پایدار به‌شمار می‌روند، به همین دلیل در کشور ما هم توجه سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان کشور در سال‌های اخیر به این حوزه جلب شده است؛ به طوری که در اغلب بخش‌های برنامه چهارم توسعه توجه و تاکیدات زیادی بر حضور و جلب مشارکت این دسته از سازمان‌ها شده است.

آگهی مناقصه عمومی یک‌مرحله‌ای توام با ارزیابی کیفی (۲۰۹۹۰۰۱۱۰۵۰۰۰۱۴۳) نوبت دوم

شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران
شرکت سهامی خاص

مناقصه گزار : شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت ایران
موضوع مناقصه : راهبری وسائط نقلیه سبک و سنگین و ساختمانی منطقه شمال شرق
مبلغ برآورد مناقصه : ۱۳۳/۴۰۲/۹۹۲/۷۶۷ ریال
۱- محل و مکان اجرای کار: حوزه فعالیت شرکت خطو لوله و مخابرات نفت ایران در سرتا سر کشور ایران اسلامی
۲- مدت اجرای کار: ۲ سال
۳- نام دستگاه نظارت: امور اداری منطقه خطوط لوله و مخابرات شمال شرق
۴- قیمت ها متناسب با کالای ساخت داخل با لحاظ کیفیت ارائه گردد.
۵- روش ارزیابی مالی که عبارت است از براساس" دستورالعمل ارزیابی مالی و فرآیند قیمت متناسب در مناقصات صنعت نفت به شماره ۲۰/۲-۴۵۲ مورخ ۹۹/۷/۶ وزارت نفت"
گواهینامه های مورد نیاز :
- درج کد اقتصادی و شناسه ملی جهت اشخاص حقوقی(الزامی) در پیشنهاد قیمت مندرج در سامانه ستاد.
- ارائه گواهینامه تعیین صلاحیت معتبر از وزارت تعاون ، کار و رفاه اجتماعی در زمینه خدمات عمومی و حمل و نقل الزامی میباشد.
- ارائه گواهی تایید صلاحیت ایمنی(از اداره کار) الزامی می باشد .
زمان ونحوه خرید اسناد ارزیابی کیفی : شرکت کنندگان مهلت دارند تا ساعت ۱۴:۳۰ روز شنبه مورخ ۱۳۹۹/۱۲/۱۶ و با مراجعه به سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) به نشانی www.setadiran.ir نسبت به خرید اسناد و پرداخت هزینه از طریق اتصال به درگاه پرداخت الکترونیک اقدام نمایند.
لازم به ذکر است کلیه مراحل برگزاری مناقصه از فرخوان تا انتخاب برنده از سایت مزبور انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی در سامانه ستاد ، نسبت به ثبت نام و اخذ گواهی امضاء الکترونیکی اقدام نمایند و جهت عضویت با پشتیبانی سامانه ستاد به شماره ۰۲۱۴۱۹۳۴ تماس حاصل فرمایند.
زمان و مهلت تحویل اسناد ارزیابی کیفی تکمیل شده : شرکت کنندگان می بایست تا ساعت ۱۴:۳۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۱/۱۵ نسبت به تکمیل اسناد مربوطه و بارگزاری در سامانه تدارکات الکترونیک دولت(ستاد) در مهلت مذکور اقدام نمایند.
اعلام نتایج ارزیابی کیفی : پس از انجام ارزیابی کیفی ، دعوتنامه شرکت در مناقصه برای مناقصه گرانی که صلاحیت ارزیابی کیفی را احراز نموده اند ارسال خواهد شد و در آن زمان می بایست تا مهلت مقرر مندرج در دعوتنامه نسبت به تکمیل اسناد مربوطه و بارگزاری در سامانه تدارکات الکترونیک دولت(ستاد) اقدام نمایند.
زمان و محل گشایش پاکات : پیشنهادهای واصله در مهلت مقرر در دعوتنامه و اسناد مناقصه ، در محل کمیسیون مناقصات به آدرس: تهران- خیابان سپهبد قرنی- نرسیده به خیابان سپند- پلاک ۱۸۸ - طبقه هشتم از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت (ستاد) بازگشایی و خوانده خواهد شد.
جهت کسب اطلاعات بیشتر به پایگاههای ذیل مراجعه و یا با شماره های ۰۲۳-۳۲۳۶۳۹۳۰ تماس حاصل فرمائید .
www.shana.ir www.setadiran.ir www.ioptc.ir

شناسه آگهی: ۱۰۹۸۰۹۸ روابط عمومی

مدیرعامل شرکت چندوجهی فولاد لجستیک منصوب شد



با حکم علی قلعه‌نوی مدیرعامل شرکت فولاد خوزستان، علی قبادی به سمت مدیرعامل شرکت چند وجهی فولاد لجستیک منصوب شد.

به گزارش خبرنگار روابط عمومی، مراسم تکریم احمد رویائی مدیرعامل سابق و معارفه علی قبادی مدیرعامل جدید شرکت چندوجهی فولاد لجستیک با حضور اعضای هیات‌مدیره صبح روز دوشنبه ۴ اسفندماه ۱۳۹۹ در دفتر این شرکت در تهران برگزار شد.

شرکت چند وجهی فولاد لجستیک که در گذشته نه چندان دور از ادغام دو شرکت بزرگ حمل‌ونقل ریلی و جاده‌ای تشکیل گردید، ماموریتی محوری و اساسی در تامین زنجیره مواد اولیه شرکت فولاد خوزستان و ارائه خدمات لجستیک و حمل‌ونقل به شرکت‌های تابعه دارد.

علی قبادی مدیرعامل جدید شرکت چندوجهی فولاد لجستیک در گفت‌وگو با خبرنگار ما اظهار داشت: رسالتی که بر دوش ما قرار گرفته، با جدیت و اتکا به سرمایه انسانی توانمند و توسعه امکانات ایفا خواهد شد.

وی از تدوین برنامه راهبردی شرکت در جهت تقویت حمل‌ونقل ریلی و توسعه ناوگان جاده‌ای و اخذ پروانه سراسری و بین‌الملل و ارائه خدمات حمل‌ونقل به سایر سازمان‌ها و نهادهای استانی و کشوری متقاضی خبر داد.

معاون حمل‌ونقل سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای کشور خبر داد:

آغاز اعلام بار مجازی در کل کشور به‌صورت غیرمتمرکز

اصفهان الگوی موفقی برای اجرای اعلام بار مجازی در کشور

معاون حمل‌ونقل سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای کشور از آغاز اعلام بار مجازی در کل کشور به صورت غیرمتمرکز خبر داد.

به گزارش روابط عمومی سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای، مهران قربانی در حاشیه نشست هم‌اندیشی با تشکل‌های صنفی حمل‌ونقل کالا استان اصفهان اظهار کرد: بخش حمل‌ونقل جاده‌ای در ایران از جایگاه و اهمیت ویژه‌ای در توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور برخوردار است.

وی گفت: بخش حمل‌ونقل جاده‌ای با وجود تمام مشکلات، بدون وقفه در خدمت مردم و اقتصاد کشور است و عملکرد همه فعالین این بخش از جمله حمل‌ونقل بیش از ۴۵۰ میلیون تن کالا در ده ماهه گذشته با رشدی بیش از ۶ درصد نسبت به دوره مشابه در سال گذشته، قابل تقدیر می‌باشد.

قربانی هدف از برگزاری این جلسه را گفت‌وگو درباره مسائل روز حمل‌ونقل جاده‌ای عنوان کرد و خاطرنشان کرد: در این جلسات تلاش می‌کنیم به مسائل و موضوعات از دریچه نگاه رانندگان و فعالان این بخش بنگریم و راهکارهای مناسبی برای خدمت‌رسانی بهتر پیدا کنیم.بر اساس این گزارش با حضور معاون حمل‌ونقل سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای، مدیرکل دفتر حمل‌ونقل کالا و مدیرکل دفتر حقوقی و تدوین مقررات این سازمان در جمع اصناف حمل‌ونقل کالای استان اصفهان، توقف ناوگان حمل‌ونقل کالا در مرزها، موضوعات مرتبط با بخش‌های انتظامی در جاده‌های کشور، موضوعات مرتبط با بحث نرخ تن بر کیلومتر و سیستم اعلام بار آنلاین، مهمترین موضوعاتی بود که مورد بررسی قرار گرفت.

معاون حمل‌ونقل سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای تصریح کرد: درخصوص مشکل توقف ناوگان در مرزها، راهکار مناسبی در وزارتخانه متبوع مصوب شده و در دست پیگیری است و با اجرای طرح پس‌کرانه‌های مرزی و بیرون کشیدن فعالیت‌های غیرضرور از مرزها، مشکلات تا حدود زیادی مرتفع خواهند شد.

وی همچنین از پیشنهادات فعالین بخش حمل‌ونقل کالا در بهبود امور تعرفه‌های حمل‌ونقل کالا بر مبنای تن بر کیلومتر استقبال کرد و گفت: برای ارتقای سیستم نرخ‌گذاری تن بر کیلومتر و توازن هرچه بهتر آن در مبادی و مقاصد مختلف در کل کشور تلاش می‌کنیم.

معاون حمل‌ونقل سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای کشور همچنین در رابطه با اجرای طرح اعلام بار مجازی در پایانه‌های حمل‌ونقل کالا اظهار کرد: سیاست اصلی ما در بخش حمل‌ونقل کالا و مسافر استفاده حداکثری از فناوری اطلاعات و سیستم‌های حمل‌ونقل هوشمند است.

وی با اشاره به اینکه سیستم‌های اعلام بار مجازی به صورت غیرمتمرکز و به صورت استانی در کل کشور آغاز شده است، گفت: این طرح به صورت پایلوت از حدود دو هفته گذشته در شهرستان لنجان و در شهر زرین شهر آغاز شد و خوشبختانه نتایج بسیار خوبی از جمله رضایتمندی کاربران آن به همراه داشته است که تجربه موفقی پس از اجرای طرحی مشابه در بندر بوشهر محسوب می‌شود. در این طرح، راننده به راحتی و بدون لزوم حضور فیزیکی در سالن‌های اعلام بار، نسبت به انتخاب بار مورد نظر خود به راحتی اقدام می‌نمایند.

قربانی با بیان اینکه نظارت راهبردی بر سامانه‌های اعلان بار مجازی بر عهده سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای کشور و نماینده آنها در استان‌ها خواهد بود، گفت: به تشکل‌های صنفی شرکت‌های حمل‌ونقل کالا و رانندگان نیز به منظور نظارت بر روند اجرای این سیستم دسترسی‌های لازم ارائه می‌شود.



بررسی نقش سازمان بورس اوراق بهادار در حمایت از سهامداران

بی‌اعتمادی، فعال بازار را سرخورده می‌کند



عکس: صمت

سهند اینانلو: بورس تهران پس از دوره اصلاحی مرداد امسال و همچنین ریزش‌های گاه و بی‌گاه شاخص کل، دچار نوعی بی ثباتی و باعث حاکم شدن فضای ترس و بی‌اعتمادی بین نوسهامداران شده است. با نگاهی به صفحات بورسی در شبکه‌های اجتماعی و پیام‌رسان‌هایی مانند تلگرام به‌روشنی می‌توان حس ناامیدی و سرخوردگی را بین این دسته از افرادی که با هزار امید و آرزو و بدون شناخت درستی از بازار سهام سرمایه خود را وارد این بازار کردند، دید. اما امروز به نظر می‌رسد نسبت به فردای بورس تهران چندان امیدوار نیستند. البته عده‌ای از کارشناسان بورسی معتقدند کسی در بازار ناامید و بی‌اعتماد نیست، بلکه فقط به‌دلیل ریزش‌های اخیر حس ترس از ضرر باعث شده افراد واکنش‌های هیجانی از خود نشان دهند و این امری طبیعی است که بین بورس‌های جهان نیز فراگیر است. اما عده دیگری با این نظر مخالفند و با اشاره به خروج چشمگیر سرمایه از بورس در هفته‌های اخیر، ناامیدی و بی‌اعتمادی بین سهامداران را عامل اصلی ایجاد حس دافعه نسبت به بورس تهران می‌دانند. البته برخی فعالان بورسی نیز نسبت به تغییرات مدیریتی اخیر در بازار سرمایه با امیدواری بیشتری نسبت به آینده بورس نگاه می‌کنند اما عده دیگر به تصمیماتی که در همین مدت کوتاه از سوی مدیران جدید اتخاذشده اشاره می‌کنند و آنها را در راستای ادامه همان سیاست‌های قبلی می‌دانند که به اعتقاد این عده از بورس‌بازان قوانین جدید محدودکننده باعث شده بازار سهام به عرصه‌ای پرریسک تبدیل شود.

اولویت‌های اعتمادسازی در بورس



مسعود میرزاباقری، کارشناس و فعال بازار سهام با اشاره به نوپا بودن بورس در ایران به صمت گفت: نباید فراموش کرد که بازار سهام در ایران خیلی پختگی ندارد و ریشه‌دار هم نیست.

وی در ادامه افزود: نمی‌توان عده زیادی مهمان دعوت کرد اما فقط به فکر فروختن سهام به آنها باشیم و چیزی هم به این عده به جز چند برگه به‌صورت سهام یا اوراق که مردم معنا و مفهومش را درک نمی‌کنند بدهیم! اسم زیبا و مودبانه این کار را هم «تامین مالی» گذاشته‌ایم که باعث شده بیشتر قریب به اتفاق سهامداران آزرده‌خاطر شوند.

■ تامین مالی یا کسری بودجه

میرزاباقری با انتقاد از رویکرد دولت در بورس اوراق بهادار عنوان کرد: این پول‌ها هم که از سوی مردم وارد بورس شده به‌طور غیرمستقیم تبدیل به اوراق شده به این صورت که صندوق‌ها با منابع ناشی از عرضه سهام به مردم شروع به خرید اوراق دولتی می‌کنند که با هدف تامین کسری بودجه دولت منتشر می‌شود. همه این موارد باعث شده نوسهامداران به این نتیجه برسند که دعوت عمومی از مردم برای حضور در بازار سرمایه با هدف تامین مالی یا همان جبران کسری بودجه انجام شده است. وقتی صندوق‌ها سهامی که احتمالا بیش از اوراق دولتی سودآوری دارند را می‌فروشند؛ یعنی به آنها تکلیف‌شده که باید سهام بفروشید و اوراق بخرید. آن وقت چطور به مردم بقبولانیم که بازار جای محاسبه و تحلیل است در حالی که حقوقی‌ها به جای محاسبه بازده بیشتر که در خیلی از سهام نسبت به اوراق مشهود است به تکالیف تعیین‌شده از سوی دولت و وزارتخانه مربوط عمل می‌کنند؟!

■ رویکرد دولت با عوض شدن مدیران، تغییر نکرده است

این کارشناس و فعال بازار سرمایه با یادآوری وضع قوانین جدید در بازار سهام، به صمت گفت: به‌تازگی هم دامنه نوسان را محدودتر کرده‌اند تا فشار کمتری به مردم وارد شود، از دید خودشان نیز همین که قیمت‌ها خیلی افت نمی‌کند، لطفی است که به مردم روا داشته‌اند. به عبارتی در این صورت به جای اینکه در یک هفته قیمت‌ها ۲۵درصد ریزش را تجربه کنند، حالا تقریبا ۱۰درصد منفی می‌خورد. وی ادامه داد: اما این سیاست جدیدی نیست، بلکه از ابتدای امسال همین برنامه در دستور کار سازمان بورس بوده که پروژه صندوق‌های دولتی نیز در همین راستا به اجرا درآمد.

این تحلیلگر بورس با تاکید بر احتمال ایجاد رکود در بورس با توجه به رویه تامین کسری از محل بازار سهام، تصریح کرد: البته تامین مالی از بورس هم کار اشتباهی نیست اما قصد بر آن است که هرچه در بازار هست را در طول یک سال بیرون بکشند، بسیار راه اشتباهی را انتخاب کرده‌اند، چراکه در سال‌های آینده بدون شک به مشکل برخواهند خورد و همین موضوع باعث رکودهای وحشتناک و تشدید بی‌اعتمادی سهامداران نیز خواهد شد.

■ راهکار چیست؟

میرزاباقری در پایان ضمن ارائه راهکاری برای حل مشکل بی‌اعتمادی در بازار سهام تهران، خاطرنشان کرد: به اعتقاد من اگر می‌خواهند این مشکلات برای بورس رخ ندهد، باید پیک تامین مالی را پایین‌تر بیاورند و اجازه دهند فعالان بازار سرمایه کمی از مزایای سهامداری برخوردار شوند تا جو ناامیدی و بی‌اعتمادی هم فروکش کند. جایی که سهام واقعا طبق تحلیل‌های ابتدایی بازده بیشتر از اوراق دولتی است، صندوق‌ها باید سهام را ترجیح دهند تا مردم عادی هم به تحلیل بپردازند و جایزه انتخاب‌های درست‌شان را دریافت کنند. نمی‌شود دولت فقط در صف عرضه باشد، گاهی هم نیاز است که متقاضی خرید سهام باشد تا توازن در بازار هم برقرار شود.

سهامداران بی‌اعتماد نیستند، بلکه ناامیدند!



همایون دارابی، کارشناس و فعال بازار سهام با تاکید بر وجود جو یأس در بازار به صمت گفت: به نظر من بورس تهران گرفتار بی‌اعتمادی نیست، بلکه آنچه در بازار دیده می‌شود، فراگیری حس ناامیدی در بین سهامداران است. وی در ادامه افزود: البته بسته به نوع ساختار اقتصادی کشورها، در برخی از این بسترها بازار روی چرخه رونق و رکود است که کار می‌کند و وقتی از این سیستم تبعیت می‌شود، ایجاد ناامیدی در بورس طبیعی به نظر می‌رسد.

■ رونق-رکود و امید-ناامیدی

در بازار سهام ایران نیز به‌دلیل سوار بودن بورس روی چرخه رونق و رکود و همچنین محدود بودن تعداد شرکت‌های بورسی است که شاهد حکمروایی حس امید و ناامیدی به صورت چرخه‌ای در بازار هستیم. از سویی هم برخی بازارهای موازی مانند بازار ارزهای دیجیتال جذابیت بیشتری دارند که باعث شده سرمایه از بورس خارج شود و همین موضوع هم ناامیدی در بین سهامداران را تشدید کرده است اما به اعتقاد من این فضا ادامه‌دار نخواهد بود و پس از مدتی بار دیگر افراد سرمایه خود را به بازارهای سنتی مانند بورس باز می‌گردانند. البته صندوق‌های درآمد ثابت، اوراق دولتی و بانک‌ها نیز از دیگر مقاصد نقدینگی در هفته‌های اخیر بوده، اما همانطور که گفته شد انتظار می‌رود در آینده نه‌چندان دوری این روند متوقف شود. ما در مقاطعی هم این اتفاق را تجربه کرده‌ایم که مردم پول خود را به‌دلیل ناامیدی از سهامداری به سوی صندوق‌های درآمد ثابت برده‌اند اما پس از مدتی بار دیگر پول خود را وارد چرخه معاملات سهام کرده‌اند. در شرایط امروز کشورمان نیز که بورس چندان رونق زیادی ندارد، مردم به‌دلیل دید کوتاه‌مدتی که به بازار سهام دارند، ترجیح داده‌اند پول خود را از بازار سرمایه خارج کنند و به سمت نظام بانکی کشور یا مقاصدی که پیشتر نیز به آنها اشاره شد ببرند اما باز هم تاکید می‌کنم این رویه تداوم نخواهد داشت و به‌دلیل همان چرخه رونق-رکود بار دیگر ورق به نفع بورس برمی‌گردد. این فضا تا زمانی هم که چند مشکل حل نشود، ادامه خواهد داشت؛ نخستین مورد نرخ بهره بانکی بالا نسبت به وضعیت اقتصادی کشور است که کلا باعث شده هرگونه سرمایه‌گذاری را بلاموضوع کند و افراد به جای سرمایه‌گذاری روی پروژه‌های تولیدی به سمت فعالیت‌هایی مانند سپرده‌گذاری سوق پیدا کنند. نزدیک به فصل مجامع هستیم، به طور میانگین هم بازدهی شرکت‌های بورسی حدود ۷ تا ۸درصد است، به عبارتی وقتی فردی پول خود را روی این سهم‌ها سرمایه‌گذاری کند، بر مبنای معادلات EPS باید حدود ۸ درصد سود کسب کند. البته ممکن است برخی شرکت‌ها حدود ۱۰ تا ۱۲ درصد بازدهی داشته باشند اما در مجموع بازدهی سپرده‌گذاری بانک‌ها با این نرخ بهره بسیار بیشتر از بورس است. این موضوع سیگنال خوبی را به سرمایه‌گذاران نمی‌دهد، چراکه در این شرایط افراد از ورود به بخش‌های تولیدی اقتصاد کشور ممانعت می‌ورزند؛ چراکه می‌توانند بدون هیچ استرسی با سپرده‌گذاری در بورس سودی بیش از دو برابر را به‌دست آورند، پس سرمایه‌گذاری در بخش‌های تولیدی موضوعیت خود را از دست می‌دهند. از همین رو گفته می‌شود تا موانع سرمایه‌گذاری در تولید برطرف نشود نمی‌توان انتظار داشت که بورس نیز رونق پیدا کند.

سخن پایانی...

کارشناسان معتقدند تیم جدید مدیریتی بورس به جای تصویب قوانین محدودکننده‌تر که در تناقض با روح بازار سهام است باید سعی کند نظارت بر عملکرد حقوقی‌ها را افزایش داده و آنها را موظف به بازی در چارچوب قواعد تثبیت شده بورس کند. از همین رو، این عده از منتقدان عملکرد سازمان بورس، این مجموعه را به تمرکز روی فعالیت سهامداران حقیقی و بازگذاشتن دست حقوقی متهم می‌کنند. بررسی‌های انجام‌شده در بورس‌های دیگر جهان که در بستری دولتی فعالیت می‌کنند نشان داده هرچه این گونه قوانین محدودکننده دایره تاثیرگذاری بزرگ‌تری داشته باشند، زمینه برای گسترش فساد نیز آماده‌تر می‌شود. البته مواردی که این نظر را رد می‌کند نیز مانند بورس مالزی که بازاری موفق به‌شمار می‌رود نیز وجود دارد اما روی هم رفته تجربه بشر در این زمینه نشان داده که رویکرد محدودیت‌زا در بورس اوراق بهادار می‌تواند تولید رانت و امضاهای طلایی برای عده‌ای خاص کند که حق و حقوق مردم عادی را تضییع می‌کند.



شهرداری اهواز

آگهی مناقصه عمومی نوبت دوم

شهرداری منطقه اهواز در نظر دارد پروژه زیر را از طریق مناقصه عمومی به پیمانکاران واجد شرایط واگذار نماید.

ردیف یک رتبه مورد نیاز حداقل ۵ راه‌وترابری - ردیف دوم رتبه مورد نیاز حداقل ۵ ابنیه

ردیف	موضوع	مبلغ اولیه (ریال)	مبلغ ضمانتنامه شرکت در مناقصه (ریال)	مدت اجرای پروژه
۱	زیرسازی تا حد لایه اساس و پیاده روسازی دو طرف خیابان ۱۳ رشد حد فاصل دانشگاه پیام نور تا دیوار نورد لوله در پردیس در منطقه ۵ شهرداری اهواز (نوبت دوم)	۴۶,۳۷۲,۸۰۰,۹۹۸	۲,۳۱۸,۶۴۱,۰۰۰	شش ماه
۲	تکمیل پارک ورودی پردیس در منطقه ۵ شهرداری (نوبت دوم)	۷۲,۵۳۰,۵۵۹,۶۷۲	۳,۶۲۶,۵۲۸,۰۰۰	۱۲ ماه

لذا از اشخاص حقوقی دعوت به عمل می‌آید جهت دریافت اسناد مناقصه به اداره قراردادها به نشانی: اهواز- خیابان انقلاب نبش خیابان غزنوی- ساختمان شماره سه شهرداری- اداره قراردادها تلفن ۳۳۷۷۴۰۶۲ - ۳۳۷۹۹۱۶۰ یا با مراجعه به سایت مدیریت قراردادها به نشانی peymankar.ahvaz.ir نسبت به دریافت اسناد اقدام نمایند.

هزینه انتشار آگهی روزنامه به عهده برنده مناقصه می‌باشد.

۱- مهلت قبول پیشنهاد نرخ و پاسخ به مناقصه از تاریخ انتشار آگهی به مدت ۱۰ روز است و تحویل پاکات به دبیرخانه محرمانه حراست مستقر در آدرس فوق‌الذکر می‌باشد. (حداکثر تحویل پاکات: تا پایان وقت اداری روز چهارشنبه مورخ ۹۹/۱۲/۲۰ می‌باشد.)

۲- شهرداری در رد کلیه یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار می‌باشد.

۳- مبلغ سپرده شرکت در مناقصه مطابق جدول فوق می‌باشد که به یکی از سه طریق ذیل ارایه شود:

الف) فیش واریز مبلغ فوق به حساب سیبا ۰۲۰۳۹۹۴۳۹۸۰۰۱ شهرداری اهواز نزد بانک ملی به نام شهرداری اهواز

ب) به صورت ضمانتنامه بانکی به نام شهرداری اهواز و به مدت سه ماه از تاریخ افتتاح پیشنهادها با قابلیت یک دوره تمدید سه ماهه

تبصره: محل اعتبارات این مناقصه از بودجه جاری شهرداری (منابع داخلی) بوده و فقط ضمانتنامه‌های معتبر بانکی با عنوان شرکت در مناقصه مورد قبول می‌باشد. در غیر این صورت پاکات ب و ج بازگشایی نخواهد شد. (ضمانتنامه فرایند ارجاع کار مربوط به آیین‌نامه تضمین معاملات دولتی بوده و مورد قبول نمی‌باشد).

۴- تاریخ برگزاری کمیسیون مناقصه در ساعت ۱۰ صبح روز شنبه مورخ ۹۹/۱۲/۲۳ در محل اداره قراردادهای شهرداری به آدرس فوق‌الذکر می‌باشد. حضور پیشنهاددهندگان در جلسه مجاز می‌باشد.

۵- نتیجه کمیسیون برابر ماده ۱۸ آیین‌نامه معاملات کلانشهرها به برندگان اعلام خواهد شد تا مراحل انعقاد قرارداد انجام شود.

۶- به استناد بند ۵ ماده ۱۱ آئین‌نامه معاملات کلانشهرها از برنده مناقصه ۱۰٪درصد مبلغ پیشنهادی پیمانکار، تضمین حسن‌انجام تعهدات اخذ می‌گردد.

۷- به برنده مناقصه پیش‌پرداخت داده نخواهد شد.

۸- برندگان اول و دوم مناقصه هرگاه حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنان به ترتیب ضبط خواهد شد.

۹- براساس ماده ۱۰ آیین‌نامه معاملات کلانشهرها، شرکت در مناقصه و ارایه پیشنهاد به منزله قبول شروط و تکالیف شهرداری می‌باشد.

۱۰- سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مناقصه مندرج شده است.

اداره کل ارتباطات و امور بین‌الملل شهرداری اهواز

گزارش خبری

مصوبه‌ای که ملی شد

طرح دو موضوع در شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی استان فارس همزمان با آخرین ماه‌های سال ۹۹، دو مصوبه ملی را در پی داشت که به مرحله ابلاغ رسید.

رئیس کل بانک مرکزی از تصویب پیشنهاد فعالان اقتصادی استان فارس، درباره تمدید مهلت استفاده از شرایط ویژه امهال بدهی واحدهای تولیدی به بانک‌ها تا پایان شهریور ۱۴۰۰ برای اجرا در کل کشور خبر داد.

مصوبه پیشنهاد بخش خصوصی استان فارس از بانک مرکزی بر این اساس بود که به منظور استفاده فعالان اقتصادی از مزایای بخشنامه اسفند ۹۸ بانک مرکزی موضوع مصوبه شورای پول و اعتبار برای تسهیل شرایط بازپرداخت بدهی معوق واحدهای تولیدی با اخذ میزان ۷ و نیم درصد از مانده بدهی با تنفس ۶ ماهه و تقسیط ۵ ساله مانده بدهی، مهلت برخورداری از مزایای بخشنامه یادشده به مدت یک سال دیگر تمدید شود.

تصویب این پیشنهاد اتاق بازرگانی فارس که در چهل‌وسومین جلسه شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی فارس با حضور همتی، رئیس کل بانک مرکزی و معاونان در شیراز برگزار شد، به کل کشور تعمیم داده شده است.

رئیس کل بانک مرکزی با اعلام تصویب این موضوع گفت: بنا بر تقاضای برخی از واحدهای تولیدی که دارای مطالبات معوق هستند و از آنجا که برخی از واحدهای تولیدی نتوانسته بودند در فرصت تعیین‌شده از شرایط ویژه تمدید بدهی‌های خود بهره‌مند شوند، شورای پول و اعتبار در جلسه‌ای مهلت استفاده از این فرصت امهال بدهی را تا پایان شهریور ۱۴۰۰ تمدید کرد.

همتی افزود: بر اساس این مصوبه، بانک‌ها و موسسات اعتباری موظف هستند مطالبات واحدهای تولیدی که تمام یا بخشی از آن غیرجاری شده است را به درخواست آنها برای یک بار و حداکثر به مدت ۵ سال با اخذ ۷ و نیم درصد از میزان بدهی و با تنفس ۶ ماهه امهال کنند.

وی ادامه داد: سازکار اجرایی این اقدام در چارچوب روش‌های امهال بانک‌ها و موسسات اعتباری است که شهریور سال گذشته به شبکه بانکی ابلاغ شد از ابتدای امسال لازم‌الاجرا شده است.

بنا بر گزارش روابط‌عمومی اتاق بازرگانی فارس، در مصوبه دیگر شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی استان فارس، موضوع رأی وحدت رویه شماره ۷۹۴ مطرح شد و پیرو آن در قالب بخشنامه‌ای مهم به سازمان‌های ثبت اعلام شد که همه اداره‌های ثبت مکلفند پرونده‌های اجرایی را براساس رأی وحدت رویه ۷۹۴ و جدول نرخ سود بانک مرکزی محاسبه کنند.

در متن این بخشنامه آمده است: «نظر به اینکه رأی اصداری وحدت رویه هیات عمومی دیوان عالی کشور به شماره ۷۹۴ مورخ ۹۹/۰۵/۲۱؛ در حکم قانون و لازم‌الاتباع می‌باشد، مقتضی است به کلیه دفاتر اسناد رسمی حوزه تابعه ابلاغ گردد هنگام تنظیم سند، صدور اجراییه و پذیرش درخواست صدور اجراییه اسناد مربوط به بانک‌ها و مراجعی که قانونا حق دریافت سود و خسارت تاخیر تادیه دارند؛ مفاد رأی فوق‌الاشعار را رعایت نمایند.»

پیش از این بانک‌ها بر خلاف مصوبات شورای پول و اعتبار بانک مرکزی، پس از ارائه تسهیلات سود مازادی دریافت می‌کردند که به موجب آن دادگاه‌ها نیز براساس آن سود اضافه اقدام می‌کردند که برای جلوگیری از این موضوع رأی وحدت رویه صادر و مقرر شد بانک‌ها نتوانند بر خلاف مصوبه شورای پول و اعتبار سود اضافه دریافت کنند و در صورت عدم اجرای این مهم دعوی آنها در دادگاه‌ها ابطال شود.

براساس این بخشنامه، اداره‌های ثبت نیز مکلف به اجرای رأی وحدت رویه شده‌اند و برمبنای رأی وحدت رویه تمام اجراهای مازاد اداره‌های ثبت نیز اجرا نخواهد شد.

این بدان معناست که همه اداره‌های اجرای تابعه نیز مکلفند مطالبات پرونده‌هایی که از تاریخ صدور رأی یادشده تاکنون مختومه نشده‌اند را برمبنای نوع تسهیلات و تاریخ آن (حسب مورد)، مطابق رأی یادشده محاسبه کنند.

افتتاح پروژه آبرسانی مجموعه سیاخ دارنگون

قاسم توانایی: پروژه آبرسانی مجموعه سیاخ دارنگون از روستاهای الحاقی به آبفا شیراز به بهره‌برداری رسید. به گزارش صمت از شیراز، پروژه آبرسانی مجموعه سیاخ دارنگون با حضور محمدرضا امیری فرماندار شیراز، سرپرست معاونت هماهنگی امور عمرانی فرمانداری شیراز، بخشدار، نماینده شورای سیاخ دارنگون و جمعی از مسئولان محلی و نیز رئیس هیات‌مدیره و بهمن بهروزی، مدیرعامل و جمعی از معاونان و مدیران عامل افتتاح شد. محمدرضا امیری در این مراسم با ابراز خشنودی از عملکرد شرکت آب و فاضلاب شیراز در یکپارچه‌سازی خدمات به مردم تصریح کرد: پس از الحاق روستاهای حومه شیراز به شرکت آب و فاضلاب شیراز کارهای اساسی و زیربنایی انجام شده است. وی ابراز کرد: در بخش خدمات آب روستایی مشکلات زیادی وجود داشت اما با افتخار اعلام می‌کنیم که آب شهرستان یکپارچه شده است که این مهم با قاطعیت پیگیری شد. وی جلوگیری از هدررفت آب از سوی مردم را موجب کاهش دغدغه مسئولان برای تامین آب اعلام کرد و گفت: برای تامین منابع آبی احداث مخازن و حفر چاه جدید در دستور کار قرار گرفته اما رسیدن به این مهم با همکاری مردم محقق می‌شود. در این مراسم رئیس هیات‌مدیره و مدیرعامل آبفای شیراز به ارائه عملکرد پروژه آبرسانی مجموعه سیاخ دارنگون پرداخت و ابراز کرد: عملیات اجرایی صورت گرفته در مجموعه آبرسانی سیاخ دارنگون شامل حفر و تجهیز یک حلقه چاه آهکی به عمق ۳۰۰ متر، عملیات برق‌رسانی ۴۵۰ متر و عملیات خرید و لوله‌گذاری خط انتقال ۲۰ کیلومتر است. بهمن بهروزی اعتبار هزینه‌شده در این پروژه آبرسانی را ۹۰۰۰۰ میلیون ریال اعلام کرد و افزود: ۷ روستا با جمعیتی افزون‌بر ۵۵۴۰ نفر و ۱۰۶۴ تعداد مشترک از عملیات انجام‌شده بهره‌مند شدند.

در کارگروه تسهیل و رفع موانع تولید یزد عنوان‌شد

تیشه مهندسی غلط توزیع بر ریشه صنعت

گروه استان‌ها
editor@smtnews.ir



وزارت صنعت، معدن و تجارت توزیع سهمیه مواد اولیه و نظارت بر آن را نیز به انجمن‌های تخصصی صنایع همگن بسپارد. اگر این مهم عملی شود دیگر ناگهان نرخ ورق آلومینیوم ظرف یک هفته ۱۰ درصد رشد نمی‌کند

سید علی‌اکبر کلانتر، رئیس خانه صنعت، معدن و تجارت استان یزد در کارگروه تسهیل و رفع موانع تولید که با حضور وزیر و معاونان وزارت صنعت، معدن و تجارت برگزار شد، با اشاره به اینکه مهندسی غلط توزیع در بورس کالا تیشه بر ریشه صنعت می‌زند، اظهار کرد: قدم اول در حل این بحران و گره کور، ایجاد دیتابانک علمی، دقیق و به‌روز است که در این راستا تصمیم گرفته شد با همکاری خانه صنعت، معدن و تجارت استان یزد و معاونت برنامه‌ریزی وزارت صنعت، معدن و تجارت برای انجام این مهم اقدام تا ان‌شاالله کشور از دست رانت و فساد، جوازهای کاغذی و پروانه‌های خلق‌الساعه رها شود.

به گزارش صمت از یزد، ۲ اسفند، کارگروه تسهیل و رفع موانع تولید استان با حضور علیرضا رزم‌حسینی، وزیر صنعت، معدن و تجارت و معاونان این وزارتخانه، مجمع نمایندگان استان در مجلس شورای اسلامی، استاندار، صنعتگران و معدنکاران، فعالان اقتصادی و جمعی از مسئولان استان یزد برگزار شد.

▣ حیات کشور در دست فعالان اقتصادی

سید علی‌اکبر کلانتر، رئیس خانه صنعت، معدن و تجارت استان یزد در این نشست با تبریک فرارسیدن ولادت مولی‌الموحدین علی(ع)، سخنرانی خود را با بیان فرازی از نامه حضرت به والی مصر آغاز کرد که ایشان فرموده‌اند: «بدان که رشته حیات کشور در دست بازرگانان و هنرمندان است که سرچشمه منافع جامعه می‌باشند و بدون آنها مملکت تهیدست می‌شود.»

کلانتر در ادامه بیان کرد: حضرت سپس توصیه می‌کنند که «از هرگونه مساعدت و تشویق آنان خودداری مکن و آن را نیک احترام گذار.» ایشان همچنین در انتهای نامه اشاره می‌کنند که «اینان سر آشوب و فکر فتنه ندارند و بیش از همه به آرامش و سکون محیط خود علاقه‌مند هستند زیرا نخستین حربه‌ای که از انقلاب بر پیکر جامعه وارد می‌شود بازار و کسبه و تجار را در هم خواهد شکست.» حکمت این سخن گوهربار را به عینه در یزد دیدیم به نحوی که دیگر اثری از کارخانه‌های مصادره‌شده جنوب، درخشان، اقبال، سعادت نساجان و آقا نیست و یزدباف و افشار هم به‌سختی نفس می‌کشند.



سید علی‌اکبر کلانتر

خانه صنعت و معدن یزد از سال ۹۱ در راستای ایجاد دیتابانک صنعت استان حرکت کرده و حالا به بلوغ رسیده است

▣ مهندسی ضعیف توزیع در بورس کالا

رئیس خانه صنعت، معدن و تجارت استان یزد در ادامه با اشاره به مهندسی توزیع در بورس کالا اعم از پتروشیمی و فلزات، بیان کرد: بیشتر تولیداتی که در بورس کالا عرضه می‌شود، مواد اولیه صنایع پایین‌دست خود هستند و میزان تولید آنها هم غالبا بیش از نیاز کشور است؛ پس چرا دائم با کمبود مواد اولیه مواجه هستیم؟ چرا این مواد به وفور و با قیمت‌های بالاتر در بازار سیاه و حوزه دلالی وجود دارد؟ و چرا بعضا رقبای خارجی ما مواد اولیه خودشان را ارزان‌تر از تولیدکننده داخلی به دست می‌آورند؟

وی در ادامه تصریح کرد: وقتی شما کالایی را صادر می‌کنید ارزش افزوده ندارید، مالیات ۲۵ درصدی را نمی‌پردازید، مشوق صادراتی هم دارید، ارز هم کسب می‌کنید، این موارد به خودی خود با دردسر کمتر، عامل کسب سود مضاعف ۵۰ درصدی می‌شود. بنابراین عده‌ای می‌کوشند تا با دور زدن دستورالعمل‌های بورس، به این سود و منافع دست یابند. این عوامل باعث می‌شود به صورت خودجوش، مافیا ایجاد شود و سلاطین ورق آلومینیم، ورق آهن، بیلت، میلگرد و محصولات پتروشیمی تیشه بر ریشه صنعت بزنند. کلانتر افزود: کشور سال‌هاست با این گره درگیر است. عده‌ای هم سعی کردند با بازدید میدانی یا دریافت گزارشات ماهانه واحدهای تولیدی مشکل را حل کنند اما نشد. از ابتدا هم معلوم بود که این روش عملی نیست.

▣ بروزرسانی بانک اطلاعات صنعت

کلانتر با اشاره به همکاری خانه صنعت، معدن و تجارت استان یزد با وزارت صنعت، معدن و تجارت برای ایجاد این دیتابانک، افزود: با توجه به اینکه خانه صنعت و معدن یزد از سال ۹۱ درباره ایجاد دیتابانک صنعت استان حرکت کرده و حالا به بلوغ رسیده است، طی دیداری با معاون طرح و برنامه‌ریزی و مدیرکل آمار و اطلاعات این وزارتخانه مقرر شد همکاری نزدیکی برای به‌روزرسانی بانک اطلاعات صنعت کشور داشته باشیم. امیدواریم با کمک نیروهای خیلی خوبی که من در وزارت صنعت، معدن و تجارت دیده‌ام این پروژه کامل‌تر هم بشود و دیگر از دست رانت و فساد، جوازهای کاغذی و پروانه‌های خلق‌الساعه خبری نباشد.

رئیس خانه صنعت، معدن و تجارت استان یزد با بیان اینکه شایسته است وزارت صنعت، معدن و تجارت توزیع سهمیه مواد اولیه و نظارت بر آن را نیز به انجمن‌های تخصصی صنایع همگن بسپارد، گفت: اگر این مهم عملی شود دیگر ناگهان نرخ ورق آلومینیوم ظرف یک هفته ۱۰ درصد رشد نمی‌کند، تغییرات افزایشی و کاهشی قیمت‌ها در شرایط ثبات نرخ ارز رخ نخواهد داد و دیگر مواد پتروشیمی و فلزات که رگ حیات صنایع پایین‌دست هستند نیز مستقیم به‌دست مصرف‌کننده واقعی می‌رسد.

▣ فاصله از فناوری روز دنیا

کلانتر در بخش دیگری از سخنان خود با تاکید بر اینکه قانون جامع و کامل نوسازی و بازسازی صنایع کشور تهیه و اجرایی شود، با اشاره به لزوم بهره‌مندی از فناوری روز دنیا در صنعت با حمایت حاکمیت، بیان کرد: از یک طرف محصولات تولیدی در برخی کشورهای فقیر به دلیل هزینه‌ها و دستمزدهای پایین به‌ویژه در صنایعی مانند نساجی، نرخ تمام‌شده پایین و قابل رقابتی دارند و از طرفی دیگر کشورهای توسعه‌یافته دارای صنایع پیشرفته با فناوری بالا، محصولات تولیدی با ارزش افزوده بالاتر، نرخ مناسب‌تر و کیفیت قابل قبولی دارند که بازارهای منطقه‌ای و حتی داخلی ما را به‌راحتی تسخیر می‌کنند. از این رو، با توجه به هزینه‌های مالی تولید در کشور ما به دلیل بهره بالای تسهیلات بانکی، نبود فناوری‌های نو و جدید و ماشین‌آلات فرسوده و نوسازی و بازسازی‌نشده، قدرت رقابت از بخش مهمی از تولید ما سلب شده است که باید برای این مشکل تدبیری اندیشید.

شناسایی و رفع نیازهای فناورانه در حوزه زیست‌محیطی

مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی استان البرز گفت: در راستای توجه به کاهش آلایندگی‌ها و تعمیم صنعت سبز منطبق بر مسئولیت‌های اجتماعی شرکت شهرک‌های صنعتی اقدام به شناسایی و رفع نیازهای فناورانه در حوزه مرتبط با مسائل زیست‌محیطی صنایع کوچک و متوسط می‌کند. به گزارش صمت حمیدرضا عقاب‌نشین افزود: دفتر توسعه صنعتی و کارآفرینی معاونت صنایع کوچک شرکت طی بازدیدهای دوره‌ای با بهره‌گیری از مشاوران ذی‌صلاح اقدام به شناسایی و رفع در قالب تفاهمنامه‌های تنظیمی بین متقاضی فناوری و رافع فناور کرده است. وی خاطرنشان کرد: با توجه به هماهنگی‌های به عمل آمده از سوی معاونت صنایع کوچک شرکت شهرک‌های صنعتی البرز و دفتر توسعه صنعتی و کارآفرینی با واحد HSE این شرکت، به منظور شناسایی و مستندسازی نیاز فناورانه در بخش پیش‌تصفیه واحدهای صنعتی اقدام به بازدید و بررسی‌های مشکلات مختلف موجود در این واحدها در بخش فناوری و همچنین تهیه گزارشات لازم از سوی مشاور توسعه فناوری استان، نیازهای فناورانه شناسایی شده به منظور رفع کرده است. ایشان تصریح کرد: ۱۸ بهمن تیم فناوران به همراه مشاور توسعه فناوری و مدیریت کارآفرینی و توسعه صنعتی شرکت شهرک‌های صنعتی البرز و کارگزار فن‌بازار البرز از واحدها برای رفع نیاز فناورانه بازدید و موفق به عقد ۴ تفاهمنامه رفع نیاز فناورانه شده است.



آب خلیج‌فارس به‌زودی به یزد و اردکان می‌رسد

وزیر صنعت، معدن و تجارت در ادامه سفر خود به استان یزد با حضور در منطقه چادرملو (اردکان) از خطوط انتقال و تاسیسات پروژه مهم انتقال آب خلیج‌فارس به استان یزد بازدید کرد.به گزارش شاتا، پروژه انتقال آب خلیج‌فارس به استان یزد برای استفاده در معادن چادرملو (اردکان) در قالب خط اول انتقال تعریف شده است. لوله‌گذاری، نصب پمپاژ و تاسیسات این پروژه تکمیل شده و به‌زودی با ورود آب به خطوط لوله، مردم استان یزد از آب شیرین خلیج‌فارس بهره‌مند خواهند شد. خط اول انتقال، برای انتقال آب خلیج‌فارس تا اردکان و یزد با حجم سرمایه‌گذاری ۱۶ هزار میلیارد تومان و حجم آب انتقالی ۱۳۰ میلیون مترمکعب در سال بوده است. طول این خط انتقال ۸۲۰ کیلومتر و تعداد ایستگاه‌های پمپاژ آن ۱۲ باب است که با ظرفیت اشتغالزایی ۱۶ هزار نفر در طول دوران ساخت امسال تکمیل می‌شود و تا ۲۱ اسفند به بهره‌برداری خواهد رسید. شایان ذکر است عملیات اجرایی خط دوم و سوم برای انتقال آب خلیج‌فارس به مشهد و اصفهان همزمان با ورود آب به خط اول (یزد) آغاز می‌شود. همچنین خط دوم انتقال آب، برای انتقال آب خلیج‌فارس تا مشهد مقدس با حجم سرمایه‌گذاری ۴۷ هزار میلیارد تومان و حجم آب انتقالی ۲۳۰ میلیون مترمکعب در سال است. طول این خط انتقال یک هزار و ۵۵۰ کیلومتر و تعداد ایستگاه‌های پمپاژ ۲۱ باب است. ظرفیت اشتغالزایی این طرح، ۳۰ هزار نفر است که تا سال ۱۴۰۴ تکمیل خواهد شد. همچنین خط سوم انتقال آب، برای انتقال آب خلیج‌فارس تا اصفهان با حجم سرمایه‌گذاری ۳۵ هزار میلیارد تومان و حجم آب انتقالی ۲۰۰ میلیون مترمکعب در سال است. طول این خط انتقال، ۹۱۰ کیلومتر و تعداد ایستگاه‌های پمپاژ آن ۱۷ باب است که ظرفیت اشتغالزایی طرح ۱۴ هزار نفر است و تا سال ۱۴۰۴ تکمیل و نهایی خواهد شد. در مجموع خطوط دوم و سوم، ۸۲ هزار میلیارد تومان سرمایه‌گذاری نیاز دارند و ظرفیت اشتغالزایی این خطوط ۴۴ هزار نفر است که البته با اجرای خط اول، حدود ۳۵ درصد از زیرساخت‌های خط دوم و سوم نیز احداث شده است. اجرای خط دوم و سوم انتقال آب خلیج‌فارس را از کریدور مشترک خط اول بسیار بهینه، اقتصادی‌تر و سریع‌تر از مسیر عمان به مشهد است.

استقبال ۳۳ سرمایه‌گذار از شهرک صنعتی میمند



مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی فارس از استقبال مناسب سرمایه‌گذاران در شهرک صنعتی میمند خبر داد و گفت: با توسعه و تکمیل زیرساخت‌ها شاهد استقبال سرمایه‌گذاران برای ایجاد واحدهای تولیدی و صنعتی در این شهرک صنعتی هستیم. به گزارش صمت احد فتوحی در بازدید از شهرک صنعتی میمند با بیان اینکه تاکنون ۳۳ قرارداد واگذاری زمین با سرمایه‌گذاران در این شهرک صنعتی منعقد شده است، گفت: با توسعه زیرساخت‌ها و حمایت از سرمایه‌گذاران در شهرک صنعتی میمند فیروزآباد، این شهرک در حال تبدیل به یکی از مهم‌ترین قطب‌های تولید و تکمیل زنجیره فرآوری گیاهان دارویی و عرقیات گیاهی در کشور است. وی با بیان اینکه شهرک صنعتی میمند دارای زیرساخت‌های آب، گاز و برق و نیز آسفالت بخشی از شهرک صنعتی است، گفت: اجرای طرح‌های توسعه و تکمیل زیرساخت‌ها در شهرک صنعتی میمند در برنامه عملیاتی این شرکت قرار دارد. فتوحی ادامه داد: اختصاص این مشوق‌ها زمینه مناسبی را برای توسعه سرمایه‌گذاری و تحقق رونق تولید در این شهرک صنعتی فراهم می‌کند. مدیرعامل شرکت شهرک‌های صنعتی فارس گفت: ۸ واحد صنعتی در این شهرک با اشتغال ۸۸ نفر در مرحله بهره‌برداری است.

تامین ۷۰ درصد کالا و خدمات از واحدهای استانی

نهمین جلسه کارگروه اقتصادی، اشتغال و سرمایه‌گذاری استان فارس در سال ۱۳۹۹ به ریاست عنایت‌اله رحیمی، استاندار فارس و با دبیری حسن نوروزی، رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی استان فارس برگزار شد. به گزارش صمت بررسی و تصویب بند ۵ از مصوبات جلسه قبل کارگروه ارائه نظرات پیشنهادی چگونگی بهبود خرید کالاها و خدمات تولیدی درون‌استانی از سوی نهادهای اجرایی استان از مهم‌ترین دستور کارهای این جلسه بود که گزارشی از سوی رئیس اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی شیراز ارائه شد. تهیه پیش‌نویس دستورالعمل الزام نهادهای اجرایی به تامین حداقل ۷۰ درصد کالا و خدمات از واحدهای اقتصادی درون‌استانی از سوی دیوان محاسبات استان، از موضوعات هشتمین جلسه کارگروه اقتصادی، اشتغال و سرمایه‌گذاری استان فارس در سال ۱۳۹۹ بود که سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی و اتاق بازرگانی ضمن تشکیل جلساتی با حضور مدیرکل دیوان محاسبات استان، مدیرکل امور اقتصادی و دارایی، مدیرکل دفتر هماهنگی امور اقتصادی استانداری، معاون سازمان صنعت، معدن و تجارت و رئیس اتاق اصناف، برای بررسی موضوع یادشده اقدام و نظرات پیشنهادی برای بهبود خرید کالاها و خدمات تولیدی درون‌استانی از سوی نهادهای اجرایی استان تدوین شد. از دیگر دستور کارهای این جلسه می‌توان به بررسی و تصویب ساختار و شرح وظایف گروه کاری فرش دستباف استان ذیل کارگروه اقتصادی، اشتغال و سرمایه‌گذاری استان اشاره کرد که عبدالحمید ایزدی رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان فارس گزارشی در این باره ارائه داد.

نوبت اول

«آگهی فراخوان»

شرکت سهامی ذوب آهن اصفهان

ردیف	نوع فراخوان	شماره	موضوع	مهلت دریافت اسناد	مهلت ارائه پیشنهاد
۱	مناقصه	۹۹۰۴۲۸۸	قاب درب سلول و قاب دور درب باطری کک‌سازی	۹۹/۱۲/۱۲	۹۹/۱۲/۳۰
۲	مناقصه	۲۶۱۵۱	خرید سه ردیف لوله و فلنج	۹۹/۱۲/۱۰	۹۹/۱۲/۱۸

ضمناً لیست استعلام‌های مربوط به خریدهای متوسط (بدون برگزاری مناقصه) در سایت شرکت به آدرس ذیل درج می‌گردد.

▣ سایر موارد:

۱- زمان دریافت اسناد: از تاریخ نشر آگهی نوبت اول تا پایان ساعت اداری مهلت دریافت اسناد (مندرج در جدول)

۲- جهت دریافت اسناد و کسب اطلاعات بیشتر به آدرس www.esfahansteel.ir مراجعه فرمایید.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۳۹۹/۱۲/۰۹ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۳۹۹/۱۲/۱۱

روابط عمومی ذوب آهن اصفهان

در بررسی دلیل نبود حمایت درست در زنجیره تولید عنوان شد

انتخاب ترجیحی مصرف‌کنندگان

تامین حقوق مصرف‌کننده نهایی مستلزم توجه به حقوق مصرف‌کنندگان در حلقه‌های بالادستی

مرضیه احقاقی
editor@smtnews.ir

نگاه ویژه‌ای به حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در جهان وجود دارد اما این موضوع سابقه طولانی در کشور ما ندارد، بر همین اساس نیز با ضعف‌های اساسی در حمایت از مصرف‌کنندگان روبه‌رو هستیم. به‌ویژه آنکه هر زمان سخن از مصرف‌کننده به میان می‌آید، تصویر خریدار کالای نهایی در ذهن نقش می‌بندد. این درحالی است که هر تولیدکننده‌ای خود مصرف‌کننده محصول حلقه بالادستی است و باید از حقوقی برخوردار باشد. به‌عنوان مثال، تولیدکنندگان لوازم خانگی خود مصرف‌کننده ورق‌های فولادی، آلومینیومی یا انوع محصولات پتروشیمی هستند. در همین حال، تامین مواد اولیه مورد نیاز این صنایع تاثیر بسزایی بر عملکرد آنها دارد. برای بررسی این موضوع با تولیدکنندگان لوازم خانگی گفت‌وگو کرده‌ایم و نظر آنها را در این زمینه جویا شده‌ایم. به اعتقاد این تولیدکننده در کشور ما حقوق مصرف‌کننده تنها به خریداران محصولات نهایی تعلق دارد که آنهم به‌صورت دوره‌ای یا مناسبتی مورد توجه قرار می‌گیرد. اما تولیدکنندگان به‌عنوان مصرف‌کننده ماده‌ای اولیه از هیچ حقوقی برخوردار نیستند. شاید بخشی از این موضوع را بتوان به دولتی بودن یا وابستگی شرکت‌های مادر و بالادستی به دولت نسبت داد. در واقع این وابستگی مانع پاسخگویی این مجموعه‌ها نسبت به عملکرد خود می‌شود. این درحالی است که عملکرد آنها به‌طور زنجیروار به مصرف‌کننده نهایی منتقل می‌شود و نباید نسبت به آن بی‌تفاوت بود.



عکس: صمت

سازکاری برای حمایت

تعیین سازکاری رسمی و اصولی برای حمایت از مصرف‌کننده، نخستین قدم در مسیر احقاق حقوق مصرف‌کنندگان است. براساس قانون، منظور از مصرف‌کننده هر شخص حقیقی یا حقوقی است که کالا یا خدمتی را خریداری می‌کند. منظور از عرضه‌کننده نیز تمامی تولیدکنندگان، واردکنندگان، توزیع‌کنندگان، فروشندگان کالا و ارائه‌کنندگان انواع خدمات هستند. توجه به تعریف یادشده و گستردگی آن، اهمیت توجه به حقوق مصرف‌کننده را بیش از پیش روشن می‌کند. در مباحث مربوط به حقوق مصرف‌کننده عموما خریدار نهایی مورد توجه قرار دارد، اما باید تاکید کرد که محصول نهایی در سلسله مراتبی از زنجیره تولید حاصل می‌شود. بنابراین تامین حقوق مصرف‌کننده نهایی مستلزم توجه به حقوق مصرف‌کنندگان در حلقه‌های بالادستی نیز هست. در چنین موقعیتی می‌توان شرایط کنترل نرخ و کیفیت محصولات نهایی را سلسله‌وار فراهم کرد.

حمایت نمی‌شویم



عباس هاشمی، دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران به عنوان مصرف‌کننده پایین دستی صنایع فولادی در گفت‌وگو با صمت تاکید کرد: تولیدکنندگان لوازم خانگی خود به‌عنوان مصرف‌کننده محصولاتی مانند ورق‌های فولادی، آلومینیومی، محصولات پتروشیمی و... شناخته می‌شوند. صنایع مادر یا بالادستی مواد اولیه مورد نیاز تولیدکنندگان لوازم خانگی را تامین می‌کنند. این صنایع مادر اغلب به دولت وابسته هستند، همین دولتی بودن نیز موجب شده در قبال مصرف‌کنندگان پاسخگو نباشند. در همین حال هر شرایطی که تعیین کنند، صنایع پایین‌دستی مطیع به اجرای آن هستند. یعنی عملا حقوقی به این فعالان اختصاص نمی‌یابد. این درحالی است که انتظار می‌رود حقوق مصرف‌کننده در هر سطحی مشخص و تامین آن ضروری باشد.

هاشمی افزود: تامین مواد اولیه، ضرورتی اساسی در مسیر تداوم فعالیت تولیدکنندگان لوازم خانگی است اما درحال‌حاضر به اجرای این ضرورت توجه کافی نمی‌شود.

البته میزان عرضه ماهانه صنایع مادر از سوی ستاد تنظیم بازار مشخص می‌شود اما این تولیدکنندگان در عمل الزامی برای اجرای این دست مصوبات ندارند؛ درنتیجه از عرضه کافی محصول در رینگ معاملات بورس کالا سر باز می‌زنند. همین موضوع نیز از یک‌سو زمینه رشد قیمت‌ها را فراهم می‌کند و از سوی دیگر، چالش‌هایی را در مسیر تداوم تولید این مجموعه‌ها به وجود می‌آورد. با این وجود با رعایت نشدن کف عرضه، هیچ نهاد مسئولی برای رفع این چالش ورود نمی‌کند.

وی خاطرنشان کرد: البته ستاد تنظیم بازار به‌طور مرتب مصوباتی را تنظیم و ارائه می‌کند اما شرکت‌های بالادستی وقعی به این مصوبات نمی‌نهند و بدون توجه از کنار آنها می‌گذرند. در واقع گویی وابسته بودن این شرکت‌ها به دولت دست آنها را در رعایت نکردن مقررات باز گذاشته است.

▣ انتقاد به نفوذ بالادستی‌ها

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران افزود: قدرت تولیدکنندگان صنایع بالادستی به قدری بالاست که می‌توانند در تصمیم‌گیری‌های کلان تجاری و تولیدی کشور نیز اثرگذار باشند. به‌عنوان مثال، در مواردی شاهد بودیم که تحت نفوذ این تولیدکنندگان واردات محصولات مشابه آنها دشوار شده است. از جمله آنکه عوارض واردات فولاد حدود ۷ سال قبل به شدت افزایش یافت. این ممنوعیت درحالی شدت گرفت که بخشی از این محصولات تولید مشابه داخلی نداشتند یا تولید داخلی کفاف نیاز صنایع پایین‌دستی را نمی‌داد و درنتیجه چالش‌های جدیدی در مسیر فعالیت ما تنها با هدف حمایت از صنایع مادر ایجاد شد. بنابراین نه‌تنها از حقوق ما به‌عنوان مصرف‌کننده حمایت نمی‌شود، بلکه هر شرایط دشواری نیز بر روند فعالیت ما تحمیل می‌شود.

هاشمی گفت: صنایع بالادستی از دید دولت، صنایعی استراتژیک به‌شمار می‌روند. این صنایع به لحاظ اشتغالزایی و درآمدزایی از اهمیت ویژه‌ای برخوردار هستند. در همین حال، توجه کافی به ظرفیت‌های صنایع پایین‌دستی در توسعه اقتصادی و اشتغالزایی نمی‌شود، گویی این صنایع همچون فرزند ناتنی هستند. در چنین شرایطی، کاهش تولید و حتی توقف فعالیت واحدهای پایین‌دستی مورد توجه نیست.

▣ تمرکز بر حقوق مردم است

وی در پاسخ به سوالی مبنی بر نقش سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان در دفاع از حقوق تولیدکنندگان لوازم خانگی به‌عنوان مصرف‌کننده محصولات فلزی و پتروشیمی، گفت: این سازمان در اسم خود، وظیفه حمایت از ما را هم بر عهده دارد اما در عمل شرایط تفاوت می‌کند. فعالیت‌های این سازمان به عملکرد مصرف‌کنندگان نهایی یا مردم متمرکز می‌شود و این تمرکز نیز تکلیفی بوده و به‌ویژه در مواقع خاص یا مناسبتی مانند شب عید و... جریان دارد.

هاشمی در ادامه خاطرنشان کرد: فشار فعالیت‌های حمایتی نیز فقط به مصرف‌کننده نهایی وارد می‌شود؛ یعنی از ما انتظار دارند در حالی که نرخ مواد اولیه تولیدمان افزایش و به‌دنبال آن نرخ تمام‌شده محصولات بیشتر شده، کالای نهایی خود را با همان نرخ قبل در بازار به فروش برسانیم. بدون تردید این منطق پذیرفتنی نیست.

▣ صنایع مادر پاسخگو نیستند

دبیرکل انجمن صنایع لوازم خانگی ایران در ادامه تاکید کرد: صنایع مادر عملا با مهندسی عرضه، قیمت‌ها را به دلخواه خود بالا می‌برند و بازار را مدیریت می‌کنند. سازمان‌های حمایتی و نظارتی نیز از پس تغییر این شرایط بر نمی‌آیند. چنانچه مشاهده می‌کنیم ستاد تنظیم بازار میزان کف عرضه هر واحد تولیدی را مشخص می‌کند اما این مصوبه در عمل از سوی واحدهای بزرگ اجرایی نمی‌شود و کسی هم پاسخگو نیست.

کما اینکه از ابتدای امسال تاکنون به‌ازای حداکثر حدود ۶۰ درصد عرضه مصوب‌شده از سوی ستاد تنظیم بازار، از سوی مجموعه‌های بزرگ، در بورس کالا عرضه شده اما کسی هم برای نقض این مصوبات، پاسخگو نیست.

وی در پاسخ به سوالی مبنی بر امکان شکایت و پیگیری این دست کوتاهی‌ها از سوی تولیدکنندگان لوازم خانگی نسبت به موضوعات یادشده گفت: وقتی مصوبات ستاد تنظیم بازار اجرایی نمی‌شود، چه انتظاری دارید؟ معلوم است که در چنین شرایطی اعتراضات ما نیز به نتیجه نمی‌رسد. یعنی باید اذعان کرد که سازکار برخورد با واحدهای بزرگ در کشور تعریف نشده است و هیچ امیدی به بهبود شرایط وجود ندارد.

> صنایع مادر یا بالادستی مواد اولیه مورد نیاز تولیدکنندگان لوازم خانگی را تامین می‌کنند. این صنایع مادر اغلب به دولت وابسته هستند، همین دولتی بودن نیز موجب شده در قبال مصرف‌کنندگان پاسخگو نباشند

تولیدکنندگان از حقی در مقابل صنایع بالادستی برخوردار نیستند



حسین فتاحی، مدیرعامل شرکت امرسان نیز به‌عنوان یکی دیگر از مصرف‌کنندگان صنایع پایین‌دستی فولاد در گفت‌وگو با صمت و در پاسخ به سوالی مبنی بر حقوق تولیدکنندگان لوازم خانگی به‌عنوان مصرف‌کننده محصولات فلزی یا پتروشیمی گفت: تولیدکنندگان لوازم خانگی از هیچ حقی در مقابل صنایع بالادستی برخوردار نیستند. اگر هم اعتراضی نسبت به صنایع بالادستی داشته باشیم، شکایت ما به جایی نمی‌رسد.

فتاحی گفت: در طول امسال از میزان عرضه ورق فولادی به بورس کالا کاسته شده است. در چنین شرایطی تولیدکنندگان لوازم خانگی ناچارند مواد اولیه مورد نیاز خود را از بازار آزاد خریداری کنند. در خرید محصول از بازار آزاد نیز هیچ قانونی جریان ندارد و کسی هم نسبت به کیفیت محصول یا نرخ آن پاسخگو نیست. به‌عنوان مثال، ما طی همین چند ماه اخیر بارها محصولاتی را از بازار آزاد خریداری کرده‌ایم اما از کیفیت آن راضی نبوده‌ایم اما کسی هم پاسخگو نیست و حتی راهکاری برای پیگیری آن وجود ندارد. بدون تردید این مشکلات زمینه رشد هزینه تمام‌شده تولید محصولات لوازم خانگی را فراهم می‌کند و مصرف‌کننده نهایی از آن متضرر می‌شود.

این فعال صنعتی افزود: در چنین شرایطی برای رفع این دست چالش‌ها انتظار می‌رود نظارت دولت و متولیان امر بر عرضه محصولات فولادی در بورس کالا افزایش یابد. تولیدکنندگان این محصولات به‌ویژه محصولاتی همچون ورق که تولیدکننده انحصاری دارند موظف باشند کف عرضه در بورس را رعایت کنند. تامین به موقع محصول و نرخ مناسب آن از مهم‌ترین درخواست‌های تولیدکنندگان لوازم خانگی است که هیچ‌گاه مورد توجه سیاست‌گذاران قرار نگرفته است.

وی در ادامه تاکید کرد: در همین حال ناچاریم برای تامین مواد اولیه و تداوم تولید به هر قیمتی که فروشنده بخواهد تن بدهیم.

مدیرعامل شرکت امرسان افزود: البته زمانی که مواد اولیه یادشده را در قالب معاملات مچینگ از فولاد مبارکه خریداری می‌کردیم، مشکلی از منظر کیفیت نداشتیم، چراکه اگر محصولی با مشکلی روبه‌رو بود، با فروشنده تماس می‌گرفتیم و آنها خود را موظف به رفع عیوب و جایگزین کردن محصول معیوب با محصولی می‌دانستند.

فتاحی گفت: وزارت صنعت، معدن و تجارت میزان مواد اولیه مورد نیاز ما را براساس میانگین مصرف واحدهای تولیدکننده لوازم خانگی در سال ۹۸، تعیین کرده است. این برآورد در حالی است که این واحدها در سال جهش تولید بر ظرفیت تولید خود افزوده‌اند و درنتیجه شرایطی با کمبود شدید مواد اولیه روبه‌رو هستند.

▣ فقط ما پاسخگو هستیم

این فعال صنعت فولاد افزود: حال کافی است یک خریدار از ما شکایت کند، بدون تردید این دست شکایت‌ها به‌شدت پیگری می‌شود. یعنی حمایت از حقوق مصرف‌کننده تنها به مردم اختصاص دارد. البته این‌گونه کنترل‌ها بحق است و ما نیز اعتراضی درباره آن نداریم. اما انتظار می‌رود نسبت به شرایط ما نیز پیگیری شود و حقوق ما نیز به‌عنوان مصرف‌کننده مورد توجه قرار گیرد.

وی در ادامه گفت: البته دولتی بودن صنایع بالادستی نیز در اصل عدم‌پاسخگویی توسط آنها نیز به‌شدت اثرگذار است. در چنین شرایطی صدای ما به‌عنوان واحد خصوصی شنیده نمی‌شود. ما با چالش‌های اساسی همچون رشد بی‌رویه قیمت، پاسخگو نبودن فروشندگان نسبت به زمان تحویل محصول و کیفیت آن روبه‌رو هستیم. امید می‌رود مراجع مربوط برای بهبود این شرایط تلاش کنند.

فتاحی در پایان خاطرنشان کرد: نرخ و کیفیت مناسب، تحویل به موقع و به اندازه، ۴ مولفه مهم در تامین مواد اولیه مورد نیاز تولید در یک مجموعه هستند. چنانچه این ۴ مولفه موردتوجه نباشد، نمی‌توان برای تولید برنامه‌ریزی بلندمدت داشت و نباید به تداوم شرایط تولید در یک مجموعه صنعتی امید داشت.

سخن پایانی

از مجموع موارد یادشده می‌توان این‌گونه نتیجه گرفت که حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در ایران باید بازنگری و بازتعریف شود. در این بازنگری، هیچ شرکت یا مجموعه‌ای به سبب وابستگی به دولت نباید استثنا شود. بدون تردید این دست سخت‌گیری‌ها در نهایت زمینه توسعه صنعتی را فراهم می‌کند و مردم نیز از نتایج آن منتفع خواهند شد. در ادامه لازم است ابزارهای حمایتی لازم نیز مورد توجه قرار گیرند تا یک مجموعه نتواند به راحتی از اجرای مصوبات و دستورالعمل‌ها سر باز کند.

رکورد تولید فولاد و گندله چادرملو شکسته شد

در بهمن امسال با استفاده از محصول آهن اسفنجی گرم و با تلاش کارکنان متعهد و کوشای کارخانجات فولاد و احیا چادرملو این موفقیت کسب شد.

به گزارش روابط‌عمومی شرکت معدنی و صنعتی چادرملو، این واحد، با ذوب ۹۷ هزار و ۲۴ تن فولاد افزون بر ۹۵ هزار و ۱۲۱ تن شمش فولادی تولید شد. این برای نخستین‌بار است که ظرفیت تولید شمش فولاد از مرز ۹۵ هزارتن در ماه عبور می‌کند.

این موفقیت در حالی به‌دست آمده که مراحل تست و راه‌اندازی سیستم هات‌شارژ برای تولید آزمایشی محصول آهن اسفنجی گرم در واحد مگامدول احیا مستقیم چادرملو نیز با موفقیت انجام شد.

در همین حال انتظار می‌رود در چند ماه آینده برای تولید پایدار و پیوسته، مراحل نصب به پایان برسد و سیستم هات‌شارژ به‌طور کامل در مدار تولید قرار گیرد. یادآوری می‌شود در آذر امسال ظرفیت تولید شمش فولادی این کارخانه به ۹۳ هزارو ۲۵۰ تن رسیده بود.

از سوی دیگر، طی ۱۱ ماه گذشته در واحد گندله‌سازی مجتمع صنعتی چادرملو رکورد تولید فراتر از انتظار شکسته شد و در یک ماه مانده به پایان سال از ظرفیت تولید اسمی عبور کرد که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۱۵۰ هزار تن بیشتر تولید شد.

ناصر تقی‌زاده، مدیرعامل چادرملو کسب موفقیت‌های پی‌درپی ۲ مجتمع معدنی و صنعتی چادرملو را به همه تلاشگران این مجموعه‌ها تبریک گفت و اظهار امیدواری کرد که روند موفقیت‌های کارگران و کارکنان سختکوش چادرملو در افزایش تولید محصولات که در سال جهش تولید به‌دست آمده، سال آینده نیز پر رنگ‌تر از امسال تداوم یابد.

یادداشت

سود متوازن لازمه تداوم تولید



کیومرث فتح‌اله کرمانشاهی
دبیر سندیکای لوله و پروفیل فولادی

تولیدکنندگان لوله و پروفیل فولادی در مسیر تولید خود از ورق گرم فولادی به‌عنوان ماده اولیه استفاده می‌کنند و به بیان دیگر لوله و پروفیل‌سازان مصرف‌کننده ورق گرم هستند. واحدهای معدودی در کشور این محصول را تولید می‌کنند که از جمله آنها می‌توان به فولاد مبارکه، فولاد گیلان و لوله و نورد اهواز اشاره کرد. محصولات فولادسازان ما براساس استانداردهای معتبر تولید می‌شود و معمولا از این منظر گلایه‌ای از نظر کیفیت از سوی مصرف‌کنندگان نهایی وجود ندارد. اگر هم ایرادی در این زمینه وجود داشته باشد، مراجع رسمی مرتبط مانند سازمان ملی استاندارد یا سایر مراجع قضایی باید پیگیری کنند.

با این وجود، صنایع تولیدکننده لوله و پروفیل فولادی در مسیر تامین محصولات مورد نیاز خود برای تولید کالای نهایی با چالش‌هایی روبه‌رو هستند و در مواردی حقوق آنها به‌عنوان مصرف‌کننده آنطور که باید مورد توجه قرار نمی‌گیرد. به‌عنوان نمونه، صنایع پایین‌دستی هزینه خرید ورق را نقد پرداخت و محصول خود را در یک بازه زمانی ۲ تا ۳ ماهه دریافت می‌کند. این موضوع به منزله متضرر شدن صنایع پایین‌دستی است.

مواد اولیه مورد نیاز لوله و پروفیل‌سازان (یعنی ورق‌های فولادی) در بورس کالا عرضه می‌شوند. مبنای قیمت‌گذاری در بورس عرضه و تقاضاست. مبنای نرخ باید به‌گونه‌ای باشد که همزمان حقوق تولیدکننده و مصرف‌کننده مورد توجه باشند. تولیدکننده، صادرکننده، واردکننده و مصرف‌کننده ۴ رکن اصلی و اساسی در بازار هستند و تامین حقوق همه آنها از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

همانطور که بارها تاکید شده تامین نیاز صنایع پایین‌دستی باید در اولویت صنایع بالادستی قرار گیرد، تا بدین‌ترتیب از یک‌سو اشتغالزایی افزایش یابد و از سوی دیگر، با تکمیل زنجیره تولید، ارزش‌افزوده بیشتر شود. در نهایت نیز با صادرات محصولات نهایی زمینه رونق اقتصادی در کشور فراهم شود. با این وجود، در سال جاری که از سوی رهبر معظم انقلاب با عنوان جهش تولید نام‌گذاری شده، تولیدکنندگان صنایع پایین‌دستی همچنان در مسیر تولید خود با کمبود مواد اولیه روبه‌رو هستند. درواقع همین کمبود را می‌توان به نوعی تضییع حقوق مصرف‌کننده دانست یا به‌عبارتی دیگر حقوق ما از سوی صنایع بالادستی تامین نمی‌شود.

این موضوع به رشد هزینه‌های سربار تولید در یک مجموعه منجر می‌شود و زمینه افزایش نرخ تمام‌شده یک محصول را فراهم می‌کند. بدین‌ترتیب مصرف‌کننده نهایی نیز متضرر خواهد شد. مشکل تامین مواد اولیه درحالی است که می‌توان این چالش را به‌راحتی و با استفاده از ظرفیت‌های ثبت‌شده در بهین‌یاب و ظرفیت واقعی تولیدکنندگان برطرف کرد. یعنی ظرفیت واقعی هر واحد مشخص و میزان خرید آن در معاملات بورس کالا مشخص شود.

در ادامه باید خاطرنشان کرد نماینده دادستانی به‌عنوان مدعی‌العموم در چالش‌های زنجیره فولاد حضور و اختلافات میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان را پیگیری می‌کند. خوشبختانه تاکنون شاهد اقدامات مثبتی از سوی دادستانی بوده‌ایم. در همین حال سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان نیز به سهم خود پیگیر شرایط است. سایر نهادهای نظارتی نیز به تبع وظیفه خود مشکلات و راه‌حل‌های رفع آن را پیگیری می‌کنند. انجمن تولیدکنندگان لوله و پروفیل فولادی نیز هر زمان چالشی را منعکس کرده، بازخورد مناسبی را از آن دریافت کرده است.

اما آنچه اهمیت دارد این است که تنظیم بازار فولاد و رسیدگی به چالش‌های این زنجیره در حکم کاری ملی است، چراکه این زنجیره براساس ظرفیت‌های غنی سنگ آهن در کشور شکل گرفته است. بهره‌گیری از این ظرفیت‌ها به منزله اشتغالزایی، ارزش‌آفرینی و تامین نیاز بازار داخلی و رشد صادرات است.

تداوم تولید در این زنجیره با حفظ منافع جمعی حاصل می‌شود و در همین حال به الزاماتی نیز نیاز دارد. درنتیجه از سازمان‌ها، نهادها و سیاست‌گذاران مرتبط با این زنجیره انتظار می‌رود در این کار ملی شریک باشند. از تصمیمات جزیره‌ای بپرهیزند و مانع زیاده‌خواهی عده‌ای خاص شوند. در چنین شرایطی می‌توانیم به بهبود شرایط تولید در این زنجیره امید داشته باشیم.

یادداشت

فرصتی برای ارزیابی حقوق مصرف‌کننده



غلامعلی رموی/ مشاور انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان

۹ اسفند در کشور روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان نام گرفته است. 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 که مطابق مبانی اجتماعی و اعتقادی، مواظب جیب مصرف‌کننده باشد تا مردم در این دوران عسر و سختی رنج کمتری را متحمل شوند و سرپرستان کمتر شرمنده خانوادها شوند.

این روزها مردم در اثر بیماری و محدودیت‌های کرونایی اوقات خوشی را سپری نمی‌کنند. ویروس جدید انگلیسی بسیار سریع منتقل می‌شود و افراد تاثیرگذار و مهم جامعه (کودکان و جوانان) را بیشتر هدف قرار داده است. این موضوع خطر بیشتری را متوجه خانواده‌ها می‌کند. در ۳ سال گذشته پیکر نیمه‌جان مصرف‌کننده بیش از پیش از رمق افتاده و سونامی افزایش قیمت‌ها تاب و توان خانواده‌ها را سلب کرده است. برخی اخبار ناگوار از بی‌تدبیری در حوزه اقتصادی و بازار نیز نمک بر زخم جامعه است.

جریان تولید راه برون‌رفت از بحران را در افزایش قیمت‌ها می‌بینند 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 و البته خریدار خارجی بی‌درنگ تصمیم به تغییر کالا می‌گیرد. نگاه کوتاه‌مدت و گذرا به منافع و ترجیح منافع کوتاه بر مصالح حفظ برند و کیفیت بسیاری از صادرکنندگان نمونه کشور را به زمین زده است. بی‌توجهی عملی به حوزه مشتری و اعتنا به نیاز و سلیقه مصرف‌کننده و اجرای تعهدات گارانتی و وارانتی جریان مصرف را نسبت به تولیدات یا تعهدات داخلی بی‌اعتماد کرده است. مصرف‌کننده مدعی است جریان گارانتی راهکاری برای سرکیسه کردن است و نسبت تعهدات اجرا شده به تقاضاهای تعهد از سوی بنگاه اقتصادی در عمل بسیار ناچیز است.

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؟

دولت در فرآیند افزایش قیمت‌های خودسرانه برخی بنگاه‌های اقتصادی جلساتی را برای تاکید بر رعایت قیمت‌های مصوب برگزار می‌کند که برخی هم متاسفانه بی‌نتیجه یا کم‌نتیجه است اما برای حمایت از مصرف‌کننده نمی‌تواند با نهاد یا تشکلی به شکل جدی وارد مذاکره شود تا راهکارهای برون‌رفت از مشکلات مصرف‌کننده را پیدا کند.

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

روز ملی حمایت از 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 است 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.

یک اقتصاددان در گفت و گو با صمت:

حمایت از مصرف‌کننده تنها در حد شعار است

امیرعباس آذرم‌وند
editor@smtnews.ir

تورم از مهم‌ترین معضلاتی است که مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان را دچار مشکل می‌کند. مصرف‌کننده از تورم آسیب می‌بیند زیرا قدرت خریدش را کاهش می‌دهد و همین امر به کاهش تقاضا در بازار می‌انجامد. تولیدکننده هم دچار مشکل می‌شود زیرا تولید گران‌تری خواهد داشت و افزایش نرخ هم به کاهش مشتری منجر می‌شود. بررسی ۳ سال گذشته کشور نشان می‌دهد که تورم هیچ‌گاه کمتر از ۳۰ درصد نبوده است. این در شرایطی است که در سال‌های ۹۵ و ۹۶ برای نخستین‌بار در ۴۲ سال حاکمیت جمهوری اسلامی، ۲ سال پی‌درپی نرخ تورم تک‌رقمی شده بود. اما پس از همین رکوردشکنی، رکوردهای نرخ فزاینده تورم به ثبت رسید. در این باره آلبرت بغزیان، مدرس دانشگاه و اقتصاددان معتقد است در ایران هیچ‌گاه حمایت اصولی و درست از مصرف‌کننده صورت نگرفته و حمایت‌ها از تولیدکنندگان هم بسیار ناکافی بوده است. او بر این باور است که ادامه روند فعلی با توجه به کاهش شدید قدرت خرید جامعه می‌تواند به کاهش تقاضایی بینجامد که خود مشکلات بسیاری را برای تولیدکنندگان هم به وجود می‌آورد. او ضمن دفاع از قیمت‌گذاری در بخش‌هایی از اقتصاد، گفت: صنعتی چون خودروسازی که در برهه‌هایی از زمان با رانت سر پا مانده و بازاری انحصاری در اختیار دارد، باید نرخ کالاهایش از سوی نهادی دولتی تعیین شود چراکه مدیران بنگاه‌ها تنها به دنبال سود حداکثر هستند اما دولت باید تلاش کند قیمت‌گذاری به شکل منصفانه انجام شود. متن کامل گفت‌وگوی صمت با او را در ادامه می‌خوانید.



عکس: آیدا فریدی

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. درواقع حمایت در این بخش به شکل کلی همین است

◉ حمایت واقعی از مصرف‌کننده چگونه ممکن خواهد بود؟

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 یک سال اخیر را درنظر 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. البته سال‌های پیش‌تر هم وضعیت چندان درخشانی نداشتیم اما در یک‌سال اخیر شرایط بازهم سخت‌تر شد. این شرایط سبب شده تا هم صدای مصرف‌کننده دربیاید و هم تولیدکننده به وضعیت خودش معترض باشد.

متاسفانه در این مدت یک‌سری کالاها به مراتب کمتر از نیاز موجود جامعه در بازار وجود داشت یا یک‌سری کالاها در بازار نبود و متقاضی یا باید به نرخ آزاد یا از طریق واردات نیاز خود را تامین کند یا در صف‌های طولانی بایستد.

در بخش قیمت‌ها هم نه‌تنها هیچ حمایت واقعی صورت نگرفته بلکه فشار تورمی شدید شده و در عمل کاری هم برای کنترل قیمت‌ها انجام نشد. این افزایش نرخ تمام کالاها و خدمات را دربر گرفت و از مسکن تا کالاهای اساسی هرکدام افزایش چندبرابری نرخ را تجربه کردند. این امر مردم را در تهیه نیازهای خود با مشکل مواجه کرد. متاسفانه درحال‌حاضر قیمت‌ها در اقتصاد ایران هیچ تناسبی با قدرت خرید مصرف‌کنندگان و مزدبگیران ندارد، به همین دلیل بخشی از نیازها را مردم خود نادیده می‌گیرند چون امکان تامین آن را ندارند. به‌طور کلی می‌توان گفت قیمت‌هایی که هم‌اکنون در اقتصاد ایران وجود دارد، قیمت‌هایی نیست که مصرف‌کنندگان بتوانند اقدام به خرید کافی کنند.

درباره کیفیت هم، هنگامی که گرانی و کمبود کالا به وجود 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 شدند. مشتریانی که کیفیت برای آنها تعیین‌کننده است هم تنها می‌توانند به محصولات خارجی مراجعه کنند.

از این رو، می‌توانیم ادعا کنیم ۳ مولفه تعیین‌کننده برای حمایت از مصرف‌کننده در اقتصاد ایران وضعیتی بغرنج و ناامیدکننده دارند. پس می‌توانیم بگوییم حمایت از مصرف‌کننده در کشور هم وضعیت خوبی ندارد و حمایتی که لازم است از مصرف‌کنندگان کشور صورت نمی‌گیرد. حتی حمایتی که از آنها می‌شود نمی‌تواند نیازهای آنها را به اندازه کافی تامین کند و به همین دلیل اکنون در کشور هم تولیدکننده و هم مصرف‌کننده نسبت به شرایط خود ناراضی هستند. با این حال شرایط مصرف‌کنندگان به مراتب دشوارتر از تولیدکنندگان است.



آلبرت بغزیان

انتظار می‌رود در سال آینده نیز نرخ تورم بالا و در بهترین حالت بین ۲۵ تا ۳۰ درصد باشد

◉ وضعیت موجود حمایت از مصرف‌کنندگان را غیرقابل قبول دانستید. به نظر شما اینکه یک سازمان متولی حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان شده، با توجه به تضاد منافعی که میان این دو بخش هست، چقدر در این شرایط موثر و سهیم بوده است؟

سازمان حمایت تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان سال‌ها قبل در ایران تاسیس شد. بنابراین 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 مواجه هستیم، 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، من فکر می‌کنم امروز این مسئله تبدیل به یک شوخی شده است. هنوز معلوم نشده 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 زیرا مشخص است حمایت اصولی از تولیدکننده باید به نحوی 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 و تولیدکنندگان مشکلات زیادی دارند. از میان تولیدکنندگان کشور عده معدودی می‌توانند از تسهیلات و سیاست‌های حمایتی کافی برخوردار شوند و به همین دلیل اعتراضات زیادی در دو سه سال اخیر از سوی تولیدکنندگان صورت گرفته است. به این ترتیب، فکر می‌کنم سازمان حمایت تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان اکنون دچار نوعی بحران هویت شده و از هیچ‌کدام از دو بخش مورد ادعا حمایت‌های کافی را انجام نمی‌دهد.

◉ با توجه به شرایط کشور و مشکلات اقتصادی که وجود دارد، فکر می‌کنید حمایت موثر از تولیدکننده و مصرف‌کننده چگونه صورت خواهد گرفت؟

این مسئله، موضوع تازه‌ای نیست. در بسیاری از کشورهای جهان مدل‌های موفق حمایت درست از مصرف‌کننده و تولیدکننده وجود دارد. به همین 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 تاکنونی 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. درواقع حمایت در این بخش به شکل کلی همین است.

با این حال، متاسفانه در ایران مسئله حمایت از سوی برخی کارشناسان هم زیر سوال می‌رود و دائم این پرسش مطرح می‌شود که حمایت یعنی چه؟ این در حالی است که حمایت از مصرف‌کننده هیچ‌گاه به شکل درستی در ایران انجام نشده و در بخش حمایت از تولید هم سیاست‌هایی که در کشور اجرا شدند توان کافی برای رفع یا تحقیق مشکلات را نداشتند.

هنگامی که حمایت اصولی و درست از مصرف‌کننده صورت نگیرد اتفاقات فراوانی رخ می‌دهد. مثلا اکنون با اینکه نرخ گوشت رشد چشمگیری در دو سه سال اخیر داشته، در قصابی‌ها موجود است. به نظر می‌آید که تولید گوشت نیز در کشور کافی است. حال آنکه اگر گوشت در قصابی‌ها وجود دارد نه به دلیل افزایش تولید بلکه به دلیل کاهش مصرف است. سرانه مصرف گوشت هر ایرانی در تمام این سال‌ها رو به کاهش بوده اما نرخ گوشت به هیچ وجه ارزان نشده است. متاسفانه 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. حمایت از مصرف‌کننده هم اگر در ایران صورت گرفته باشد نه از سوی نهاد متولی آن بلکه از سوی شورای رقابت بوده که گهگاه به داد مصرف‌کنندگان رسیده و اجازه افزایش قیمت‌ها را آن‌طور که بنگاه‌ها انتظار دارند، نداده است. درواقع اینکه امروز در برخی بخش‌ها قیمت‌ها سرسام‌آورتر از ارقام فعلی نشده به دلیل سیاست‌های شورای رقابت بوده و نه سازمان حمایت تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان.

◉ در قیمت‌گذاری هم اقتصاددانان جریان اصلی و هم حامیان بازار آزاد، این سیاست را اشتباه می‌بینند. نظر شما در این باره چیست؟

من با این نگاه کاملا مخالف هستم چون بازار هر قیمتی را که تعیین می‌کند منصفانه نیست و در جایی که محدودیت‌هایی در تعیین نرخ منصفانه در بازار وجود دارد باید نهادهای مسئول مداخله کنند و از سوداگری و سودجویی احتمالی جلوگیری کنند.

در این میان کسانی که چنین نظری دارند، طوری وانمود می‌کنند که گویا نرخ بخش مهمی از کالاها را به شکل دستوری و از سوی نهادهای دولتی تعیین می‌کنند. حال آنکه چنین نبوده و نیست. مثلا اگر شورای رقابت وارد قیمت‌گذاری در بخش خودرو می‌شود به دلیل شرایط خاص این بخش است.

خودرو یک بازار انحصاری در کشور دارد و واردات آن به‌شدت محدود شده است. به همین دلیل انتظار می‌رود خودروسازان در بازار انحصاری خود صرفا به سودآوری خود نیندیشند و قیمت‌های منصفانه‌ای را برای کالاهای خود تعیین کنند. طبیعی است هرگاه آنها از این امر سر بازمی‌زنند شورای رقابت وارد عمل می‌شود و آنها را ملزم به رعایت قانون می‌کند. آنها با استفاده از فرمول‌های خاص و با محاسبه یک سود معقول برای بنگاه‌ها قیمت‌ها را تعیین می‌کنند.

این روش نیز از نظر من کاملا قابل دفاع است زیرا در جایی که محدودیت عرضه وجود دارد، بازار به شکل انحصاری در دست چند بنگاه خاص است. در مقابل نظام تعرفه‌ای هم برای حمایت از آن صنعت اعمال می‌شود، مسئله قیمت‌گذاری ضروری است.

بنگاه‌ها تمایل دارند هر طور شده به حداکثر سود دست پیدا کنند اما وقتی از این همه امکانات و رانت استفاده می‌کنند نباید این امکان را داشته باشند. به همین دلیل شورای رقابت وارد می‌شود و تلاش می‌کند کاری کند که هم تولیدکننده سود متعارف را ببرد و هم قیمت‌ها به نحوی باشد که مصرف‌کننده هم امکان خرید آن را داشته باشد. به باور من این اقدام، یعنی درنظر گرفتن منافع دو طرف، به تقویت منافع ملی می‌انجامد.

متاسفانه بنگاه‌های بزرگ و سرمایه‌گذاران در ایران تمایل دارند حتی هزینه اشتباهات خود را از جیب مردم و مصرف‌کنندگان بپردازند. به همین دلیل به جای اینکه بهره‌وری را افزایش دهند، فناوری خود را ارتقا دهند یا سرمایه‌گذاری‌های خود را اصولی کنند، تنها به دنبال این هستند که بالاترین قیمت‌ها را برای محصولات خود بگذارند. حال آنکه مصرف‌کننده نباید هزینه اشتباهات دیگران را بپردازد و در اینجا از قضا مسئله نرخ منصفانه به میان می‌آید. وقتی درآمد مردم و مزدبگیران تحول خاصی نداشته، چرا باید خودروهای کم‌کیفیت ۱۰۰ میلیون تومان فروخته شوند، آن‌هم در شرایطی که واردات خودرو به کشور ممنوع است؟

◉ با این شرایط فکر می‌کنید سال آینده وضعیت تولیدکننده و مصرف‌کننده در کشور چگونه خواهد بود؟

با توجه به تورم فزاینده‌ای که طی ۳ سال گذشته بر کشور حاکم بوده و تداوم آن در سال جاری و اینکه نرخ تورم نقطه‌ای بیش از تورم میانگین در کشور است، انتظار می‌رود در سال آینده هم نرخ تورم بالا و در بهترین حالت بین ۲۵ تا ۳۰ درصد باشد. این امر در شرایط فعلی نه به سود تولیدکنندگان است و نه مصرف‌کنندگان. با این حال، شرایط مصرف‌کنندگان به مراتب دشوارتر خواهد بود چون هیچ سازمانی به شکل واقعی از آنها حمایت نمی‌کند.

البته منظور من از مصرف‌کنندگان مزدبگیران و دهک‌های پایین جامعه هستند وگرنه صاحبان ثروت و سرمایه یا همان دهک‌های پردرآمد که از تورم بیشترین منفعت را خواهند برد زیرا بدون اینکه هیچ فعالیتی انجام دهند با افزایش ارزش دارایی‌های خود مواجه می‌شوند حال آنکه مزدبگیران به طور روزمره کاهش قدرت خرید را تجربه خواهند کرد.

از این رو، باید مسئله اصلی را مصرف‌کنندگانی دانست که از تورم ضررهای فراوانی می‌بینند و حتی امکان این را ندارند که کاهش دارایی‌های خود یا تضعیف دستمزد خود را به نحوی جبران کنند. به نظر من حداقل تا پایان نیمه اول سال آینده این شرایط برای کشور حاکم خواهد بود. پس از آن رویکردی که دولت آینده به مسائل خواهد داشت بسیار تعیین‌کننده خواهد بود. با این حال، حداقل در بحث حمایت از مصرف‌کنندگان به نظر نمی‌رسد تحول خاصی صورت بگیرد و احتمالا وضعیت فعلی به شکل کج‌دار و مریز ادامه خواهد یافت.

◉ در حمایت از تولیدکننده وضعیت متفاوت خواهد شد؟

بالاخره از تولیدکنندگان همواره حمایت می‌شود اما این حمایت‌ها به مراتب کمتر از نیازهای واقعی این بخش است، به همین دلیل کم‌ثمر است. اما باید توجه داشت که به شکل شعاری هم حمایت از مصرف‌کننده و هم تولیدکننده مطرح خواهد بود به‌ویژه که سال بعد، سال انتخابات هم هست اما من بعید می‌دانم از حد شعار فراتر رود و مشکلات واقعی این بخش‌ها حل شود.

البته قدرت خرید چنان کم شده که هر افزایش قیمتی می‌تواند رکود شدید به همراه داشته باشد و شاید از منظر مقابله با رکود دولت آینده سیاست‌هایی را در پیش بگیرد که مصرف‌کنندگان هم بهره‌مند شوند. با این حال، من حمایت موثر به‌ویژه از مصرف‌کنندگان را فعلا دور از دسترس می‌بینم.

سیاست دستوری دولت و اجحاف در حق مصرف‌کننده

فاطمه امیراحمدی
editor@smtnews.ir

طرح ساماندهی بازار خودرو، مصوب مجلس دهم با تغییراتی با نام طرح «ساماندهی صنعت و بازار خودرو» در مجلس یازدهم در حال پیگیری بوده اما با گذشته چند سال هنوز طرح نهایی نشده است. در حرف بحث حمایت از مصرف‌کننده است اما در عمل بیشتر شعاری عمل می‌شود. این حق مصرف‌کننده است که خودرو مورد نیاز خود را با نرخ مناسب و بدون دردسر خریداری کند. در یک سال اخیر نرخ خودروها نجومی افزایش یافت و امروز کمتر خودرو خارجی زیر میلیارد تومان پیدا می‌شود. مدل‌هایی که در کشورهای همسایه بین ۵۰۰ تا ۶۰۰ میلیون تومان خریداری می‌شود. هرچه طرح عقب‌تر می‌افتد به‌طور قطع این مردم و مصرف‌کنندگان واقعی هستند که متضرر می‌شوند. از سوی دیگر، خودروسازان با عنوان اینکه قیمت‌ها دستوری تعیین می‌شود و این موضوع سبب زیان انباشته آنها شده است مجلسیان را متقاعد کرده‌اند تا خودرو در بورس کشف نرخ شود. براساس سخن برخی کارشناسان این موضوع خود اجحاف در حق مصرف‌کننده است، زیرا منجربه افزایش نرخ خودرو می‌شود. فعالان صنعت خودرو هم معتقدند اگر قیمت‌ها آزاد شود بازار راه خود را پیدا می‌کند و قیمت‌ها متعادل شده و دیگر شاهد شکاف بسیار نرخ کارخانه و بازار نخواهیم بود. آنچه مسلم است عملکردها باید به‌گونه‌ای باشد که نه مصرف‌کننده و نه تولیدکننده متضرر نشوند.


عکس: صمت

در بازار خودرو چه نرخ دستوری باشد و چه آزاد، نفعی برای مصرف‌کننده ندارد و در هر دو صورت، دود نابسامانی موجود به چشم مصرف‌کنندگان می‌رود. این نشان می‌دهد برنامه‌ها و سیاست‌ها نیاز به اصلاح و در بعضی بخش‌ها تحولات بنیادی دارد، زیرا تا صنعت خودرو ساماندهی لازم را نداشته باشد، بازار خودرو هم به‌تبعیت از آن نابسامان باقی خواهد ماند

تضعیف حق مصرف‌کننده

صادق بشیری یکی از کارشناسان حوزه خودرو در پاسخ به این پرسش که اگر نرخ خودرو همچون دهه ۷۰ آزاد شود مشکل بازار خودرو رفع شده و حقوق مصرف‌کننده و تولیدکننده تامین خواهد شد، به صمت گفت: نرخ ارز، واردات خودروهای ارزان‌قیمت و صفر شدن تعرفه واردات قطعات و مواد اولیه مورد نیاز بی‌تاثیر نیست، اما مشکل اصلی این است که درحال‌حاضر تناسبی بین عرضه و تقاضا وجود ندارد.

بشیری در پاسخ به پرسشی دیگر مبنی بر اینکه منظور تقاضای واقعی است یا کاذب، ادامه داد: در اقتصاد کشور چون پول به عنوان سرمایه در دست مردم مدیریت نمی‌شود، پول‌های سرگردان هر کجا احساس کنند، افزایش قیمتی رخ خواهد داد و سرمایه‌گذاری سودآوری دارد، خود به خود به آن سمت می‌روند و برای همین هم تقاضای کاذب به‌وجود می‌آید. وی افزود: از سویی عرضه کم شده است. سال‌ها تجربه نشان داده در ماه‌های پایانی سال تقاضا بالا می‌رود؛ بنابراین مدیریت این تقاضا از سوی عرضه‌کننده، بسیار اهمیت دارد. طبیعی است تولیدکننده به‌گونه‌ای مدیریت می‌کند که منفعت آن تامین شود. از سوی دیگر، به نظر می‌رسد در چنین فضایی مدیریت سوداگران قوی‌تر از مسئولان صنعتی و اقتصادی کشور بوده است.



نوسان در بازار

بشیری با بیان اینکه آزادسازی نرخ خودرو قابل پذیرش نیست، گفت: این امر زمانی می‌تواند حقوق دو طرف تولیدکننده و مصرف‌کننده را تامین کند که فضای رقابتی سالمی وجود داشته باشد. صنعت خودرو که بازار را در اختیار دارد و در حال مدیریت عرضه است به‌راحتی می‌تواند با ایجاد کمبود کاذب به بهانه نرخ ارز، مشکلات گمرکی، کمبود قطعه و... قیمت‌ها را به نفع خود کند. شاهد بودیم در سال گذشته و ماه‌های نخست سال حتی خودروسازان بزرگ کشور، با دپو خودروها نقش اساسی در افزایش نرخ محصولات‌شان داشتند.

وی ادامه داد: درحال‌حاضر هم به‌دلیل نرخ ارز و تحریم، خودروساز نتوانسته به تعهداتش عمل کند و نرخ خودروها افزایش یافته و این امر نشان می‌دهد تا چه اندازه بازار بی‌ثبات است.

بشیری با بیان اینکه تا زمانی که بازار انحصاری باشد آزادسازی نرخ نمی‌تواند راهگشا و به‌نفع مصرف‌کننده باشد، گفت: بازار رقابتی سالم نیاز اجرای چنین امری است که هنوز زیرساخت‌های آن در کشور به‌وجود نیامده است؛ از این‌رو تلاش برای کاهش قیمت‌ها نبوده و بیشتر این کیفیت بوده که تحت‌الشعاع قرار گرفته است.

رعایت حقوق مصرف‌کننده هنوز در اولویت نیست

بشیری در حوزه حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان ادامه داد: انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به‌عنوان تشکلی از جنس مردم و مصرف‌کنندگان، امروزه در بیشتر کشورهای جهان به‌ویژه کشورهای مترقی شکل گرفته‌اند و به‌طور مستقل براساس یک ادبیات مشترک فعالیت می‌کنند. در همین زمینه، الگوهای جهانی شکل گرفته و موردتوجه ناظران بین‌المللی قرار گرفته، چراکه تولید و عرضه کالا و خدمات امروزه دیگر در بعد منطقه‌ای معنا ندارد، بلکه باید کالا و خدمات قابل‌قبول مصرف‌کنندگان جهانی باشد و در این حالت است که توسعه صادرات مفهوم پیدا می‌کند. به همین جهت لازم است علاوه‌بر اجرا و رعایت قوانین و مقررات، آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌های مرتبط نیز مورد بازبینی و بازنگری قرار گیرند. لازم است ضمن رعایت اصول اساسی حاکم بر کشور اسلامی‌مان با ادبیات جهانی هم در این زمینه همخوانی داشته باشیم. وی گفت: اگرچه پایه‌ریزی‌های مختلفی در این‌باره انجام شده و در این راهبرد به دولت و سازمان‌ها و نهادها و سازمان‌های دولتی و غیردولتی توصیه‌های لازم شده، اما به‌دلایل عدیده متاسفانه مقوله حمایت از مصرف‌کنندگان هنوز در اولویت‌های عرضه‌کنندگان کالاها و خدمات شامل دولتی و غیردولتی قرار نگرفته است و انحرافات عدیده‌ای به‌وجود آمده که نیازمند کالبدشکافی کارشناسانه و عارضه‌یابی برای شناخت و اصلاح دلایل انحرافات است. به‌عنوان یک کارشناس اعتقاد دارم توسعه سیاست‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان یک ضرورت برای رونق اقتصادی کشور به‌شمار می‌رود و لازم است جدی‌تر از گذشته مراتب مورد اهتمام متصدیان امر قرار گیرد. بشیری در پایان گفت: موضوع رعایت حق مصرف‌کننده در تولید و بازار باید ساختارمند در ابتدای حلقه از انجمن‌های مردم‌نهاد تا مسئولان مربوط و در ادامه تولیدکنندگان گوناگون کشور پیگیری و تامین شود.

صادق بشیری: زمانی حقوق تولیدکننده و مصرف‌کننده تامین می‌شود که فضای رقابتی سالمی وجود داشته باشد

بازار آزاد پیش‌نیاز رقابت

در ادامه فربد زاوه از دیگر کارشناسان صنعت خودرو به صمت گفت: اینکه قیمت‌ها باید در بازار تعیین شود و هیچ سازکار دستوری نمی‌تواند قیمت‌ها را تعیین کند، منطقی است. وجود هر فرآیند دستوری نه فقط بازار خودرو، بلکه تمام بازارها را به چالش می‌کشد. حتی تولیدکننده باید در تامین مواد اولیه و قطعات مورد نیاز آزاد باشد که از هر منبعی که ارزان‌تر و نرخ رقابتی‌تری دارد، محصولاتش را خریداری کند. خودروساز نمی‌تواند مواد اولیه مورد نیاز خود را گران بخرد و ارزان بفروشد. وی افزود: البته باید با سیاست‌گذاری درست اجازه انحصار نداد. در کنار این موضوع، واردات هم باید آزاد باشد؛ در نتیجه زمانی به سمت آزادسازی نرخ خودروها حرکت می‌کنیم که کل تولید و توزیع در کشور آزاد باشد و با کاهش تعرفه اجازه اجحاف در حق مردم داده نشود. در غیر این صورت، اتفاقی که می‌افتد این است که مردم دوباره ناچارند هزینه‌های صعودی تولید را به خودروساز بپردازند، زیرا وقتی بازار بسته باشد و رقابتی نباشد، تولیدکننده هر قیمتی اعلام کند، مصرف‌کننده ناگزیر به و پرداخت آن و خرید محصول مورد نیاز خود است. زاوه در پاسخ به این پرسش که آیا در شرایط فعلی در حق تولیدکننده اجحاف می‌شود، گفت: درحال‌حاضر این مردم هستند که با تورم و مدل مدیریتی که در صنعت اجرا کشور می‌شود، حق‌شان ضایع می‌شود، زیرا خودروساز با نرخ دستوری خودرو را واگذار می‌کند پس متضرر شده و این ضرر منجربه این می‌شود که توان مالی بازپرداخت وام‌های بانکی را نداشته باشند و بانک‌هایی که تسهیلات را به شکل دستوری به این شرکت‌های پرداخت کرده‌اند، نمی‌توانند پول خود را پس بگیرند، در نتیجه اجازه برداشت از سایر منابع را پیدا می‌کنند و این در کشور منجربه تورم می‌شود. این کارشناس حوزه صنعت گفت: بزرگ‌ترین قربانی سیاست دستوری دولت، مردم و مصرف‌کنندگان هستند و قربانی بعدی هم سهامداران شرکت‌ها خواهند بود که با تورم ارزش سهام‌شان کاهش می‌یابد.



پیش نیازی به‌نام واردات خودرو ارزان

برخی کارشناسان صنعت خودرو معتقدند برای خروج بازار داخل از انحصار و ایجاد رقابت سالم و رعایت حقوق مصرف‌کنندگان حداقل باید خودروهای زیر ۱۰ هزار دلاری وارد کشور شود. زاوه در پاسخ به این پرسش که با توجه به شرایط ارزی کشور این امر چگونه شدنی است، گفت: نخست اینکه حجم ارز مصرفی کشورهای خودروساز عدد پایینی نیست در این راستا صنعت خودرو ایران هم در سال ۱۳۹۶، ۱۰.۵ میلیارد دلار ارز مصرفی برای تولید حدود ۱۶۰۰ میلیون خودرو داشت. این نشان می‌دهد متوسط ارز ما برای تولید هر خودرو حدود ۸ هزار دلار بوده که عدد کوچکی نیست. وی ادامه داد: درحال‌حاضر این رقم ممکن است با داخلی‌سازی نصف شده باشد و تولید هر خودرو حدود ۴ هزار دلار نیاز ارزی داشته باشد. به هر حال صنعت خودرو هم عددی برای واردات مواد اولیه و قطعات مورد نیاز هزینه می‌کند. او تصریح کرد: در حوزه نرخ ارز همین مسئله بازار خودرو رخ داد. تلاش برای سرکوب نرخ ارز به بهانه جلوگیری از ایجاد تورم برای سایر کالاها عین قیمت‌گذاری دستوری می‌ماند به‌این ترتیب دولت با دلار ۴۲۰۰ و نیمایی زیان کرده و آن را در قالب تورم به جامعه منتقل می‌کند. اینکه ما فکر کنیم با کنترل ارز جلوی تورم را گرفته‌ایم اشتباه است و ما فقط تورم را سال ۱۳۹۸ را مثلا به ۱۴۰۰ منتقل کرده‌ایم. در واقع با تزریق نقدینگی به بازار با قیمتی پایین‌تر از نرخ واقعی ارز، باعث شده‌ایم که تورم ۲ یا ۳ سال به تعویق بیفتد. این کارشناس حوزه خودرو اضافه کرد: مشکل ما این است که توزیع نقدینگی (ریال) با سرعت در حال انجام است، درحالی‌که درآمد ارزی زیادی نداریم علاوه‌بر رشد منفی اقتصادی که داریم؛ در نتیجه گرانی گریزناپذیر است. اینکه فکر کنیم موفق شدیم دلار را برای چند ماه سرکوب کنیم، نتیجه نمی‌دهد. همان‌طور که شاهد بودیم ابتدای سال ادعا شد دلار به ۱۱ هزار تومان نمی‌رسد اما درحال‌حاضر بانک مرکزی هشدار می‌دهد اگر دلار را بالای ۱۴ هزار تومان بخرید ضرر کرده‌اید؛ یعنی افزایش ۳۰ درصدی را پذیرفته‌اند و درحال‌حاضر هم در کانال ۲۴ هزار تومان قرار دارد.

زاوه در پایان گفت: باید سرکوبی قیمت‌ها و نرخ‌های دستوری از بین برود و در یک بازار آزاد و رقابتی قیمت‌ها واقعی شوند و به‌این‌ترتیب نه در حق تولیدکننده و نه در حق مصرف‌کننده اجحاف نخواهد شد.

فربد زاوه: باید در یک بازار آزاد و رقابتی قیمت‌ها واقعی شوند؛ به‌این‌ترتیب نه در حق تولیدکننده و نه در حق مصرف‌کننده اجحاف نخواهد شد

سخن پایانی

بنابر این گزارش در حوزه بازار خودرو چه نرخ دستوری باشد و چه آزاد، نفعی برای مصرف‌کننده ندارد و در هر دو صورت باز هم دود نابسامانی موجود به چشم آنها می‌رود. این نشان می‌دهد برنامه‌ها و سیاست‌ها نیاز به اصلاح و در بعضی بخش‌ها تحولات بنیادی دارد، زیرا تا صنعت خودرو ساماندهی لازم نداشته باشد، بازار خودرو هم به‌تبعیت از آن نابسامان باقی خواهد ماند. حتی مطرح شدن خودرو بورسی از سوی کمیته خودرو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی با اماواگرهایی همراه است، چون به اعتقاد بسیاری از کارشناسان حوزه بورس این تغییر فقط منجر به شفاف‌سازی معاملات شده و حتی ممکن است نرخ را برای مصرف‌کننده افزایش دهد. همه چیز به‌نام مصرف‌کننده است اما به کام غیرمصرف‌کننده و گاه دلال تمام می‌شود.

نظرگاه

استانداردهای رعایت حقوق مصرف‌کننده



عباس تابش- رئیس سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان: استانداردها و شاخص‌های رعایت حقوق مصرف‌کنندگان در ایران با همه کشورهای جهان متفاوت است. به‌طور معمول در جهان خودکنترلی وجود دارد و سازمان‌های مردم‌نهاد و غیردولتی این کار را انجام می‌دهند اما در کشور ما این‌گونه نیست. ما هم به‌دنبال این هستیم که با تقویت انجمن حمایت حقوق مصرف‌کنندگان کشور که یک انجمن دارای قانون و مصوب مجلس شورای اسلامی است این کار را انجام دهیم. به‌عنوان مثال، یکی از شاخص‌های انتخاب واحدهای نمونه ملی در زمینه رعایت حقوق مصرف‌کنندگان است.

چند گزینه (آیتم) برای اهدای تندیس واحد نمونه حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در کشور وجود دارد که این واحد در مرحله نخست نباید پرونده شاکی مصرف‌کننده‌ای (محکومیت و جاری) و شاکی خصوصی داشته باشد. همچنین پرداخت به‌موقع مالیات و نداشتن بدهی ارزی نوعی رعایت بیت‌المال و در نهایت سرمایه مصرف‌کننده به‌شمار می‌رود که باید تسویه شده باشد.

شاخص‌های رعایت حقوق مصرف در کمیته فنی و شورای‌عالی سیاست‌گذاری اهدای تندیس بررسی و نهایی می‌شود که نماینده‌ای از وزارتخانه تعاون کار و رفاه اجتماعی، بانک مرکزی و اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران در این کمیته‌ها حضور دارند و شرایط شرکت‌ها را از نظر تخصصی بررسی و ارزیابی کرده و رای می‌دهند که در نهایت تندیس به واحدهای نمونه اهدا می‌شود.

درحال‌حاضر تولیدکننده و مصرف‌کننده از ما ناراضی هستند که حق دارند. مردم امروز نماد قیمت را در سازمان حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان می‌بینند و حق دارند از ما مطالبه کنند اما باید توجه داشته باشند که سازمان حمایت در حلقه آخر قرار دارد.

وقتی متغیرهای کلان اقتصادی تغییر پیدا می‌کنند، به‌طور قطع نرخ تمام‌شده نیز تغییر پیدا خواهد کرد. تحریم‌های اقتصادی، متغیرهای کلان اقتصادی را تغییر داده و امید است با اتفاقات جدید و تحولاتی که در زمینه فروش نفت و پول‌های خارجی به وقوع می‌پیوندند و گشایش‌هایی که ایجاد شده، تغییرات قیمتی کمتری داشته باشیم و نهادهای فرابخشی همکاری لازم را با هم داشته باشند تا مردم با مشکلات کمتری مواجه شوند.

درحال‌حاضر در جنگ تمام عیار اقتصادی قرار داریم. مردم ایران در این شرایط با مشکلات فراوانی به لحاظ انتقال ارز و واردات مواجه شدند و فرآیند بسیار سختی باید برای واردات مواد مورد نیاز، کالاهای نهایی، اساسی و مواد اولیه طی شود. نهادهای مختلفی در داخل کشور از جمله وزارت امور خارجه، بانک مرکزی برای هماهنگی واردات کالاهای مورد نیاز با هم مرتبط هستند تا کالا به‌دست مصرف‌کننده برسد و در نهایت سازمان صنعت، معدن و تجارت رصد نرخ این کالاها را در کف بازار انجام دهد.

در صورتی که کالا به موقع و به هر دلیل عمدی یا سهوی از سوی هر کدام از این نهادها تهیه نشود، به‌طور قطع در حلقه آخر با مشکل مواجه خواهیم شد.

در بهمن چند روز هوای پاک داشتیم؟

کیفیت هوای تهران در یک ماه گذشته، ۱۱ روز به‌دلیل افزایش غلظت ذرات معلق کمتر از ۲.۵ میکرون آلوده گزارش شده است. به‌گزارش ایسنا، اطلاعات شرکت کنترل کیفیت هوای تهران نشان می‌دهد طی بهمن امسال کیفیت هوا در پایتخت در ۱۹ روز در شرایط قابل‌قبول و در ۱۱ روز به‌دلیل افزایش غلظت ذرات معلق کمتر از ۲.۵ میکرون در شرایط ناسالم برای گروه‌های حساس قرار داشت. پیش از این عیسی کلانتری، رئیس سازمان ملی حفاظت محیط‌زیست اظهار کرده بود که دوسوم علت آلودگی هوا در تهران مربوط به موتورهای گازوئیل‌سوز و صنایعی است که از مازوت استفاده می‌کنند.

اطلاعات شرکت کنترل کیفیت هوای تهران نشان می‌دهد در بهمن سال گذشته، پایتخت‌نشینان ۲۱ روز هوای مطلوب تنفس کردند که از این بین سهم هوای پاک ۲ روز و سهم هوای قابل‌قبول ۱۹ روز بوده است. گفتنی است کیفیت هوا در تهران طی این بازه زمانی ۹ روز در شرایط ناسالم برای گروه‌های حساس قرار داشت.

براساس مطالعات سیاهه انتشار کلانشهرها که به‌تازگی از سوی کنسرسیوم دانشگاه‌های برتر با مجری‌گری دانشگاه تهران انجام‌شده، سهم منابع ثابت مانند کارخانه‌ها، نیروگاه‌ها، صنایع و... در آلودگی هوای تهران، ۴۶ درصد و سهم منابع متحرک مانند خودروهای دیزلی، خودروهای شخصی، موتورسیکلت‌ها و... ۵۴ درصد گزارش شده است.

به‌این‌ترتیب در بهمن سال ۹۷ نیز کیفیت هوا طی ۷ روز در شرایط پاک، ۱۳ روز در شرایط قابل‌قبول و ۱۰ روز در شرایط ناسالم برای گروه‌های حساس قرار داشت.

در دومین ماه زمستان سال ۹۶ نیز تهرانی‌ها ۲۶ روز هوای نامطلوب تنفس کردند که از این بین سهم هوای ناسالم برای همه افراد ۳ روز بود. کیفیت هوا در این بازه زمانی یک روز در شرایط پاک و ۷ روز در شرایط قابل‌قبول قرار داشت.

سیاهه انتشار شهر تهران که از سوی شهرداری تدوین‌شده، نشان می‌دهد سهم کامیون‌ها در تولید ذرات معلق حدود ۱۶ درصد و سهم موتورسیکلت‌ها ۱۰ درصد است. از سوی دیگر، در تهران سالانه بیش از ۱۰ هزار تن ذرات معلق کمتر از ۲.۵ میکرون تولید می‌شود و مطالعات سال ۲۰۱۸ میلادی بانک جهانی نیز نشان می‌دهد آلودگی هوا سالانه ۲.۶ میلیارد دلار به تهران خسارت وارد می‌کند. البته این رقم برای کل کشور ۷ میلیارد دلار گزارش شده است. براساس اطلاعات موجود کیفیت هوای تهران در بهمن سال ۹۵، یک روز در شرایط پاک، ۲۱ روز در شرایط قابل‌قبول و ۸ روز در شرایط ناسالم برای گروه‌های حساس قرار داشت.

گفتنی است در حال‌حاضر حدود ۴۰۰ هزار کامیون فرسوده که آلایندگی زیادی دارند باید از رده خارج شوند. همچنین از ۶۵۰۰ اتوبوس تهران حدود ۴۰۰۰ اتوبوس اسقاطی هستند و عمر آنها بالای ۳۰ سال است. کلانتری می‌گوید تا زمانی‌که برای هوای پاک سرمایه‌گذاری نشود، هوای ناپاک در کلانشهرهای کشور خواهیم داشت. از سوی دیگر، اطلاعات شرکت کنترل کیفیت هوای تهران نشان می‌دهد کیفیت هوا در پایتخت از ابتدای سال تاکنون ۱۱۷ روز آلوده بود که در این بین سهم هوای ناسالم برای همه و ناسالم برای گروه‌های حساس به‌ترتیب ۱۵ و ۱۰۲ روز گزارش شد. طی این مدت تهران ۲۰۵ روز هوای قابل‌قبول و فقط ۱۵ روز هوای پاک داشت.

یادداشت

توسعه‌نیافتگی صنعت بیمه در ایران



اسماعیل فلاحی
کارشناس صنعت بیمه

مغفـول ماندن موارد زیـادی از بیمه‌ها در ایران یکی از دلایل توسعه نیافتن این صنعت در کشورمان بوده است. برای مثال در حوزه بیمه خودرو، اغلب توجهات به بیمه شـخص ثالث و حوادث جلب می‌شـود و متاسفانه به بیمه‌های بدنه توجه چندانی نشـده اسـت. بیمه‌های حوادث نیـز به‌دلیل فروش توامان آنها با بیمه شخص ثالث فروش بالایی دارند، وگرنـه چندان اسـتقبالی هـم از بیمه‌های حوادث (در حوزه بیمه اتومبیل) نمی‌شود.

همان‌طـور کـه پیش‌تـر نیـز گفته شـد بیمه‌های شـخص ثالث و حـوادث اتومبیل، طبـق بند «ب» اصـل ۱۱۵ برنامـه چهارم توسـعه بایـد در کنار هم فروخته شـوند، از همین رو اسـت که می‌بینیـم میزان فروش این دو عنوان بیمه‌ای بیشتر از سایر خدمات اسـت و بیمه بدنـه به‌دلیل اینکـه اجباری نیسـت، مردم نیز چندان تمایلـی به خرید آن ندارند.

باوجـود اینکه چندین بار مسـئله اجباری شـدن بیمه بدنه در رسـانه‌ها مطرح شـد، دیدیـم که چنیـن اتفاقی رخ نداده اسـت؛ به‌عبارتـی از سـبد پرتفـوی صنعـت بیمه کمتر از ۶ درصد بـه بیمه بدنه خودرو تعلق می‌گیرد، این در حالی است که بیمه شخص ثالث، حدود ۳۶ درصد سـبد بیمه را به خود اختصاص داده اسـت. این مسئله نشانگر این است که باوجود ارائه خدمات با تخفیف‌های بالا، هنوز هم بسیاری از مردم چندان تمایلی به خریـد این نـوع بیمه‌ها ندارنـد و صرف هزینه برای آن را غیرضروری می‌دانند.

البته شـاید دلیل این اسـتقبال پایین به عملکرد شرکت‌های بیمه بازمی‌گردد، چراکه احتمـالا خدمات خوبـی ارائه نمی‌شـود تا مردم بـرای خرید بیمه‌هایی مانند بیمه بدنه تمایل داشته باشـند. نباید فراموش کرد که ما فروشـنده بیمـه هسـتیم و تامین‌کننده خسـارت‌های وارده بـر اموال مـردم. با این تعریف، وقتی نتوانیم خسارت وارده را به‌نحو خوبی جبران کنیم، به‌طبع مردم نیز تمایلی به خرید از ما نخواهند داشت، به همین دلیل اسـت که می‌بینیم در فضـای مجازی گاهی علیه شـرکت‌های بیمه صحبت می‌شـود و حتی نحوه پرداخت خسـارت ازسوی بیمه‌ها مورد طعن و طنز قرار می‌گیرد!

شـاید یکی از دلایل استقبال نکردن مردم از خریـد بیمـه به وجود حـس بی‌اعتمادی یـا کم‌اعتمـادی نسـبت بـه شـرکت‌های بیمه‌گـذار بازگـردد، در حالی که در سـایر کشـورها اینچنین نیسـت؛ بـرای مثال در کشـور انگلسـتان افراد می‌تواننـد خدمات بیمـه‌ای را بـا ارزش ۳۰۰ تـا ۳۰۰۰ پونـد خریداری کنند (بسـته به نـوع بیمه‌ای که خریده می‌شـود یا ریسـک بیمه‌شوندگان). وقتی شـهروند انگلیسـی بـرای خرید بیمه به شـرکت‌ها مراجعه می‌کنـد پرونده وی را به‌دقت مطالعه می‌کنند و میزان ریسک را با دقت می‌سـنجند تا بعدا مشکلی پیش نیاید. وقتی هم که خسارتی وارد می‌شود، بی‌چون و چرا تعهدات خـود را انجام می‌دهند. البته حق بیمه‌ای هم که در این کشـورها دریافت می‌شـود، نسـبت به ایـران بالاتر اسـت اما کیفیـت خدماتی که ارائه می‌شـود به‌مراتب بالاتر است. متاسـفانه در ایران می‌بینیم که شرکت‌های بیمه به هزار مستمسک متوسل می‌شـوند تا از زیر بار جبران خسارات شانه خالی کنند.

شـوربختانه در کشـور ما تنها بـه ارزان‌تر بـودن حق‌بیمه توجه می‌شـود و اصلا برای شرکت‌ها شناسایی و سنجش میزان ریسک اهمیت چندانی ندارد. فقط به این مسئله فکر می‌کنیـم که مبادا حق بیمه را بالاتر ببریم و تعـداد خریداران ریزش کند، به همین دلیل اسـت که از کیفیت خدمـات هم می‌زنیم تا فقط بیمه ارزان‌تری بفروشیم و در نتیجه این عملکرد موقع اجرای تعهدات که می‌رسـد از پرداخت خسارت شانه خالی می‌کنیم.

اگر ما حق‌بیمه‌ها را متناسـب با خدمات و میزان ریسک معین کنیم و مردم ببینند که کیفیت خدمـات نیز بالاتر رفته، به‌طور قطع مشـکل بی‌اعتمادی به شرکت‌های بیمه رفع خواهد شـد، امـا باتوجه به شـرایط کنونی، شـرکت‌های بیمه هیچ تمایلی برای افزایش میـزان حق‌بیمه‌ها ندارنـد و از ترس ریزش مشتری اصلا به این موارد فکر هم نمی‌کنند.

صمت به بهانه روز حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان بررسی کرد

سنجش رضایتمندی مشتریان از بانک و بیمه

سهند اینانلو
editor@smtnews.ir

مشـتری‌مداری بانک‌ها که در واقع از دهـه ۵۰ میلادی در نظام‌های بانکداری غربی رواج یافته در ایران موضوعی نوپا اسـت که از زمان ظهور پدیده بانک‌های خصوصی به این سـو به یکی از سرفصل‌های تبلیغات بانک‌ها و شرکت‌های بیمه‌ای تبدیل شده اسـت. با این حال کارشناسان بسـیاری معتقدند هیچ یک از این دو مرجع اقتصادی (بانک و بیمه) در ایران نتوانسـته‌اند مشـتری‌مداری را به‌گونه‌ای که اسـتانداردهای جهانی پذیرای آن اسـت، به اجرا درآورند. این موضوع خصوصا درباره بیمه‌ها مطرح بوده که با نگاهی به حجم شکایات بیمه‌گذاران از شرکت‌های گوناگون بیمه‌ای می‌توان به کنه مطلب پی برد. بررسـی‌های صمت نشان می‌دهد میزان رضایت از صنعت بیمه در ایران نسبت به میانگین جهانی به‌مراتب کمتر است و مسئله حفظ حقوق بیمه‌گذار چنـدان موضوعیتی ندارد. برخی کارشناسـان معتقدند میزان رضایت مشـتریان از بانک‌هـا نیـز چندان تعریفی ندارد اما این نهاد وضعیت نسـبتا بهتری در مقایسـه با بیمه‌هـا دارد. البتـه باتوجه به اتفاقاتی که در اوایل دهه ۹۰ پیرامون غائله موسسـات مالی و اعتباری رخ داد، مشـتریان بانکی با شـیب تندی افزایـش یافتند که بانک‌ها این موضوع را به حساب رضایتمندی مشتریان گذاشته‌اند. البته برخی صاحب‌نظران نظر دیگـری دارند و معتقدند بانک‌ها نمی‌توانند این موضوع را به‌عنوان نشـانه‌ای از مشتری‌مدار بودن‌شان معرفی کنند.



عکس: آیدا فریدی

قراردادهـا، یکطرفه و تماما به نفع شـرکت‌های بیمـه‌ای یا همان فروشندگان بیمه تنظیم می‌شود

شیوع قراردادهای رانتی در نظام بانکی

علی حیدری، کارشـناس امور بانکی با اشاره به قانون نظام بانکـی در ایران، به صمت گفت: قوانین و اصول بانکداری در ایران باوجود اینکه دهه‌ها از تهیه آن می‌گذرد، به‌صورت علمی تنظیم شـده اما از سـال ۱۳۵۴ تا امروز حتی همین قوانین قدیمی هم اجرایی نشده، چراکه اجرای همان دستورالعمل‌ها منـوط به رعایت دسـتورات مقامات بالادسـت اسـت که در بسـیاری از موارد سـازکار قانونی نظام بانکی کشـور را دچار مشکل کرده است. وی در ادامه افزود: این روند به‌دلیل دولتی شـدن بانک‌ها پس از انقلاب اسـلامی ایران تشدید و طبیعتا اجرای این قوانین هم با اختلال مواجه شده است.

قرارداد بر پایه شناخت فردی مدیران

حیـدری با توضیح درباره سـازکار عقـد قراردادهای بانکـی، عنـوان کرد: اگـر خودمـان را جای یـک مدیر بانکی لایق بگذاریـم که خود را در احاطـه دسـتورالعمل‌های غیراصولی مقامات بالاتـر می‌بینـد، بایـد به وی حـق داد که آن کارآمـدی لازم را نداشـته باشـد؛ از همین رو اسـت که مدیـران مجبورند قراردادهـا را به افراد و شـرکت‌هایی بسپارند که به آنها اعتماد و شـناخت کافی دارند و متاسـفانه در این صورت افراد و مجموعه‌های معتبر اما شناخته‌نشـده برای مدیران از دایـره اجرایی خارج می‌مانند؛ به‌عبارتی قوانین و ضوابط در بسـتن قراردادها جای خود را به تشخیص‌های فردی مدیران می‌دهد.



تناقض با اصول بانکداری جهان

ایـن کارشـناس اقتصـادی با تاکیـد بر تضاد قوانیـن بانکی ایران با اصول بانکداری بین‌المللی به صمت گفت: از دهه ۶۰ نیز شـاهد بودیم که قوانیـن و دسـتورالعمل‌ها به سـویی رفتند که رویکـرد انتخاب طرف قرارداد بـا بانک‌ها برپایه شـناخت فـردی هیات‌هـای بانکـی را تثبیت می‌کردنـد. بـه همین دلیل اسـت که قوانیـن بین‌المللی بانکداری در تضاد و تناقض کامل با قواعد نظام بانکی ایران اسـت. وی ادامه داد: چنین رویکردی باعث شـده رانت در سیسـتم بانکداری کشور به‌شدت ریشـه بدواند و متاسفانه فساد در این مجموعه گسترش یابد.

تداوم چرخه فساد در مدیریت دولتی

ایـن تحلیلگر اقتصادی با انتقـاد از احاطه دولت بر حوزه بانکـی، بیـان کرد: معتقدم چرخه رانـت در نظام بانکداری کشـورمان ادامه‌دار خواهد بود؛ مگر اینکه تسـلط و تصدی دولـت در این زمینه و سیاسـت‌گذاری‌های پولی محدود و محدودتر شود.

تنها در این صورت اسـت که قوانین بین‌المللی بانکداری در ایران مانند سایر کشورهای توسعه‌یافته اجرا خواهد شد. حیدری در پایان خاطرنشان کرد: همه این موارد هم حاصل نخواهد شـد؛ مگـر اینکه نمایندگان مجلـس یک بار برای همیشـه شهامت تصویب قوانینی را داشته باشند که زمینه را برای حفظ استقلال بانک مرکزی فراهم کند.

> چرخه رانت در نظام بانکداری کشورمان ادامه‌دار خواهد بود؛ مگر اینکه تسلط و تصدی دولت در این زمینه و سیاست گذاری‌های پولی محدود و محدودتر شود

بیمه‌نامه‌ها به نفع شرکت‌های بیمه است

مسعود پهلوانی، کارشـناس صنعت بیمه با اشاره به تنظیم قانون قراردادهای بیمه‌ای در دهه دوم قرن ۱۴ خورشیدی، به صمت گفت: پیش از هر چیز باید توجه داشـت که همه قراردادهای بیمه‌ای مربوط به مصوبه سـال ۱۳۱۶ اسـت و زمان زیادی از آن می‌گذرد. این قانون مربوط به زمان خودش اسـت و نیاز به تغییرات اساسی دارد.

قراردادهای یکطرفه

پهلوانی به یکطرفه بودن بیمه‌نامه‌ها اشـاره و عنوان کـرد: در جای جای این قانون که تقریبا ۹۰ سـال از تنظیـم آن می‌گـذرد، فقط تعهداتی بـرای بیمه‌گذار تعریف شـده و مـواردی که شـرکت‌های بیمه‌ای باید رعایت کنند، بسـیار کمتر است. تقریبا در هیچ جایی از قوانین ما تکالیفی برای بیمه‌گر تعریف نشده و فقط موارد تکلیفی متعددی برای بیمه‌گذار وجود دارد.

وی در ادامه افزود: شـرکت‌های بیمـه‌ای در موارد بسـیاری بیمه‌نامه‌های مناسبی را در اختیار بیمه‌گذار قرار نمی‌دهند و عملکرد مناسـبی را از خود به نمایش نمی‌گذارند. یا در زمان جبران خسـارت‌ها دیده‌ایم که شـرکت‌های بیمه‌ای به هر اهرمی متوسل می‌شوند تا از زیر بار پرداخت خسـارت بیمه‌گذار فرار کنند. موارد اینچنینی بسـیاری وجود دارد کـه در قوانین ما اصلا پیش‌بینی نشـده و به همین دلیل ما باید این قانون را مورد بازبینی و اصلاح قرار دهیم.



قراردادهای بیمـه‌ای در تضاد با قانون مدنی

این کارشناس رسمی دادگستری با تاکید بـر تناقضات موجود بیـن قوانین، به صمت گفـت: جـدا از آن، قراردادهـای بیمـه‌ای قراردادی اسـت که تابع قانون مدنی اسـت و به‌دلیل «عقد» بـودن آنها به قوانین عقود هـم مربوط می‌شـود. در این نـوع قراردادها دو طرف خریدار (بیمه‌گذار) و فروشـنده (شـرکت بیمه) وجود دارند. طبق اصـول قراردادهای دوطرفه باید تکالیف و تعهدات هـر دو طرف به‌طور کامل و جامع مشـخص شده باشد، اما در قراردادهای ما فقط تکالیف بیمه‌گذار که خریدار بیمه‌نامه است مشخص شده و طرف مقابل که شـرکت بیمه است دست بازی در اتخاذ تصمیم در زمینه جبران خسارات بیمه‌گذار دارد.

وی ادامـه داد: چنین وضعیتـی در مغایرت کامل با روح قانون مدنی کشـور است. طبق این قوانین فردی که طرف قرارداد است نباید درباره انجام دادن یا ندادن تعهدات در قبال طرف مقابل تصمیم‌گیری کند، اما در قراردادهای بیمه‌ای ما شاهد این هستیم که شرکت‌ها می‌توانند بگویند بیمه‌گذار تعهدات خود را انجام نداده و من از پرداخت خسـارت خـودداری می‌کنم. در این نـوع قراردادها تعیین‌تکلیف باید توسـط طرف سـوم مستقلی انجام شود که وابسته به هیچ یک از دو طرف نباشد و منفعتی در آن قرارداد نداشته باشد تا بتواند بدون جانبداری تصمیم‌گیری کند.

نیاز به اصلاح قوانین

ایـن کارشـناس صنعت بیمه با اشـاره به اهمیـت اصلاح قوانیـن قراردادهای بیمه‌ای بیان کرد: گفته می‌شود قوانین باید به‌گونه‌ای تغییر کنند کـه وظایف هر دو طرف قرارداد به‌طور شفاف و دقیق مشخص شده باشد تا هیچ یک از طرفین امکان فرار از زیر بار مسـئولیت و تکالیف خود را نداشته باشد.

اگر چنین اتفاقـی رخ دهد، حقوق مصرف‌کننده که در این مورد همان بیمه‌گذار اسـت، رعایت می‌شود اما متاسـفانه تا به حال چنین تغییـری در زمینه قوانین قراردادهای بیمـه‌ای یا همان تنظیـم بیمه‌نامه‌ها رخ نـداده و کماکان این قراردادها، یکطرفه و تماما به نفع شـرکت‌های بیمه‌ای یا همان فروشندگان بیمه تنظیم می‌شود.

پهلوانـی در پایـان با تاکیـد بر لـزوم مکلف کردن شـرکت‌های بیمه‌ای بـه رعایت حقـوق بیمه‌گذاران، خاطرنشـان کـرد: در نهایت باید تاکید کـرد بیمه‌گر نباید بتواند با متهم کردن بیمه‌شـونده به شناسـایی نکردن صحیح ریسـک یا شانه خالی کردن از تعهدات، خسـارات را پرداخت نکند، در حالی که الان بیمه‌گذار وقتی با این موارد روبه‌رو می‌شـود مجبور به شکایت از شـرکت بیمه می‌شود و باید در یک روند طولانی‌مدت و فرسایشی چندساله پیگیر این مسئله باشد تا بالاخره آیـا بتواند حق خود را از شـرکت بیمه بگیرد یا خیر؟ همانطور که گفته شـد این رویکـرد در تضاد کامل با روح قانون مدنی کشـور قـرار دارد و باید هرچه زودتر اصلاح شود.

سخن پایانی...

مشتری‌مداری بانک‌ها در ۲ دهه اخیر تبدیل به یکی از عناوینی شـده که هر یکـی از بانک‌های خصوصی و دولتی به انحای مختلف خود را در این زمینه پیشـتاز معرفـی می‌کنند. این موضوع را می‌توان به‌روشـنی در تبلیغـات تلویزیونی بانک‌ها مشـاهده کرد که هر یک خود را به‌عنوان بهترین حامی حق سپرده‌گذاران نشان می‌دهند. اما کارشناسان بسیاری بر این نکته انتقاداتی جـدی وارد می‌کنند. البته باتوجه بـه اینکه تا به حال نظرسـنجی‌های دقیقی در مقیاس ملی برای سنجش میزان رضایتمندی مشـتریان بانک‌هـای ایرانی انجام نشـده نمی‌توان به دقـت در این بـاره اظهارنظر کرد امـا روی هم رفته به‌نظر می‌رسـد باوجود نقدهای تند و تیزی که مطرح می‌شـود، قطعا نمی‌تـوان ادعا کرد بانک‌های ایرانی جز یکی دو مورد از بانک‌های خصوصی مشتری‌مدار هستند.

باجه خبر

بانـک مهـر ایـران به کمـک مردم سی‌سـخت شتافت

بانک قرض‌الحسنه مهر ایران بیش از ۵۵ میلیارد ریال، برای کمک به مردم سی‌سخت که از زلزله اخیر آسیب دیده‌اند، در نظر گرفت.

به گزارش روابط عمومی بانک قرض‌الحسنه مهر ایران، این بانک در قالب پرداخت وام، ساخت و بازسازی مراکز بهداشت روسـتایی و پرداخت کمک بلاعـوض، اقداماتی را برای مردم سی‌سخت در نظر گرفته است.

بـرای آسـیب‌دیدگان زلزلـه، ۵۰ میلیارد ریـال اعتبار در نظر گرفته شـده که در چارچوب وام قرض‌الحسـنه پرداخت می‌شود.

همچنیـن ۵ میلیارد ریال برای سـاخت و بازسـازی مراکز بهداشت روستایی ازسوی این بانک در نظر گرفته شده است.

در ایـن راسـتا، بانـک مهر ایـران ۵۰۰ میلیـون ریال نیز به‌صورت کمک بلاعوض به آسیب‌دیدگان زلزله اخیر پرداخت می‌کند.

رتبـه برتـر همـراه بانـک ایران‌زمیـن در سیزدهمین جشنواره وب و موبایل

همـراه بانک ایران‌زمین، در سـیزدهمین جشـنواره وب و موبایل ایران به‌عنوان برترین اپلیکیشن از نگاه مردمی معرفی شد.

به گـزارش روابط عمومـی بانک ایران‌زمیـن، همراه بانک ایران‌زمیـن توانسـت در بخـش بانـک و بیمه سـیزدهمین جشـنواره وب و موبایل با رأی مردم رتبه برترین اپلیکیشـن از نگاه مردمی را به خود اختصاص دهد.

این جشنواره هر سال در گروه‌های مختلف، یک وب‌سایت و یـک نرم‌افزار موبایل را با رای داوران به‌عنوان برگزیده معرفی می‌کند و به آن تندیس برترین وب‌سـایت یا برترین نرم‌افزار موبایـل ایـران را به‌عنوان بزرگ‌ترین افتخـار در حوزه وب و موبایل ایران اهدا می‌کند.

توسـعه بیمه‌هـای زندگـی جایگزینی مناسـب برای صندوق‌های بازنشستگی

رئیـس کل بیمه مرکزی گفـت: در اصلاحیه بودجه ۱۴۰۰ مبالغ سـنگینی به‌عنوان پرداخت به مجموعه بازنشسـتگان کشـور برای همسان‌سـازی در نظر گرفته شـده و باتوجه به اینکه جمعیت کشـور رو به سـالخوردگی مـی‌رود، پرداخت این مبالغ فشـار مالی زیادی در سال‌های آینده به دولت وارد خواهد کرد.

بـه گـزارش روابط عمومـی پژوهشـکده بیمـه، غلامرضا سلیمانی افزود: راهکار این مسئله در بعد ملی و کلان، خروج مقوله بازنشسـتگی از حالت اجبـاری و جایگزین کردن آن با بیمه زندگی و لازمه آن فراهم کردن زمینه طراحی محصولات جدیـد و بازطراحـی محصـولات فعلـی بیمه‌هـای زندگی است.

رئیس کل بیمه مرکزی مهم‌ترین چالش مردم در برخورد با بیمه‌های زندگی را چگونگی محاسبه و تعیین ارزش بیمه‌نامه در هر لحظه از زمان دانسـت و خواسـتار استفاده از الگوهای بازار سرمایه در حوزه بیمه‌های زندگی شد.

وی در پایان سخنان خود به عزم و آمادگی بیمه مرکزی در ۳ محور اصلاح قوانین و مقررات برای تسهیل توسعه بیمه‌های زندگـی، جلوگیری از هرگونه مـوازی‌کاری و کمک به حذف موانع توسعه بیمه‌های زندگی در کشور اشاره کرد و خواستار ارائه طرح‌ها و برنامه‌های پیشـنهادی کمیته در جهت رشـد بیمه‌های زندگی در کشور شد.

حمید کردبچه، رئیس پژوهشـکده بیمه نیز گفت: توسـعه بیمه‌های زندگی به لحاظ بنیادی جنبه‌های مختلف مطالعاتی، ترویجی، فرهنگی و توسـعه‌ای دارد که فعالیت جدی‌تری در تمامی این حوزه‌ها مورد نیاز اسـت و عزمی جدی در صنعت بیمه، بیمه مرکزی و پژوهشکده بیمه را می‌طلبد.

ثبت‌نـام متقاضیـان آزمـون اسـتخدامی بانک تجارت

ثبت‌نام متقاضیان آزمون استخدامی بانک تجارت به‌منظور تکمیل کادر اجرایی شعب و ادارات در سمت بانکدار (متصدی دریافت و پرداخت-تحویلدار) و متصدی امور اداری انجام شد.

به گزارش روابط عمومـی بانک تجارت، این بانک به‌منظور ارائه خدمات بهینه بانکی به مشـتریان و تکمیل کادر اجرایی شـعب و ادارات خود در سـمت بانکدار (متصـدی دریافت و پرداخت-تحویلـدار) و متصدی امور اداری براسـاس ضوابط، مقررات و آیین‌نامه اسـتخدامی بانـک، از بین متقاضیان مرد و زن واجد شرایط، نیروی انسانی مورد نیاز خود را در تمامی استان‌های کشور در مقطع تحصیلی کارشناسی پس از کسب موفقیت در آزمون کتبی علمی، آزمون روانشناختی، مصاحبه عمومـی و تخصصی، گزینـش و معاینات پزشـکی، با انعقاد «قرارداد کار با مدت معین و بیمه درمان و بازنشستگی تامین اجتماعی» استخدام می‌کند.

بر همین اساس فرآیند ثبت‌نام متقاضیان آزمون استخدامی از ساعت ۸ صبح شنبه، ۲ اسفند تا ساعت ۲۴ جمعه ۸ اسفند از طریق سـایت شـرکت تعاونی خدمات آموزشـی کارکنان سازمان سنجش کشور (لینک) انجام شد.

شرکت عمران شهر جدید اندیشه همانند گذشته پرقدرت و راسخ در ارائه خدمات به شهروندان

- رونق تولید مسکن توسط شرکت عمران شهر جدید اندیشه در سال جهش تولید
- شروع بیش از ۷ هزار میلیارد ریال پروژه سرمایه‌گذاری جدید با مشارکت بخش خصوصی در سال جاری
- احداث ۳۷ واحد آموزشی توسط شرکت عمران شهر جدید اندیشه
- احداث شهرک جدید توسط شرکت عمران شهر جدید اندیشه در شهرستان شهریار
- پروژه مرکز شهر جدید اندیشه با طرح تفصیلی خاص
- مسکن مهر شهر جدید اندیشه یکی از بهترین مساکن مهر کشور
- برگزاری جشنواره شهر جدید من و بالکن سبز از اقدامات فرهنگی و اجتماعی توسط شرکت عمران







دکتر مهدی مسلم‌خانی مدیرعامل رئیس هیات‌مدیره شرکت عمران شهر جدید اندیشه در گفت‌وگو با خبرنگار ما اظهار داشت: به دلیل مطلوبیت اراضی موجود در شهر جدید اندیشه شرکت عمران تا حد امکان از خام‌فروشی اراضی باقیمانده پرهیز نموده و سعی داشته به‌عنوان نماینده دولت در شهر جدید اندیشه در راستای اصل ۴۴ قانون اساسی زمینه مشارکت بخش خصوصی را در اندیشه فراهم نماید، این اتفاق در سال گذشته به خوبی روی داده و بیش از ۱۰۰۰ میلیارد تومان قرارداد با بخش خصوصی منعقد شده است و در سال‌جاری نیز تا به امروز ۷۰۰ میلیارد تومان قرارداد مشارکتی به امضا رسیده و در تلاش هستیم در نیمه اول سال ۱۴۰۰ این عدد را به بیش از ۱۰۰۰ میلیارد تومان برسانیم.

وی افزود: تبدیل به احسن نمودن منابع دولتی در اختیار شرکت عمران و امکان ورود بخش خصوصی در اجرای تولید مسکن و ساختمان و همچنین بنا به فرمایش رهبر معظم انقلاب رونق تولید و اشتغال‌زایی در سال جهش تولید از اهداف مجموعه شرکت عمران شهر جدید اندیشه می‌باشد که به یاری خداوند و با همکاری نهادهای مختلف از جمله شهرداری و بخش خصوصی شرکت عمران با اجرای پروژه‌های متعدد در جای‌جای شهر اندیشه توانسته قدم‌های بزرگی در تولید مسکن برداشته و کارگاه‌های بزرگی در بخش ساختمانی در اندیشه مشغول فعالیت می‌باشند.

دکتر مسلم‌خانی ادامه داد: یکی از منافعی که از ایجاد این پروژه‌ها عاید شهر می‌شود در مبحث اشتغال‌زایی می‌باشد چرا که هم اکنون فقط در خود پروژه‌های عمران بیش از ۲ هزار شغل مستقیم و نزدیک به ۸ هزار شغل غیرمستقیم ایجاد شده است و پیش‌بینی می‌شود با اجرای طرح‌های سال جاری این رقم بیشتر شود، مهمترین هدف از اجرای این اقدامات شایسته توسط مجموعه شرکت عمران شهر جدید اندیشه این است که سهم کوچکی در حوزه رونق تولید در سال جهش تولید در شهر جدید اندیشه داشته باشیم که به حمد الهی این اتفاق خوب افتاد و شرکت عمران توانست درآمد حاصل از این پروژه‌ها را مجددا در شهر هزینه کند و خروجی اقداماتش می‌تواند پروژه‌های فاخر رەباغ، کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان، پیاده راه سلامت، فضاهای آموزشی، مجموعه فرهنگی اجتماعی بانوان و... باشد. مدیرعامل شرکت عمران شهر جدید اندیشه در ادامه بیان داشت: در سال‌جاری از مهمترین اقدامات شرکت عمران پروژه‌های اقدام ملی تولید و عرضه مسکن می‌باشد که به‌صورت مشارکتی با بخش خصوصی در حال ساخت است در کنار پروژه‌های اقدام ملی، دو پروژه شاخص نیز هم اکنون در حال احداث می‌باشد، پروژه اول پروژه کانون پرورش فکری کودکان و نوجوانان که از ابتدای سال جاری کلید خورده است و اکنون بیش از ۵۰ در صد پیشرفت فیزیکی دارد این مجموعه فاخر یک پروژه فراشهری می‌باشد که قرار است به کودکان و نوجوانان غرب استان تهران خدمات دهد و انشاءا... در نیمه اول سال ۱۴۰۰ به بهره‌برداری خواهد رسید، پروژه شاخص دیگر مجموعه بزرگ رەباغ می‌باشد که در مرکز شهر واقع شده است این مجموعه به طول یک کیلومتر از میدان شهدای گمنام تا میدان خلیج‌فارس امتداد دارد در جداره‌های این پروژه مجموعه‌های فرهنگی مختلفی از جمله پردیس سینمایی، مجتمع دانشگاهی، مجتمع گردشگری و پارک موزه دفاع مقدس، تجاری و خدماتی دیده شده است که شروع عملیات اجرایی پروژه رەباغ از ابتدای سال‌جاری رقم خورد و اکنون پیشرفت فیزیکی این مجموعه در مرحله زیرسازی می‌باشد رەباغ نیز یک مجموعه فراشهری می‌باشد که به ساکنین غرب استان تهران خدمات ارزنده‌ای ارائه خواهد داد، این نوید را به شهروندان خوب شهر جدید اندیشه بدهیم که قسمت جنوبی رەباغ در سال آینده به بهره‌برداری و استفاده عموم خواهد رسید در کنار این پروژه چندین پروژه دیگر از جمله پروژه مجتمع فرهنگی اجتماعی بانوان محله یک فاز ۴ آماده کلنگ‌زنی می‌باشد.



وی در بخش دیگری از سخنان خود به پروژه پیاده‌راه سلامت اشاره کرد و افزود: احداث پیاده‌راه سلامت به طول ۳ کیلومتر که عملیات اجرایی فاز نخست آن سال آینده کلید خواهد خورد از دیگر پروژه‌های در دست اقدام شرکت است که با استفاده از ظرفیت کانال آب فردیس و با پوشاندن این کانال به نوعی یک تهدید را به یک فرصت عالی تبدیل می‌کنیم و در راستای افزایش ایمنی، سلامت، نشاط و ورزش شهروندان با راه‌اندازی این مسیر گامی موثر برداشته خواهد شد. تر مسلم خانی با اشاره به پروژه اقدام ملی تولید و عرضه مسکن بیان کرد: قانون‌گذار در قانون و اساس‌نامه خود برای شرکت عمران شهرهای جدید اندیشه وظایفی را تعریف کرده است که وظیفه آنان شهرسازی محسوب می‌شود اما با توجه به سیاست‌های دولت و وزارت راه و شهرسازی در حوزه مسکن شرکت عمران شهر جدید اندیشه با برنامه‌ریزی و طراحی اقدام ملی تولید مسکن برای اراضی محدود باقیمانده در شهر جدید اندیشه اقدام نمود که این طرح برای تمامی اقشار درآمدی جامعه پیش‌بینی شده است و یک نوع اقدام ملی تولید و عرضه مسکن مشارکتی می‌باشد لذا سوالی برای شهروندان پیش آمده بود که ایا شهر اندیشه شامل این طرح می‌شود یا خیر که لازم به ذکر است ثبت‌نام در این طرح برای شهرهای جدید دیگر استان تهران از جمله پرند و پردیس لحاظ شده است و واجدین شرایط در مرحله ثبت‌نام باید شرایط ۵ گانه را دارا باشند، اما در شهر جدید اندیشه نوع طرح اقدام ملی که در دست است نوع مشارکتی می‌باشد که هم به بخش خصوصی اجازه پیش‌فروش و عرضه واحدها داده شده است و هم شرکت عمران در فواصل آماده‌سازی این مساکن به‌صورت فراخوان عمومی واحدهای خود را در اختیار متقاضیان و خریداران قرار خواهد داد. وی افزود: پروژه‌های اقدام ملی با بهترین و باکیفیت‌ترین مصالح ساختمانی ساخته می‌شود و از ابتدای اجرای این طرح قیمت این واحدها نه از جایی تعیین شده است و نه قرار بود پایین‌تر از قیمت واقعی باشد لذا افزایش مصالح ساختمانی در سراسر کشور باعث افزایش قیمت تمام شده این واحدها می‌باشد و شرکت عمران به عنوان ناظر این پروژه‌ها مسلما نظارت دقیق در بحث قیمت‌گذاری واقعی و منطقی دارد، این پروژه‌ها در جای‌جای سطح شهر در حال اجرا می‌باشد و پروژه مرکز شهر با ۱۰۷۳ واحد، پروژه لیلیان با ۵۴۵ واحد، پروژه نرگس با ۱۷۶ واحد، پروژه بنفشه با ۱۷۶ واحد و پروژه آپادانا با ۵۰ واحد مسکونی از جمله این پروژه‌ها می‌باشد. دو پروژه تجاری دیگر در فازهای ۳ و ۴ به نام‌های کیان و هزاردستان از پروژه‌های درحال ساخت این شرکت و سه پروژه تجاری پاسارگاد، مهرگان و مریم از جمله پروژه‌های آماده بهره‌برداری این شرکت می‌باشد.

دکتر مسلم‌خانی با اشاره به کیفیت این پروژه‌ها بیان کرد: آنچه تا به امروز از سازه‌های مسکن در شهر جدید اندیشه می‌بینیم بحث کیفیت مطلوب می‌باشد که سند این ادعا پروژه‌های قبلی و مساکن مهر می‌تواند باشد که به جد می‌توان اذعان کرد که بهترین و باکیفیت‌ترین مساکن مهر شهرهای جدید کشور در شهر اندیشه ساخته شده است و همچنین مساکن و مجتمع‌های دیگر که به‌صورت تعاونی‌ها و عمومی ساخته شده است، در مساکن طرح اقدام ملی نیز کیفیت همواره مدنظر مجموعه شرکت عمران بوده است و حتی در حوزه صنعتی‌سازی و مواردی که باعث می‌شود کیفیت ساخت و ساختمان بالارود نیز مدنظر بوده و کاملا رعایت شده است.

مدیرعامل شرکت عمران شهر جدید اندیشه در ادامه سخنان خود گفت: در سال‌جاری اجرای دو پروژه کوهسار و پروژه برج اندیشه با مشارکت بخش خصوصی در دستور کار شرکت عمران قرار گرفت که برج اندیشه بلندترین ساختمان شهر اندیشه خواهد بود و اکنون در مرحله طراحی و تجهیز کارگاه توسط سرمایه‌گذار می‌باشد، پروژه مرکز شهر جدید اندیشه نیز یک طرح تفصیلی خاص دارد که این طرح با کاربری‌های متفاوت از جمله بیمارستان، پردیس سینمایی، مجتمع فرهنگی اجتماعی، دانشگاه خواجه نصیر (دانشکده مدیریت شهری) با خدمات فرا شهری به تصویب رسیده است و یک قطعه کاربری در خصوص آموزش عالی در حوزه سلول‌های بنیادی که با استقرار شرکت دانش‌بنیاد کلید خواهد خورد و یک طرح ملی می‌باشد که به سراسر ایران خدمات ارزنده ارائه خواهد داد. وی در بخش دیگری از سخنان خود به احداث واحدهای آموزشی توسط شرکت عمران شهر جدید اندیشه اشاره کرد و گفت: وظیفه قانونی که هم در بحث خدمات آموزشی و هم در ارائه دیگر امکانات و خدمات بر عهده شرکت عمران شهرهای جدید می‌باشد فقط تامین زمین و تحویل به دستگاه خدمات‌رسان مربوطه می‌باشد اما وظیفه اجتماعی شرکت عمران را از ابتدای تأسیس بر آن داشت که ۳۷ واحد آموزشی را در شهر جدید اندیشه احداث و به‌صورت رایگان به اداره آموزش و پرورش تحویل داده و درخصوص واگذاری زمین جهت احداث ۲۱ واحد آموزشی نیز توسط بخش خصوصی اقدام نماید که این آمار در کشور نادر می‌باشد، در حال حاضر نیز ساخت ۲ واحد آموزشی دیگر در فاز ۴ و ۵ اندیشه نیز در برنامه کاری شرکت عمران قرار دارد که مراتب را به اداره آموزش و پرورش شهرستان اعلام کردیم و در صورت ارائه طرح و برنامه از سوی سازمان نوسازی مدارس اقدامات عملیاتی این پروژه را اجرایی خواهیم کرد. دکتر مسلم‌خانی در ادامه بیان کرد: وظیفه ذاتی شرکت عمران شهرهای جدید شهرسازی است اما از باب احساس مسئولیت اجتماعی و همچنین هویت‌بخشی به شهر در حوزه فرهنگی و اجتماعی نیز برنامه‌های متعددی در دستور کار این شرکت قرار دارد. از این‌رو دفتر فرهنگی اجتماعی در شرکت عمران تاسیس شد که از مهمترین فعالیت‌های این دفتر می‌توان به بحث اطلاع‌رسانی در شیوع بیماری کرونا اشاره کرد برای جلوگیری از شیوع این ویروس فعالیت‌های گسترده‌ای در سطح شهر توسط این دفتر صورت گرفته است که از جمله آن می‌توان به توزیع اقلام و بسته‌های بهداشتی، ضدعفونی مساکن و اطلاع‌رسانی به شهروندان اشاره کرد .







مدیرعامل شرکت عمران شهر جدید اندیشه در ادامه گفت: از دیگر اقدامات فرهنگی این شرکت برگزاری جشنواره بالکن سبز بود در این جشنواره از شهروندان خواسته شد تا فرصتی که در قرنطینه ابتدای سال به سر می‌برند در مسابقه بالکن سبز شرکت کنند تا علاوه بر تشویق مردم برای رعایت پروتکل‌های بهداشتی و شرکت در فعالیت فرهنگی و اجتماعی در زیباسازی شهر خود هم نقش داشته باشند، جشنواره شهر جدید من از دیگر اقدامات فرهنگی پرطرفدار شرکت عمران بود که این جشنواره دو سال یکبار بصورت سراسری در بین شهرهای جدید برگزار می‌شود که از شرکت‌کنندگان شهر جدید اندیشه نیز منتخب کشوری داشتیم ولی متاسفانه به دلیل جلوگیری از شیوع ویروس کرونا و رعایت پروتکل‌های بهداشتی مراسم این جشنواره فقط با حضور برندگان برگزار شد، همچنین جشنواره ۳۰ سالگی شهر جدید اندیشه نیز از برنامه‌های بسیار مهم فرهنگی دیگری بود که بدلیل شرایط موجود به زمان دیگری موکول شد.

دکتر مسلم خانی در ادامه سخنان خود به حضور شرکت عمران شهرجدید اندیشه در نمایشگاه اخیر مسکن و شهرسازی اشاره کرد و گفت: این نمایشگاه مثل دیگر نمایشگاه‌ها به دلیل جلوگیری از شیوع کرونا به‌صورت محدود برپا شد اما فرصت خوبی بود تا شرکت عمران بتواند اقدامات خود را هم به مسئولین و هم به بازدیدکنندگان ارائه دهد و محلی بود برای اینکه بتوانیم پروژه‌های جدید سرمایه‌گذاری را به سرمایه‌گذاران معرفی کنیم که اینکار انجام شد و از سرمایه گذاران دعوت شد تا به امروز نتایج مثبتی به بار نشسته است و انشاءا... در سال آتی قراردادهای بسیار خوبی انعقاد خواهد شد. در این نمایشگاه غرفه شرکت عمران شهرهای جدید به عنوان غرفه برتر انتخاب شد.

در خاتمه مدیرعامل شرکت عمران شهر جدید اندیشه اظهار داشت: این شرکت به عنوان نماینده وزارت راه و شهرسازی در شهر جدید اندیشه مشغول فعالیت بوده و قانون‌گذار وظایف مختلفی را در قالب ساخت شهر به آن محول نموده و پیش‌بینی شده است که پس از رسیدن جمعیت شهر به ده هزار نفر دیگر شهرداری نیز مطابق قانون در شهر حضور یافته و به ارائه خدمات بخش خود به شهروندان در نگهداری شهر پردازند، وظایف شرکت عمران نیز که توسط مجلس محترم شورای اسلامی و همچنین هیئت محترم دولت تصویب و ابلاغ شده همچنان جاری بوده و خواهد بود و شرکت عمران نیز کما فی‌سابق و با قدرت تمام در خصوص تصمیم‌گیری، برنامه‌ریزی و اجرای پروژه‌های شاخص در این شهر گام برداشته و خدمات‌رسانی به مردم شریف اندیشه را همچنان وظیفه خود می‌داند این نوید را به مردم شریف شهرستان شهریار نیز می‌دهیم که مسئولیت دیگری در قالب ساخت شهرکی جدید به این شرکت محول شده که مطالعات نهایی طرح جامع آن توسط مشاور در حال تهیه و به امید خدا به‌زودی شاهد احداث شهرکی جدید با زیبایی شهر جدید اندیشه در شهرستان شهریار پس از تصویب آن در شورای عالی معماری و شهرسازی و ابلاغ مصوبه آن به شرکت عمران شهر جدید اندیشه خواهیم بود.



شنبه
۹ اسفند ۱۳۹۹- ۱۵ رجب ۱۴۴۲ - ۲۷ فوریه ۲۰۲۰-شماره ۱۷۴۰-پیاپی ۳۰۵۸

صمت
صنعت معدن تجارت

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

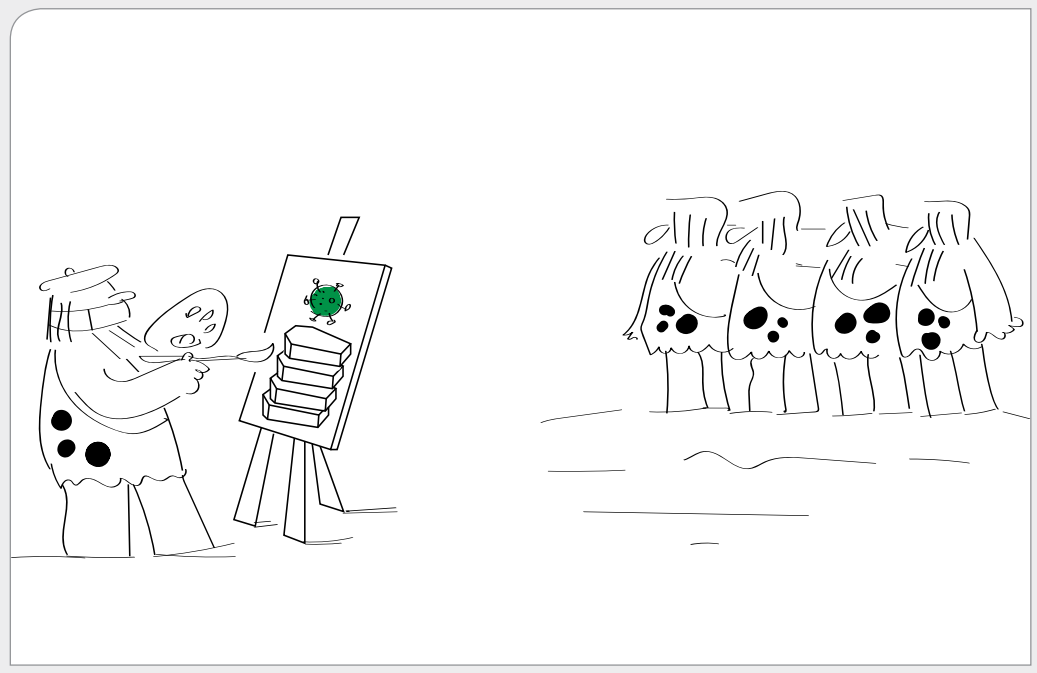
صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی و مطبوعاتی «صمت»
مدیرمسئول: ناصر بزرگمهر
سردبیر: عاطفه خسروی

تلفن: ۸۲۱۹۰ - نمابر: ۸۸۷۱۳۷۳۰- پیامک: ۳۰۰۰۸۲۱۹۰
سازمان آگهی‌ها: ۳-۸۸۷۲۲۷۳۲ - نمابر آگهی‌ها: ۸۸۷۲۴۲۱۱
امور مشترکین: ۸۸۷۲۲۷۳۵ - روابط عمومی: ۸۸۱۰۵۳۰۹
توزیع و سازمان شهرستان‌ها: ۸۸۷۲۲۷۳۵
تهران، خیابان قائم‌مقام فراهانی - کوچه آزادگان شماره ۲۶ - کدپستی ۱۵۸۶۷۳۳۸۱۱
روابط عمومی: pr@smtnews.ir آگهی: ads@smtnews.ir
امور استان‌ها: ostanha@smtnews.ir
چاپخانه: شرکت چاپ رواق روشن‌مهر

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

روزنامه صمت با ۶۳ امتیاز رتبه ۲ در میان روزنامه های تخصصی مقام ۱ در میان روزنامه های اقتصادی مقام ۲
عضو انجمن مدیران روزنامه‌های غیردولتی
عضو انجمن مدیران رسانه
عضو تعاونی مطبوعات

کارتون روز



بدون شرح

طرح: حسین علیزاده

توافق نرخ سبد معیشت روی ۶ میلیون و ۸۹۵ هزار تومان

دستمزد ۱۴۰۰ با محاسبه سبد معیشت چقدر می‌شود؟

روزهای پایانی سال بحث پیرامون تعیین حداقل دستمزد کارگران داغ است و چانه‌زنی برای آن تا آخرین روزهای اسفند بین نمایندگان کارگری و کارفرمایی در شورای‌عالی کار ادامه دارد. مهم‌ترین و نخستین گام برای تعیین دستمزد، تعیین سبد معیشت کارگران است. توافق بر سر رقم حداقل معیشت مهم‌ترین بخش روند مذاکرات برای تعیین حداقل رقم دستمزد هر ساله از سوی کمیته مزد به‌شمار می‌رود. کمیته دستمزد که متشکل از نمایندگان کارگری، کارفرمایی و دولت است، سبد معیشت کارگران در سال ۱۴۰۰ را ۶ میلیون و ۸۹۵ هزار تومان تعیین کرد، در حالی که برای سال ۹۹ رقم ۴میلیون و ۹۴۰ هزار تومان به‌عنوان هزینه ماهانه معیشت یک خانواده ۳ تا ۴ نفره کارگری اعلام شد. البته نکته قابل توجه این است که رقم سبد معیشت، مبنای رقم حداقل دستمزد سال آینده نیست، بلکه اکنون اعضای کمیته دستمزد با مبنا قرار دادن این رقم در جلسه‌های خود، حداقل دستمزد سال ۱۴۰۰ را تعیین خواهند کرد.

تعیین سبد معیشت کارگران نخستین قدم برای تعیین حداقل مزد است که در آخرین روزهای هفته گذشته با محاسبه رقم ۶ میلیون و ۸۹۵ هزار تومانی برای این سبد مهم‌ترین گام برداشته شد. حال باید دید حداقل دستمزدی که قرار است با در نظر گرفتن سبد معیشت تعیین شود، چقدر است و تا چه حد توان تامین نیاز خانوار را دارد.

تعیین مزد ۱۴۰۰ آسان نیست



نماینده کارگران در شورای‌عالی کار در این زمینه به ایرنا گفت: سبد معیشت ۶ میلیون و ۸۵۰ هزار تومانی جدا از هزینه مسکن است و تنها شامل خوراکی‌ها می‌شود. ناصر چمنی با بیان اینکه رقم اعلامی سبد معیشت ۱.۵ برابر حقوق ۲ میلیون و ۸۰۰ هزار تومانی امسال کارگران است، افزود: چنانچه هزینه مسکن را هم به این سبد اضافه کنیم رقم سبد معیشت نزدیک ۸ میلیون تومان می‌شود که باز هم با خط فقر ۱۰ میلیون تومانی فاصله داریم. وی تاکید کرد: باتوجه به شرایط حاکم بر جامعه تعیین دستمزد ۱۴۰۰ آسان نیست و لازم است که دولت و دست‌اندرکاران این امر تمام توان خود را برای کمک به جامعه کارگری و مستمری‌بگیران تامین اجتماعی که مقرری آنها نیز برمبنای حداقل دستمزد محاسبه می‌شود به‌کار گیرند. ناصر چمنی با اشاره به ماده ۴۱ قانون کار درباره تعیین دستمزد گفت: در این قانون تاکید شده دستمزد براساس دو مولفه تورم و معیشت محاسبه شود اما نکته‌ای که مورد غفلت قرار گرفته این است که ما نرخ تورم بهمن را برای تعیین مزد سال آینده در نظر می‌گیریم، در حالی که نرخ تورم همواره افزایش می‌یابد و جمعیت ۴۸ میلیونی کارگری و کارفرمایی باید این شرایط دشوار را تحمل کنند. وی تصریح کرد: در کمیته دستمزد موضوع سه‌جانبه‌گرایی مطرح است و از دولت می‌خواهیم که نقش بی‌طرفانه خود را اعمال کند.

در تعیین دستمزد احساسی برخورد نکنیم



نماینده کارفرمایان در شورای‌عالی کار در گفت‌وگو با ایرنا اظهار کرد: امسال تصمیم گرفتیم نظر شخصی خود را در تعیین سبد معیشت کارگران کنار بگذاریم و پیشنهاد دولت و مرکز آمار را قبول کنیم و در جلسه اخیر کمیته دستمزد این اتفاق افتاد. علی‌اصغر آهنی‌ها گفت: سبد معیشت از دو بخش هزینه اجتماعی و دستمزدی تشکیل شده است. بخش اجتماعی شامل درمان و آموزش و موارد دیگر می‌شود که وظیفه دولت است و باید به آن عمل کند و نماینده کارفرمایان تاکید دارد این دو بخش از هم تفکیک شوند. وی افزود: تامین سبد معیشت برعهده دولت، سازمان تامین اجتماعی و کارفرما است و ما هر سال وظیفه خود را انجام می‌دهیم و باید دو بخش نامبرده نیز به وظایف خود عمل کنند. نماینده کارفرمایان با بیان اینکه وضعیت اشتغال پیچیده است، گفت: ۵۰ درصد اشتغال کشور در بخش خدمات است که در شرایط موجود شیوع بیماری کرونا وضع خوبی ندارند. وی افزود: بعد از حوزه خدمات، بیشترین اشتغال کشور مربوط به صنعت است که ۳۲ درصد اشتغال را شامل می‌شود. از این میزان نیز ۹۰ درصد در حوزه مشاغل خرد و کوچک است که آنها نیز با مشکلات بسیاری مواجه هستند. آهنی‌ها با بیان اینکه ۲۰ درصد شرکت‌های بزرگ با ۷۰ درصد بازدهی تولید می‌کنند، گفت: در قانون کار یک سبد معیشت در نظر گرفته شده و همه مشاغل به‌شکل یکسان مورد توجه قرار می‌گیرند، در حالی که درست نیست مشاغل خدماتی و تولیدی را یکسان ببینیم. این امر موجب می‌شود هر سال قسمتی از سرمایه از بین برود و افراد تمایلی برای انجام فعالیت‌های تولیدی نداشته باشند. وی با اشاره به مشکلات کارگران در تامین مایحتاج خود تصریح کرد: قبول داریم که کارگران با مشکلات بسیاری دست‌وپنجه نرم می‌کنند و این فشارها برای کارفرمایان نیز وجود دارد اما باید توجه داشته باشیم که تصمیم‌های دلسوزانه با سیاست‌های کلان در بخش اشتغال همخوانی ندارد.

ما همیشه یکسان عقب هستیم



محمدرضا تاجیک با بیان اینکه نظر گروه کارگری نظری اجماعی بوده و ما به‌دلیل اینکه با دیگر شرکای اجتماعی خود همگام باشیم این رقم را پذیرفتیم، گفت: باتوجه به اینکه اعلام سبد معیشت امسال به گروه دولت موکول شده بود، مرکز آمار کمک خوبی در این زمینه داشت، چراکه این مرکز آمارهایی از کل کشور دارد. نماینده کارگران در شورای‌عالی کار با بیان اینکه افزایش ۱۰۰ درصدی مزد کارگران موجب فریز مزدی می‌شود، ادامه داد: باتوجه به هزینه زندگی کارگران در سال گذشته و پایه حقوق شاهد اختلاف یک میلیون و ۹۰۰ هزار تومانی هستیم. او با بیان اینکه در ۳ سال گذشته صورت‌جلسه شده بود که گپ‌های حقوقی و فاصله‌هایی که موجود است طی ۵ تا ۱۰ سال آینده از بین برود، اما در دو سال اخیر از بین که نرفته بلکه بیشتر هم شده، گفت: با تعیین رقم ثابت دستمزد نمی‌توانیم از بحران‌های زندگی کارگری خارج شویم. تاجیک ادامه داد: نخستین هدف حفظ قدرت خرید کارگران است و باید شرایط طوری باشد که کارگران نسبت به سال گذشته توان بیشتری داشته باشند. نماینده کارگران در شورای‌عالی کار تصریح کرد: ما همیشه یکسان عقب هستیم؛ حتی با رقم سبد معیشت نسبت به ۱۴۰۰ عقب هستیم.

سبد ۶ میلیون و ۸۹۵ هزار تومانی بسیار حداقلی است



فرامرز توفیقی، نماینده کارگران در کمیته دستمزد در این زمینه به ایلنا گفت: عدد سبد معاش مورد قبولِ کارگران، بسیار از این رقم بالاتر است و این سبد ۶ میلیون و ۸۹۵ هزار تومانی بسیار حداقلی است. به‌گفته وی، به این سبد، باید سبد حداقلی حداقلی یا بسیار حداقلی گفت و هدف کارگران از توافق بر سر این عدد، رسیدن به اجماع و توافق با شرکای اجتماعی بوده است. توفیقی اضافه کرد: دو نکته در محاسبه این سبد دخیل بوده است؛ اول اینکه به‌دنبال سبد بسیار حداقلی که کمترین میزان هزینه‌های زندگی در سراسر کشور را مشخص کند، بودیم؛ بنابراین این سبد، کمینه هزینه‌های زندگی در سراسر کشور است. نکته دوم اینکه کارشناسان مرکز آمار امسال به کمیته دستمزد بسیار کمک کردند. این کارشناسان با ادله و برهان علمی و آماری ثابت کردند که در سال ۹۹ به‌دلیل افزایش چشمگیر هزینه خوراکی‌های خانوار، سهم خوراکی‌ها در سبد افزایش یافته است. سهم خوراکی‌ها در سبد معاش سال قبل، ۳۰.۹۶ درصد بود که امسال این نسبت به ۳۵.۶ درصد رسیده است. با در نظر گرفتن این نسبتِ افزایش یافته، سبد معاش ۱۸ درصد کوچک‌تر محاسبه می‌شود. او در پایان تاکید کرد: برای اینکه به اجماع برسیم و سه‌جانبه‌گرایی برقرار باشد، به این عدد رضایت دادیم، وگرنه عدد ۶ میلیون و ۸۹۵ هزار تومان، به هیچ وجه مطلوب جامعه کارگری نیست و باز هم تاکید می‌کنم، این سبد، سبد حداقلی حداقلی برای رسیدن به اجماع و توافق سه‌جانبه است.

سخن پایانی...

در جلسه ۴ اسفند کمیته دستمزد، با حضور نمایندگان دولت، کارگران و کارفرمایان، بالاخره بر سر رقم سبد معاش خانوار -موضوع بند ۲ ماده ۴۱ قانون کار- اجماع و توافق سه‌جانبه حاصل شد. براساس اخبار در این جلسه، سبد معاش خانوار متوسط، ۶ میلیون و ۸۹۵ هزار تومان نرخ‌گذاری شد و هر ۳ گروه، پای این رقم بسیار حداقلی را امضا کردند. این عدد به‌عنوان مبنای مذاکرات مزدی به شورای‌عالی کار ارجاع خواهد شد. حال باید دید حداقل دستمزدی که قرار است با در نظر گرفتن سبد معیشت تعیین شود، چقدر است و تا چه حد توان تامین نیاز خانوار را دارد.

دریچه

حقوق مصرف‌کننده در دیگر کشورها

برای حمایت از مصرف‌کننده مانند دیگر مسائل اقتصادی باید روندی اصولی و سازکاری متناسب با اهداف تعیین‌شده در نظر گرفته شود تا به این صورت علاوه بر اینکه نقش هدایتگر و متقابل مصرف‌کننده و تولیدکننده تعریف می‌شود، از سیاست‌های غیراصولی که نه‌تنها وضع مصرف‌کنندگان را بهبود نداده بلکه به شیوه‌های مختلف از جمله تولید کالاهای بی‌کیفیت و نامرغوب، ایجاد الگوی مصرف غلط، افزایش آلودگی، ایجاد بی‌اعتمادی به بازار داخلی و... مصرف‌کننده را در شرایطی بس ناگوارتر از سابق رها کرده، جلوگیری شود. فهم دقیق حقوق مصرف‌کننده مستلزم این است که ابتدا از کالا و مصرف‌کننده تعریفی درست و نزدیک به واقع داشته باشیم و در کنار آن ضمن شناسایی دقیق و صریح حقوق مصرف‌کننده، راهکارهای اصولی در جهت تحقق آن در پیش بگیریم. همچنین باید ضرورت، حساسیت و اولویت این حقوق مورد ارزیابی قرار گیرد و برای آن وزن مشخصی در مقایسه با سایر سیاست‌های کلی تعریف شود. در زنجیره تولید، تمامی تولیدکنندگان به‌نوعی مصرف‌کننده هستند و حمایتی که از مصرف‌کننده انجام می‌شود، حمایت از تولیدکننده است.

سیستم‌های اقتصادی حمایت از حقوق مصرف‌کننده در کشورهای مختلف

۱- سیستم انگلوساکسون

سیستم انگلوساکسون که در امریکا در سال ۱۹۱۹ پدید آمده و در انگلستان با تاخیر در سال ۱۹۹۵ تشکیل شد، از سیستم‌های حمایت‌کننده حقوق مصرف‌کنندگان است. در واقع مصرف‌کنندگان از طریق تبلیغات گسترده‌ای اطلاعات مربوط به تولید کالا و مرغوبیت جنس مصرفی را از طریق روزنامه، مجله و اعضایی که مسئول این امر هستند، دریافت می‌کنند.

۲- سیستم اسکاندیناوی

سیستم اسکاندیناوی از سیستم‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در کشورهایی مثل دانمارک، نروژ و... است. در این سیستم انتخاب برخی اعضا از طریق دولت و برخی دیگر به‌صورت انتخابات است. در این کشورها انستیتویی وجود دارد که کار آن بررسی و اجرای طرح «برچسب‌گذاری» اطلاعات و صدور گواهی مرغوبیت کالا است.

۳- سیستم فدراتیو بازار مشترک اروپا

سیستم فدراتیو بازار مشترک اروپا نیز از سیستم‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان است. در این سیستم هم انجمن‌های خصوصی و هم انجمن‌های دولتی فعالیت دارند و سعی می‌کنند از مصرف‌کننده حمایت کنند. در این سیستم با دادن اطلاعات به مصرف‌کنندگان سعی می‌شود مصرف‌کننده به حقوق واقعی خویش در انتخاب دست یابد و کیفیت و مرغوبیت کالاها را مورد کنترل و ارزش‌گذاری قرار می‌دهند و مصرف‌کننده اطمینان حاصل می‌کند که تبلیغات فریبنده نیست. «در ایران نیز لایحه مربوط به حقوق مصرف‌کننده در معاونت اقتصادی سازمان برنامه و بودجه از سال ۱۳۶۹ مطرح شد اما تا ابتدای سال ۱۳۷۱ پیشرفت چندانی نداشت و در نهایت در دی ۱۳۷۱ آماده اجرا شد.»

راهکارهای حمایت از حقوق مصرف‌کننده

برخی راهکارهای موثر بر حمایت از حقوق مصرف‌کننده در حوزه محصولات وارداتی به شرح زیر است:

- کاهش بهای تمام‌شده کالا از طریق کاهش دیوانسالاری اداری
- تخصصی شدن واردات
- ارتقای بهره‌وری
- تشریفات اداری در خدمت ارتقای بهره‌وری و تسریع امور
- تسهیل تجارت قانونی
- ایجاد پنجره واحد تجاری در گمرکات کشور
- ایجاد خط سبز گمرکی برای واردکنندگان و تولیدکنندگان شناسنامه‌دار و خوشنام
- تقویت طرح شبنم به‌عنوان شبکه نظارت مردمی
- مسئولیت‌پذیری واردکنندگان و تولیدکنندگان
- مقابله با پدیده شوم قاچاق
- واردات کیفی
- پیشگیری از رانت
- تقویت فرآیندهای گردش اطلاعات
- تقویت جایگاه تشکل‌های وارداتی و تولیدی به‌عنوان بازوی مشورتی دولتمردان

مصرف‌کننده در جامعه ایران

در جامعه ما به‌عنوان یک مصرف‌کننده، باید مراقب باشی که مبادا سرت کلاه برود یا مغبون شوی. مشکلات مصرف‌کننده بسیار و متنوع است. یکی از مشکلات اساسی، وجود اجناس نامرغوب و باکیفیت بسیار نازل است که در بسته‌بندی‌ها و تبلیغات فریبنده عرضه می‌شود. مصرف‌کننده در جریان مصرف، از آسودگی خیال و حس اطمینان برخوردار نیست.

مصرف‌کننده با تردید به‌تناسب قیمت‌ها و کیفیت اجناس نگاه می‌کند. مصرف‌کننده به‌عنوان آخرین عنصر چرخه تولید و توزیع، حقوقی دارد که اگر به‌درستی تامین و پیگیری شود، او با خیالی آسوده به خرید کالا و مصرف خواهد پرداخت. متاسفانه در شرایط فعلی، شاید به‌ظاهر بخشی از این حقوق تامین شده باشد، اما حقیقت این است که بسیاری از تولیدکنندگان، هنوز خود را به تامین این حقوق مقید نمی‌دانند و در پی استفاده از فرصت‌ها برای کسب سود بیشتر هستند.

نظرگاه

رشد مسقف و جامعه لی‌لی‌پوتی



محمد فاضلی- جامعه‌شناس: من خیلی وقت‌ها به‌دنبال نامی می‌گشتم برای مدلی از رشد یا توسعه که عملا در این کشور دنبال می‌شود، اما به جایی نرسیده بودم تا چند روز پیش دوستی به‌مناسبتی عبارت «توسعه مسقف» را به‌کار برد. این عبارت همان چیزی است که مدت‌ها دنبالش می‌گشتم.

مدل «رشد مسقف» یعنی به‌گونه‌ای همه چیز طراحی شده/می‌شود که هر آدمی، شرکتی، ورزشکاری، بانکی، رسانه‌ای، صفحه‌ای در فضای مجازی، ناشری، سیاستمداری و... سقف دارند؛ سقفی کوتاه که از آن حد نباید بلندتر و بزرگ‌تر بشوند.

این یعنی مثلا عادل فردوسی‌پور خوب نیست، عادل مسقف خوب است. عادل و برنامه‌اش سقف دارد. اصلا همه سقف دارند و از سقف‌شان نباید بلندتر بشوند. شرکت و بانک خصوصی سقف دارد، شرکت استارت‌آپی، پهنای باند، محبوبیت سیاستمدار یا تعداد فالوورهای صفحات مجازی حد دارد و اگر شده با کاهش پهنای باند باید جلوی رشدشان را گرفت تا از سقف‌شان بالاتر نروند.

زنان سقف دارند و سقف‌شان کوتاه‌تر از مردان است. آنها که متفاوت‌تر می‌اندیشند، سقف دارند و هر قدر متفاوت‌تر، سقف‌شان کوتاه‌تر؛ آنها که روش‌های‌شان فرق دارد، سقف کوتاه‌تری دارند.

این «رشد مسقف» با دنیای امروز سازگار نیست. دنیای امروز جایی است که صفحات مجازی بازیگران فوتبال و هنرپیشه‌های سینما از صفحه سیاستمداران فالوورهای بیشتری دارند؛ دنیایی که ثروت افرادی مثل ایلان ماسک یا جف بزوس سقف ندارد و از بودجه برخی دولت‌ها فراتر می‌رود.

جهانی که محدودیت‌ها را در چارچوب قانون از پیش پای آدم‌ها، شرکت‌ها، رسانه‌ها، خلاقیت‌ها، مبدعان روش‌ها، فراتر روندگان از مرزها و... برمی‌دارد.

زیستن در دنیای «رشد مسقف» رویاهای انگیزه‌بخش را از آدمیان می‌گیرد و آنها را ناشادمان و گریزان می‌سازد. حکمرانی برای مسقف کردن رشد نیست. آدم‌هایی که به زیست و رشد مسقف عادت کنند، قدشان، قدر آرزوها و خلاقیت‌های‌شان و قد امید و توانایی‌شان کوتاه می‌شود، اما قد آرزوهای‌شان بلند باقی می‌ماند. فاصله میان قد آرزوها و قد توانایی و امیدشان، آنها را ناراضی و عاصی می‌کند.

این آدم‌ها دست آخر مثل «گلام» می‌شوند؛ شخصیت سرخورده و ملول رمان «سفرهای گالیور» اثر جاناتان سوییفت که از چیزی جز سر هم کردن «جامعه لی‌لی‌پوتی» برنمی‌آید. آدم‌هایی که دائم می‌گویند «من می‌دونم، ما موفق نمی‌شیم.»

از فضای مجازی

نیروهای دافعه، نیروهای جاذبه

«با خوشحالی از پذیرش دانشگاهی خود گفت و اینکه رویای همیشگی او، یعنی تحصیل در دانشگاه خارجی و البته رشته موردعلاقه‌اش را می‌تواند جامه عمل بپوشاند. سپس برای اینکه دل خود را آرام کند، گفت: «تحصیلم تمام شد حتما برمی‌گردم تا در دانشگاه‌های داخلی تدریس کنم.» حالا نزدیک ۱۵ سال از مهاجرت وی می‌گذرد و او در کشور دیگری به‌عنوان یک جوان نخبه و استادیار مشغول فعالیت است؛ بی‌آنکه کوچک‌ترین قصدی برای بازگشت داشته باشد.»

«در تمام نشست‌های دوستانه و گپ‌وگفت در گروه‌های خانوادگی و دوستانه شبکه‌های اجتماعی قاطعانه از تصمیم «ماندن» خود در کشور دفاع می‌کرد. حوادث چند سال اخیر که با دوران جوانی، ازدواج و حتی پدر شدن او گره خورد نیز نتوانست دلیلی محکم برای ترک وطن باشد. با این حال شکاف شدید طبقاتی، تورم رو به رشد، معضلات اجتماعی و بدتر از آن ناامیدی از اصلاحاتی که سیاستمداران در چند سال اخیر به شدت آن را وعده می‌دادند او را نسبت به آینده فرزندانش نگران کرد. نهایت اینکه تصمیم گرفت در ۴۰ سالگی بر سوابق کاری و تجارب زندگی در میهن خویش چشم بربندد و راه غربت را در پیش گیرد.»

«سال‌ها تجارت و فعالیت پدر و بعدها تلاش و دوندگی خودش سبب بود در سنین جوانی جایگاه مناسبی به لحاظ مالی و موقعیت اجتماعی بیابد. حالا با دو دوره تحریم و رکود سنگین تصمیم گرفت چمدان‌ها را ببندد، دست خانواده را گرفته و سرمایه خود شامل هر آنچه این سال‌ها کسب کرده و هر آنچه سهم او از مال پدر بود را با خود به کشوری دیگر منتقل کند تا شاید بتواند خود را از شرایط بی‌ثبات اقتصادی نجات دهد.»

سه مورد بالا و موارد متعدد دیگر، از تجارب بسیاری از ماست که در سال‌های اخیر به‌ویژه از سال ۸۸ به بعد به‌دنبال مهاجرت، کشور را ترک کرده‌اند.

در این میان گرچه صدها نفر دیگر هستند که باوجود مهیا بودن حداقلی از شرایط و دارا بودن توان فردی، مالی و موقعیت علمی همچنان به‌واسطه ریسمان‌های محکم شخصی یا اجتماعی، حضور در کشور را برگزیده‌اند اما خیل عظیمی از به‌خصوص جوانان در این سال‌ها عزم سفری دائمی کردند تا زندگی را در مسیر دیگری بیابند. ایرانیان که به‌واسطه تجارب تاریخی و به‌ویژه سیاست مرکزگرای دولت‌های قرن اخیر سابقه‌ای طولانی در «مهاجرت داخلی» دارند، حالا دوره‌ای از مهاجرت را طی می‌کنند که مقصدش کشورهای دیگر است. مهاجرت بین‌المللی را شاید بتوان حاصل احساس ناامیدی شهروندان از موطن خود نسبت به کشف موقعیت‌های برابر و اخذ پاداشی متناسب با تلاش‌های انجام‌شده دانست. ایران که زمانی به لحاظ داشتن نیروی جوان جزو کشورهای دارای ظرفیت بالا محسوب می‌شد، با ایجاد بستر آموزش عالی فراگیر به کشوری دارای سرمایه انسانی کم‌نظیر متشکل از جوانان تحصیلکرده بدل شد. فارغ از طبقه‌بندی نخبه و غیرنخبه که به اثرات زیانبار در اصطلاح عمومی «فرار مغزها» اشاره دارد، خروج نیروی انسانی، سرمایه مادی و تخصص در همه ابعاد یک مسئله برای کشور مبدأ است. براساس آخرین گزارش مجمع جهانی اقتصاد در سال ۲۰۱۹ جمعیت مهاجران جهان بالغ بر ۲۷۲ میلیون نفر بوده و سهم مهاجران ایرانی در همین سال حدود ۹ میلیون نفر؛ این در حالی است که در سال ۱۹۹۰ این میزان بالغ بر ۸۲۰ هزار نفر بوده است.

مهاجرت در بیشتر موارد ابتدا در درون افراد شکل می‌گیرد. زمانی که شهروندان نسبت به آینده خود در کشور محل زندگی نامطمئن بوده و شرایط نیز ثبات آتی را نوید ندهد، افراد با دل بریدن از داشته‌های خود به‌دنبال خواسته‌های‌شان می‌روند. بدون شک افراد زمانی چمدان سفری (به احتمال زیاد دائمی) می‌بندند که برآیند جاذبه جامعه هدف بر موطن آنها بیشتر بوده یا با هر معیار و استانداردی دافعه محل زندگی آنها را بیشتر براند. چه به‌دنبال زندگی جدید و چه برای تغییر زندگی فعلی با مهاجرت نه‌تنها محل زندگی افراد بلکه وضعیت اجتماعی آنها هم دچار دگرگونی می‌شود؛ دگرگونی در دانسته‌های فردی و رفتارهای اجتماعی، تغییر در وضعیت اجتماعی و اقتصادی، تعلق به گروه اجتماعی خاص و در یک کلام تغییرات موثر بر هویت افراد و نسل‌های بعدی وی.

در این زمان است که جامعه مقصد ابتدا مهاجر را در خود جذب و سپس با خود همانند می‌کند و فرد مهاجر بعد از همانند شدن به یگانگی با میزبان دست یافته و به ساختن جامعه جدید می‌پردازد؛ فرصتی که با وجود هزینه‌های مستقیم و غیرمستقیم به سبب مهاجرت، از موطن این افراد سلب می‌شود.

منبع: مجمع فعالان اقتصادی