اولین روزنامه سهامداری ایران (خبرنگاران و کارکنان)

صمت
صنعت معدن تجارت

شنبه
• ۷ اسفند ۱۴۰۰
• ۲۴ رجب ۱۴۴۳
• ۲۶ فوریه ۲۰۲۲

• سال سی‌ویکم دوره جدید شماره ۲۰۰۹ • پیاپی ۳۳۲۷ • ۱۶ صفحه • قیمت: ۵۰۰۰ تومان

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

پیشروی نیروهای روس در خاک اوکراین

پس از مدت‌ها گمانه‌زنی درباره بروز تنش میان روسیه و اوکراین، از بامداد پنجشنبه نیروهای ارتش روسیه عملیات نظامی خود در خاک اوکراین آغاز و در نقاط مختلفی از خاک اوکراین پیشروی کرده‌اند. برخی منابع خبری از شنیده شدن صدای انفجار و تیراندازی در شمال کی‌یف خبر می‌دهند. همزمان، دولت اوکراین از شهروندان پایتخت خواسته در برابر نیروهای روس که وارد کی‌یف می‌شوند، مقاومت کنند. به گزارش ایرنا، صبح روز پنجشنبه، ولادیمیر پوتین، رئیس‌جمهوری روسیه به‌طور رسمی دستور آغاز عملیات نظامی ویژه در اوکراین را صادر کرد. روسیه اعلام کرد عملیات این کشور در اوکراین به‌منزله شروع جنگ نیست، بلکه اقدامی برای جلوگیری از یک جنگ در سطح جهانی است، اما بسیاری از کشورهای جهان از جمله کشورهای اروپایی و امریکا بلافاصله این اقدام روسیه را به‌عنوان جنگی علیه اوکراین، محکوم و فشارهای مضاعف دیپلماتیک و اقتصادی خود بر روسیه را آغاز کردند.
۲

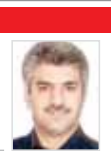
سرمقاله



سازمان حمایت از کدام مصرف‌کننده؟ ۲



نقش مصرف‌کننده را نادیده نگیریم ۲



چگونه است که ناظر خود مجری است؟ ۴

یادداشت‌های امروز



تفاوت حمایت از حقوق مصرف‌کننده در ایران و کشورهای پیشرو ۹



عادی‌انگاری بی‌توجهی به حقوق مصرف‌کننده ۱۱

گفت‌وگو



حمایت از مصرف‌کننده بدون کنترل تورم غیرممکن است ۱۴



طرح: آیدا فریدی

جناب آقای دکتر احمدرضا سبزواری

مدیرعامل محترم هلدینگ توکافولاد

دریافت «**تقدیرنامه یک ستاره تعالی سازمانی**» در نوزدهمین همایش تعالی سازمانی را که نشان از شایستگی، مدیریت و توانمندی والای مدیریتی و تجارب ارزشمند شما و همکاران خدوم دارد، صمیمانه تبریک گفته، از درگاه خداوند متعال برای‌تان تداوم توفیق و سربلندی و تعالی روزافزون مسألت داریم.

سرپرست، خبرنگاران و کارکنان موسسه فرهنگی و مطبوعاتی صمت در استان اصفهان

جناب آقای دکتر سیدیاسر طیب‌نیا

مدیرعامل محترم شرکت فولاد مبارکه

دریافت «**تندیس زرین جایزه تعالی سازمانی**» را که برای چهارمین سال پیاپی حاصل شد و نشان از حسن تجارب ارزنده، شایستگی و توانمندی والای مدیریتی شما دارد، صمیمانه تبریک گفته، از درگاه خداوند متعال برای‌تان آرزوی تداوم توفیق و سربلندی و تعالی روز افزون داریم.

سرپرست، خبرنگاران و کارکنان موسسه فرهنگی و مطبوعاتی صمت در استان اصفهان

جناب آقای مهندس سید مصطفی هاشمی

انتصاب بجا و شایسته جنابعالی به عنوان **سرپرست شرکت شهرکهای صنعتی استان فارس** را که نشان از لیاقت و توانمندی شما دارد، تبریک عرض می‌کنم.

امیدوارم باتوجه به درایت در مدیریت، تجارب و توانمندی‌های جنابعالی شاهد ارتقای مجموعه تحت مدیریت در جهت توسعه استان پهناور فارس باشیم.

قاسم توانایی، سرپرست موسسه فرهنگی و مطبوعاتی صمت در استان فارس

تندیس «تولید ملی، افتخار ملی» در دستان مدیرعامل کلرپارس





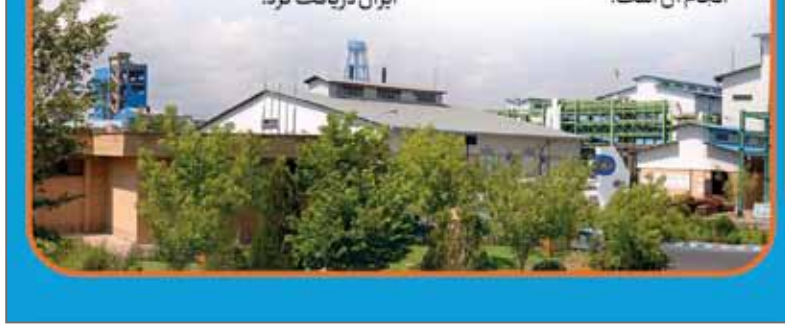


در نوزدهمین جشنواره «تولید ملی، افتخار ملی» که همزمان با بیستمین سالگرد تاسیس خانه صمت ایران در سالن خلیج فارس نمایشگاه بین‌المللی میلاد تهران برگزار شد، چند تن از مسئولان از جمله دادستان کل کشور سخنرانی کردند.

دکتر علی‌حسین رعیتی فرد؛ معاون روابط کار وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی که یکی از سخنران این مراسم بود، گفت: در ۲ سال گذشته که کرونا کشور را در نوردید، جامعه کارفرمایی (کار و تولید) جهاد فی‌سبیل‌الله کردند و اجازه ندادند که به‌رغم تحریم‌ها خدشه ای به جامعه‌ی کارگری و مردم وارد شود. همچنین دکتر سیدرضا فاطمی‌امین، وزیر صنعت، معدن، تجارت دیگر سخنران مراسم بود. او گفت: تعاملات آینده ما با رتبه‌بندی و همین شکلی خواهد بود که این جشنواره در حال انجام آن است.

پایان‌بخش این مراسم، قبل از اهدای تندیس‌ها، حضور و سخنرانی حجت‌الاسلام محمدجعفر منتظری، دادستان کل کشور بود. او نیز در سخنرانی خود روی مطالبات صنعتگران تاکید کرد و افزود: مشکلات کشور انبوه است و نمی‌توان انتظار داشت در کوتاه مدت مسائل را رفع و رجوع کرد. اما بگویم که راه روشن است و اگر شما صنعتگران عزم‌تان را جزم کنید، و مجدانه وارد صحنه شوید، مشکلات سریع‌تر حل خواهد شد و ما هم در قوه قضائیه پشتیبان شما هستیم و در هر جایی که بتوانیم به شما کمک خواهیم کرد.

در پایان این مراسم طولانی ۵۱ تندیس این جشنواره به برندگان اهدا شد. مهندس ابوالفضل باباپور، مدیرعامل شرکت کلرپارس نیز به‌عنوان یکی از گردانندگان مهم و موفق چرخه تولید کشور فراخوانده شد و جایزه «تولید ملی، افتخار ملی» را از دستان اعضای هیئت مدیره خانه صمت ایران دریافت کرد.



سر مقاله

سازمان حمایت از کدام مصرف‌کننده؟



ناصر بزرگمهر – مدیرمسئول
به‌نام او که هر چه بخواهد همان می‌شود

شیری را داخل قفس می‌اندازند و به او سوسیس می‌دهند تا بخورد.
شیر می‌گوید: من آهو می‌خورم، این چیه به من دادین؟
می‌گویند: آنقدر گرسنه می‌مونی تا همین را بخوری!
شیر بعدِ مدتی از شدت گرسنگی شروع به سوسیس خوردن می‌کند.
بعد از چند روز به‌جای سوسیس، استخوان می‌اندازند جلوش!
شیر می‌گوید: بابا، من به سوسیس خوردن عادت کردم، این دیگه چیه؟
می‌گویند: آنقدر گرسنه می‌مونی تا استخوان را بخوری!
شیر چند روز بعد از شدت گرسنگی استخوان را می‌خورد.
بعد از مدتی به‌جای استخوان، یونجه می‌ریزند جلوش!
شیر می‌گوید: بی‌انصاف‌ها، من یه وقتی الاغی که یونجه می‌خورد را درسته قورت می‌دادم، حالا چطور یونجه بخورم، من دیگه این را نمی‌خورم!
می‌گویند: آنقدر گرسنگی می‌کشی تا یونجه را هم بخوری!
شیر مدتی مقاومت می‌کند اما بالاخره یونجه را هم می‌خورد!
مدتی چیزی برای خوردن به شیر نمی‌دهند!
شیر داد می‌زند: بابا، من به یونجه خوردن عادت کردم، این را دیگر چرا نمی‌دهید، بخورم؟
می‌گویند: یونجه مفت نداریم! باید صدای الاغ در بیاوری تا به تو یونجه بدهیم.
و این داستان خُرد کردن تدریجی شیر جنگل و عادت به کمتر از حق خود، آنقدر ادامه پیدا کرد تا اینکه شیر نابود شد.
این قصه پرغصه، قصه حقوق مصرف‌کننده‌هایی است که در بازار مصرف باید مثل شیر بمانند و قرار است در پایان قرن چهاردهم هجری بتوانند از حقوق شهروندی و مشتری‌مداری خود در بازار رقابت بهره‌مند شوند که متاسفانه به‌دلیل سیاست‌های نادرست و وجود سازمان‌های بی‌خاصیت، نه‌تنها از شیر بودن مشتری سخنی نیست، بلکه مشتری را تبدیل به مصرف‌کننده‌ای بی‌خاصیت و محکوم به استفاده از هر کالای نامرغوب و آشغالی کرده‌اند.
مصرف‌کننده یا به‌عبارت بهتر مشتری، براساس قوانین امروز بازار و علم تبلیغات و روابط عمومی و تجربه فروش کالا در جهان، قرار است نقش اصلی فیلم سینمایی ما را ایفا کند و نقطه ثقل رابطه تولیدکننده، فروشنده و برگشت سرمایه به زنجیره مصرف باشد.
مشتری که قرار است به زبان ساده تاج سر بازار مصرف و تاج سر تولیدکننده و فروشنده باشد و بدون او کالاها معنا و مفهوم خود را از دست می‌دهند، در شرایط نامساعد اقتصادی و در نبودن اهرم‌های کنترل از سوی دولت و نهادهای نظارتی، تبدیل به شیر بی‌یال و دم و اشکمی شده که هر فروشنده خرد و کلان و هر کس و ناکسی، هر گونه که دلش می‌خواهد برای دو ریال پولی که ته جیب او باقی مانده، نقشه می‌کشد.
نبود انسجام اجتماعی بین مردم و نداشتن فرهنگ مبارزه با گرانفروشی، احتکار و سرمایه‌داران از خدا بی‌خبر، سرنوشت کارگر و کارمندی که هر روز ریال‌شان بی‌ارزش‌تر و پول ملی‌شان بی‌رونق‌تر می‌شود را به ورطه چه کنم و نابودی کامل کشانده است.
سازمانی که در نام و عنوان قرار بوده از مصرف‌کننده حمایت کند، در دام حمایت از دنیای سرمایه‌داری و اعضای اتاق‌های تهران و ایران و تولیدکنندگان و کم‌فروشان و احتکارکنندگان و صادرکنندگان و واردکنندگان کالای‌های بُنجل چینی و سازمان‌های دولتی افتاده و فقط سالی یک بار به کمک خود آنها، مراسم دورهمی برای اعطای چند لوح و گرفتن عکس یادگاری برگزار می‌کند؛ در حالی که اصلا کاری از این سازمان برنمی‌آید و نقشی در گرانفروشی صدها قلم کالا با موضوع دولتی و خصوصی ندارد.
حقوق شهروندی هر مشتری، در بازار تولید تا مصرف، حلقه گمشده‌ای است و معلوم نیست چه کسی باید از مشتری حمایت کند؟ البته ناگزیرم تاکید کنم که این حقوق گمشده فقط در فرآیند آموزش و رشد فرهنگی هر مشتری و مصرف‌کننده می‌تواند به‌وجود آید.
وقتی می‌شنویم در فلان کشور با کمی افزایش قیمت شیر، همه مردم از خرید شیر خودداری می‌کنند و تولیدکنندگان مجبور می‌شوند شیر خیرداری‌نشده و فاسدشده را به زباله‌دان‌ها بریزند و سریعا قیمت محصول‌شان را اصلاح کنند، نقش مصرف‌کننده در انسجام و اتحاد مردم، خود را به نمایش می‌گذارد.
اما وقتی قیمت یک اتومبیل کم‌ارزش و غیرایمن بعد از سال‌ها به یکباره از ۱۰ میلیون تومان به بیش از ۱۰۰ میلیون تومان می‌رسد و مردم در صف می‌ایستند تا آن را بخرند، در بر همان پاشنه بی‌اعتنایی تولیدکننده به حقوق مشتری می‌چرخد.
گویند:
مردی دو دختر داشت یکی را به یک کشاورز و دیگری را به یک کوزه‌گر شوهر داد.
چندی بعد همسرش به او گفت: ای مرد سری به دخترانت بزن و احوال آنها را جویا شو.
مرد نیز اول به خانه کشاورز رفت و جویای احوال دخترش شد. دخترک گفت: زمین را شخم زده و بذر پاشیده‌ایم، اگر باران ببارد خیلی خوب است اما اگر نبارد، بدبخت می‌شویم.
مرد به خانه کوزه‌گر رفت. دختر دوم گفت: کوزه‌ها را ساخته و در آفتاب چیده‌ایم، اگر باران ببارد بدبخت می‌شویم و اگر نبارد خوب است.
مرد به خانه خود برگشت. همسرش از اوضاع دخترانش پرسید. مرد گفت: چه باران ببارد و چه نبارد، ما بدبختیم.
و حالا، حکایت امروز ما است. مدت‌هاست به‌بهانه تحریم، به‌بهانه مبارزه با استکبار جهانی، به‌بهانه حمایت از تولید داخل، به‌بهانه بی‌تدبیری بانک مرکزی و به هزار دلیل واقعی و خیالی و دروغی، مشتری و مصرف‌کننده در یک کلام چپاول می‌شوند.
چه دلار بالا برود و چه پایین بیاید، چه رابطه ما با خارجی‌ها بهبود پیدا کند و چه رابطه ما قطع باشد، چه برجام داشته باشیم و چه نداشته باشیم، چه سازمان حمایت از مصرف‌کننده باشد یا نباشد و چه اتحادیه‌ها و اصناف دورهم جمع شوند یا نشوند، فرقی برای ما مردم نمی‌کند و مثل همان مرد قصه، ما مشتریان محترم و مصرف‌کننده‌های عزیز بدبخت هستیم.
شرایط ویژه اقتصادی و بی‌توجهی دولت‌ها به حقوق مردم و گرانفروشی آب و برق و بنزین و نفت و گاز و تلفن و موبایل و اینترنت و پسماند و زباله و ده‌ها نوع عوارض دولتی و شهرداری و مالیات و بیمه و... شرایط مصرف‌کننده؛ یعنی همین مردم عزیز، گرانقدر و شرافتمند را روز به روز بدتر خواهد کرد.

به‌مناسبت روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کننده بررسی شد

حکایت یک «حمایت»

نهم اسفند در تقویم ملی به‌عنوان روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان نام‌گذاری شده است. به‌مناسبت این روز، «انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان» به‌عنوان تنها نهاد مردمی رسمی و قانونی حامی حقوق مصرف‌کننده در کشور بیانیه‌ای صادر کرده و در آن احترام به حقوق مصرف در تمامیت زنجیره تولید تا مصرف را امری ضروری دانسته است. موارد مطرح در این بیانیه با هدف ارتقای سطح بهره‌مندی مردم از کالاها و خدمات مصرفی بر این نکات تاکید دارد:
۱ - کاهش بهای تمام‌شده کالاها و خدمات از طریق کاهش دیوان‌سالاری اداری و وضع به‌موقع قوانین و مقررات.
حذف تشریفات اداری زائد، تعدیل هزینه‌های حقوق و عوارض گمرکی و کاهش زمان خواب کالا در انبارها، در دسترس قرار دادن مواد اولیه موردنیاز تولید، پرداخت به‌موقع یارانه و حمایت‌های ارزی و ریالی دولت و جبران خسارت‌های مادی و معنوی ناشی از سیاست‌گذاری‌های نادرست در مقاطع زمانی مختلف همگی از مواردی هستند که تعلل در تصمیم‌گیری‌های به‌موقع در آنها موجب افزایش نرخ تمام‌شده کالاهای تولیدی و وارداتی می‌شوند؛ از همین رو لازم است این اقدامات در کارگروه‌های فرابخشی از جمله کارگروه تنظیم بازار کشور با ایجاد هماهنگی‌های بیشتر از قبل بین نهادهای اجرایی به‌صورت جهادی و با رویکرد تمرکز بر جلوگیری از افزایش نرخ کالاها صورت پذیرد.
۲ - کاهش بهای تمام‌شده کالاها و خدمات از طریق جلوگیری از ایجاد بازارهای انحصاری.
ممنوعیت ورود برخی کالاهای خارجی به‌بهانه حمایت از تولید یا تحت تاثیر و سوءاستفاده از تحریم‌های ظالمانه که با تصمیم‌گیری‌های خلق‌الساعه برخی مدیران اجرایی وضع می‌شود، نه‌تنها در اغلب موارد منجر به تضییع یکی از بنیادی‌ترین حقوق مصرف‌کنندگان که حق انتخاب در خرید کالا و خدمات موردنیاز است شده، بلکه موجب گشودن دریچه‌ای برای توزیع فساد و رانت در بستر انحصار در کشور شده است. نوع مدیریت بازار در شیوه زندگی مردم تاثیر مستقیم گذاشته و فضای غیررقابتی موجبات بروز بازار سیاه، رانت‌خواری و فساد را فراهم کرده که نتیجه آن کمبود کالاهای باکیفیت و ایجاد صف‌های طولانی برای خرید برخی کالاهای اساسی از سوی مردم شده است.
۳- درج قیمت‌های واقعی فروش روی کالاها.
قوانین مختلف از جمله ماده ۵ قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، ماده ۶ قانون تعزیرات حکومتی و ماده ۱۵ قانون نظام صنفی بر لزوم درج نرخ کالاها و خدمات ارائه‌شده به مردم تصریح کرده‌اند و لازم است این قیمت‌ها به‌صورت واقعی و به دور از تبانی در منشأ تولید روی محصولات درج شوند. درج نرخ کالاها بالاتر از نرخ واقعی تمام‌شده و مصوب روی آنها تخلف محسوب می‌شود و تولیدکنندگان حق ندارند با درخواست برخی فروشگاه‌ها یا به بهانه ارائه تخفیفات اغواکننده اقدام به درج قیمت‌های غیرواقعی روی کالاها کنند. افزایش بازرسی‌ها و نظارت نهادهای متولی در مبدأ تولید برای کنترل درج قیمت‌های واقعی از مطالبات جدی مصرف‌کنندگان است.
۴ - افزایش نظارت‌های مردمی بر بازار با مشارکت‌دهی تشکل‌های غیردولتی.
به‌منظور تسهیل و تسریع در استیفای حقوق مصرف‌کنندگان و افزایش نظارت بر بازار ضروری است از ظرفیت‌های بالقوه اعضای مردمی انجمن‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان که به‌صورت داوطلبانه و در راستای مشارکت‌های اجتماعی به عضویت این انجمن‌ها درآمده‌اند استفاده شود که تحقق این امر مصداق بارز و اقدامی عملی در تبیین حکومت مردم بر مردم و برون‌سپاری فعالیت‌های اجرایی نهادهای دولتی به تشکل‌های تخصصی غیردولتی است. در نهایت امیدواریم گرامیداشت روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان منجر به تغییر نگرش مسئولان و تبدیل شعارهای آرمانگرایانه برخی از آنان به اقدامات عملی در حمایت واقعی از حقوق مصرف‌کنندگان و تقویت ارکان تشکل‌های مردمی مصرف‌کنندگان در سراسر کشور شود.

یادداشت

نقش مصرف‌کننده را نادیده نگیریم



مجید ارغنده‌پور – مدیرکل هماهنگی امور استان‌ها و نظارت بر تشکل‌های سازمان حمایت: نمی‌توان از اهمیت رشد تولید ملی در تقویت اقتصاد کشور و رسیدن به خودکفایی اقتصادی گذشت و در این بین حمایت از حقوق «مصرف‌کننده» به‌عنوان یکی از حلقه‌های اصلی زنجیره تولید نقش موثری در استفاده از تولید ملی دارد؛ به‌عبارت بهتر روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کننده فرصتی است تا عملکرد دولت در اطلاع‌رسانی، آگاهی‌بخشی و دفاع از مصرف‌کنندگان مورد ارزیابی قرار گیرد. سال‌ها پیش اقتصاد در تعریف‌های سنتی و قدیمی خود، تنها موضوعاتی را در بر می‌گرفت که نیازها و اولویت‌های مهم بشر را تامین کند و توجه چندانی به موضوعاتی مانند تقاضا و خواست مصرف‌کننده نداشته، اما به مرور و با تشکیل جامعه صنعتی و شکل‌گیری مقوله‌هایی مانند تولید انبوه، دانش بیشتری در این موضوع وارد شد که خواست و نیاز افراد جامعه را نیز به‌عنوان یک مولفه در اقتصاد مطرح کرد. در این روند مشتری برای خود حق انتخاب قائل می‌شود و 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 باید معیارهای مختلفی مثل قیمت، کیفیت، ایمنی و زیبایی داشته باشد. دانشمندانی که در حوزه حقوق و اقتصاد فعالیت می‌کردند، در دوره‌های مختلف مفاهیمی را به‌عنوان مبانی این موضوع تعریف کرده‌اند اما از زمانی که این مبانی وارد منشور حقوق ملل متحد شد، موضوع راحت‌تر در میان کشورها پذیرفته شد. از آن پس این مفهوم به‌عنوان یک مفهوم مشترک در اقتصاد و تجارت کشورهای مختلف ایفای نقش کرد. در منشور ملل متحد ۸ موضوع به‌عنوان حقوق مصرف‌کننده مطرح می‌شود که برای هر یک توضیحاتی نیز وجود دارد. اطلاع‌رسانی شفاف به مصرف‌کننده؛ می‌گوید مصرف‌کننده حق دارد اطلاعات مختلفی درباره موضوع و کالای مورد انتخاب خود، از منابع مختلف دریافت کند. این امر امروز با جست‌وجویی ساده در اینترنت یا در جریان برقراری یک گفت‌وگوی ساده با دست‌اندرکاران امر قابل‌دسترس است. موضوع بعدی در این زمینه آموزش مصرف‌کننده است که بیان می‌کند باتوجه به پیشرفت علم و فناوری، هر روز با کالا و موضوعات جدیدی روبه‌رو می‌شویم و مصرف‌کننده حق دارد درباره استفاده موثر از این کالاها آموزش ببیند. کیفیت مناسب کالا موضوع دیگر مطرح در منشور ملل متحد است که براساس آن، مصرف‌کننده حق دارد از کیفیت مناسب کالای مورداستفاده برخوردار باشد. رعایت استانداردا یمنی، سلامت و بهداشت دو موضوع مهم دیگر جهانی درباره حقوق مصرف‌کننده هستند. مقابله با انحصار در بازار هم جزو اصولی است که در این نگاه جهانی گنجانده شده است. مصرف‌کننده باید بتواند از بازار غیرانحصاری استفاده کند؛ بازاری که رقابت در آن جریان دارد و حق انتخاب برای مصرف‌کننده به رسمیت شناخته شود. تشکیل تشکل‌های مصرف‌کنندگان نیز در اصول جهانی حمایت از مصرف‌کننده جای دارد و مصرف‌کنندگان باید در این حوزه برای خود، ساختار، تشکل و بلندگو یا مبنای اظهارنظر داشته باشند تا بتوانند خواست مصرف‌کننده را به نهادهای مرتبط منتقل کنند. در ایران نیز مصرف‌کننده تقریبا همین سیر را طی کرده اما کشور ما به‌دلیل رویارویی با شرایط مختلف اقتصادی، در این‌باره متفاوت عمل کرده است. در حقیقت مفاهیم و ادبیاتی که در منشور ملل متحد وجود دارد در کشور ما نیز در قوانین، ساختارها و مقررات آمده است. البته جدا از این موارد، در سال ۱۳۷۸ یک قانون در مجلس شورای اسلامی به‌نام قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به تصویب رسید تا مسیری برای حمایت بیشتر از مصرف‌کننده را ایجاد کند. اما آیا این قانون همه حقوق مصرف‌کننده را در خود جانداده است. همان‌طور که می‌دانید در هر یک از موضوعات مانند محیط زیست، بهداشت و سلامت، کیفیت، بازار، تجارت و نظام صنفی، قوانینی مجزا داریم. در واقع نگاه این قانون بیشتر بر مواردی مانند ایجاد تشکل برای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و تشکیل ساختار انجمن حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان استوار شده است. از دیگر موضوعات 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. همچنین در ایران ساختارهای دولتی متفاوتی داریم و قانون‌گذار تلاش کرده با ایجاد نهاد مربوط به حقوق مصرف‌کنندگان، در بخش مردمی، بلندگویی را برای آنها فراهم کند، اما بازار ایران بازار متفاوتی است و می‌بینیم که سرانه واحدهای صنفی نسبت به جمعیت حدود ۲۵ است و به‌ازای هر ۲۵ نفر یک واحد صنفی داریم، در حالی که این رقم در دنیا معمولا ۲۵۰ است. این اتفاق باعث می‌شود نظام توزیع پراکندگی زیادی پیدا کند و دچار هزینه‌های مازاد مانند هزینه‌های نیروی انسانی و هزینه‌های جاری شود. همچنین در این حالت یک نظام دلالی وجود دارد که به‌دلیل جابه‌جایی بیش از حد کالا شکل می‌گیرد؛ بنابراین نظارت در کشورهای دیگر بسیار ساده‌تر است. در کنار این موارد باید به مشکلات زمینه‌ای که مانع از اجرای صحیح قانون می‌شود نیز توجه کرد. اقتصاد ایران به‌ویژه در چند سال گذشته، به‌دلیل تحریم و تورم و نقدینگی دچار چالش‌های فراوان بوده و مثلا وقتی همین نقدینگی به سمت هر یک از بازارها می‌رود، آن بازار را دچار آشفتگی می‌کند. به‌علاوه اینکه همواره تحریم‌ها بازار ایران را از یک بازار قابل مدیریت به یک بازار با شرایط خاص بدل می‌کنند. نکته دیگر اینکه به‌دلیل همین تحریم شرایط تامین کالا و همین‌طور ارز برای کسب‌وکارها طبیعی نبوده و طبیعتا اگر بخواهیم سنجشی درباره میزان رضایتمندی مردم داشته باشیم، مشتری ایرانی از شرایط موجود راضی نیست، زیرا منابع درآمدی و کسب مردم با هزینه‌هایی که برای‌شان وجود دارد، برابر نیست. در این فرآیند نخستین نقش برعهده مصرف‌کنندگان است و این مردم هستند که خواسته‌های خود را به بازار و اقتصاد دیکته می‌کنند؛ یعنی آنها هستند که تعیین می‌کنند شرایط بازار و نظام بازار و فعالیت تاثیرگذاران در اقتصاد باید چگونه باشد تا آنها رضایت داشته باشند. مصرف‌کنندگان بی‌شک نقش مهمی در بهبود این فرآیند دارند اما در عین حال یک مدیریت جامع بر اقتصاد لازم است تا از یک سو بتواند درآمد مردم را توسعه دهد و به همان نسبت باید مدیریتی اتفاق بیفتد که معیشت مردم هم مدیریت شود و چیزی که از آن با نام افزایش قیمت‌ها یاد می‌شود، کنترل شود. البته نباید از این موضوع نیز غافل باشیم که این مدیریت با مداخله کاملا متفاوت است. مداخله در بازار از سوی نهادهای دولتی، کاری از پیش نمی‌برد و برای دستیابی به اهداف منطقی در این مقوله بیشتر نیازمند ساماندهی و سازماندهی در بازار هستیم زیرا تجربه در این زمینه نشان داده هر مداخله‌ای با مقاومت مواجه می‌شود. علاوه‌بر لزوم برنامه‌ریزی مناسب نهادهای بالادستی ما به‌عنوان مصرف‌کننده نیز باید مصرف درست را یاد بگیریم. اگر همگی نقش خود را به‌درستی ایفا کنیم، می‌توانیم شاهد حمایت مطلوب از تولیدکننده، مصرف‌کننده و اقتصاد کشور باشیم و در بلندمدت برای توسعه اقتصادی و تجاری کشور برنامه‌ریزی کنیم.

خبر روز

پیشروی نیروهای روس در خاک اوکراین

پس از مدت‌ها گمانه‌زنی درباره بروز تنش میان روسیه و اوکراین، بامداد پنجشنبه نیروهای ارتش روسیه عملیات نظامی خود در خاک اوکراین آغاز و در نقاط مختلفی از خاک اوکراین پیشروی کرده‌اند. برخی منابع خبری از شنیده شدن صدای انفجار و تیراندازی در شمال کی‌یف خبر می‌دهند. همزمان، دولت اوکراین از شهروندان پایتخت خواسته در برابر نیروهای روس که وارد کی‌یف می‌شوند، مقاومت کنند. به گزارش ایرنا، صبح روز پنجشنبه، ولادیمیر پوتین، رئیس‌جمهوری روسیه به‌طور رسمی دستور آغاز عملیات نظامی ویژه در اوکراین را صادر کرد. روسیه اعلام کرد عملیات این کشور در اوکراین به‌منزله شروع جنگ نیست، بلکه اقدامی برای جلوگیری از یک جنگ در سطح جهانی است، اما بسیاری از کشورهای جهان از جمله کشورهای اروپایی و امریکا بلافاصله این اقدام روسیه را به‌عنوان جنگی علیه اوکراین، محکوم و فشارهای مضاعف دیپلماتیک و اقتصادی خود بر روسیه را آغاز کردند. باوجود تهدیدات گسترده‌ای که غربی‌ها پیش‌تر انجام می‌دادند، اعلام کردند قصد مداخله نظامی در بحران اوکراین را ندارند. حتی جو بایدن، رئیس‌جمهوری ایالات متحده امریکا در نشست مجازی گروه ۷ اعلام کرد نیروهای امریکایی برای جنگیدن در اوکراین به اروپا نخواهند رفت.

گفت‌گوی تلفنی رئیسی با پوتین

رئیس‌جمهوری ایران با همتای روسی خود با محوریت جنگ اوکراین مذاکره تلفنی کرد. رئیس‌جمهوری روسیه در این گفت‌وگوی تلفنی، وضعیت کنونی را «پاسخ مشروع به چندین دهه نقض معاهدات امنیتی و تلاش‌های غرب برای آسیب رساندن به امنیت روسیه» دانست. به گزارش ایسنا، در این گفت‌وگو سید ابراهیم رئیسی با بیان اینکه «گسترش ناتو به سمت شرق، تنش‌زا است»، تاکید کرد: گسترش ناتو تهدیدی جدی علیه ثبات و امنیت کشورهای مستقل در مناطق مختلف است. رئیس‌جمهوری ابراز امیدواری کرد آنچه اتفاق می‌افتد، به نفع ملت‌ها و منطقه تمام شود. رئیسی همچنین با اشاره به مذاکرات هسته‌ای، تاکید کرد: جمهوری اسلامی ایران به‌دنبال توافقی پایدار است، نه متزلزل. ارائه تضمین معتبر، پایان بخشیدن به ادعاهای سیاسی و لغو واقعی تحریم‌ها از ضرورت‌های دست یافتن به توافق پایدار هستند. پوتین نیز با اشاره به همکاری‌های فعال ایران با آژانس بین‌المللی انرژی اتمی، بر تداوم رایزنی‌های دو طرف در زمینه مذاکرات هسته‌ای تاکید کرد.

تمرکز بر راه‌حل سیاسی و دموکراتیک

وزیر امور خارجه کشورمان نیز ریشه بحران اوکراین را در اقدامات تحریک‌آمیز ناتو عنوان کرد و گفت: ما توسل به جنگ را راه‌حل نمی‌دانیم. به گزارش ایرنا، حسین امیرعبداللهیان درباره آغاز عملیات نظامی روسیه در اوکراین در توئیتر نوشت: بحران اوکراین ریشه در اقدامات تحریک‌آمیز ناتو دارد. ما توسل به جنگ را راه‌حل نمی‌دانیم. امیرعبداللهیان همچنین تاکید کرد: برقراری آتش‌بس و تمرکز بر راه‌حل سیاسی و دموکراتیک یک ضرورت است. وزیر امور خارجه کشورمان همچنین خواستار کمک‌های انسان‌دوستانه مجارستان برای تسهیل روند انتقال ایرانیان مقیم اوکراین از مسیر این کشور شد. به گزارش اداره کل روابط عمومی وزارت امور خارجه، حسین امیرعبداللهیان و پیتر سیارتو، وزیر امور خارجه مجارستان درباره بحران اوکراین و همکاری برای تسهیل بازگشت ایرانیان مقیم اوکراین به کشورمان گفت‌وگو و تبادل‌نظر کردند. امیرعبداللهیان در این گفت‌وگوی تلفنی ضمن ابراز نگرانی از اقداماتی که پیش‌تر از سوی ناتو در ایجاد بحران در منطقه شرق اروپا انجام گرفته، بر حمایت از راهکارهای سیاسی برای حل بحران اوکراین تاکید کرد. وزیر امور خارجه مجارستان هم در این گفت‌وگوی تلفنی تاکید کرد کشورش برای پیگیری انتقال شهروندان ایرانی از طریق خاک مجارستان از هیچ کوششی دریغ نخواهد کرد و دستورات لازم برای پذیرش ایرانیان بدون نیاز به ویزا در خاک مجارستان و فراهم آوردن تسهیلات فوری برای بازگشت آنان به کشورمان را صادر خواهد کرد.

روسیه همیشه آماده گفت‌وگو است

وزیر امور خارجه روسیه نیز گفت مسکو همیشه آماده گفت‌وگو خواهد بود؛ تا همه را به «عدالت و اصول منشور سازمان ملل متحد» بازگرداند. به گزارش ایسنا به نقل از خبرگزاری تاس، سرگئی لاوروف در نشستی با همتای پاکستانی خود عنوان کرد: ما گفت‌وگوهایی با ضرورت‌های امریکایی و سایر اعضای ناتو انجام دادیم. امیدواریم همچنان شانسی برای بازگشت به قوانین و تعهدات بین‌المللی وجود داشته باشد. ما همچنین خواستار اقداماتی هستیم که تضمین‌های امنیتی روسیه و مردم ما را فراهم کند؛ همان تضمین‌هایی امنیتی که توسط ولادیمیر پوتین، رئیس‌جمهوری روسیه اعلام شد و بی‌شک ما مثل همیشه آماده گفت‌وگو خواهیم بود تا همه را به عدالت و اصول منشور سازمان ملل متحد بازگرداند. همچنین، وزارت دفاع روسیه اطمینان داد نیروهای روسیه، شهرهای اوکراین را هدف قرار نمی‌دهند، بلکه صرفا قصد «محدودسازی زیرساخت‌های نظامی اوکراین» را دارند و اعلام کرد هیچ خطری غیرنظامیان اوکراین را تهدید نمی‌کند.

کی‌یف آماده مذاکره با روسیه است

به گزارش خبرگزاری اسپوتنیک، ولادیمیر زلنسکی، رئیس‌جمهوری اوکراین اعلام کرد گفت‌وگو بین روسیه و اوکراین درباره توقف خصومت دیر یا زود آغاز می‌شود. در همین حال مشاور رئیس دفتر ریاست‌جمهوری اوکراین اعلام کرد اوکراین آماده است «بدون هیچ گونه پیش‌شرطی» با روسیه درباره تضمین‌های امنیتی گفت‌وگو کند. میخائیلو پودولیاک، مشاور رئیس دفتر ریاست‌جمهوری اوکراین عنوان کرد: اوکراین هم‌اکنون فضا و فرصتی را برای مذاکره باقی گذاشته است. حتی در حال حاضر، درست زمانی که روسیه حمله را آغاز کرده، این جنگ باید تمام شود. این خصومت‌ها باید به پایان برسد. منابع خبری اعلام کردند با ورود نیروهای روس به منطقه‌ای در شمال کی‌یف، وزارت دفاع اوکراین از مردم این کشور خواسته با استفاده از کوکتل مولوتف با آنها مقابله کنند، این در حالی است که به گزارش رسانه‌ها تمامی شهرهای مهم منطقه «سامی» تحت محاصره نیروهای روس قرار دارد. در همین حال مقامات ۳ کشور امریکای لاتین شامل آرژانتین، کلمبیا و شیلی خواستار پایان درگیری روسیه و اوکراین و خروج سربازان روس از اوکراین شدند. ایوان دوکه، رئیس‌جمهوری کلمبیا در پیامی تصویری از ولادیمیر پوتین، رئیس‌جمهوری روسیه خواست به درگیری در اوکراین پایان دهد. وزیر امور خارجه آرژانتین نیز درخواست مشابهی را مطرح کرد و شیلی نیز از پیوستن به تحریم‌های شورای امنیت سازمان ملل متحد علیه روسیه خبر داد. همچنین خبرگزاری رویترز گزارش داد دولت اوکراین از هکرهای زیرزمینی این کشور برای حفاظت از زیرساخت‌های حیاتی و انجام ماموریت‌های جاسوسی سایبری علیه نیروهای روسی درخواست کمک کرده است.

پس از صحبت با رهبران غربی مایوس شدم

ولودیمیر زلنسکی، رئیس‌جمهور اوکراین در یک سخنرانی تلویزیونی که در فضای مجازی منتشر شد اعلام کرد؛ پس از صحبت با رهبران غربی مایوس شده‌ام. من کسی را نمی‌بینم که در کنار اوکراین بجنگد. اوکراین تنها مانده است، هیچ‌کس نمی‌خواهد در دفاع از آن بجنگد و ناتو نمی‌خواهد آن را ضمیمه کند و از ارائه تضمین‌های امنیتی می‌ترسد.

نقض آشکار قوانین بین‌المللی

همچنین آنگلا مرکل صدراعظم سابق آلمان حمله روسیه به اوکراین را محکوم کرد. وی در پاسخ به سوال خبرگزاری آلمان گفت که این جنگ تجاوزکارانه نقطه عطفی در تاریخ اروپا پس از پایان جنگ سرد است. مرکل تاکید کرد هیچ توجیهی برای این نقض آشکار قوانین بین‌المللی وجود ندارد، من آن را به شدیدترین وجه ممکن محکوم می‌کنم.

درخواست گوترش برای خاتمه جنگ

آنتونیو گوترش، دبیرکل سازمان ملل متحد نیز در توئیتی از ولادیمیر پوتین، رئیس‌جمهوری روسیه درخواست کرد در بحبوحه تهاجم به اوکراین، نیروهای خود را به روسیه بازگردانند. گوترش گفت: در شرایط کنونی، من باید درخواست خود را تغییر دهم و بگویم: رئیس‌جمهوری پوتین، به‌نام انسانیت، نیروهای خود را به روسیه بازگردانید و جنگ را خاتمه دهید.
وی افزود: این درگیری باید اکنون متوقف شود. این اظهارات دبیرکل سازمان ملل پس از آن بیان شد که شورای امنیت سازمان ملل متحد چهارشنبه شب درباره اوکراین جلسه اضطراری برگزار کرد. در ادامه رایزنی‌ها درباره بحران اوکراین سرگئی لاوروف و محمد بن عبدالرحمن آل ثانی وزیران خارجه روسیه و قطر نیز تلفنی درباره روند عملیات نظامی مسکو در اوکراین گفت‌وگو کردند.



زنجیره‌ای از نارضایتی در صنعت خودرو



کیفیت فدای نرخ



حمایت از مصرف‌کننده بدون کنترل تورم و نقدینگی غیرممکن است

www.sanatnewspaper.com

تحلیل روز

به مناسبت روز ملی حمایت از مصرف کننده بررسی شد

حمایت همزمان از تولیدکننده و مصرف‌کننده



عکس: آیدا فریدی

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

به گزارش صمت اثرگذاری سیاست‌های پولی به درجه چسبندگی قیمت‌ها در اقتصاد بستگی دارد؛ هرقدر قیمت‌ها چسبندگی بیشتری داشته باشند یا برای دوره طولانی بدون تغییر 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 سوی دیگر، هرچه درجه چسبندگی نرخ در اقتصاد پایین‌تر باشد، آن‌گاه سیاست‌های پولی انبساطی با هدف تحریک بخش واقعی اقتصاد، نتیجه‌ای جز ایجاد تورم نخواهند داشت. در این شرایط، سیاست‌گذار باید از سیاست‌های سمت عرضه برای تحریک رشد اقتصادی استفاده کند.

یک شوک مثبت پولی را در نظر 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؛ یعنی تعدیل کند قیمت‌ها، توضیحی برای علت تاثیر انبساط پولی بر افزایش تولید در اقتصاد ارائه می‌دهد. بنابراهمیت این مسئله، مدت‌هاست برخی تحلیلگران اقتصاد تلاش می‌کنند با استفاده از شاخص نرخ ماهانه ذیل اجزای شاخص نرخ مصرف‌کننده و تولیدکننده به بررسی درجه چسبندگی قیمت‌ها در این دو سطح بپردازند. بررسی نتایجی یک مطالعه که در میانه دهه ۹۰ انجام‌شده حاکی از آن است که با توجه به انعطاف‌پذیری بالای قیمت‌ها در ایران، اثربخشی سیاست‌های پولی برخلاف 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 را بر کنترل نرخ تورم و ثبات قیمت‌ها متمرکز کند. در تحلیل پیش‌روی صمت که به مناسبت روز ملی حمایت از مصرف‌کننده تهیه‌شده به این مهم می‌پردازیم که آیا حمایت همزمان از مصرف‌کننده و تولیدکننده امکان‌پذیر است؟

▣ تاثیر تورم بر حقوق مصرف‌کننده

در ۴ سال گذشته، رشد منفی اقتصادی با تورم بیش از ۴۰ 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. کارشناسان معتقدند مهم‌ترین علت افزایش نرخ تورم در ایران، افزایش پایه پولی و نقدینگی از این محل است. این سیاست همواره در سال‌های مختلف، دولتمردان و از آنها بیشتر، مردم و مزدبگیران را دچار مشکل کرده اما به‌دلیل سهولت بکارگیری این روش، همچنان از آن استفاده می‌شود. سیاست کنترل نرخ، بهترین خدمتی است که می‌توان به مصرف‌کننده و تولیدکننده در شرایط فعلی ارائه کرد، چراکه با کنترل قیمت‌ها می‌توان حداقل ثبات را به اقتصاد بازگرداند. به این ترتیب، مسئله حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان اگر در همه بخش‌ها تضاد منافع به‌دنبال داشته باشد، در کنترل نرخ می‌تواند منافع دو طرف متضاد را به هم نزدیک کند. دیدگاه مرسوم در اقتصاد کلان این است که به‌دلیل چسبندگی سطح نرخ کل، سیاست پولی می‌تواند موثر باشد؛ هنگامی که تغییراتی در ابزار سیاست‌گذاری پولی ایجاد می‌شود، سطح نرخ کل به‌کندی واکنش نشان می‌دهد و درنتیجه سیاست پولی اثر واقعی بر اقتصاد خواهد داشت. نگاهی به تاریخچه سیاست‌گذاری پولی در ایران نشان می‌دهد جهت‌گیری این سیاست‌ها بیشتر تقویت تولید و کاهش بیکاری از راه بسط پولی بوده است. اگر درجه چسبندگی نرخ در اقتصاد ایران پایین باشد، آن‌گاه سیاست‌های پولی انبساطی با هدف تحریک بخش واقعی اقتصاد و رشد اقتصادی نتیجه‌ای به‌جز ایجاد تورم نخواهد داشت و به‌عبارت دیگر، درجه غیرخنثی بودن سیاست‌های پولی بسیار اندک است. در این شرایط، سیاست‌گذار باید از سیاست‌های سمت عرضه برای تحریک رشد اقتصادی استفاده کند.

▣ تغییر بالای نرخ کالاهای مصرفی

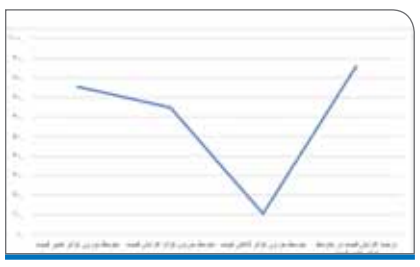
هر چه تواتر تغییر نرخ بیشتر باشد به این معناست که درجه چسبندگی نرخ پایین‌تر است. محاسبه آمار تواتر تغییر نرخ برای ۳۵۹ قلم کالا و خدمت مصرفی گویای درجه پایین چسبندگی کسری قابل توجهی از اقلام مصرفی است. در میانه دهه ۹۰ تواتر تغییر نرخ ۷۱ قلم کالای مصرفی میان ۹۰ تا ۱۰۰ درصد است؛ یعنی در ۹۰ تا ۱۰۰ درصد ماه‌های موردبررسی، نرخ این اقلام دستخوش تغییر شده و بنابراین درجه چسبندگی نرخ در آنها بسیار اندک و ناچیز است. درجه چسبندگی نرخ دبین ۳۵۹ قلم کالا و خدمات مصرفی، بسیار ناهمگن است. تواتر تغییرات قیمت، دامنه وسیعی را شامل می‌شود، به نحوی که در این دامنه اقلامی وجود دارند که قیمت‌شان انعطاف‌پذیر بوده و تغییر کرده است. بررسی داده‌های نرخ ماهانه ۳۵۹ قلم کالا و خدمات سبد مصرفی خانوارهای شهری نشان می‌دهد در دوره موردبررسی به‌طور متوسط ۷۵ درصد از کالاها و خدمات مصرفی در سبد مصرف‌کننده هر ماه قیمت‌شان با تغییر همراه بوده که ۸۶ درصد از این تغییر نرخ اقلام مصرفی، افزایشی بوده است. با توجه به اینکه فقط ۱۴ درصد از تغییرات نرخ مربوط به کاهش قیمت‌ها بوده، می‌توان نشان داد فرضیه چسبندگی رو به پایین به‌واسطه داده‌های خرد قیمت‌ها در اقتصاد ایران تایید می‌شود. این یافته با نرخ‌های تورم بالا و مزمن در اقتصاد ایران سازگار است. همچنین آمار دوره ثبات قیمت‌ها در سطح خرده‌فروشی نشان می‌دهد نرخ اقلام مصرفی کمتر از یک ماه ماندگاری دارند و به‌عبارت دیگر، به‌طور متوسط هر ۲۰ روز یک‌بار قیمت‌ها با تغییر همراه هستند.

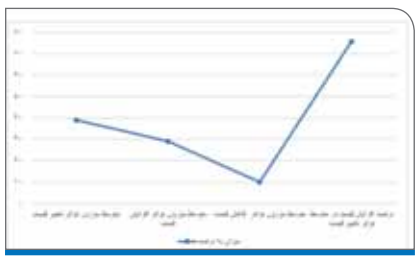
▣ آسیب تولیدکنندگان کمتر از مصرف‌کنندگان

باوجود این واقعیت که به‌طور 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 کالاهای 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 ماه‌به‌ماه 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 بوده که به‌معنای چسبندگی بیش از ۵۰ درصدی در این بخش است. بر این اساس، تغییرات نرخ در اقتصاد ایران بیشتر در سطح خرده‌فروشی بروز می‌یابد و در سطح تولیدکننده از درجه چسبندگی بیشتری برخوردار است.

▣ 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 قابل توجهی بسیار کمتر از کشورهای موردبررسی 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 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 موردبررسی، گویای این واقعیت است که همچنان قیمت‌ها حتی در سطح تولیدکننده نیز از درجه چسبندگی پایین‌تری در اقتصاد ایران برخوردار هستند.





▣ تاثیر کنترل قیمت‌ها 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 انجام و گاه به اقلام خاص یا همان کالاهای اساسی، 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 مانند 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 موردبررسی، نرخ انواع نان با افزایش روبه‌رو بوده است. شاید این نتیجه دور از انتظار 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 خریداری و وزن می‌شود. در صورتی که نرخ خرید ثابت مانده باشد اما 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 ۸۹ تا مهر ۹۱ نشان می‌دهد تعداد دفعات تغییر نرخ کمتر شده اما همچنان شاهد تغییر نرخ پنهان در ۷۸ درصد از ماه‌های موردبررسی 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 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.

سخن پایانی

با توجه به انعطاف‌پذیری بالای قیمت‌ها در ایران، اثربخشی سیاست‌های پولی برخلاف اقتصادهایی با درجه بالای چسبندگی قیمت، بسیار ناچیز است. در عمل انبساطی بودن سیاست‌های پولی به جای تحریک تولید موجب می‌شود کسری از بنگاه‌ها که قیمت‌شان را در هر دوره تعدیل می‌کنند، بیشتر و در نتیجه سیاست پولی خنثی شود. عملکرد دوره قبلی بانکی مرکزی نشان‌دهنده این است که سیاست‌گذار پولی گاهی برای مساعدت به رشد تولید و اشتغال، سوگیری انبساطی ایجاد کرده اما چون مکانیسم انتقال اثر سیاست پولی برای تولید ضعیف بوده، به جای دستیابی به سطوح تولید بالاتر باعث استمرار تورم و در دوره‌هایی تشدید فشارهای تورمی شده است. به بیان دیگر، از لنگر اسمی سیاست پولی به‌طور فعال برای آن هدفی استفاده شده که برای آن کارآیی کافی نداشته و برعکس برای آن هدفی که لنگر اسمی کارآیی داشته، استفاده کافی و مفید نشده است. در حال حاضر براساس قانون پولی و بانکی، دامنه تعهدات بانک مرکزی بسیاری زیاد و لازم است پاسخگویی متناسب با آن نیز داشته باشد. همچنین تعدد اهداف موجب کاهش مسئولیت‌پذیری و پاسخگویی بانک مرکزی در قبال تورم می‌شود.

تعیین یک هدف اصلی، مقامات و مسئولان را قادر می‌سازد تا به شکل موثرتری عملکرد بانک را کنترل کنند. با توجه به درجه پایین چسبندگی قیمت‌ها در ایران و درنتیجه اثربخشی اندک سیاست‌های پولی بر بخش واقعی اقتصاد، بهتر است هدف بانک مرکزی تنها کنترل نرخ تورم و برقراری ثبات قیمت‌ها باشد. در مجموع، در شرایط انعطاف‌پذیری بالای قیمت‌ها سیاست‌گذار برای تحریک رشد اقتصادی باید به جای استفاده از سیاست‌های سمت تقاضا از سیاست‌های سمت عرضه استفاده کند.

با افزایش بانک‌های عامل

توزیع ایساکو کارت تاکسی‌رانان در سراسر کشور تسریع می‌شود

معاون بازاریابی و فروش شرکت خدمات پس از فروش ایران‌خودرو گفت: روند صدور ایساکو کارت صرفا به دلیل پیچیدگی سیستم بانکی با سرعتی کمتر از زمان مورد نظر شرکت ایساکو پیش رفته است، اما بانک‌های عامل وعده داده‌اند تا با سرعت هر چه بیش‌تر فرآیند را اجرایی کنند.

به گزارش ایکوپرس، شهرام غلامی افزود: از زمان امضای تفاهم‌نامه با اتحادیه تاکسی‌رانی‌های شهری کشور، تاکنون اطلاعات بیش از ۲۲هزار تاکسیران از سازمان تاکسیرانی دریافت شده و در اسفند ماه با هدف تسهیل در فرآیند تخصیص ایساکو کارت، بانک دیگری به عاملین افزوده شد تا صدور کارت تسریع شود.

غلامی تصریح کرد: صدور ایساکو کارت به هیچ عنوان متوقف نشده و با افزایش بانک‌های عامل این روند سرعت گرفته است.

گفتنی است، براساس تفاهم‌نامه‌ای که امسال میان شرکت ایساکو و اتحادیه تاکسی‌رانی‌های شهری کشور منعقد شد، امکانی برای رانندگان تاکسی کل کشور فراهم آمد که با دریافت «ایساکوکارت»، قطعات اصلی و خدمات تعمیرگاهی را به صورت اعتباری خریداری کنند.



کارنامه درخشان بانک قرض‌الحسنه مهر ایران در پرداخت تسهیلات بدون ضامن

بانک قرض‌الحسنه مهر ایران تنها در بهمن ماه سال جاری ۱۲ هزار و ۱۲۳ فقره تسهیلات بدون ضامن پرداخت کرد.

به گزارش روابط عمومی بانک قرض‌الحسنه مهر ایران، معاونت امور بانکی، بیمه و شرکت‌های دولتی وزارت امور اقتصادی و دارایی از پرداخت بیش از ۲۶هزار و ۸۹۱ میلیارد ریال تسهیلات خرد بدون ضامن، توسط ۱۱ بانک دولتی و نیمه دولتی در بهمن ماه سال جاری خبر داد.

بانک قرض‌الحسنه مهر ایران با پرداخت ۱۲هزار و ۱۲۳ فقره تسهیلات بدون ضامن در بازه زمانی یاد شده، رتبه سوم پرداخت این تسهیلات را در بین بانک‌ها کسب کرد.

بزرگ‌ترین بانک قرض‌الحسنه کشور به‌تنهایی پرداخت بیش از ۱۲ درصد تسهیلات بدون ضامن بهمن ماه را انجام داده است

نوبت دوم
شناسه ۱۲۸۲۶۶۲

آگهی فراخوان مناقصه عمومی دومرحله‌ای

شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی پالایشگاه سوم در نظر دارد اقلام مورد نیاز خود را با شرایط ذیل بصورت برگزاری مناقصهٔ عمومی دومرحله‌ای از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (سامانه ستاد) تامین نماید:

شماره فراخوان در سامانه ستاد ایران	۲۰۰۰۰۹۳۴۹۸۰۰۱۰۹۶
شماره مناقصه و تقاضا	تقاضای ۰۰۰۰۷۲۰ - مناقصه شماره ۰۰/۰۱۶ R۳NI
موضوع مناقصه/ شرح مختصر اقلام درخواستی	اتصالات SS۳۱۶L در سایزهای مختلف
مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار	۸۵۶/۰۰۵/۰۰۰ ریال
نوع تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار	تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار بصورت یکی از تضامین قابل قبول وفق آیین نامه تضمین شماره ۱۲۳۴۰۲/ت۵۰۶۵۹ ه مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ هیات وزیران و مطابق شرایط مندرج در سامانه ستاد می باشد.
مبلغ برآوردی مناقصه	۱۷/۱۲۰/۱۰۰/۰۰۰ ریال
آخرین مهلت دریافت اسناد ارزیابی کیفی در سامانه ستاد	۷ روز پس از درج نوبت اول آگهی در صفحه اعلان عمومی سامانه ستاد ایران می باشد.
آخرین مهلت بارگذاری و ارسال مستندات ارزیابی کیفی (رزومه) در سامانه ستاد	ظرف مدت دو هفته پس از انقضای مهلت دریافت اسناد می باشد.
آخرین مهلت بارگزاری پیشنهادات فنی/ مالی در سامانه ستاد	پس از ارزیابی کیفی مناقصه گران، مستندات دریافت پیشنهاد فنی و مالی بهمراه برنامه زمانی از طریق سامانه ستاد ارسال می گردد.
آدرس مناقصه گزار	استان بوشهر- شهرستان عسلویه- شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی- پالایشگاه سوم- اداره تدارکات کالا - واحد خرید

بدیهی است کلیه فرآیند برگزاری مناقصه الکترونیکی از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (سامانه ستاد) به نشانی: WWW.SETADIRAN.IR انجام می‌پذیرد و به پیشنهادهای خارج از سامانه ستاد هیچگونه ترتیب اثری داده نخواهد شد و مناقصه گران بایستی نسبت به ثبت‌نام در سامانه ستاد و دریافت گواهی امضاء الکترونیکی اقدام نمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۲/۰۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۲/۰۷

روابط عمومی شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی

یادداشت

چگونه است که ناظر خود مجری است؟



صادق بشیری
کارشناس حوزه حمایت از مصرف‌کننده

بیش از ۱۲ سال از تصویب قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در مجلس شورای اسلامی و حدود یک دهه از تشکیل انجمن ملی حمایت از مصرف‌کنندگان گذشته است. طی سال‌های گذشته همواره ادعا بر این بوده و هست که نهاد نظارتی یعنی سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان یکی از معاونت‌های وزارت صنعت، معدن و تجارت (نهاد ناظر انجمن ملی) و سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت استان‌ها و شهرستان‌ها، ناظر انجمن‌های استانی و شهرستانی، حمایت حداکثری را از انجمن‌ها به‌عمل آورده‌اند. حال پرسش این است که حمایت ۱۰ ساله یک وزارتخانه و پشتوانه قانونی آن چه اتیکت حمایتی برای مصرف‌کنندگان از سوی انجمن در پی داشته است؟ تصویر ذهنی آحاد مصرف‌کنندگان نسبت به انجمن چیست؟ تصویر ذهنی اعضای مجمع عمومی انجمن یا اعضای عضو نسبت به انجمن که خودشان عضو آن هستند، چیست؟ نگاه بنگاه‌های اقتصادی درباره انجمن چگونه است؟ فعالیت‌های ۱۰ ساله این انجمن چه رتبه قابل قبولی را کارسازی کرده است؟ چند درصد از اهداف تعیین شده در اساسنامه انجمن محقق شده است؟ و ده‌ها پرسش دیگر. به‌عنوان یک کارشناس فعال در امور حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به چند ادله می‌پردازم. می‌توان اذعان کرد انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان با وجود داشتن ظرفیت‌های قانونی و حمایت‌های انجام‌شده، متاسفانه فرصت‌های طلایی نقش‌آفرینی خود را از دست داده است. همچنین بنا به ادله متقن، فرم حمایت از انجمن و نظارت بر آن به‌گونه‌ای بوده که نه‌تنها به بلوغ انجمن و بهبود عملکرد آن کمک نکرده، بلکه در عمده موارد، بازدارنده فعالیت‌های سازنده انجمن بوده است. در واقع به‌دلیل دخالت‌های نهادهای نظارتی در انجمن‌ها و حضور برخی افراد غیرحرفه‌ای در کسوت هیات‌مدیره، در مواردی نظارت عالیه جای خود را به دخالت عالیه داده است و در نتیجه این انجمن‌ها نتوانسته‌اند به جایگاه قابل قبولی برسند؛ این در حالی است که در سال‌های اخیر مصرف‌کنندگان کشور بیشترین تضییع حق‌شان را تجربه کرده‌اند. در فصل چهارم اساسنامه، منابع درآمدی گوناگونی برای انجمن پیش‌بینی شده اما به هر دلیلی انجمن‌ها توانایی استفاده از منابع یادشده را نداشته‌اند. به‌عنوان مثال، کم‌فروشی، گران‌فروشی، احتکار، عدم‌درج قیمت، قاچاق و... از جمله مواردی هستند که به موجب قانون نظام صنفی، قوانین تعزیرات حکومتی و قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان مشمول جریمه می‌شوند که جرایم اخذشده به حساب خزانه دولت واریز می‌شود. این بدان معناست که حقوق مصرف‌کنندگان تضییع می‌شود اما جرایم به خزانه دولت واریز خواهد شد. به استناد مفاد مندرج در بخش منابع مالی اساسنامه انجمن، مقرر بود ۵ درصد به‌عنوان کارمزد پس از استیفای حقوق مصرف‌کنندگان از محکوم‌علیه به انجمن پرداخت شود که تاکنون پس از گذشت ۱۰ سال از عمر انجمن، اجرایی نشده، با این اوصاف این پرسش مطرح است که انجمنی که نتوانسته حقوق قانونی خود را مطالبه کند، چگونه می‌تواند مطالبه‌گر اثرگذاری در استیفای حق مصرف‌کنندگان باشد؟ البته در سال‌های گذشته برگزاری همایش‌های گوناگون از جمله همایش‌های ۹ اسفند (روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان) به‌ویژه در سطح ملی، منابع مالی خوبی برای انجمن به همراه داشته که آن نیز به‌دلیل ضعف‌های مدیریتی در تعالی سازمانی انجمن یا مستقل بودن آن موثر واقع نشده است. افسوس که برگزاری همایش به تکرار سال‌های گذشته به‌عنوان مهم‌ترین اتیکت حمایت از مصرف‌کنندگان خلاصه شده است. یکی دیگر از موارد قابل تامل در دلایل ضعف عملکرد انجمن، حضور کارکنان قراردادی یا پیمانی دولتی (کارمندان سازمان‌های صنعت، معدن و تجارت در استان‌ها و حتی در گذشته حضور کارمندان سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان) در کسوت هیات‌مدیره‌ها بوده، به‌طوری که بیش از ۷۰ درصد اعضای هیات‌مدیره‌ها در رده کارکنان دولت بوده و هستند و شائبه دولتی بودن انجمن را به‌وجود آورده‌اند. جدا از اشکالات ماهوی، چگونه است که ناظر، خود مجری است؟ مهم‌تر اینکه کارمندان دولت اولا شغل دولتی دارند و براساس وظایف سازمانی خود باید وقت و توان خود را صرف وظایف سازمانی خود کنند. پرواضح است که برای انجمن در ساعات اداری نمی‌توانند وقت بگذارند. صدالبته اگر در وقت اداری بخواهند وقت خود را صرف امور انجمن کنند، ضرورتا باید در کار سازمانی خود ترک‌فعل کنند که ترک‌فعل خود جرم به‌شمار می‌رود؛ در نتیجه مشخص است که نتوانند عضو موثری برای پیشبرد امور انجمن باشند. بر کسی پوشیده نیست که هرگونه فعالیتی خارج از وقت اداری همان «آب در هاون کوبیدن» برای مصرف‌کنندگان خواهد بود. به همین دلایل و دلایل آشکار و پنهان دیگر، افسوس که انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان نتوانسته مرجع شایسته‌ای برای پیشگیری از تضییع حقوق مصرف‌کنندگان باشد. انتظار بر این بود که انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در مراکز تصمیم‌گیری با منطق کارشناسانه جلوی تصمیم‌گیری‌های غیرموجه را بگیرد. شایسته آن بود که انجمن مرجع قدرتمندی برای رسیدگی به رنج‌نامه‌های مصرف‌کنندگان می‌بود اما این چنین نشد. بی‌تردید داشتن انجمن مستقل، قدرتمند و کاردان سازکاری متفاوت‌تر از گذشته می‌طلبد که امید است موردعنایت مقام‌عالی وزارتخانه و سایر مقامات بالادستی قرار گیرد. مقوله صیانت از حقوق مصرف‌کنندگان باید به‌عنوان یک مسئولیت در تمامی بنگاه‌های اقتصادی تعریف و نهادینه شود، به طریقی که توجه به منافع ملی و حق همه ذی‌نفعان به‌ویژه خریداران کالا و خدمات، روح حاکم بر رفتارها و عملکردها باشد و اصلاح الگوهای مصرف در دستور کار همگان قرار گیرد. انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به‌ویژه انجمن ملی، مسئولیت پیشرانی این مهم‌ها را بر عهده دارد.

زنجیره‌ای از نارضایتی در صنعت خودرو

فاطمه امیراحمدی
editor@smtnews.ir

حمایت از مصرف‌کننده، یکی از قوانین سختگیرانه‌ای است که اگر تولیدکننده از آن تخطی کند، ضمن جبران خسارت باید جریمه هم بپردازد. به همین دلیل است که هر از گاهی فراخوان‌هایی از سوی خودروسازان بزرگ جهان به گوش می‌رسد که به‌دلیل مشخص شدن یک مشکل در یک قطعه، کل خودروهای تولیدشده در یک برهه زمانی را فراخوان کرده و به‌جای آن، محصولات جدید تحویل می‌دهند. به‌عنوان مثال، تویوتاموتور چند سال قبل به‌دلیل وجود اشکالی الکتریکی که می‌توانست موجب عمل نکردن کیسه‌های هوا هنگام بروز تصادف شود، ۳.۴ میلیون از محصولات خود در سراسر جهان را فراخواند. حمایت از مصرف‌کننده، قانون اول بازار برای هر تولیدکننده‌ای به‌شمار می‌رود و انجمن‌های حامی حقوق مصرف‌کننده نسبت به آن سختگیرانه عمل می‌کنند.



عکس: صمت

مصرف‌کننده، اسم رمزی است که سیاست‌گذاران هر سیاستی را به‌نام حمایت از آن به خورد ما می‌دهند. سیاستمداران دائم از حقوق آنها دفاع می‌کنند و مدعی هستند هر کاری که انجام می‌دهند، در راستای ارتقای احقاق حقوق مصرف‌کننده است

ناآگاهی از حقوق خود

در گذشته مصرف‌کنندگان از جنبه‌های گوناگون در معرض بی‌عدالتی و آسیب قرار داشتند، زیرا نسبت به فرآیند تولید کالاها و ترکیبات آنها، عوارض و خطرهای ناشی از مصرف کالاهای زیانبار و... ناآگاه بودند.

شرایط غیرمنصفانه معامله و قیمت، ضعف خدمات پس از فروش، عدم‌پایبندی تامین‌کننده و تولیدکننده کالا به تعهداتی مانند گارانتی، ضمانت و... اجحافی در حق مصرف‌کنندگان بود.

از این‌رو در چند دهه گذشته در کشورهای گوناگون تلاش وسیعی برای تعریف و تبیین حقوق مصرف‌کننده و حمایت از آن شده که هر روز نیز تقویت می‌شود؛ به‌طوری‌که امروز، رقابت در ارائه خدمات بهتر و بیشتر به مشتریان است. در ایران برخی مصرف‌کنندگان حتی نمی‌دانند قانون با عنوان حقوق مصرف‌کننده، چه حمایت‌هایی از آنها به عمل آورده؛ از این‌رو گاهی برای محصولی که گارانتی دارد، هزینه پرداخت می‌کنند. به‌عنوان مثال، برخی مصرف‌کنندگان لوازم‌خانگی داخلی گلایه دارند، فلان محصول پس از یک ماه دچار مشکل شده اما نه فروشنده و نه تولیدکننده، هیچ‌یک نپذیرفته‌اند که آن را در دوره گارانتی پس‌گرفته یا تعمیر کنند. این موضوع برای خودرو هم صادق است.

خریداران عنوان می‌کنند پس از خرید، محصول نو را ابتدا باید به نمایندگی برده و سرویس کلی انجام دهند و برخی از عیوب آن را برطرف کنند. وضعیت کیفیت و نرخ محصولات صنعت خودرو منجر به نارضایتی مشتریان شده است. البته صنعت خودرو جزو آن دسته از صنایعی است که تولیدکننده و مصرف‌کننده، هیچ‌کدام از آن راضی نیستند.

حقوق مصرف‌کننده، بهانه سیاست‌گذاران



امیرحسن کاکایی، عضو هیات‌علمی دانشگاه علم و صنعت: مصرف‌کننده، اسم رمزی است که سیاست‌گذاران هر سیاستی را به‌نام حمایت از آن به خورد ما می‌دهند. سیاستمداران دائم از حقوق آنها دفاع می‌کنند و مدعی هستند هر کاری که انجام می‌دهند، در راستای ارتقای کیفیت حقوق مصرف‌کننده است. به‌عنوان مثال در همین ۴ سال گذشته به بهانه حمایت از حقوق مصرف‌کننده، نرخ را در خودروسازی‌ها کنترل کردند و متعاقب آن بازار بهم ریخت. بعد عنوان می‌شود تمام‌قد از خودروسازی حمایت کرده‌ایم. استانداردها بدون فراهم بودن شرایط لازم به بهانه حمایت از مصرف‌کننده بالا می‌رود، در حالی که هزینه آن را مستقیم مصرف‌کننده می‌پردازد اما کمترین بهره‌برداری واقعی را از آن دارد.

در میانه راه سال ۹۶، قبل از شروع تحریم‌ها، مسئولان کشور برای کنترل ارز، با دستور رئیس کل بانک مرکزی، جلوی واردات یکسری کالاها و از جمله خودرو را گرفتند. در سال ۹۷ به بعد هم به‌دلیل مدیریت مصرف ارز، جلوی واردات بسیاری از کالاها گرفته شد. البته منت آن بر سر صنایع است. در این مدت، به‌دلیل تحریم‌ها چقدر به صنایع فشار آمد، بماند. اما نکته جالب اینجاست که اگر ارز به اندازه کافی وجود داشته باشد، قانونی وجود ندارد که جلوی واردات خودرو گرفته شود. اما به‌تازگی یک قانون در حمایت از مصرف‌کننده در حال تصویب در مجلس است که واردات را به‌عنوان یک عامل کنترل بازار و حمایت از مصرف‌کننده، انحصاری می‌کند. با این قانون جدید به بهانه حمایت از مصرف‌کننده، عملا اگر وضعیت ارزی خوب شود، فقط کسانی می‌توانند خودرو وارد کنند که یا قطعه خودرو یا خودرو صادر می‌کنند؛ یعنی همان کسانی که سیاست‌گذاران از انحصارگری آنها در بازار داخلی گلایه دارند، طبق این قانون، عملا واردات را عهده‌دار می‌شوند. در حقیقت به اسم حمایت از مصرف‌کننده، مصرف‌کننده را به بازی می‌گیرند.

همین وضعیت درباره بسیاری از سیاست‌گذاری‌ها رخ داده و می‌دهد. به‌عنوان مثال، وقتی قیمت‌گذاری دستوری با اختلاف نرخ بسیار بین نرخ تمام‌شده، نرخ فروش و نرخ بازار اعمال شد، عملا رابطه خودروساز و مصرف‌کننده واقعی به حداقل رسید و بعضا قطع شد؛ در نتیجه کیفیت خدمات هم به‌شدت پایین آمد. وقتی قیمت‌گذاری دستوری اعمال شود، هر شهروند ایرانی می‌خواهد شانس خود را در این لاتاری امتحان کند و سرمایه خود را در سرمایه‌گذاری بسیار سودآوری که بعضا بیش از ۱۰۰ درصد در یک سال است، درگیر کند. طبق آمارها در ۳ سال گذشته، بیش از ۵۰ درصد خودروهای خریداری‌شده از خودروساز، همان سال نخست واگذار شده است. حالا سیاست‌گذار خیل عظیم سرمایه‌گذار را در صف‌های خرید از خودروسازی، معادل تقاضای بازار می‌داند.

برای مبنای این محاسبات غلط، دنبال سیاست‌گذاری‌هایی برای افزایش تیراژ غیراقتصادی می‌رود و نتیجه این خواهد شد که در سال‌های آینده، با چالش جدی بازار روبه‌رو خواهیم شد.

نمونه دیگر زیان مصرف‌کننده در ارتقای بی‌تناسب استانداردهاست. هم‌اکنون در همین شرایط سخت، بی‌سروصدا کیفیت آلایندگی خودروها از یورو ۴ به یورو ۵ ارتقا پیدا کرد و به همان نسبت هم هزینه‌های اولیه خریدار بالا رفت اما معادل آن سوخت ارتقا پیدا نکرد که نتیجه آن، استهلاک خودروهای جدید است. هزینه این استهلاک را چه کسی می‌دهد؟ مصرف‌کننده. آیا کیفیت روغن تولید داخل در کنار دیگر قطعات مصرف و خدمات مربوط هم به همان نسبت ارتقا پیدا کرد؟ آیا به همان نسبت که کیفیت ایمنی خودروهای جدید بالا رفته، جاده‌های ما ارتقا پیدا کرده‌اند؟ این نوع ارتقاهای نامتوازن، در مجموع به ضرر مصرف‌کننده واقعی است.

حال یک سوال دیگر مطرح می‌کنم که ببینید چگونه به اسم مصرف‌کننده، سیاست‌گذاران هزینه‌های مصرف‌کننده را بالاتر می‌برند و همزمان کیفیت خدمات ارائه‌شده را پایین می‌آورند. فرض کنید سالانه ۲ میلیون خودرو تولید کنیم و به مردم بدهیم. چه اتفاقی می‌افتد؟ تعداد خودروهای سواری در خیابان‌ها و جاده‌ها بیشتر می‌شود و ترافیک سنگین‌تر. البته از آن سو، سیاست‌گذار مسئله حمل‌ونقل عمومی و خروج خودروهای فرسوده را فعلا کنار گذاشته است. چه اتفاقی می‌افتد؟ روزبه‌روز وقت مردم بیشتر در این نظام حمل‌ونقل تلف می‌شود، هزینه‌های حمل‌ونقل در عمل بالا می‌رود و همزمان مصرف سوخت بالاتر. کافی است سری به سطح شهر تهران بزنید، به‌راحتی مشکل رهاشده نظام حمل‌ونقل را مشاهده می‌کنید. چرا سیاست‌گذار به کارهای اساسی مانند توسعه خیابان‌ها و جاده‌ها، پارکینگ در شهرها و توسعه نظام حمل‌ونقل نمی‌پردازد اما این‌قدر نگران نرخ خودرو سواری است؟ علت بسیار ساده است. هزینه خودرو سواری از جیب مصرف‌کننده می‌رود و درآمد دولت به ظاهر بالا خواهد رفت. ضمنا حرف زدن از حقوق مصرف‌کننده در خودرو سواری، هر سیاست‌گذاری را معروف می‌کند، چون مردم به‌طور روزمره اثرات آن را مشاهده می‌کنند اما رسیدگی به موضوع اساسی مانند حمل‌ونقل، نیاز به سرمایه‌گذاری دولت و آن‌هم از نوع بلندمدت دارد.

علاوه‌بر این، اصولا امروز آن‌قدر این کلاف سردرگم‌شده که بازکردن آن کار هر سیاستمداری نیست و نیازمند درایت بسیار و فداکاری است. پس این وضعیت ادامه خواهد داشت و روزبه‌روز در باتلاق نظام حمل‌ونقل ناکارآمد فرومی‌رویم و در مجموع هر روز مصرف سوخت کشور بالا می‌رود و هزینه‌های ملی یارانه‌ها به‌طور ناکارآمد افزایش می‌یابد.

به عبارتی در مجموع مصرف‌کنندگان و در عمل کل مردم، با زیان مالی و اقتصادی روبه‌رو می‌شوند و بهره‌وری در سطح ملی پایین می‌آید. پیشنهاد می‌کنم سیاستمداران، مدتی بی‌خیال حقوق مصرف‌کننده شوند و به حقوق ملت بپردازند.

این‌گونه حداقل شاید کمتر به ضرر مردم کار شود و سرعت رشد هزینه‌ها، کاهش یابد. باور کنید مشکل مردم و مصرف‌کننده با این حرف‌ها برطرف نمی‌شود.

> امیرحسن کاکایی: سیاست‌گذار خیل عظیم سرمایه‌گذار در صف‌های خرید از خودروسازی را، معادل تقاضای بازار می‌داند

دلایل نارضایتی چیست؟



سعید مدنی، مدیرعامل پیشین گروه خودروسازی سایپا: هر بنگاه اقتصادی در قبال محصولات تولیدی خود سعی دارد رضایت مشتریان را جلب کند.

امروز برخی گلایه‌ها از شرکت‌های خودروساز بحق است. حدود ۲۵ سال است که یک مدل خودرو در کشور تولید و گاهی با برخی تغییرات به‌عنوان مدل جدید ارائه می‌شود اما در نهایت همان محصول قدیمی است.

در حال‌حاضر می‌توان گفت ۸۰ درصد تولیدات مربوط به ۲ تا ۳ دهه قبل بوده و همین امر بخشی از نارضایتی‌های بازار تقاضا را دامن زده است. البته در این راستا نباید فراموش کرد برخی از امور از بیرون صنعت به آن تحمیل می‌شود.

فقط بین ۳۰ تا ۴۰ درصد از امور تولید خودرو، در اختیار مدیران خودروساز است و بیش از ۶۰ درصد امور از بیرون بر این صنعت تحمیل می‌شود. در این‌باره پرسش این است که مدیران خودروسازان، چگونه انتخاب و نرخ محصولات از کجا تعیین می‌شود؟ آیا مدیریت خودروساز از سوی هیات‌مدیره و سهامداران در مجمع انتخاب می‌شوند؟ خیر، دولت است که مدیران را تعیین و قیمت‌گذاری دستوری را اعمال می‌کند.

روند قیمت‌گذاری و شیوه قرعه‌کشی در فروش خودرو، اگرچه در قالب حمایت از مصرف‌کننده بود اما سبب‌شده فقط ۱۰ درصد متقاضیان واقعی خودرو، محصول موردنظر خود را با نرخ کارخانه خریداری کنند اما ۹۰ درصد مصرف‌کنندگان واقعی ناچار بوده‌اند خودرو موردنظرشان را با نرخ چندبرابر از بازار آزاد تامین کنند و هیچ‌یک از این امور در اختیار شرکت‌های خودروساز نیست.

وضعیت صنعت خودرو کشور به‌گونه‌ای است که نه خودروساز رضایت دارد، نه مصرف‌کننده؛ خودروساز به‌دلیل سلب اختیارات و مردم به‌دلیل کیفیت و قیمت. این نارضایتی زنجیره‌وار به سایر بخش‌ها هم سرایت کرده است.

قطعه‌ساز گلایه دارد، زیرا به‌موقع به پول خود نمی‌رسد یا از به‌روز نشدن قراردادش شکایت دارد.

معوق‌شدن مطالبات زنجیره تامین سبب‌شده نتواند سرمایه‌گذاری داشته باشد (البته به استثناء قطعه‌سازان بزرگ) و واحدهای صنعتی خود را به‌روز کنند. در این بین، سهامداران هم در حال زیان هستند و با وجود سرمایه‌گذاری، سودی دریافت نمی‌کنند.

در ظاهر، بانک‌ها برندگان اصلی این صنعت هستند، زیرا درآمد زیادی از ناحیه بهره‌های بانکی خود از خودروسازان و قطعه‌سازان دریافت می‌کنند اما در عمل، این دغدغه و نگرانی از سوی سیستم بانکی وجود دارد که پولی که به صنعت خودرو پرداخت می‌شود به هر دلیلی برگشت داده نشود.

در دوره‌ای اعلام شد شرکت‌های خودروساز در وضعیت ورشکستگی قرار دارند و تنها با تجدید ارزیابی از این بحران خارج شدند اما امروز با توجه به زیان انباشته‌ای که دارند، دوباره در شرایط ورشکستگی قرار گرفته‌اند.

این امر می‌تواند یکی از دغدغه نظام بانکی بابت پولی باشد که در قالب تسهیلات به این صنعت پرداخت کرده است. در نتیجه با توجه به وضعیتی که صنعت خودرو کشور دارد همه ذی‌نفعان از آن ناراضی هستند، زیرا سود تولید خودرو در ارقام درشت در سیستم دلالی می‌چرخد.

در راستای صیانت از حقوق مصرف‌کننده فقط موضوع کیفیت و نرخ مطرح نیست و مشکلات بنیادی در این صنعت خودرو وجود دارد که باید به‌طور ریشه‌ای حل‌وفصل شود.

یکی از گلایه‌هایی که درباره دخالت دولت در این صنعت وجود دارد این است که چرا دولت با وجود دخالت در فعالیت‌های تولیدی به وظایف خود عمل نمی‌کند.

به‌عنوان مثال هر محصولی که با نرخ تکلیفی به فروش می‌رسد، براساس قانون، دولت موظف است مابه‌التفاوت نرخ تمام‌شده آن به‌اضافه سود را به شرکت‌های خودروساز بپردازد. در نتیجه قیمت‌گذاری محصولات نه‌تنها به نفع مصرف‌کننده نبوده، بلکه سبب شده خودرو بالاتر از نرخ واقعی به‌دست مردم برسد.

در حوزه خدمات پس از فروش و گارانتی هم مشکلات نقدینگی سبب شد شرکت‌های خودروساز نتوانند خدمات‌دهی مطلوبی داشته باشند.

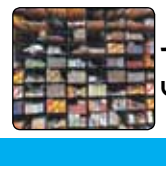
در شرایط فعلی خودروساز نمی‌تواند افزایش ظرفیت داشته باشد درحالی که براساس برنامه‌های تدوین‌شده ابتدای سال، تیراژ تولید باید به ۱.۵ میلیون خودرو می‌رسید. از برنامه‌ها عقب هستیم و شاید تیراژ تولید به یک میلیون خودرو هم نرسد.

کمبود قطعه باعث‌شده افزایش ظرفیت محقق نشود و همین چالش ارائه خدمات را هم با مشکل مواجه کرده است.

> سعید مدنی: وضعیت صنعت خودرو کشور به‌گونه‌ای است که نه خودروساز رضایت دارد، نه مصرف‌کننده

سخن پایانی

همچنان کمبود نقدینگی، مشکلاتی همچون نوسازی واحدهای تولید و دانش فنی صنعتگران را در پشت خود پنهان دارد و این امر زمینه‌ای را به‌وجود آورده که در کنار مصرف‌کننده، تولیدکننده هم ناراضی باشد.



موانع حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان



حمایتی که در سطح شعار باقی می‌ماند



حمایت از زنجیره ارزش افزوده با تامین مواد اولیه

پیشنهاد کمیته حمایت از کسب‌وکار

عوارض صادراتی مواد معدنی نهایی شود

اعضای کمیته حمایت از کسب‌وکار به وزارت صنعت، معدن و تجارت فرصت یک هفته‌ای دادند تا درباره عوارض صادراتی مواد معدنی امسال با نظر تشکل‌های مربوطه تصمیم‌گیری کند. در نشست اخیر کمیته حمایت از کسب‌وکار، چگونگی وضع عوارض صادراتی برای مواد معدنی و شیوه محاسبه حقوق دولتی معادن بررسی و مقرر شد درباره وضع عوارض صادراتی، وزارت صنعت، معدن و تجارت با نظر بخش خصوصی و تشکل‌های مربوطه ظرف یک هفته آینده به درصدی مناسب برسد. درباره محاسبه حقوق دولتی معادن نیز تا ۲ هفته دیگر سامانه هوشمند طراحی شده توسط سازمان نظام مهندسی معدن، نهایی می‌شود. تمامی این اقدامات در راستای حمایت از تولیدکننده و مصرف‌کننده در زنجیره فعالیت‌های مربوط به بخش معدن و صنایع معدنی انجام می‌شود.



عکس: صمت

عوارض، علت اصلی گرانی



محسن عامری، مدیر دبیرخانه کمیته حمایت از کسب‌وکار در تشریح دستور کار هشتادوسومین نشست این کمیته به موضوع وضع عوارض صادراتی برای مواد معدنی اشاره کرد. به گزارش اتاق بازرگانی ایران، براساس اظهارات او طبق ماده ۳۷ قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر باید عوارض صادراتی مواد خام معدنی یا مواد با ارزش‌افزوده کمتر به‌گونه‌ای تعیین شود که منجر به کاهش یا توقف تولید این محصولات نشود. او ادامه داد: شورای اقتصاد به‌استناد قانون، عوارض صادراتی را برای مواد معدنی خام یا دارای ارزش‌افزوده پایین از سال ۹۷ تا پایان سال ۹۹ به ترتیب ۸.۵ و ۱۰ درصد به‌صورت پلکانی تعیین کرد. براساس اظهارات مدیر دبیرخانه کمیته حمایت از کسب‌وکار این شرایط ادامه داشت تا اینکه در سال ۱۳۹۸ دولت طبق بند ۳ دستورالعمل مدیریت صادرات کشور، کارگروه هماهنگی سیاست صادراتی متشکل از وزیر صنعت، معدن و تجارت، رئیس کل بانک مرکزی، وزیر امور اقتصادی و دارایی، وزیر جهاد کشاورزی و نماینده اتاق ایران (بدون حق رأی) را تشکیل داد و در این چارچوب تصمیم گرفته شد عوارض صادراتی برخی مواد خام با این توجیه که شاهد بالا رفتن قیمت‌های مواد معدنی به‌ویژه سنگ آهن، کنسانتره و گندله آهن در بازارهای جهانی به‌ویژه چین و افزایش تمایل به صادرات و دشواری تامین نیازهای فولادسازان داخلی هستیم، افزایش پیدا کند.

▣ نبود دستورالعمل‌های مناسب اجرایی

عامری از بررسی این موضوع در یکی از نشست‌های کمیته و به‌دنبال آن کاهش عوارض تعیین‌شده، سخن گفت و ادامه داد: آنچه در این بین موجب بروز برخی ابهامات شده، مکاتبه گمرک با گمرکات اجرایی سراسر کشور است؛ مبنی بر اینکه باید درباره عوارض صادراتی تعیین شده در سال ۹۹ مطابق دستورالعمل‌های سال ۹۸ عمل و اگر اضافه دریافتی داشتند، استرداد کنند، در صورتی که چگونگی روند این استرداد را مشخص نمی‌کند. براساس گفته‌های او نکته دیگر تعیین نشدن عوارض سال ۱۴۰۰ و اتمام دوره سه‌ساله تعیین شده است؛ در صورتی که گمرکات طبق ۳ سال گذشته همچنان نسبت به دریافت عوارض اقدام می‌کنند. عامری ادامه داد: به‌طور کلی فعالان معدنی بخش خصوصی از دخالت دولت در نرخ‌گذاری‌ها گله‌مند و معتقدند باید براساس قیمت‌های جهانی جلو برویم و نیازی به دخالت دولت نیست. از طرفی طبق معیارهای کارشناسی فرمول مشخص و دقیقی برای تعیین عوارض صادراتی وجود ندارد و این موجب بروز رفتارهای سلیقه‌ای در این حوزه می‌شود. مدیر دبیرخانه کمیته حمایت از کسب‌وکار، پیشنهادی مبنی بر تعیین عوارض صادراتی با رعایت مواد ۲ و ۳ قانون بهبود محیط کسب‌وکار و پس از دریافت نظرات تشکل‌ها از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت ظرف یک هفته، ارائه داد و گفت: وزارتخانه با این فرآیند می‌تواند عوارض تعیین‌شده را در اختیار شورای اقتصاد قرار دهد تا از این طریق عوارض صادراتی برای سال ۱۴۰۰ مشخص و اعلام شود.

حرکت به سمت حذف دخالت دولت



علی حسن‌زاده، نماینده وزارت صنعت، معدن و تجارت به ناهماهنگی موجود در بدنه دولت اشاره کرد و گفت: وزارتخانه به‌موقع عوارض و ارقام پیشنهادی خود را ارسال کرد و پیگیر آن بودیم که هرچه سریع‌تر درباره آن تصمیم‌گیری شود. درباره تعریف مواد خام هم باید توجه داشت تعریف در این بخش مشخص است و وزارتخانه هم براساس همان تصمیم‌گیری می‌کند. او درباره دخالت نکردن دولت در بحث نرخ‌گذاری نیز گفت: اگر امروز عوارض صادراتی کنسانتره سنگ آهن را برداریم و آن را به نرخ جهانی عرضه کنیم، در بازار داخل هم نرخ جهانی ملاک قرار می‌گیرد و به‌دنبال آن شاهد افزایش نرخ فولاد و محصولات دیگر خواهیم بود و دوباره فشار به وزارتخانه زیاد می‌شود که چرا قیمت‌ها بالا رفت. براساس اظهارات حسن‌زاده رویکرد معاونت معدنی حرکت به سمت کاهش و حذف عوارض صادراتی البته به‌صورت تدریجی است و باید اجازه داد مازاد تولید به‌راحتی صادر شود و دخالتی در این بخش صورت نگیرد.

▣ خلأ استفاده از نظر فعالان خصوصی

سعید عمرانی، معاون دادستان کل کشور و نماینده قوه قضاییه در کمیته حمایت از کسب‌وکار با بیان این مطلب که علت اجرایی نشدن بخشی از بخشنامه‌ها و دستورالعمل‌ها به بازی نگرفتن فعالان اقتصادی در زمان تصمیم‌گیری‌هاست. تنظیم بازار باید به خود فعالان حوزه سپرده شود و دولت تنها مالیات و عوارض بحق را بگیرد. رویکرد اصلی در کشور این است که از خام‌فروشی جلوگیری کنیم؛ هرچند گاهی در کشور شاهد برخی صحنه‌سازی‌ها هستیم که منجر به عملکردی متفاوت می‌شود. او ادامه داد: در این باره باید به‌صورت کارشناسی‌شده عمل کنیم. زوایایی از کار وجود دارد که باید در زمان تصمیم‌گیری دیده شود؛ بنابراین باید پیشنهادی داده شود، مبنی بر اینکه چون طبق مصوبه شورای اقتصاد باید برای سال ۱۳۹۹ عوارض ۱۰ درصد دریافت می‌شد و عملکردها نشان می‌دهد خلاف قانون ۱۲ درصد دریافت شده، پس وزارت صنعت، معدن و تجارت باید ۲ درصد اضافی را استرداد کند و این موضوع از طرف قوه قضاییه پیگیری شود. در عین حال باید چگونگی استرداد هم پیش‌بینی شود. او درباره میزان عوارض در سال ۱۴۰۰ هم به پیشنهاد دبیرخانه کمیته حمایت از کسب‌وکار اشاره کرد و گفت: ظرف یک هفته وزارت صنعت، معدن و تجارت باید با کسب‌نظر بخش خصوصی و تشکل‌های مربوطه به درصدی مناسب درباره میزان عوارض صادراتی برسد.

نرم‌افزار تعیین حقوق دولتی



محمدرضا بهرامن، رئیس خانه معدن ایران با اشاره به اقداماتی که درباره حقوق دولتی انجام شده، گفت: نظام مهندسی درباره تعیین فرمول اقدامات خوبی انجام داده که در صورت نهایی شدن بخش زیادی از مشکلات موجود حل می‌شود. از سوی دیگر روی زمان اعلام حقوق دولتی صحبت داریم. حقوق دولتی مربوط به کل سال را در پایان یا نیمه دوم سال اعلام می‌کنند که باید این روند تغییر کند.

این فعال اقتصادی بر تعیین درصد به‌طور کارشناسی تاکید کرد و خواستار نهایی شدن فرمول تعیین حقوق دولتی شد تا از طریق آن شاهد پایان دادن به رفتارهای سلیقه‌ای در این بخش باشیم. البته لازم است در این زمینه آموزش‌هایی صورت گیرد. او با بیان این مطلب که در بودجه ۱۴۰۱ بالغ بر ۴۰ هزار میلیارد تومان درآمد حاصل از حقوق دولتی دیده شده، گفت: این رقم طبق مطالعاتی که بخش خصوصی انجام داده، غیرقابل وصول است و در حالت خوشبینانه ۱۷ هزار میلیارد تومان از این محل درآمد خواهیم داشت. این مایه نگرانی کل بخش است. اگر انضباط و درصدهای دقیق داشته باشیم این ابهامات و شبهات هم برطرف می‌شود.

سخن پایانی

طبق صحبت‌های مطرح‌شده خواسته بخش معدن شفافیت و دوری از رفتارهای سلیقه‌ای در تصمیم‌سازی‌های دولتی برای فعالیت‌های این عرصه است.

ورود دولت برای ساماندهی وضعیت آشفته بخش معدن می‌تواند مهم‌ترین حمایت از معدنکاران محسوب شود و در ادامه نتایج مثبتی را برای تولید و صنایع کشور به همراه داشته باشد.

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای
نوبت دوم
توأم با ارزیابی کیفی (فشرده) شماره ۲۸/۱۴۰۰/م

۱- نام دستگاه برگزار کننده مناقصه: مجتمع معدنی سرب و روی انگوران به نمایندگی شرکت تهیه و تولید مواد معدنی ایران.
۲- موضوع مناقصه: تأمین اقلام و تجهیزات کامپیوتری و شبکه‌ای مجتمع معدنی سرب و روی انگوران طبق مشخصات مندرج در مفاد اسناد مناقصه عمومی یک مرحله‌ای توأم با ارزیابی کیفی(فشرده) شماره ۲۸/۱۴۰۰/م
۳- مهلت دریافت اسناد از سامانه ستاد: از روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۲/۰۴ لغایت ساعت ۱۵:۳۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۲/۰۸ به مدت ۵ روز.
۴-نحوه دریافت اسناد و ارائه پیشنهادات: این مناقصه در بستر سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) به‌نشانی الکترونیکی www.setadiran.ir برگزار می‌گردد. لذا متقاضیان باید ضمن ثبت نام در سامانه مذکور و دریافت کلیه اسناد مناقصه، نسبت به تکمیل کلیه اسناد و ارائه پیشنهاد خود بصورت الکترونیکی از طریق این سامانه اقدام نمایند. بدیهی است پیشنهادات ارائه شده خارج از سامانه مذکور قابل پذیرش نمی‌باشد.
تبصره: مناقصه‌گران باید در مهلت مقرر پیشنهادات خود که شامل نتایج الکترونیکی اسناد (محتویات پاکت "ب"، "ج"، "پاکت ارزیابی کیفی" و تصویر" تضمین شرکت در فرآیند اجرای کار") می‌باشد را پس از امضا الکترونیکی صاحبان حق امضا مجاز و مُهر الکترونیکی مناقصه‌گر در سامانه ستاد بارگذاری نموده و همزمان اصل تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار را داخل پاکت «الف» قرار داده و پس از درج مشخصات (نام مناقصه‌گر، آدرس، شماره‌های تماس)، موضوع مناقصه و شماره مناقصه، توسط صاحبان حق امضا مجاز مهر و امضا و سپس لاک و مهر نموده و حداکثر تا ساعت ۱۲ روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۲/۱۹ به آدرس مندرج در بند ۷ تحویل و در ازای آن رسید دریافت نمایند. مناقصه‌گزار به پیشنهاداتی که پس از مهلت مقرر واصل و یا پاکت «الف» آنها از طریق پست ارسال شده باشد به هیچ‌وجه ترتیب اثر نخواهد داد و همچنین به پیشنهاداتی که در سامانه ستاد بارگذاری گردیده لکن پاکت «الف» آن که حاوی اصل تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار می‌باشد بطور فیزیکی تحویل دبیرخانه مناقصه‌گزار نگردد ترتیب اثر داده نخواهد شد.
۵- زمان و نحوه ارزیابی کیفی: پاکت ارزیابی کیفی مناقصه‌گران در ساعت ۱۰ روز شنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۲/۲۱ توسط کمیته فنی-بازرگانی مفتوح می‌گردد و پس از ارزیابی کیفی در صورت کسب حداقل امتیاز لازم در فرآیند ارزیابی کیفی(حداقل ۶۰امتیاز از ۱۰۰ امتیاز) پیشنهادات آنها(به ترتیب شامل پاکات "الف"، "ب" و "ج") در جلسه گشایش ساعت ۱۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۲/۲۲ توسط کمیسیون معاملات مفتوح می‌گردد و پیشنهادات مناقصه‌گرانی که حداقل امتیاز را در ارزیابی کیفی کسب ننمایند گشوده نشده و مسترد خواهد شد.
۶- زمان و نحوه گشایش پیشنهادات: گشایش پیشنهادات (گشایش پاکات "الف"،"ب" و "ج") در ساعت ۱۰ روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۲/۲۲ با حضور اعضا کمیسیون معاملات در آدرس مذکور در بند ۷ صورت می‌گیرد. گشایش پاکات با حداقل پیشنهادات(حداقل یک پیشنهاد) نیز صورت گرفته و حضور فقط یک نفر نماینده از طرف پیشنهاددهندگان با ارائه کارت شناسایی معتبر و معرفی‌نامه کتبی مهر و امضا شده از طرف مناقصه‌گر در جلسه گشایش پیشنهادات آزاد است.
۷- محل تحویل اصل تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: زنجان- جاده شهرک کارمندان- نبش خیابان قائم ۱۱ - قطعه ۲۸۰۴ - مجتمع معدنی سرب و روی انگوران - طبقه اول - دبیرخانه کمیسیون معاملات.
۸- محل و مهلت تحویل پیشنهادات: حداکثر تا ساعت ۱۲ روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۲/۱۹ به آدرس مذکور در بند ۴ و ۷ (محتویات پاکات «ب» و «ج» و پاکت ارزیابی کیفی بصورت الکترونیکی از طریق بارگذاری در سامانه ستاد و پاکت «الف» بصورت فیزیکی).
۹- مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار: مبلغ ۴۵۷،۰۰۰،۰۰۰(چهارصد و پنجاه و هفت میلیون) ریال در قالب ضمانت‌نامه بانکی معتبر.
۱۰- مدت اعتبار پیشنهادات: سه ماه از تاریخ گشایش پیشنهادات و قابل تمدید تا سه ماه دیگر.
۱۱- الزامات مناقصه‌گر: دارا بودن: ۱- گواهی تأیید شورای عالی انفورماتیک ۲- گواهی صلاحیت رتبه ۵ تولید و ارائه قطعات و ملزومات ۳- کسب امتیاز حداقل ۶۰ از ۱۰۰ در ارزیابی کیفی.
۱۲- محل تأمین اعتبار: منابع داخلی.
۱۳- نوع قرارداد: قیمت مقطوع با درج مبلغ واحد در انجام کار.
۱۴- دستگاه نظارت: مجتمع معدنی سرب و روی انگوران یا نماینده معرفی شده از جانب وی.
۱۵- حقوق مناقصه‌گزار: مناقصه‌گزار حق تغییر، اصلاح، حذف و اضافه و یا تجدید نظر در مفاد و شرایط اسناد مناقصه و مشخصات و اقلام موضوع قرارداد، شرح خدمات و شرایط اختصاصی را قبل از گشایش پیشنهادها در چارچوب قانون برای خود محفوظ می‌دارد. از آنجا که ممکن است تجدید نظر یا اصلاح در اسناد و مشخصات مستلزم تغییر مقادیر یا قیمت‌ها باشد، در این صورت مناقصه‌گزار می‌تواند مهلت دریافت پیشنهادها را با اعلام از طریق سامانه ستاد تغییر دهد به نحوی که آنان فرصت کافی برای اصلاح و تجدید نظر در پیشنهاد خود را داشته باشند.
۱۶- کفایت اعلام هر گونه حذف یا تغییر در مفاد اسناد از طریق سامانه ستاد: هر گونه اطلاع‌رسانی به مناقصه‌گران اعم از صدور هر گونه ابلاغیه، اصلاحیه، الحاقیه و اعلام هر گونه حذف، تغییر و اصلاح در مفاد اسناد به مناقصه‌گران فقط از طریق سامانه ستاد بوده و به منزله ابلاغ قابل تصدیق تلقی می‌گردد.
۱۷- سایر شرایط: سایر شرایط مندرج در اسناد مناقصه می‌باشد و شرکت‌کنندگان می‌توانند به منظور کسب اطلاعات بیشتر با شماره تماس ۰۲۴-۹۱۰۰۱۸۱۹ داخلی ۲۱۳ دبیرخانه کمیسیون معاملات مجتمع تماس حاصل فرمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۲/۰۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۲/۰۷
مجتمع معدنی سرب و روی انگوران

دومین کنفرانس بین المللی فولادسازی و ریخته گری مداوم (۱۴۰۰)
2nd International Conference on Steelmaking&ContinuousCasting (ISCC2022)
۱۷ و ۱۸ اسفند ماه ۱۴۰۰
بندر عباس
شرکت فولاد هرمزگان
جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت زیر مراجعه نمایید
https://www.hosco.ir
ایمیل : www@hosco.ir
آدرس دبیرخانه:
بندرعباس، پارک علم و فناوری هرمزگان، طبقه ۶
■ متالورژی و فرایندهای کوره قوس الکتریکی
■ بهینه سازی مواد اولیه و فروآلیاژها
■ متالورژی ثانویه و فرآیندهای آن
■ مواد نسوز و کاربردهای آنها
■ فناوری های پیشرفته درماشین های ریخته گری مداوم فولاد
■ ریخته گری مداوم و محصولات آن
■ جریان سیال و انجماد
■ شبیه سازی و مدل سازی
■ ریزساختار و خواص محصولات ریخته گری مداوم
■ عیوب سطحی
■ روانکاری و فلاکس های قالب
■ فناوری های ارتقاء کارخانه های فولادسازی
■ مدیریت انرژی
■ انقلاب صنعتی چهارم، کلان داده ها و هوش مصنوعی
■ پایداری و چالش های زیست محیطی
■ آخرین راه حل ها در اقتصاد چرخشی

خبر

افزایش راندمان کوره پیش‌گرم فولاد مبارکه

راندمان کاری رکوپراتورهای کوره پیش گرم شماره ۲ نورد گرم فولاد مبارکه افزایش یافت. به گزارش روابط عمومی شرکت فولاد مبارکه محسن امینی، رئیس انبار تختال و کوره‌های پیش گرم از بالا بردن راندمان کاری رکوپراتورهای کوره پیش گرم شماره ۲ نورد گرم فولاد مبارکه خبر داد. وی تصریح کرد: ازآنجاکه امکان تبدیل تمام انرژی ورودی به کار مفید وجود ندارد بخش زیادی از انرژی به شکل حرارت از قسمت‌های مختلف کوره تلف می‌شود که عمده این تلفات حرارتی شامل گازهای خروجی از طریق دودکش‌ها به محیط است که به‌منظور استفاده مجدد حرارت خروجی از دودکش‌های کوره پیش گرم و بهینه‌سازی مصرف سوخت، از مبدل‌های حرارتی (رکوپراتورها) استفاده می‌شود. رئیس انبار تختال و کوره‌های پیش گرم خاطرنشان کرد: با بررسی و آنالیز حرارتی رکوپراتور به‌عنوان سیستم بازیافت حرارت در دودکش کوره‌های پیش گرم نورد گرم شرکت فولاد مبارکه و با محاسبه تلفات حرارت خروجی از دودکش‌ها، مشخص شد راندمان رکوپراتورهای موجود خیلی کمتر از راندمان رکوپراتورهای مشابه در شرایط طراحی است و عملکرد بازیابی حرارت این مبدل در سطح پایینی به‌سر می‌برد، به همین منظور، تصمیم به تعویض رکوپراتورهای موجود گرفته شد. وی درباره این پروژه یادآور شد: یکی از مسائل بسیار مهم در انجام این پروژه، بومی‌سازی رکوپراتورها بود که هزینه ساخت داخلی این تجهیز یک‌چهارم نمونه خارجی آن برآورد شد. امینی از مدیریت ناحیه نورد گرم، واحدهای خرید، بومی‌سازی و دفتر فنی تعمیرات ناحیه که در اجرای این پروژه همکاری داشتند، تشکر و قدردانی کرد. علی عسکری‌زاده، مسئول تعمیرات واحد نیز در ادامه درباره این پروژه، افزود: مونتاژ و دمونتاژ این تجهیز با کیفیت کامل و در کمترین زمان ممکن (یک ماه زودتر از آخرین رکورد) توسط تعمیرات واحد کوره‌های پیش گرم انجام شد. وی همچنین به رعایت دستورالعمل‌های ایمنی انجام کار نیز اشاره کرد و افزود: با توجه به موقعیت تجهیز (ارتفاع ۱۰ متری) و وزن هر رکوپراتور کار به‌طور کاملا ایمن انجام شد.

عسکری‌زاده در ادامه نتایج حاصل از انجام این پروژه را افزایش ۴۰ درصدی دمای هوای احتراق کوره، کاهش ۸ درصدی مصرف گاز کوره و بهبود شاخص‌های مرتبط با دمای کوره برشمرد.

موانع حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان

مرضیه احقاقی
editor@smtnews.ir

مصرف پایدار، یکی از پیش‌شرط‌های اساسی در مسیر تداوم تولید در صنایع است. با این وجود، محدودیت در روند واردات آزاد تولیدات صنایع گوناگون مانع شکل‌گیری رقابت در فضای کسب‌وکار شده و همین موضوع نیز بی‌توجهی به حقوق مصرف‌کننده را به‌دنبال داشته است. در چنین بستری، تولیدکنندگان لزومی برای کسب رضایت مشتریان خود ندارند. این چالش‌ها فقط مصرف‌کنندگان نهایی را تحت‌تاثیر قرار نمی‌دهد، بلکه هر تولیدکننده‌ای خود مصرف‌کننده محصولات تولیدشده در حلقه‌های بالادستی بوده و از حقوقی برخوردار است. سازندگان ملک و ساختمان را باید یکی از مصرف‌کنندگان اصلی محصولات تولیدی صنایع معدنی دانست. توجه به حقوق این مصرف‌کنندگان به‌ویژه در بخش کیفیت، تاثیر بسزایی بر کیفیت ساختمان‌سازی در کشور دارد؛ بنابراین نمی‌توان به‌سادگی از کنار آن گذشت. در همین حال سازندگان لوازم‌خانگی نیز از دیگر مصرف‌کنندگان محصولات تولیدشده در حوزه صنایع معدنی محسوب می‌شوند، با این وجود عموما حقوق فعالان این صنعت در مقام مصرف‌کننده نادیده گرفته می‌شود.



عکس: صمت

محدودیت در روند واردات آزاد تولیدات صنایع گوناگون مانع شکل‌گیری رقابت در فضای کسب‌وکار شده است

حق ما نادیده گرفته می‌شود



حسین فتاحی، مدیرعامل شرکت امرسان در گفت‌وگو با صمت عنوان کرد: تولیدکنندگان لوازم‌خانگی، خود مصرف‌کننده محصولات تولیدشده در صنایع فلزی و پتروشیمی هستند، با این وجود، حقوق ما به‌عنوان مصرف‌کننده به رسمیت شناخته نمی‌شود. اگر هم نسبت به عملکرد صنایع بالادستی شکایتی داشته باشیم، صدای اعتراض ما به گوش کسی نخواهد رسید.

دولتی بودن صنایع بالادستی یا وابستگی آنها به دولت در روند عدم‌پاسخگویی آنها به خریداران اثرگذار است. در واقع صدای بخش خصوصی شنیده نمی‌شود و ما تولیدکنندگان با چالش‌های جدی همچون رشد بی‌رویه قیمت مواد اولیه، پاسخگو نبودن فروشندگان نسبت به زمان تحویل محصول و کیفیت آن روبه‌رو هستیم.

فتاحی گفت: نرخ و کیفیت مناسب و تحویل به موقع و به‌اندازه، مولفه‌های مهم در تامین مواد اولیه موردنیاز تولید در یک مجموعه هستند. چنانچه این مولفه‌ها موردتوجه نباشد، نمی‌توان برای تولید برنامه‌ریزی بلندمدت و به تداوم شرایط تولید در یک مجموعه صنعتی امید داشت.

وی در ادامه گفت: با توجه به موارد یادشده برای رفع چالش‌های تولیدکنندگان لوازم‌خانگی به‌عنوان مصرف‌کننده مواد فلزی یا پتروشیمی از دولت و متولیان امر انتظار می‌رود نظارت خود را بر عملکرد صنایع بالادستی و میزان عرضه محصولات آنها در بورس کالا افزایش دهند. تامین به موقع محصول و همچنین فروش آن با قیمت مناسب، مهم‌ترین درخواست تولیدکنندگان لوازم‌خانگی است.

فتاحی در ادامه گفت: ما به‌عنوان تولیدکننده محصولات نهایی و لوازم‌خانگی نسبت به مصرف‌کنندگان نهایی یا مردم مسئول هستیم. چنانچه یک خریدار از عملکرد یا کیفیت محصولات ما شکایتی داشته باشد، این شکایت با شدت دنبال می‌شود. البته این موضوع مثبت است اما انتظار می‌رود شرایط و مشکلات ما نیز پیگیری شود و حقوق ما هم به‌عنوان مصرف‌کننده موردتوجه قرار گیرد.

پیگیری دشوار، مانع رسیدگی



علیرضا پیش‌بین از فعالان صنعت ساخت‌وساز در گفت‌وگو با صمت تاکید کرد: متاسفانه در کشور هیچ مرجعی درباره 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 به خود اختصاص می‌دهند اما بهانه‌ای هستند برای رشد چندبرابری 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 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 گونه پیگیری‌ها در نهایت ضررهای غیرقابل جبرانی را می‌تواند به‌دنبال داشته باشد یا در ساده‌ترین شرایط ساکنان یک واحد مسکونی یا واحد اداری به مرور زمان با عیوب مواد اولیه مورداستفاده در ساخت آن مواجه می‌شوند. پیش‌بین در پاسخ به سوالی مبنی بر امکان پیگیری چالش‌های یادشده از سوی سازندگان به‌عنوان مصرف‌کنندگان محصولات ساختمانی و فولادی گفت: سازندگان ساختمان به‌عنوان مصرف‌کننده مصالح ساختمانی ترجیح می‌دهند وقت خود را صرف این مسائل نکنند، چراکه امیدی به نتیجه‌بخش بودن این گونه پیگیری‌ها ندارند. خریداران نهایی مسکن نیز به‌سرعت متوجه چنین ایراداتی نمی‌شوند و در عمل راهکاری برای پیگیری این کمبودها وجود ندارد.

سخن پایانی

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

نوبت دوم

آگهی مناقصه عمومی یک‌مرحله‌ای
شماره: ۵۲۴۴۵۳۱۷

شرکت فولاد خوزستان
صهامی عام

مناقصه‌گزار: شرکت فولاد خوزستان
شرح مناقصه: احداث سوله انبار مواد شیمیایی
نوع مناقصه: عمومی یک‌مرحله‌ای
مدت زمان: ۲۴ ماه
مهلت اعلام آمادگی: تا پایان وقت اداری روز شنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۲/۱۴ (با ارسال ایمیل به نشانی زیر)
داوطلبان شرکت در مناقصه با مراجعه به وب‌سایت pim.ksc.ir، ضمن ثبت‌نام و درج کلیه اطلاعات عمومی و تکمیلی خود، مستندات و مدارک لازم خود را پیوست نمایند.
دریافت اسناد مناقصه (پس از تائید کمیته ارزیابی تامین‌کنندگان) از تاریخ ۱۴۰۰/۱۲/۱۸ به مدت دو روز در قبال واریز مبلغ ۵۰۰،۰۰۰ ریال (غیرقابل استرداد) به صورت آنلاین از طریق آدرس pim.ksc.ir (پس از ورود به سیستم با نام کاربری و رمز عبور/ منوی مناقصات/ عملیات/ خرید اسناد تخصصی)
دریافت الکترونیک فایل اسناد تخصصی مناقصه از طریق آدرس pim.ksc.ir (پس از ورود به سیستم با نام کاربری و رمز عبور/ منوی مناقصات/ عملیات/ اسناد تخصصی)
تاریخ تحویل پیشنهادات: روز شنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۱/۲۰
تاریخ گشایش پاکات پیشنهاد قیمت/ فنی: روز یکشنبه مورخ ۱۴۰۱/۰۱/۲۱
مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۵،۶۰۰،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 شرکت کننده نزد فولاد خوزستان
نشانی شرکت: اهواز- کیلومتر ۱۰ جاده اهواز بندر امام، شرکت فولاد خوزستان، **مدیریت:** خرید خدمات و قراردادها
تلفن: ۶۴۶۴-۳۲۱۳-۰۶۱ **ایمیل:** AH.FAZELI@KSC.IR
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۲/۰۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۲/۰۷ روابط عمومی شرکت فولاد خوزستان

نوبت اول

«آگهی فراخوان»
شرکت سهامی ذوب آهن اصفهان

ردیف	نوع فراخوان	شماره	موضوع	مهلت ارائه پیشنهاد	زمان بازگشایی پاکات
۱	مناقصه	۸۶۶۸۳	ساخت ۴ مجموعه کالسکه حمل پاتیل سرباره کوره بلند	۱۴۰۰/۱۲/۱۷	۱۴۰۰/۱۲/۱۸
۲	مناقصه	۱۴۰۰۰۶۸۰۱-۸۹۶۱۸	خرید ۲ عدد شافت و چرخدنده اصلی کنورتور فولادسازی	۱۴۰۰/۱۲/۲۱	۱۴۰۰/۱۲/۲۲
۳	مناقصه	۱۴۰۰۰۴۶۲۳-۸۹۶۱۹	خرید ۲ عدد گیربکس سه مرحله ای فولاد سازی	۱۴۰۰/۱۲/۲۱	۱۴۰۰/۱۲/۲۲
۴	مناقصه	۸۴۶۱۲	خرید یک ست بلوک های نگهدارنده برج اسید شماره ۲ کارگاه اسید تولیدات کک و مواد شیمیایی	۱۴۰۰/۱۲/۱۰	۱۴۰۰/۱۲/۱۱

ضمناً لیست استعلام های مربوط به خریدهای متوسط (بدون برگزاری مناقصه) در سایت شرکت به آدرس ذیل درج می گردد.

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: ۱۴۰۰/۱۲/۰۷ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۲/۰۹ روابط عمومی ذوب آهن اصفهان

شماره نوبت دوم ۱۲۷۹۵۵۴

آگهی تجدید فراخوان عمومی ارزیابی کیفی مناقصه‌گران

شرکت ملی گاز ایران
شرکت دولتی پالایش گاز پارسیان

شرکت پالایش گاز پارسیان در نظر دارد فراخوان ارزیابی کیفی جهت برگزاری مناقصه عمومی دومرحله‌ای خرید UPS CHLORID به شماره ۲۰۰۰۰۰۹۲۴۱۶۰۰۰۰۹۶ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری فراخوان ارزیابی کیفی از دریافت و تحویل اسناد استعلام ارزیابی کیفی تا ارسال دعوتنامه جهت سایر مراحل مناقصه، از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت)ستاد(به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد. 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 فراخوان در سامانه تاریخ ۱۴۰۰/۱۲/۰۷ می‌باشد. اطلاعات و اسناد مناقصه عمومی پس از برگزاری فرآیند ارزیابی کیفی و ارسال دعوتنامه از طریق سامانه ستاد به مناقصه‌گران ارسال خواهد شد.

مهلت دریافت اسناد استعلام ارزیابی کیفی: ساعت: ۳۰ : ۱۸ روز پنجشنبه تاریخ ۱۴۰۰/۱۲/۱۲
مهلت ارسال پاسخ استعلام ارزیابی کیفی: ساعت: ۳۰ : ۱۸ روز پنجشنبه تاریخ ۱۴۰۰/۱۲/۲۶
اطلاعات تماس دستگاه مناقصه‌گزار: آدرس استان فارس- شهرستان مهر- شرکت پالایش گاز پارسیان (کدپستی: ۷۴۴۹۱۸۴۸۳۱) و تلفن ۳۶ الی ۰۷۱-۵۲۷۲۴۱۳۴
اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه:
مرکز تماس: ۴۱۹۳۴- ۰۲۱ **دفتر ثبت‌نام:** ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۲/۰۴ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۲/۰۷ روابط عمومی شرکت دولتی پالایش گاز پارسیان

فراخوان شناسایی تامین کنندگان زغالسنگ واجد شرایط

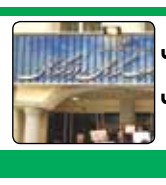
KNZ Kavand Nahan Zamin

شرکت کاوند نهان زمین در نظر دارد نسبت به شناسایی و ارزیابی تامین‌کنندگان زغالسنگ اقدام نماید.
لذا از کلیه افراد حقیقی و حقوقی که دارای معادن و منابع زغالسنگ می‌باشند، دعوت می‌شود تا نسبت به ارسال نامه اعلام آمادگی برای تامین ۵۰۰۰۰ تن زغالسنگ در سال با مشخصات زیر تا تاریخ ۱۴۰۰/۱۲/۱۴ به آدرس bid@zaminco.com اقدام نمایند

Parameter	Unit	Specification	Reference
Fixed Carbon	٪	≥ ۵۸	ASTM D۳۱۷۲
Moisture	٪	< ۳	ASTM D۳۱۷۳
Ash Content	٪	< ۲۸	ASTM D۳۱۷۴
Volatile Matter	٪	<۱۱	ASTM D۳۱۷۵
Sulfur Content	٪	<۱،۵	ASTM D۵۰۱۶
Ash Melting Point	°C	≥۱۳۵۰	ISO ۲۱۴۰۴
Grain Size (۸۰درصد محصول باید دارای دانه‌بندی بین ۵ تا ۳۰ باشد)	mm	۵< D ۸۰<۳۰	***

ثبت و ارائه مدارک هیچگونه حقی را برای متقاضیان شرکت در فراخوان ایجاد نکرده و مدارک ارسالی مسترد نخواهد شد.
شماره تماس: ۲۶۳۷۸۱۵۵-۰۲۱ (آقای مهندس فنائی- داخلی ۲۱۲)

شرکت کاوند نهان زمین (سهامی خاص)



حمایت و مکافات



مشتری‌مداری حرف اول و آخر را می‌زند



نوآوری پایدار عامل تاب‌آوری بیشتر

نگاهی به مسیر انحرافی حمایت از مصرف‌کننده

حمایت با ضرب و زور نمی‌شود



عکس: آیدا فریدی

پیمان صفردوست: **سال‌هاست که هرگاه در گفت‌وگوهای رسمی دست‌اندرکاران دولتی، صحبت از حقوق مصرف‌کننده در بازارهای داخلی به میان می‌آید، بلافاصله به نقش حمایتی نهادهایی چون سازمان حمایت، تنظیم بازار و تعزیرات اشاره می‌شود. این نهادها پس از تشکیل همواره تلاش داشته‌اند با ایفای نقش نظارتی و اختیارات قانونی نرخ را در بازارها به نفع مصرف‌کننده متعادل نگاه دارند. با این حال به‌نظر می‌رسد در این زمینه به‌ویژه در سال‌های اخیر نتایج چندان مطلوبی برای مصرف‌کنندگان رقم نخورده است. کارشناسان بر این باورند که این مداخلات حتی نتیجه معکوس در بازارها داشته و در نهایت به زیان مصرف‌کننده تمام شده است. اما آیا واقعا وضعیت همین است و نمی‌توان به این شکل بازارها را برای مصرف‌کنندگان مطلوب‌تر کرد؟! در این گزارش از شماره پیش روی صمت با اظهارنظر کارشناسان در این زمینه همراه باشید:**

برخورد دستوری، حمایت نیست



مسعود دانشمند، کارشناس و فعال اقتصاد درباره موضوع حمایت از مصرف‌کنندگان با اهرم قیمت‌گذاری، در گفت‌وگو با صمت عنوان کرد: ما سال‌ها به موضوع تنظیم قیمت‌ها و حمایت از مصرف‌کننده با اهرم قیمت‌گذاری پرداخته‌ایم که به نتایج مطلوبی نرسیده‌ایم، اما باز هم می‌خواهیم این راه آزموده و به نتیجه نرسیده را بیازماییم به نتایج متفاوتی برسیم. دانشمند در این زمینه تاکید کرد: نظام اقتصادی دنیا مدت‌هاست به این نتیجه رسیده که بازار با دستور و نرخ دستوری اداره نمی‌شود و باید برنامه‌ریزی‌های بهتری برای آن انجام داد.

■ حکمران نرخ تعیین نمی‌کند

وی تصریح کرد: در اقتصاد متداول بازار حکمران برای فروشنده کالا و خدمات نرخ تعیین نمی‌کند اما می‌تواند از ابزارهای دیگری برای تعدیل نرخ به نفع مصرف‌کننده استفاده کند؛ یعنی فروشنده می‌تواند کالای خود را به هر قیمتی که تمایل دارد عرضه کند و دولت هم می‌تواند با از بین بردن انحصار تولید و واردات رقابت را میان تولیدکنندگان تقویت کند. دانشمند تاکید کرد: اگر تولیدکننده و واردکننده کالا از یک سو آزادی عمل در قیمت‌گذاری داشته باشند و از سوی دیگر با خطر از دست رفتن بازار به نفع رقیبان مواجه باشند، خود به خود در تعیین حاشیه سود به شکل متعادل عمل می‌کنند. رقابت در بازار همواره می‌تواند بهترین نتیجه را برای مصرف‌کننده به‌دنبال داشته باشد.

این کارشناس حوزه تجارت تصریح کرد: در نقطه مقابل اگر زمینه رقابت در بازار از بین برود، هر قدر دولت تلاش کند با اهرم قدرت و به‌طور دستوری نرخ کالاها را پایین نگاه دارد، موفق نخواهد بود و تنها حاصل آن وجود کالاهایی با چند نرخ در بازار است که در این سال‌ها نمونه‌های آن را بسیار دیده‌ایم. وی یادآور شد: در صورت برخورد دستوری با بازار، به‌دلیل اینکه نیاز و تقاضا همچنان وجود دارد، روزنه‌های تخلف و تقلب در این فضا ایجاد می‌شود و زیاندیدگان اصلی در این موضوع، مصرف‌کنندگان خواهند بود.

■ بازی دوسرباخت

دانشمند در پایان گفت: قیمت‌گذاری دستوری و شیوه‌هایی نظیر آن، بدون در نظر گرفتن شرایط تولید، واردات و بازار به هیچ وجه نمی‌تواند حقوق مصرف‌کننده را تامین کند و یک بازی دو سر باخت خواهد بود، چون در صورت موفقیت نهادهای نظارتی در کنترل بازار به این شکل، به‌تدریج عرصه تولید از وجود فعالان این حوزه خالی می‌شود و در صورت شکست نیز -که اکثرا همین‌طور است- این مصرف‌کننده است که به‌جای حمایت شدن، باید تاوان اشتباه دست‌اندرکاران و تصمیم‌گیران را بدهد.

این شیوه حمایتی ساده‌ترین راه است



ناصر ناصری، کارشناس حقوقی نیز در گفت‌وگو با صمت درباره تعیین دستوری قیمت‌ها در بازارهای داخلی و تاثیر این موضوع در حمایت از مصرف‌کنندگان اظهار کرد: تقریبا همه کارشناسان اقتصاد کشور بر این موضوع اتفاق‌نظر دارند که تعیین دستوری قیمت‌ها که هنوز هم در کشور ما انجام می‌شود، به هیچ‌وجه نمی‌تواند شیوه درستی برای حمایت از مصرف‌کننده باشد.

رئیس سابق کمیسیون قوانین و مقررات اتاق اصناف ایران در این زمینه افزود: این شیوه حمایتی در واقع نه بهترین، که ساده‌ترین راه برای کنترل بازار است و به‌جای حل مشکل، بیشتر آن را از سر باز می‌کند. به‌نظر می‌رسد افرادی که چنین رویه‌هایی را با نام حمایت از مصرف‌کننده در دستور کار قرار می‌دهند، در بهترین حالت شناخت درستی از وضعیت بازار ندارند.

■ قیمت‌گذاری دستوری جواب نمی‌دهد

ناصری خاطرنشان کرد: تجربه نشان می‌دهد این روند نه‌تنها سودی برای تعدیل قیمت‌ها و حمایت از مصرف‌کننده ندارد، بلکه باعث ایجاد فساد و رانت در عرصه بازار نیز خواهد شد و آسیب‌های بیشتری را برای مصرف‌کنندگان به‌دنبال دارد.

وی با تاکید بر اثربخش نبودن قیمت‌گذاری‌های دستوری در ایجاد تعادل در بازار افزود: پیشینه بازار داخلی نشان می‌دهد تعیین دستوری قیمت‌ها نمی‌تواند به‌عنوان یک راهکار موثر در آن اجرا شود و این نوع تنظیم بازار غیر از ایجاد اختلال و بر هم زدن تعادل بازار اثر دیگری نداشته است. طبیعتا نمی‌توان انتظار داشت در یک بازار آشفته، همراه با رانت و درگیر با انواع کالاهای چندنرخی، حمایت از مصرف‌کننده محقق شود.

■ تبعیت از مکانیسم عرضه و تقاضا

وی یادآور شد: اقتصاد امروز دنیا به این نتیجه رسیده که بازارها از مکانیسم عرضه و تقاضا تبعیت می‌کنند و مسئولان باید در تامین کالاهای مورد نیاز بازار جدیت بیشتری به کار برند.

ضمن اینکه روش حمایت از مصرف‌کننده تنها محدود به قیمت‌گذاری صوری نمی‌شود و نهادهای ذی‌ربط می‌توانند به مباحثی مانند کیفیت، خدمات پس از فروش، ایمنی و استانداردهای کالا که در قانون نیز به آنها اشاره شده ورود کنند.

رئیس سابق کمیسیون قوانین و مقررات اتاق اصناف ایران در پایان گفت: با استفاده از قیمت‌گذاری مبتنی بر عرضه و تقاضا و جلوگیری از تقاضای هیجانی در بازار می‌توان به تنظیم بازار به‌صورت موثر رسید که حاصل آن می‌تواند حمایت موثرتر از حقوق مصرف‌کنندگان باشد.

سخن پایانی

کارشناسان و فعالان بازار و تجارت معتقدند حمایت از مصرف‌کننده نمی‌تواند تنها مبتنی بر برخوردهای دستوری در قیمت‌گذاری کالاها باشد، زیرا اولا نمی‌تواند پوشش لازم را ایجاد کند و ثانیا روزنه‌های تخلف فراوانی را در بازار باز می‌کند. این گروه معتقدند دولت در بازارها باید به‌عنوان یک ناظر کلان به حقوق مصرف‌کننده نگاه کند و تمام تلاش خود را بر جنبه‌های نمایشی مانند قیمت‌گذاری‌های دستوی معطوف نکند. البته این نظرات و پیشنهادها برای بهبود عملکردها در بازار سال‌هاست که توسط کارشناسان اقتصادی ارائه می‌شود اما سال‌هاست که همچنان نخستین راهکار نهادهای ناظر بگیروببندهای مربوط به بخش انتهایی زنجیره تامین، تولید و عرضه کالاست که معمولا هم تاثیرات مقطعی در این حوزه داشته است. در واقع این نهادها در تمام این سال‌ها با به کار گرفتن شیوه قیمت‌گذاری دستوری نتوانسته‌اند حمایت مطلوبی از مصرف‌کننده داشته باشند، زیرا همواره چند قدم از نیازهای بازار عقب‌تر بوده‌اند.

سرمایه چادرملو بیش از ۲ برابر شد



مجمع عمومی فوق‌العاده صاحبان سهام شرکت معدنی و صنعتی چادرملو (سهامی عام)، ساعت ۸ صبح روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۰/۱۲/۴ در محل مجموعه فرهنگی ورزشی وزارت کار و امور اجتماعی سالن تلاش با حضور اکثریت صاحبان سهام و یا نمایندگان قانونی آن‌ها، نماینده سازمان بورس و اوراق بهادار، نمایندگان حسابرس مستقل و بازرس قانونی، اعضا هیات‌مدیره و مدیرعامل شرکت برگزار گردید.

به گزارش خبرنگار ما در این مجمع پس از انتخاب هیات‌رئیسه و اعلام رسمیت جلسه توسط رئیس مجمع، ابتدا مدیر عامل چادرملو، در خصوص لزوم افزایش سرمایه شرکت گفت: ابتدا پیشنهاد افزایش سرمایه از ۵۵ هزار و ۵۰۰ میلیارد ریال به مبلغ ۲۰۰هزار میلیارد ریال در تاریخ ۲۴ آبان‌ماه ۱۴۰۰ مورد تصویب هیات‌مدیره قرار گرفت و گزارش مذکور در تاریخ ۸ آذرماه ۱۴۰۰ به تایید بازرس قانونی شرکت رسید.

اما با در نظر گرفتن شرایط بازار سرمایه و به منظور حمایت از سهامداران خرد با هماهنگی سهامداران عمده مقرر گردید ابتدا مجوز افزایش سرمایه از۵۵هزار و ۵۰۰ میلیارد ریال به ۱۲۱ هزارو ۵۰۰ میلیارد ریال از سازمان بورس و اوراق بهادار دریافت شود و افزایش سرمایه آتی شرکت پس از مجمع عادی سالیانه و با لحاظ سود سال ۱۴۰۰ مورد بررسی قرار گیرد.

لذا با عنایت به مراتب فوق مجوز افزایش سرمایه شرکت از ۵۵ هزارو ۵۰۰ میلیارد ریال به مبلغ ۱۱۹هزار میلیارد ریال در تاریخ ۱۴۰۰/۱۱/۱۸ از سازمان بورس و اوراق بهادار به منظور اجرای بخشی از مخارج سرمایه‌ای پروژه گندله‌سازی شماره (۲) به مبلغ (۱۲ هزار میلیارد ریال).

خرید ماشین آلات و تجهیزات معدنی به مبلغ (۹هزار میلیارد ریال) به شرح جداول زیر:

ردیف	شرح دستگاه	تعداد	مبلغ کل (یورو)	وضعیت
۱	دستگاه حفاری مغزه‌گیری	۸ دستگاه	۲,۴۰۰,۰۰۰	۲ دستگاه به همراه ادوات تحویل مجتمع شده است. ۲ دستگاه به همراه ادوات در حال ترخیص می‌باشد. ۲ دستگاه به همراه ادوات در نیمهٔ دوم مهر ماه و مابقی در نیمهٔ دوم آذر ماه تحویل می‌گردد.
	ادوات حفاری درون چاهی	۱۰ ست	۱۰,۵۰۰,۰۰۰	
۲	لودر حمل سرباره	۲ دستگاه	۲,۲۰۰,۰۰۰	در حال ترخیص می‌باشد.
۳	بیل مکانیکی حمل سرباره	۱ دستگاه	۴۰۰,۰۰۰	پیش‌پرداخت انجام شده، آماده‌سازی حمل کالا.
۴	دامپتراک حمل سرباره – ۳۵ تنی	۲ دستگاه	-	در حال استعلام
۵	دامپتراک معدنی – ۱۳۶ تنی – پلاز	۵ دستگاه	۵,۵۰۰,۰۰۰	تحویل مجتمع معدنی شده است.
۶	ماشین‌آلات راه‌سازی	۲۳ دستگاه	۱۲,۰۰۰,۰۰۰	در حال بررسی لیست و صدور درخواست
جمع			۳۳,۰۰۰,۰۰۰	-

مشارکت در افزایش سرمایه شرکت‌های تابعه که آفزایش سرمایه آنها ثبت شده است به مبلغ (۲۷ هزار میلیارد ریال)

نام شرکت سرمایه‌پذیر	مرتبه	افزایش سرمایه		مبلغ افزایش سرمایه	درصد مالکیت شرکت	سهم شرکت از افزایش سرمایه
		از	به			
آهن و فولاد ارفع	سه	۴,۰۰۰	۱۲,۰۰۰	۸,۰۰۰	۴۳.۵۲	۳,۵۰۴
تأمین سرمایه امید	سه	۴,۹۰۰	۹,۵۰۰	۴,۶۰۰	۱۶.۳۶	۷۵۱
صنایع آهن و فولاد سرمد ابرکوه	یک	۷,۵۰۰	۱۱,۰۰۰	۳,۵۰۰	۶۴.۹۹۹	۲,۲۷۵
تأمین و انتقال آب خلیج فارس	چهار	۲۰,۰۰۰	۸۰,۰۰۰	۶۰,۰۰۰	۲۲.۲۲	۱۳,۳۳۳
کاوند نهان زمین	دو	۲,۰۰۰	۱۰,۰۰۰	۸,۰۰۰	۲۹	۲,۳۲۰
آهن و فولاد غدیر ایرانیان	سه	۴,۲۰۰	۱۲,۰۰۰	۷,۸۰۰	۲۹.۸۶	۱,۰۷۵
فولاد شاهرود	دو	۱,۰۰۰	۲,۷۰۰	۱,۷۰۰	۳۴.۶۵	۵۸۹
نوین الکترود اردکان	سه	۲,۲۰۰	۱۱,۰۰۰	۸,۸۰۰	۳۶.۲	۳,۳۸۸
احداث صنایع و معادن سرزمین پارس - پامیدکو	سه	۴۰۰	۱,۶۴۴	۱,۲۴۴	۳۰	۱۹۵
جمع						۲۷,۴۳۰

و مشارکت در افزایش سرمایه شرکت‌های تابعه که افزایش سرمایه آنها در جریان ثبت است به مبلغ(۱۵هزارو ۸۵۸ میلیارد ریال) موافقت.

نام شرکت سرمایه‌پذیر	افزایش سرمایه		مبلغ افزایش سرمایه	درصد مالکیت شرکت	سهم شرکت از افزایش سرمایه
	از	به			
کاوند نهان زمین	۱۰,۰۰۰	۲۰,۰۰۰	۱۰,۰۰۰	۲۹	۲,۹۰۰
صنایع معدنی عصر نوین بهاباد	۱۰۰	۴,۰۰۰	۳,۹۰۰	۶۲	۲,۴۱۸
تجلی توسعه معادن و فلزات	۱۰	۶۲,۰۰۰	۶۱,۹۹۰	۱۷	۱۰,۵۴۰
جمع					۱۵,۸۵۸

مهندس ناصر تقی‌زاده همچنین با اشاره به اهمیت اکتشاف، بر اولویت بودن دسترسی به ذخایر جدید سنگ آهن از سوی چادرملو تاکید کرد و از حمایت‌های بی‌دریغ اعضای هیات‌مدیره و سهامداران حقیقی و حقوقی از روند طرح‌های توسعه شرکت تقدیر و تشکر و اظهار امیدواری نمود این شرکت بتواند همچنان مسیر رو به رشد و پویایی خود را در اقتصاد کشور و تولید ثروت تداوم بخشد. مدیرعامل چادرملو افزود: در حالی‌که بازده کل بازار سهام طی سال‌جاری منفی ۲ درصد بوده است شرکت چادرملو طی ۱۰ ماهه گذشته با ۲۰ هزار میلیارد تومان سود بازدهی مثبت ۳۳ درصد داشته است. در ادامه، گزارش بازرس قانونی شرکت (موضوع مفاد تبصره ۲ ماده ۱۶۱ اصلاحیه قانون تجارت مصوب سال ۱۳۴۷) قرائت گردید و با عنایت به مجوز صادره از سوی سازمان بورس و اوراق بهادار به شماره ۲۳۰-۰۰۴/۸۳۲۱۲۵ مورخ ۱۴۰۰/۱۱/۱۲ مجمع پس از شور و مذاکره، با اکثریت قانونی آرای سهامداران حاضر، افزایش سرمایه از مبلغ (پنجاه و پنجهزار و پانصد میلیارد ریال) به مبلغ (یکصدو نوزده هزار میلیارد ریال) مقتسم به ۱۱۹میلیارد سهم یک‌هزار ریالی با نام عادی از محل سود انباشته از طریق صدور سهام جدید را مورد تصویب قرار داد.

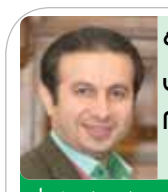






یادداشت

از مصرف‌کننده منطقی حمایت کنیم



محمد محمدپور عمران
کارشناس اقتصاد بین‌الملل

همواره حمایت از مصرف‌کننده، یکی از دغدغه‌های اصلی در اقتصاد کشور بوده است. این موضوع زمانی مهم‌تر می‌شود که با بررسی‌های آماری و اقتصادی متوجه می‌شویم مصرف‌کنندگان در کشور بیش از هر زمان دیگری در تنگنای اقتصادی و معیشتی قرار گرفته‌اند. طبیعی است در این وضعیت، حمایت از مصرف‌کننده می‌تواند یک بحث بسیار بااهمیت باشد. باید دید آیا روش‌های مرسوم حمایت از مصرف‌کننده مانند قیمت‌گذاری دستوری کالاها تا چه حد می‌تواند روندی منطقی را برای حمایت از مصرف‌کنندگان به همراه داشته باشد. این شکل از حمایت اگر با معیارهای منطقی و تا حد معقول باشد شاید بتواند در زمان محدود و به شکل مقطعی خواسته مجریان آن را برآورده کند اما نمی‌توان به آن به‌عنوان یک راه حل دائمی و موثر برای حمایت از مصرف‌کننده اتکا کرد. البته ناکارآمدی این راهکار تنها یکی از مشکلات مربوط به اقتصاد بازار است اما با تامل بیشتر می‌بینیم به همان اندازه روی تجارت کلان کشور نیز اثرگذار خواهد بود و این چرخه معیوب را به تمام زنجیره‌های اقتصادی کشور منتقل می‌کند. یکی از تاثیرات منفی و بارز این نوع قیمت‌گذاری این است که معمولا قیمت‌گذاری‌های دستوری در بازار داخلی همراه با محدودیت و ممنوعیت‌های تجاری آن کالا همراه است؛ یعنی در آن بازه زمانی اگر تولیدکننده یا صادرکننده‌ای قرارداد صادرات آن کالا از کشور را داشته باشند، به دلیل محدودیت‌های حاصل متضرر می‌شوند و حتی ممکن است مجبور به خروج از این عرصه شوند؛ یعنی تولیدکننده‌ای که در چنین شرایط اقتصادی و با وجود تحریم‌ها به بازارهای راه پیدا کرده و موفق به عقد قرارداد با طرف‌های خارجی شده، با ممنوعیت و محدودیت صادرات یا افزایش تعرفه صادراتی کالای خود مواجه می‌شود و به‌راحتی در رقابت با رقبای خارجی بازار را از دست داده و حتی متحمل پرداخت جریمه شود. بنابراین نمی‌توان قیمت‌گذاری دستوری را تنها یک موضوع برای بازار داخلی دانست و این نوع نگرش در تنظیم بازار، در لایه‌های بعدی خود بر تولید و تجارت خارجی نیز تاثیر می‌گذارد و آن را رو به نابودی می‌برد. باید گفت حمایت از مصرف‌کننده تا زمانی با چنین روش‌هایی قابل قبول است که به سایر ارکان تولید و تجارت کشور آسیب وارد نکند؛ یعنی اگر قرار است حمایتی از مصرف‌کننده صورت گیرد، بار آن نباید به دوش بخش‌های دیگر اقتصادی بیفتد و نظام اقتصادی در آن بخش‌ها را دچار اختلال کند. بدون شک حمایت از مصرف‌کننده در شرایط کنونی اقتصاد باید در اولویت‌های نظام اقتصادی کشور باشد اما نباید به این بهانه با استفاده از راهکارهای غلط سایر بخش‌ها را به چالش کشید.

در واقع این چالش باعث می‌شود با زیر فشار قرار گرفتن بخش تولید، این فشارها با یک تا چند فاز تاخیر دوباره خود را به صورت افزایش قیمت، کاهش کیفیت و کمبود کالا در بازار نشان دهد و باز هم مصرف‌کننده در این موضوع متضرر شود. در نهایت تصمیم‌گیران باید با توجه به همه جوانب و با لحاظ نتایج تجربیات گذشته بر این شیوه‌ها اهتمام ورزند و آثار و عوارض جانبی آن را نیز در نظر بگیرند.

حقوق مصرف‌کننده در نظام اقتصادی ایران چه جایگاهی دارد؟

حمایت و مکافات



پیمان صفردوست
editor@smtnews.ir

در تقویم رسمی کشور، ۹ اسفند با عنوان «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 اهمیت موضوع و تبدیل آن از عرصه شعار به عمل است و سعی شده از این طریق فرهنگ رعایت حقوق مصرف‌کنندگان به نوعی در جامعه رواج یابد. حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان موضوعی است که مسئولان و دست‌اندرکاران بارها در نشست‌های خبری و اظهارنظرهای خود در دولت‌های مختلف به آن اشاره کرده‌اند. اهمیت این موضوع در ساختارهای اجتماعی و اقتصادی تا حدی است که علاوه‌بر تشکل‌های مردم‌نهاد، در زیرمجموعه وزارت صنعت، معدن و تجارت نیز سازمانی برای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان تعریف شده است. در سال‌های اخیر سازمان حمایت با استفاده از اختیارات قانونی خود سعی کرده با اعمال شیوه‌های غالبا دستوری در قیمت‌گذاری کالاها، نبض بازار را به دست بگیرد. اما کارشناسان اقتصاد و فعالان حوزه اقتصاد معتقدند بگیر و ببندهای دستوری در بازار طی این سال‌ها چندان چاره‌ساز نبوده و از سوی دیگر، تشکل‌های مردمی حامی حقوق مصرف‌کنندگان نتوانسته‌اند به شکل مناسبی از حقوق مصرف‌کنندگان در این حوزه دفاع کنند. صمت به بهانه روز ملی حمایت از مصرف‌کنندگان، دیدگاه دست‌اندرکاران این بخش را منعکس کرده است.

حمایت روی کاغذ

براساس قانون، مصرف‌کننده حقوقی دارد که به‌طور خلاصه شامل حق برخورداری از اطلاعات کامل، حق انتخاب، حق برخورداری از ایمنی و حق برخورداری از حمایت دولت می‌شود. موضوع حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و قوانین تصویب‌شده در این راستا از جمله اهدافی است که دولت‌ها برای تامین منافع عمومی جامعه با اعمال سیاست‌های حمایتی خود از آنها در مقابل خیل وسیع تولید و عرضه‌کنندگان کالا و خدمات دنبال می‌کنند. حمایت از حقوق مصرف‌کننده هر روز با پیشرفت تکنولوژی و استفاده از فناوری‌های نوین، چهره تازه‌ای به خود گرفته و ابعاد گسترده‌تری پیدا می‌کند؛ بنابراین موضوع حمایت از حقوق مصرف‌کننده ایجاب می‌کند در کنار مسائل حقوقی، تدابیری اتخاذ شود تا تولیدکنندگان با احساس مسئولیت و انگیزه بیشتری در جهت رعایت حقوق مصرف‌کننده به تولید و عرضه کالاها بپردازد. اما این امر در کشور ما و با وجود نهادهای مردمی و دولتی مرتبط چه جایگاهی دارد؟

تشکل‌ها جایگاه بهتری یافته‌اند



مهدی نجف‌پور، رئیس انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان درباره نقش این انجمن در حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به صمت گفت: انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان براساس تکلیف قانونی که قانون‌گذار در سال ۱۳۸۸ وضع کرده تشکیل شده و این تشکل غیردولتی و مردمی به نیابت از عموم مصرف‌کنندگان کشور وظیفه صیانت از حقوق آنها را برعهده دارد که البته در این مسیر همواره با موانع و مشکلات فراوانی دست به گریبان بوده است. نجف‌پور با اشاره به ماهیت انجمن‌های حامی حقوق مصرف‌کنندگان در تقابل با حاکمیت اقتصادی گفت: با وجود اینکه ذات نقش‌دهی به تشکل‌ها در کشور ما نسبت به کشورهای پیشرفته دنیا ضعیف بوده و معمولا دولت‌ها برای بهره‌گیری از ظرفیت تشکل‌ها از خود مقاومت نشان می‌دهند، خوشبختانه این انجمن در این سال‌ها توانسته در بسیاری از مراجع تصمیم‌گیر و سیاست‌گذار از جمله ستاد تنظیم بازار کشور، ستاد تنظیم بازار محصولات کشاورزی، کمیسیون نظارت بر سازمان‌های صنفی، کمیته نرخ‌گذاری کالاها و خدمات، با حق رأی حضور داشته باشد به طوری که روزبه‌روز نقش این انجمن در این حوزه پررنگ‌تر از قبل می‌شود. وی با تاکید بر ضرورت حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در نظام اقتصادی کشور افزود: حمایت واقعی از مصرف‌کنندگان زمانی اتفاق می‌افتد که زیرساخت‌ها و بسترهای بازارهای رقابتی و ضد انحصار در کنار ثبات اقتصادی و برخورداری مردم از بازار آزاد فراهم باشد. این مهم تنها با اراده تمام ارکان حاکمیت با همراهی بخش خصوصی و مردمی اتفاق می‌افتد و در این شرایط است که مصرف‌کننده در جایگاه واقعی خود قرار گرفته و از عنصری که نیازمند حمایت است به اصلی‌ترین رکن حامی یک تولیدکننده و کسب‌وکار تبدیل می‌شود. نجف‌پور در ادامه افزود: در حال حاضر بنا به دلایل متعدد مصرف‌کنندگان با مشکلات و چالش‌های فراوانی روبه‌رو هستند که از جمله مهم‌ترین آنها می‌توان به افزایش بی‌رویه قیمت‌ها اشاره کرد؛ بنابراین نیاز است صدای مردم از طریق این تشکل‌ها به گوش دست‌اندرکاران ذی‌ربط برسد. رئیس انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان با اشاره به ضرورت بازنگری در برخی قوانین مربوط به این حوزه در حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خاطرنشان کرد: در حال حاضر طرح اصلاح قانون نظام صنفی در مجلس شورای اسلامی مفتوح است و انجمن نیز پیشنهادات اصلاح ۸ ماده از این قانون را به نمایندگان مجلس ارائه کرده است. همچنین پیش‌نویس لایحه اصلاح قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان نیز با مشارکت و همکاری موثر انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان تدوین شده و برای سیر مراحل قانونی به مراجع ذی‌صلاح منعکس شده است. نجف‌پور در پایان گفت: امیدواریم با به ثمر رسیدن این اصلاحات قانونی، نقش و جایگاه نمایندگان مصرف‌کنندگان در نظام تصمیم‌سازی، مدیریت و نظارت بر بازار همانند بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته بیش از قبل تقویت شود و در نهایت مردم از مزایای آن بهره برند.

> حمایت واقعی از مصرف‌کنندگان زمانی اتفاق می‌افتد که زیرساخت‌ها و بسترهای بازارهای رقابتی و ضد انحصار، ثبات اقتصادی و برخورداری مردم از بازار آزاد فراهم باشد

تشکل‌ها نیاز به دست باز دارند

رئیس انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان عنوان کرد: حقیقت این است که مصرف‌کنندگان در سال‌های اخیر وضعیت چندان مناسبی نداشته‌اند و به نظر 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 به دلیل نداشتن پایگاه و جایگاه مناسب همواره جزو مظلوم‌ترین اقشار در همه موضوعات بوده‌اند.

حمایت نامطلوب از حقوق مصرف‌کننده

وی با اشاره به اینکه 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 وجود دارد، گاهی فقط منافع بخشی اهمیت پیدا می‌کند و در نهایت حقوق مصرف‌کننده در مسیر نادرست هدایت می‌شود.

مقایسه با کشورهای پیشرفته

نجف‌پور در قیاس نقش تشکل‌های حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در ایران و کشورهای پیشرفته یادآور شد: در کشورهای پیشرفته مشاهده می‌شود 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 به دلیل 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.

باید به ساختار درست حمایت برسیم



حسین ابراهیمی، عضو انجمن ملی حمایت از مصرف‌کنندگان در گفت‌وگو با صمت عنوان کرد: متاسفانه در حال حاضر با تمام تلاش‌های انجمن ملی حمایت از مصرف‌کنندگان، بازخورد بیرونی خاصی از تلاش‌های اعضای دیده نمی‌شود. تلاش‌های انجمن زمانی می‌تواند مثبت تلقی شود که بازخوردهای مثبت آن در جامعه دیده شود. حتی می‌توان گفت حضور انجمن ملی حمایت از مصرف‌کنندگان در سال‌های اخیر حتی نسبت به گذشته نیز کمرنگ‌تر شده که البته این موضوع به معنی تلاش نکردن اعضای انجمن نیست و بیشتر مربوط به ایرادهای ساختاری و ریشه‌ای انجمن می‌شود.

این عضو انجمن ملی حمایت از مصرف‌کنندگان در ادامه تاکید کرد: امروز می‌بینیم انجمن حتی یک دفتر مستقل برای انجام امور خود در اختیار ندارد و همین مسائل باعث می‌شود تاثیر این تشکل بر جامعه هر روز کمرنگ‌تر از گذشته باشد.

مشکلات انجمن دولتی

ابراهیمی مهم‌ترین ایراد در نوع فعالیت‌های انجمن ملی حمایت از مصرف‌کنندگان را خاستگاه آن دانست و افزود: این انجمن بیش از آنکه مردمی باشد، دارای جایگاه دولتی است. به این ترتیب نمی‌توان انتظار داشت در ادامه نیز ساختار آن با ترتیب و توالی مطلوب شکل بگیرد. تشکلی که منشأ آن دولتی است نمی‌تواند به‌درستی مدافع حقوق مصرف‌کنندگان باشد.

سلسله‌مراتب تشکیل انجمن‌ها

ابراهیمی خاطرنشان کرد: سلسله مراتب تشکیل انجمن‌های مردم‌نهاد باید برعکس باشد و به جای اینکه از شهرستان به استان و پس از آن به سطح کشوری برسد، باید اول سنگ بنای انجمن در سطح ملی گذاشته می‌شد و پس از آن به تشکیل انجمن در استان و شهرستان‌ها می‌پرداختیم.

رئیس سابق انجمن ملی حمایت از مصرف‌کنندگان در ادامه تاکید کرد: باید مانند ساختارهایی مثل مجلس که جایگاه آن مشخص است، به تشکل‌ها نیز نگاه شود و آن را به‌عنوان پارلمان مردمی حقوق مصرف‌کننده بشناسند در حالی که اکنون چنین ساختار و جایگاهی درباره انجمن وجود ندارد.

اصلاح ساختاری انجمن

رئیس سابق انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان همچنین خاطرنشان کرد: تا وقتی که اصلاح ساختاری در انجمن ایجاد نشود یا بحث‌های بودجه‌ای آن شکل نگیرد، نمی‌توان انتظار داشت حمایت از مصرف‌کننده در بخش تشکل‌های مردمی سر و شکلی مطلوب یابد.

این عضو انجمن ملی حمایت از مصرف‌کنندگان در پایان با اشاره به ضرورت حمایت از حقوق مصرف‌کننده توسط تشکل‌های مردم‌نهاد گفت: این موضوع سال‌هاست در کشورهای پیشرفته با روش درست شکل گرفته است اما هنوز در این زمینه راه زیادی در پیش داریم.

انجمن ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در صورت دستیابی به جایگاه درست می‌تواند به شکل مناسبی از حقوق مصرف‌کنندگان دفاع کند. در غیر این صورت اقدامات این تشکل تنها روی کاغذ می‌ماند و ضمانت اجرایی نخواهد داشت.

انجمن نباید نمایشی باشد

حسین ابراهیمی که سابقه ریاست این انجمن را نیز در کارنامه کاری خود دارد، درباره نقش فعلی تشکل‌ها در حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان عنوان کرد: برای اینکه بدانیم جایگاه حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در کشور کجاست، باید در گام نخست به این موضوع بپردازیم که انجمن ملی 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 افزود: متاسفانه در حال حاضر کمتر نشانی از انجمن ملی 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. 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.

سخن پایانی

با توجه به آنچه گفته شد، به نظر می‌رسد حضور تشکل‌های مردم‌نهاد در حوزه حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در کشور ما با تمام شعارهایی که درباره آن داده می‌شود هنوز نتوانسته به استقلال کافی و جایگاه مناسب برسد. این ساختار که باید از زاویه مصرف‌کنندگان شکل بگیرد و به موضوعات مربوط به بازارهای مصرف بپردازد، وقتی برای بقای خود نیازمند حمایت دولت باشد چگونه می‌تواند به درستی از حقوق مصرف‌کننده دفاع کند.

تلاش‌ها در انجمن اگرچه در سال‌های اخیر و با توجه به امکانات آن قابل قدردانی است، نمی‌تواند در مقایسه با نابسامانی‌های بازارهای داخلی و چالش‌های اقتصادی موجود کار چندانی را از پیش ببرد. حمایت از مصرف‌کننده اگر تنها محدود به نشست‌های خبری و اظهارنظرهای رسمی دولتی باشد، نه تنها اثر مثبتی بر این بخش نخواهد داشت، که حتی می‌تواند نتایج مخرب‌تری را نیز به دنبال داشته باشد.

آگهی حق تقدم

شرکت تأمین نیاز بنکداران متحد البرز (سهامی خاص) شماره ثبت ۱۳۸۷۸ و شناسه ملی ۱۴۰۰۵۴۸۱۸۶۹

پیرو مصوب مجمع عمومی فوق‌العاده مورخ ۱۴۰۰/۰۹/۰۹ و تفویض اختیار عملی شدن افزایش سرمایه شرکت به هیات‌مدیره و تصویب افزایش سرمایه شرکت بدینوسیله از کلیه سهامداران شرکت مذکور دعوت بعمل می‌آید طی شرایط ذیل از حق‌تقدم خود استفاده نمایند.

۱. سرمایه شرکت ازمبلغ ۶۰,۲۹۶,۰۰۰,۰۰۰ ریال به مبلغ ۹۳,۵۱۹,۰۰۰,۰۰۰ ریال منقسم بر ۹,۳۵۱,۹۰۰ سهم با نام عادی ۱۰,۰۰۰ ریالی با نام عادی افزایش یافت.

۲. افزایش سرمایه در این مرحله از محل مطالبات حال شده سهامداران صورت می‌پذیرد.

۳. وفق ماده ۱۶۶ لایحه اصلاحی قانون تجارت هر یک از سهامداران در موعد مقرر از تاریخ نشر این آگهی ظرف مدت ۶۰ روز می‌توانند با مراجعه به محل شرکت از حق‌تقدم خود استفاده و در این مرحله از افزایش سرمایه شرکت کنند.

٤. هر یک از سهامداران می‌توانند به نسبت به هریک سهم خود از حق‌تقدم خود استفاده کنند.

۵ چنانچه هر یک از سهامداران در موعد مقرر و در این مرحله از افزایش سرمایه خود استفاده ننمایند هیات‌مدیره می‌تواند حق‌تقدم استفاده نشده را به سایر سهامداران متقاضی واگذار نمایند.

هیات‌مدیره شرکت

مناقصه ماشین آلات و سرویس کارکنان

شرکت معدن کار باختر در نظر دارد فعالیت‌های سال ۱۴۰۱ خود در واحد باباعلی به شرح جدول ذیل به پیمانکاران واجد شرایط واگذار نماید.

دستگاه مورد نیاز	مدل	تعداد	عملیات	واحد
کامیون آبپاش	۱۰چرخ - ۱۰۰۰۰ لیتری	۲	آبپاشی مسیرهای تردد ماشین‌آلات	لیتری (باسکول می شود)
وانت	ظرفیت حداقل ۱ تن	۲	تدارکات-تراک سرویس	روزانه
مینی بوس	۱۹ تا ۲۱ نفره	۳	سرویس کارکنان همدان (۱دستگاه سه شیفت روزانه و ۲دستگاه یک شیفت روزانه)	یکی ۳شیفت در روز دیگری ۱شیفت در روز
گریدر	معادل کوماتسو۷۰۵	۱	ریگلاژ مسیرهای تردد و برفروبی	روزانه
دریل واگن	هیدرولیک	۲	حفاری با قطر ۸۹ میلیمتر و عمق حداکثر ۱۲متر	متری
تراکتور	رومانی	۱	آبرسانی	سرویسی
خودروی سواری	معادل پژو روآ	۱	سرویس کارکنان قروه	سرویسی

از متقاضیان محترم دعوت به عمل می‌آید پس از هماهنگی با سرپرست واحد باباعلی(همدان، کیلومتر ۳۵ جاده سنندج، ۳کیلومتری روستای باباعلی، معدن سنگ‌آهن باباعلی) آقای مهندس عباسی ۰۹۱۹۱۳۴۹۰۲۴

نسبت به بازدید، دریافت اسناد و تحویل آن ظرف مدت ۱۰روز پس از تاریخ درج آگهی به آدرس مربوط مراجعه نمایند. (اسناد مناقصه صرفاً از طریق سایت www.madankarbakhtar.ir قابل دریافت می‌باشد).

شرکت معدن کار باختر (سهامی خاص)

مشتری‌مداری حرف اول و آخر را می‌زند

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، عدم‌کارآیی و ثمربخشی یا ایراد خسارت، برای جبران ضرر خود از آن استفاده کند. به گزارش صمت 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.



عکس: صمت

گروه تجارت
editor@smtnews.ir

در بررسی پیشینه تاریخی این حق به سال ۱۹۶۲ میلادی و حقوقی با عنوان حقوق مصرف‌کننده می‌رسیم که در سخنرانی جان اف کندی، پنجمین رئیس‌جمهوری ایالات متحده امریکا به رسمیت شناخته شد. کندی در آن سخنرانی لزوم قانون‌گذاری جدید و اقدام هماهنگ را خاطرنشان کرد و ۴ حق را به‌عنوان حداقل حقوق برای مصرف‌کننده به‌رسمیت شناخت:

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 هزار و 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 از سوی مردم است. همچنین با رعایت استانداردها در تولید و عرضه کالا و خدمات می‌توان گام بلندی در این عرصه برداشت. به اعتقاد آنها در عصر حاضر، ضرورت تولید کالاهای مصرفی و خدمات مطابق با اصل مشتری‌مداری و رعایت حقوق مصرف‌کننده قبل و بعد از فروش کالا به حقی انکارناپذیر تبدیل شده است؛ اصلی که در کشور ما هنوز با استانداردهای جهانی آن فاصله دارد.

در پرونده این شماره صمت به‌مناسبت روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به جایگاه این اصل در اقتصاد ایران پرداخته و از الزامات رعایت این حق سخن گفته‌ایم. هرچند برای رعایت این فاکتور مهم مشتری‌مداری باید به تولیدکنندگان نیز توجه کرد، چراکه موفقیت در این عرصه نیازمند موفقیت در زنجیره تولید تا مصرف است. به‌اعتقاد برخی کارشناسان بسیاری از فعالان اقتصادی که هر یک در جایگاه خود مشتری برای عرضه‌کننده بالادستی به‌شمار می‌روند و در بعدی دیگر در جایگاه فروشنده و تولیدکننده در مقابل مصرف‌کننده قرار دارند، رکن مشتری‌مداری را آن‌طور که باید رعایت نمی‌کنند.

همزمان با پیشرفت و توسعه صنعتی در جهان و ضروریات زندگی صنعتی، حقوق بشر با رویکردی تازه از مسائل و مشکلات روبه‌رو شد که در سایه آن و برای حمایت از بشر در نقش مصرف‌کننده و تنها مخاطب زندگی صنعتی، شاخه‌ای از علم حقوق با عنوان حقوق مصرف‌کننده پا به عرصه حیات گذاشت.

توجه به حقوق مصرف‌کنندگان از مباحث مهمی است که در معنای خاص خود، طیف وسیعی از مجموعه اقداماتی که به‌نوعی ناظر بر مسائل کمیت، کیفیت، توزیع، اطلاع‌رسانی، خدمات بعد از فروش، نرخ فروش و رسیدگی به نظرات مردم است را شامل می‌شود. حقوق مصرف‌کننده یعنی مجموعه اختیارات و امتیازاتی که مصرف‌کننده در قبال خرید یک کالا یا خدمت از فروشنده دریافت می‌کند تا در صورت بروز اشکال، معلوم شدن عیب و نقص، احراز ضرر و زیان، عدم‌کارآیی یا ایراد خسارت، برای جبران ضرر خود از آن استفاده کند. همچنین تاکید بر نصب برچسب نرخ روی کالاها و خدمات، عدم‌فروش اجباری کالا، گران‌فروشی، کم‌فروشی جلوگیری از چندگانگی و نوسانات نامتناسب قیمت‌ها، جلوگیری از ایجاد درآمد و امتیاز مالی ویژه برای اقشار خاص (رانت) و تقلب از جمله حقوق مصرف‌کننده به‌شمار می‌رود. باید توجه داشت که حقوق مصرف‌کننده در معنای عام خود، تنها به حقوق مصرف‌کنندگان نهایی کالاها و خدمات منحصر نمی‌شود، بلکه شرکت‌ها در برابر تمامی افراد جامعه، حتی نسل‌های بعدی، مسئول هستند. به‌عنوان مثال، آسیب رساندن به محیط‌زیست یا آلودگی آب‌ها حتی برای تولید کالایی با کیفیت برای استفاده نهایی گروه معدودی از افراد یا تولید موتورسیکلت‌ها و خودروهایی که میزان آلایندگی آنها بیش از استاندارد است، ظلم به حقوق مردم در استفاده از محیط زندگی پاک است؛ بنابراین با یک دیدگاه کلی، حقوق مصرف‌کننده شامل در نظر داشتن منافع بلندمدت تمامی افراد جامعه اعم از مصرف‌کنندگان محصولات نهایی کالا و خدمات و سایر افراد است. به‌طور کلی در اقتصاد و تجارت، زنجیره تولید و مصرف یک فرآورده، شامل تولیدکننده، توزیع‌کننده و مشتری (مصرف‌کننده) است که هریک از این سه رکن دارای حق‌وحقوقی هستند. در موارد بسیاری شاهد دفاع از حقوق تولیدکننده و توزیع‌کننده بوده‌ایم، در حالی که حقوق مصرف‌کننده بیشتر در سایه مانده است. در جوامع صنعتی حقوق مصرف‌کننده فقط توسط خود مصرف‌کننده دفاع نمی‌شود و گروه‌های متعددی به‌دنبال دفاع از حقوق مصرف‌کنندگان هستند. انتخاب اختیاری کالا یا خدمات، حق ابتدایی مصرف‌کننده است که انحصار می‌تواند این حق اولیه را روز به روز کم‌رنگ‌تر کند. متاسفانه به‌دلیل آنکه صاحبان انحصار معمولا ارباب قدرت نیز هستند، رسمیت‌دادن به چنین حقوقی، کاری دشوار و در برخی موارد محال است. کالاها یا خدماتی که به انحصار در می‌آیند، ارائه‌دهنده را ملزم به رعایت کیفیتی که متضمن حقوق مصرف‌کننده است، نمی‌کند، در صورتی که روی دیگر سکه، گسترش رقابت در تجارت است. در دنیای رقابتی امروز، تولیدکنندگان معتبر بیشتر به‌دنبال عرضه کالاها و خدماتی هستند که دقیقا موردنیاز مصرف‌کننده است. این تولیدکنندگان برای رسیدن به موفقیت و ادامه فعالیت طولانی، پیوسته از مشارکت مصرف‌کننده در تدوین استانداردهای کالا و خدماتی که برای فروش به آنها عرضه می‌شود، استفاده می‌کنند. در کشور ما نیز در آینده با حرکت اجباری به سمت سیستم تجارت جهانی و تحول در سیستم بازار، بسیاری از موارد کنترل‌کننده از جمله تعرفه و لیست‌های ممنوعیت صادرات و واردات کالاها لغو خواهد شد و قدرت رقابت و نظر مشتری حرف آخر را خواهد زد. در این دنیای رقابتی، تولیدکنندگان داخلی بیشتر نیاز خواهند داشت که کالاها و خدماتی را به مشتریان ارائه دهند که دقیقا موردنیاز آنهاست و برای رسیدن به موفقیت نیازمند مشارکت مصرف‌کننده در تدوین استانداردهای کالا و خدمات خواهند بود؛ بنابراین وجود این حلقه ارتباطی در آینده ضروری به نظر می‌رسد. در ادامه، با رعایت حقوق مصرف‌کننده، فضای کسب‌وکار با افزایش بهره‌وری اصلاح خواهد شد. ایجاد شرایط رقابتی در تولید و خدمات قطعا تامین‌کننده رضایت مشتری و حقوق مصرف‌کننده خواهد بود اما برای شروع این فرآیند در کشور نخست باید سیستم رقابتی جایگزین انحصار و تعیین نرخ یک‌طرفه شود.

> ایجاد شرایط رقابتی در تولید و خدمات قطعا رضایت و حقوق مصرف‌کننده را تامین می‌کند اما برای شروع این فرآیند ابتدا باید سیستم رقابتی جایگزین انحصار و تعیین نرخ دستوری شود

حقوق مصرف‌کننده در ایران

یکی از راهکارهای عملی ایجاد انگیزه در تولیدکنندگان برای رعایت حقوق مصرف‌کننده، تشویق‌های مستقیم و غیرمستقیم دولت از تولیدکنندگان است. در همین راستا از سال ۱۳۸۰، ۹ اسفند به‌عنوان روز «ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان» در تقویم رسمی کشور به ثبت رسیده است. هدف از برگزاری و انتخاب 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... است 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 همین‌رو در راستای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان از سال ۱۳۸۰ در 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 به بنگاه‌هایی که ۲ سال پیاپی این لوح را دریافت کنند، تندیس حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان اعطا می‌شود. 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 یادشده 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.

سخن پایانی

حقوق مصرف‌کننده یکی از مهم‌ترین موضوعاتی است که در زندگی همه افراد یک جامعه تاثیر بسزایی دارد. در واقع حقوق مصرف‌کننده، مجموعه قواعدی است که تمام 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 از حقوق 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.

یادداشت

تفاوت حمایت از حقوق مصرف‌کننده در ایران و کشورهای پیشرو



غلامعلی رموی
کارشناس اقتصاد

این روزها مصادف است با ایام پایانی سال و در آستانه ۹ اسفند روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان. انتخاب روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کننده در این زمان شاید به‌نوعی یک خوش‌سلیقگی تلقی شود، چراکه در ایام پایانی سال، حجم زیادی از تقاضا برای خرید کالا و خدمات در بازار از سوی مصرف‌کنندگان ایجاد می‌شود و می‌توان شرایط جاری رعایت حقوق مصرف‌کنندگان را بهتر ارزیابی کرد. در همه دنیا در ایام پایانی سال، بنگاه‌های اقتصادی از طرق مختلف تلاش دارند نسبت به عرضه کالاها و خدمات خود به شکل ویژه اقدام کنند و بسترهایی برای فروش‌های فوق‌العاده در جهت جذب مشتری بیشتر داشته باشند. در بیشتر کشورها به‌ویژه کشورهای غربی و اروپایی روزهای سال نو و کریسمس در یک فرآیند حدود ۲۰ روزه شروع می‌شود؛ در این زمان، بنگاه‌های مختلف اقتصادی با ایجاد تخفیف‌های واقعی با ارائه تخفیف‌ها و هدایای مختلف به مصرف‌کنندگان، توان خود را در فروش کالای ارزان نشان می‌دهند. هدف این برنامه علاوه بر فروش بیشتر از طریق تبلیغات وسیع، فراهم کردن بسترهایی برای ایجاد یک فضای مفرح اقتصادی است تا همگان در کنار هم از این شرایط بهره‌مند شوند. البته در بطن موضوع، منافع تولیدکننده، توزیع‌کننده و مصرف‌کننده نیز تامین می‌شود، زیرا تولیدکننده و مصرف‌کننده هم با فروش و خرید بیشتر امکان بیشتری برای کسب سود و منفعت به‌دست می‌آورند و این یعنی موفقیت. از منظر قدرت خرید مصرف‌کنندگان در این کشورها این امکان برای خریدار وجود دارد که با داشتن حداقل درآمد، کالای موردنیاز خود را به‌صورت تمام اقساط بدون بهره و سودهای آنچنانی با همه ضمانت‌های گفته‌شده خریداری کند.

حالا مقایسه این آمار با شرایط بازار کشور و حجم شکایات مردمی ناشی از گران‌فروشی، کم‌فروشی، تقلب و... به ستادهای خبری در طول یک سال و مقایسه تعداد بازرسی‌ها که از چند میلیون بازرسی و چند صد هزار شکایت و گزارش تخلف چه میزان از اجحاف در حق مصرف‌کننده را نشان می‌دهد. از این مختصر می‌توان فهمید چه تفاوتی میان جایگاه حمایت از حقوق مصرف‌کننده در اقتصاد ایران و کشورهای پیشرو در این حوزه مشاهده می‌شود. این سطح از ارتقای حقوق مصرف‌کننده می‌تواند در اثر عوامل و تجارب گوناگون در روند تحولات اقتصادی این کشورها ایجاد شود. اقتصاد توسعه، پس از جنگ جهانی دوم در اروپا به این نتیجه رسید که شرط موفقیت بنگاه‌های اقتصادی در تولید رقابتی مشتری‌مدارانه بدون دخالت مستقیم دولت و فقط نظارت عالیه دولت در بازار حاصل می‌شود.

در این مسیر، بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی دچار مشکلات عدیده اقتصادی و حتی ورشکستگی شدند اما توانستند خود را از این مرحله عبور دهند. اما در اقتصاد ما، تنها مصرف‌کننده بود که در مقابل شرایط تورمی قرار گرفته و جریان تورم با عبور از همه زنجیره‌های تامین تا قبل از مصرف به مصرف‌کننده منتقل شده است. امروز بر اثر فشارهای اقتصادی ناشی از تورم، رمقی برای مصرف‌کننده باقی نمانده است. مطابق آمارهای موجود، قدرت خرید مردم به‌شدت کاهش یافته و به تبع این موضوع، بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی امکانی برای فروش محصولات خود ندارند. از سوی دیگر، بسیاری از کالاهای تولیدی با همه حمایت‌های انجام‌شده به سبب کیفیت پایین در مقایسه با استانداردهای جهانی، بازار صادراتی قابل اتکایی ندارند؛ بنابراین کالای تولیدی در انبارها به‌صورت روزانه دچار افزایش نرخ می‌شوند و مصرف‌کننده تنها نظاره‌گر بازی موش و گربه میان تولیدکننده و توزیع‌کننده در فرآیند افزایش نرخ است. حال سؤال اصلی اینجاست که در شرایط موجود آیا آسیبی که مصرف‌کننده در اثر مشکلات اقتصادی تحمل کرده با آسیب سایر بخش‌های زنجیره تامین، تولید و توزیع برابر است؟ آیا روند تورمی بازار سرمایه بنگاه تولید و توزیعی را همانند مصرف‌کننده از بین برده است؟ آیا قدرت اقتصادی مصرف‌کننده هم به میزان تورم ترمیم شده است؟ آیا سیاست‌های حمایتی به سمتی هدایت‌شده که بخشی از این تورم به ارکان مختلف زنجیره تولید تا قبل مصرف انتقال یابد یا فقط قرار است هرگونه افزایش نرخ احتمالی به مصرف‌کننده منتقل شود و دیگر ارکان فقط هدایت‌کننده و به‌عنوان یک اپراتور افزایش قیمت‌ها عمل کنند؟ چرا برای این موضوع فکری نمی‌شود؟ اگر در حال حاضر بسیاری از بنگاه‌های اقتصادی با رکود مواجه شده‌اند باید بدانند که مصرف‌کننده در حال حاضر خلع سلاح شده و این امر می‌تواند با ورود ایران به بازارهای جهانی به سقوط آنها (تولیدکنندگان و واسطه‌ها) بینجامد. اگرچه فعلا از روز ملی حمایت از مصرف‌کننده در حد نام مناسبتی در تقویم باقی مانده اما این ساقه خشکیده یک روز با همت همین مردم و دلسوزان مردم و انقلاب دوباره بارور خواهد شد و قرائت واقعی از جایگاه و نقش حمایت از حقوق مصرف‌کننده در تعالی اقتصاد کشور ارائه خواهد کرد. رنج‌نامه حمایت از حقوق مصرف‌کننده در اقتصاد ایران اگرچه فرازوفرودهایی را تجربه کرده اما آینده اقتصاد ایران را همین توجه به حقوق مصرف‌کنندگان ضمانت خواهد کرد.

نوبت اول

تجدید ۲ فراخوان مناقصه عمومی و دو مرحله‌ای همراه با ارزیابی کیفی

شرکت گاز استان تهران در نظر دارد فراخوان ارزیابی کیفی جهت برگزاری مناقصه از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری ارزیابی کیفی از دریافت و تحویل اسناد استعلام ارزیابی کیفی تا ارسال دعوتنامه جهت سایر مراحل مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس WWW.SETADIRAN.IR انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی ، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. ا طلاعات و اسناد مناقصه عمومی پس از برگزاری فرآیند ارزیابی کیفی و ارسال دعوتنامه از طریق سامانه ستاد به مناقصه گران واجد صلاحیت ارسال خواهد شد.

الف : مدت تحویل : مطابق جدول ذیل پس از نفوذ قرارداد با احتساب ایام تعطیل

ب : مناقصه گر لازم است شخصیت حقوقی داشته باشد

ج: مناقصه گر لازم است توانایی تودیع ضمانت نامه بانکی شرکت در مناقصه به میزان مندرج در جدول ذیل را داشته باشد . (در مرحله ارزیابی کیفی نیاز به ارائه ضمانتنامه نمی باشد.)

د: توانایی تهیه وتسلیم ضمانت نامه بانکی حسن انجام تعهدات توسط مناقصه گر به میزان ۱۰ ٪ کل مبلغ پیشنهادی (در صورت برنده شدن)

ه: کالای پیشنهادی لازم است ساخت شرکتهای معتبر و مورد تائید شرکت ملی گاز ایران بوده و در صنعت گاز سوابق موثر و مطلوب داشته باشند.

و: ثبت نام و اخذ کد ملی اطلاع رسانی مناقصات از معاونت برنامه ریزی ونظارت راهبردی ریاست جمهوری .

ز: مناقصه گرلازم است دارای کد اقتصادی از وزارت امور اقتصاد و دارایی باشد و ایران کدکالا و شناسه ملی را نیزارائه نماید.

ح: از کلیه ی سازندگان و تامین کنندگان داخلی موجود در فهرست بلند منابع واحد دستگاه مرکزی وزارت نفت (AVL) به منظور تامین کالا و تجهیزات مورد نیاز صنعت نفت واجد شرایط دعوت می گردد ، از تاریخ چاپ آگهی و اعلان عمومی سامانه ستاد ظرف دو روز نسبت به دریافت اسناد از این سامانه اقدام نمایند . شرکت هایی که در مهلت مقرر مدارک را دانلود نمایند، ۱۵ روز فرصت خواهند داشت تا مدارک ارزیابی کیفی را تکمیل و به سامانه ارسال نمایند.(عضویت در فهرست بلند منابع واحد دستگاه مرکزی (AVL) جهت مناقصه الزامی می باشد)

ط: ارائه اظهارنامه مالیاتی ، ترازنامه منتهی به آخرین سال مالی حسابرسی شده و اعتبار نامه بانکی و اساسنامه شرکت و مجوز امضای الکترونیک از دفاتر اسناد رسمی در اسناد کیفی الزامی می باشد.

ی: لازم است پاسخ استعلام ارزیابی کیفی دارای مهر و امضای دیجیتال صاحبان امضای مجاز شرکت باشد.

ک: شرکت کنندگان در فراخوان ارزیابی کیفی صرفاً پس از احراز صلاحیت، مجاز به ارائه ضمانت نامه شرکت در مناقصه خواهند بود .

شرکت گاز استان تهران در رد پیشنهاداتی که شرایط این آگهی و اسناد مناقصه را رعایت ننمایند مختار است و مناقصه گرحق هیچ گونه اعتراضی را نخواهد داشت.

مناقصه	عمومی دو مرحله ای
شرح کالا	۵ قلم شیر توپی جوشی
شماره تقاضا	۳۳۸۴۸۹۹۱۳۱
شماره فراخوان	۲۰۰۰۰۹۲۷۶۹۰۰۰۱۶۴
مبلغ ضمانت نامه	۱،۸۲۸،۵۰۰،۰۰۰ ریال
مدت تحویل	حداکثر ۳ ماه

اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه :
مرکز تماس :۰۲۱-۴۱۹۳۴

روابط عمومی شرکت گاز استان تهران

شناسه آگهی ۱۲۸۳۰۰۳

مزایده شماره ۰۰۰۴۱۵

آگهی مزایده عمومی

شرکت فولاد هرمزگان جنوب

موضوع مزایده: فروش نرمه آهن اسفنجی

مواد مورد مزایده به شرح جدول ذیل:

ردیف	شماره مزایده	شرح کالا	واحد	مقدار	مبلغ ضمانت شرکت در مزایده (ریال)
۱	۰۰۰۴۱۵	نرمه آهن اسفنجی	کیلوگرم	۸۰،۰۰۰،۰۰۰	۵۴،۸۱۶،۰۰۰،۰۰۰ ریال

نحوه شرکت در مزایده:

کلیه اشخاص حقوقی برای شرکت در مزایده می‌توانند جهت بازدید و دریافت اسناد مزایده مبلغ ۵۰۰/۰۰۰ ریال به حساب ۰۱۱۱۱۱۱۱۰۰۰۰۸ بنام شرکت فولاد هرمزگان جنوب، نزد بانک ملی شعبه گمرک بندرعباس واریز نموده و با ارائه فیش واریزی و درخواست کتبی در ساعت اداری (بجز روزهای پنجشنبه و ایام تعطیل) پس از هماهنگی به شرکت فولاد هرمزگان مراجعه نمایند و یا با ارسال فیش واریزی از طریق فکس به شماره ۰۷۶-۳۳۵۳۰۰۵۵ و یا آدرس‌ایمیل Nikhalat.m@hosco.ir اسناد را از طریق الکترونیکی دریافت‌نمایند.

ارائه معرفی‌نامه، داشتن مهر شرکت (اشخاص حقوقی) و رسید واریزی هزینه خرید اسناد جهت دریافت حضوری اسناد الزامی است.

محل دریافت اسناد:

بندرعباس، کیلومتر ۱۳ جاده اسکله شهید رجایی، شرکت فولاد هرمزگان جنوب، واحد خرید مواد مصرفی و فروش کالای مازاد.

جدول زمانی انجام مزایده:

تاریخ شروع فروش اسناد	تاریخ پایان فروش اسناد	آخرین مهلت ارائه پاکت‌های مزایده	تاریخ گشایش پاکت‌ها
۱۴۰۰/۱۲/۰۷	۱۴۰۰/۱۲/۱۱	۱۴۰۰/۱۲/۱۶ تا ساعت ۱۲:۰۰	۱۴۰۰/۱۲/۱۷

متقاضیان برای آگاهی بیشتر می‌توانند در ساعات اداری با شماره تلفن ۰۷۶-۴۴۸۴۸۸۱۳ تماس حاصل فرمایند و یا به سایت فولاد هرمزگان به آدرس www.hosco.ir مراجعه نمایند.

جهت حضور افراد در فولاد هرمزگان و بازدید از موضوع مورد مزایده، هماهنگی با شماره فوق (۴۸ ساعت قبل از حضور) الزامیست.

هزینه درج آگهی با برنده مزایده می‌باشد.

روابط عمومی شرکت فولاد هرمزگان جنوب

بهبود فضای کسب‌وکار اولویت امروز ایران



میرسامان پیشوایی، رئیس سازمان ملی بهره‌وری ایران از دیگر سخنران نوزدهمین همایش ملی تعالی سازمانی بود. وی در این همایش گفت: فوری‌ترین مسئله‌ای که در کشور داریم بهبود وضعیت اقتصاد و فضای کسب‌وکار است و پنجره زمانی که در اختیار داریم زیاد نیست.

وی افزود: اگر نتوانیم طی چند سال آینده این بهبود را ایجاد کنیم، پیامدهای آن نه‌تنها برای ما بلکه برای نسل‌های آینده نیز باقی خواهد بود.

رئیس سازمان ملی بهره‌وری ایران با بیان اینکه باید از منابع در دسترس خود به نحو احسن استفاده کنیم، گفت: طی ۱۰ سال گذشته متوسط رشد اقتصادی ما نیم درصد بوده، در حالی که متوسط رشد بهره‌وری طی این مدت منفی یک درصد بوده است. در طول برنامه پنجم توسعه متوسط رشد بهره‌وری ما منفی ۱.۲ و در طول برنامه ششم توسعه منفی ۰.۳ درصد بوده است. در بخش خدمات، صنعت و معدن، نفت و گاز متوسط رشد بهره‌وری ما منفی بوده و تنها حوزه‌ای که طی ۱۰ سال گذشته متوسط بهره‌وری مثبت داشته بخش کشاورزی بوده است.

وی با اشاره به نقش ۳.۵ درصدی بهره‌وری از محل بهره‌وری در سال آینده امکان‌پذیر است، اظهار کرد: دستیابی به این هدف سخت نیست. در سال ۹۹ رشد ۵.۷ درصدی از محل بهره‌وری داشته‌ایم. اینکه پس از چند سال رشد منفی، رشد مثبت داشته باشیم کار فوق‌العاده‌ای نیست؛ مسئله مهم رشد پایدار این نرخ است. رقبای ما در کشورهای آسیایی متوسط رشد بهره‌وری مثبت ۱.۷ درصد در سال داشته‌اند. باکیفیت‌ترین نحوه رشد اقتصادی، رشد از طریق بهره‌وری است. اگر به دنبال این هستیم که آینده بهتری برای زندگی مردم رقم بزنیم باید به این مسئله اهمیت بدهیم.

وی با اشاره به پایداری گفت: آنچه در سازمان بهره‌وری روی آن تمرکز می‌کنیم ایجاد حرکت ملی بهره‌وری است و زیرساخت آن شبکه ملی بهره‌وری است. اگر در برخی از کشورهای شرق آسیا بررسی کنید، زیرساخت آن یک شبکه بهره‌وری بوده که محدود به بخش دولت نبوده است.

پیشوایی با اشاره به اینکه هدف این حرکت ملی بهره‌وری، نوآوری و رقابت است، گفت: رتبه تولید علم ما در دنیا ۱۶ است که رقم خوبی است اما در شاخص نوآوری جهانی رتبه ۶۰ داریم؛ مشکل ما تبدیل دانایی به توانایی است یا تبدیل علم به ثروت ملی.

وی افزود: در حوزه رقابت که با فضای کسب‌وکار ارتباط دارد، یکی از موضوعات جدی موجود در کشور «قیمت‌گذاری‌های غیرواقعی» است. در سال گذشته ۱۸۰۰ همت بودجه شرکت‌های دولتی بوده در حالی که کل بودجه دولت حدود ۱۳۰۰ همت بوده است. اگر دولت می‌خواهد به مردم برای برخی کالاها یارانه بدهد ایرادی ندارد اما وجه آن را به صورت مستقیم یا از طریق مردم به آن سازمان پرداخت کند.

رئیس سازمان ملی بهره‌وری ایران گفت: نخستین گام برای ایجاد حرکت ملی بهره‌وری، اطلاعات دادن به مردم و نخبه‌ها است. در همین راستا هفته گذشته سامانه‌ای به نام «سابا» در سازمان ملی بهره‌وری به صورت عمومی راه‌اندازی شده است که اطلاعات بهره‌وری، عملکرد سازمان‌های دولتی، مقایسه ایران با سایر کشورها و... در آن وجود دارد. در گام بعدی به دنبال توانمندسازی بخش‌های مرتبط با این حوزه هستیم.

پیشوایی تصریح کرد: بهره‌وری به‌شدت به عدالت وابسته است. درحال‌حاضر عدالت را صرفا به «عدالت درون‌نسلی» تقلیل دادیم؛ یعنی آیا نفتی که فروخته می‌شود عادلانه میان ما تقسیم می‌شود؟ عدالت بُعد دیگری هم به نام «عدالت بین‌نسلی» دارد که باید به آن توجه کرد در غیر این صورت به نسل‌های بعدی مدیون هستیم.

وی ادامه داد: موردی که باید به دنبال آن باشیم تبیین بهره‌وری است. براساس صحبتی که رهبر معظم انقلاب درباره جهاد فرمودند، اولویت‌دارترین بخش در حوزه کسب‌وکار و اقتصاد «بهره‌وری» است که باید به آن توجه کرد.

در نوزدهمین همایش ملی تعالی سازمانی تاکید شد

نوآوری پایدار، عامل تاب‌آوری بیشتر

گروه گزارش
editor@smtnews.ir



در نوزدهمین همایش ملی تعالی سازمانی با حضور رئیس هیات‌عامل ایدرو و مدیرعامل ایمیدرو با اهدای تندیس، تقدیرنامه و گواهی تعهد به تعالی، از برگزیدگان این همایش قدردانی شد. موضوع اصلی این همایش ملی، تعالی و نوآوری پایدار سازمانی بود. بابایی مسلمان، دبیر نوزدهمین همایش تعالی سازمانی در این همایش گفت: امسال دامنه شمول تعالی سازمانی در حوزه‌های ساخت و تولید، خدمات، سلامت، بخش آموزش و بخش عمومی است و تندیس زرین، تندیس سیمین، تندیس بلورین و تقدیرنامه برای تعالی سازمانی و گواهی تعهد به تعالی سازمانی ۵ جوایز تعالی سازمانی در این دوره‌ها بوده است.

برگزیدگان نوزدهمین همایش

به گزارش روابط‌عمومی سازمان مدیریت صنعتی، در نوزدهمین همایش ملی تعالی سازمانی، شرکت فولاد مبارکه اصفهان موفق به کسب تندیس زرین در سال ۱۴۰۰ در بخش ساخت و تولید در سطح سازمان‌های بزرگ شد و تندیس سیمین به شرکت مادرتخصصی هلدینگ توسعه معادن و صنایع معدنی خاورمیانه (میدکو) رسید. همچنین تندیس بلورین در سال ۱۴۰۰ در بخش ساخت و تولید در سطح سازمان‌های بزرگ به ۳ شرکت فولاد هرمزگان جنوب، شرکت پتروشیمی لاله و شرکت فولاد سیرجان ایرانیان تعلق گرفت.

همچنین ۷ شرکت موفق به دریافت تقدیرنامه تک‌ستاره، ۴ شرکت تقدیرنامه دو ستاره، ۹ شرکت تقدیرنامه سه ستاره، ۴ شرکت تقدیرنامه چهار ستاره و ۸ شرکت موفق به کسب گواهی تعهد به تعالی شدند.

آیا عصر نوآوری‌های انفجاری به پایان رسیده است؟



ابوالفضل کیانی بختیاری، مدیرعامل سازمان مدیریت صنعتی سخنران کلیدی نوزدهمین همایش ملی تعالی سازمانی بود. وی در این همایش با موضوع نوآوری پایدار و تعالی سازمانی به سخنرانی پرداخت.

کیانی بختیاری با تعریف انواع نوآوری، به بیان ویژگی‌های نوآوری تدریجی، نوآوری ساختاری، نوآوری انفجاری و نوآوری بنیان‌فکن (برهم‌زننده) پرداخت. وی با بیان این نکته که قرون ۱۹ و ۲۰ قرون نوآوری‌ها و اختراعات بزرگ بود به طرح این پرسش پرداخت که کدام نوآوری‌ها در قرن ۲۱ نوآوری انفجاری بوده‌اند.

مدیرعامل سازمان مدیریت صنعتی، تلفن‌های هوشمند، هوش مصنوعی، اینترنت اشیا، خانه‌های هوشمند، شبکه‌های اجتماعی، خودروهای هیبریدی، پرینتر سه‌بعدی، غذای مصنوعی و... را نمونه‌های نوآوری‌ها در قرن ۲۱ نامید.

وی با طرح این پرسش که آیا عصر نوآوری‌های انفجاری به پایان رسیده است، اظهار کرد: در قرن ۱۹ و ۲۰ شاهد ظهور تکنولوژی‌ها و نوآوری‌هایی بوده‌ایم که تاریخ بشر را متحول کرده‌اند. هر یک از این نوآوری‌ها به نوعی نقطه‌عطفی در زندگی بشر بوده‌اند.

کیانی بختیاری افزود: نوآوری‌های قرن ۲۱، به‌ندرت نوآوری‌های انفجاری هستند، بلکه اغلب نوآوری‌های تدریجی هستند که بر دوش نوآوری‌های رادیکال دو قرن گذشته سوار شده‌اند. بسیاری از نوآوری‌های امروز نوآوری‌های مبتنی بر IT هستند؛ تکنولوژی‌ای که شالوده‌های آن به‌عنوان یک تکنولوژی رادیکال، در قرن ۲۰ پایه‌گذاری شد.

نوآوری‌های قرن ۲۱

کیانی بختیاری خاطرنشان کرد: ممکن است نوآوری‌های قرن ۲۱ از لحاظ تکنولوژی رادیکال نباشند اما در تاثیر بر زندگی بشر رادیکال هستند. مدیرعامل سازمان مدیریت صنعتی ضمن مقایسه نوآوری‌های ۳ قرن اخیر گفت: در قرن ۲۱، به نظر می‌رسد عصر طلایی نوآوری‌های رادیکال به سر رسیده و بعید است دنیا شاهد خلق تکنولوژی‌هایی باشد که زندگی بشر را به پیش و پس از خود تقسیم کنند.

> در قرن ۱۹ و ۲۰ شاهد ظهور تکنولوژی‌ها و نوآوری‌هایی بودیم که تاریخ بشر را متحول کرده‌اند. هر یک از این نوآوری‌ها به نوعی نقطه عطفی در زندگی بشر بوده‌اند

وی تاکید کرد: نوآوری‌های امروزی بیشتر از جنس نوآوری‌های تدریجی و ساختاری و در خوشبینانه‌ترین نوآوری‌های بنیان‌فکن هستند و به‌ندرت شاهد نوآوری‌های رادیکال هستیم و خواهیم بود!

کیانی بختیاری افزود: در دنیای کسب‌وکار، نوآوری‌ها بیشتر از جنس خدمت‌افزایی و پایدار خواهد بود، به نحوی که محصول سنتی یا محصول ناشی از نوآوری تدریجی به اضافه نوآوری در خدمات منجر به خدمت‌افزایی می‌شود.

وی درباره توسعه کسب‌وکارهای پلتفرمی اظهار کرد: در کسب‌وکاری پلتفرمی شاهد توجه به پایداری در رویکردهای جهانی و توسعه صنعتی و فناوری هستیم.

پیگیری نسل ۵ صنعت

مدیرعامل سازمان مدیریت صنعتی درباره نسل ۵ صنعت که از سال ۲۰۲۱ در اروپا پیگیری می‌شود، خاطرنشان کرد: نسل پنجم صنعت اهداف و گستره‌ای فراتر از تولید کالاها و خدمات و سودآوری دارد و بر ۳ عنصر انسان، پایداری و تاب‌آوری استوار است.

وی افزود: نوآوری پایدار شامل ایجاد تغییرات عمدی در محصولات، خدمات یا فرآیندهای یک شرکت برای ایجاد منافع اجتماعی و زیست‌محیطی بلندمدت و در عین حال ایجاد سود اقتصادی برای شرکت است.

کیانی بختیاری تاکید کرد: با ایجاد پایداری در نوآوری، شرکت‌ها می‌توانند محصولات، خدمات و فرآیندهایی ایجاد کنند که هم برای جامعه و هم برای سازمان مفید است.

تفاوت نوآوری سنتی و پایدار

وی درباره تفاوت نوآوری سنتی و نوآوری پایدار گفت: اشکال سنتی نوآوری ممکن است منجر به محصولات، خدمات و فرآیندهای سودآور شود اما ممکن است به کارکنان آسیب برساند یا از منابع طبیعی بیش از حد بهره‌برداری کند، در حالی که نوآوری پایدار به دنبال رسیدگی به این اثرات اجتماعی و زیست‌محیطی ناخواسته است؛ به این معنی است که شرکت‌ها می‌توانند محصولات و خدماتی را ارائه دهند که برای خود و جامعه در بلندمدت مفید است.

مدیرعامل سازمان مدیریت صنعتی تاکید کرد: نوآوری‌های پایدار باید در فرهنگ شرکت گنجانده شود. برخلاف نوآوری‌های سنتی که عمدتا در یک بخش یا واحد تحقیق و توسعه جداگانه انجام می‌شوند، نوآوری‌های پایدار زمانی موفق‌تر خواهند بود که عمیقا در فرهنگ شرکت تعبیه شده باشند.

وی درباره ویژگی‌های نوآوری پایدار تصریح کرد: نوآوری پایدار منعکس‌کننده نسل بعدی تفکر توسعه اقتصادی است و جامعه را به سمت فناوری پاک، اقتصاد سبز و تجارت پاک سوق می‌دهد؛ ضمن اینکه نوآوری پایدار فقط اختراع محصولات یا خدمات جدید نیست. کیانی بختیاری افزود: در سطح سازمانی، اصطلاح نوآوری پایدار درباره طراحی محصول/خدمات و فرآیند و همچنین استراتژی شرکت کاربرد دارد.

الزامات نوآوری پایدار

وی درباره لزوم نوآوری پایدار گفت: نوآوری پایدار باعث حسن شهرت سازمان می‌شود؛ در نتیجه، شرکت‌های متعهد به نوآوری پایدار در جذب استعدادهای موفق‌تر هستند، برند قوی‌تری پیدا می‌کنند و مشتریان وفادارتری خواهند داشت.

مدیرعامل سازمان مدیریت صنعتی تاکید کرد: شرکت‌های متعهد به نوآوری، می‌توانند نوآورتر باشند چون به دلیل داشتن شبکه‌های گسترده‌ای از ذی‌نفعان مختلف، به منابع گسترده‌تری از نوآوری دسترسی دارند، ضمن اینکه شرکت‌های متعهد به نوآوری پایدار مشکلات قانونی کمتری در آینده خواهند داشت.

وی افزود: با گسترش قوانین ملی و جهانی مرتبط با حفظ محیط‌زیست و منافع ذی‌نفعان، شرکت‌های دارای ظرفیت نوآوری پایدار دو مزیت نسبت به سایر شرکت‌ها خواهند داشت، یکی اینکه قوانین زیست‌محیطی جدید مخل کسب‌وکار آنها نخواهند شد؛ دوم اینکه با نوآوری پایدار، درآمدزایی می‌کنند.

تاب‌آورها کدامند؟

کیانی بختیاری خاطرنشان کرد: شرکت‌های متعهد به نوآوری پایدار، تاب‌آورتر هستند چون در شرایط سخت اقتصادی می‌توانند به نوآوری و همچنین وفاداری مشتریان تکیه کنند.

وی درباره تفاوت بهینه‌سازی عملیات در نوآوری سنتی و نوآوری پایدار گفت: در نوآوری پایدار، انجام همان کارها به گونه‌ای کارآمدتر و با صرف منابع کمتر و حداقل اثرات زیست‌محیطی امکان‌پذیر است.

مدیرعامل سازمان مدیریت صنعتی خاطرنشان کرد: بهینه‌سازی عملیات الزاما به معنی تغییر کلی مدل کسب‌وکار نیست و بهینه‌سازی عملیات در مجموع یعنی دوستدار محیط‌زیست کردن عملیات سازمان.

وی تحول سازمانی را ساخت محصولات و خدمات تحول آفرین که به نیازهای اجتماعی پاسخ دهد و به محیط‌زیست هم منفعت برساند، دانست و افزود: تحول سازمانی انجام کار درست از طریق انجام کارهای جدید است؛ یعنی تبدیل تهدیدهای محیطی به فرصت. کیانی بختیاری نوآوری پایدار را شناسایی تهدیدات محیطی به علاوه نوآوری برای برطرف کردن تهدیدات و تبدیل آن به فرصت دانست.

کیانی بختیاری تشریح کرد: سازمان برجسته، ذی‌نفعان کلیدی خود را در جاری‌سازی استراتژی و خلق ارزش پایدار مشارکت داده و از همکاری که آنها انجام می‌دهند، قدردانی می‌کند. علاوه‌بر این، با ذی‌نفعان کلیدی خود به منظور ایجاد درک مشترک و تمرکز بر اینکه چگونه می‌تواند از طریق توسعه مشترک در اهداف توسعه پایدار سازمان ملل متحد و اهداف پیمان جهانی سهم داشته باشد و از آن الهام بگیرد، همکاری می‌کند چراکه سازمان متعالی تشخیص میدهد که خلق ارزش پایدار برای موفقیت بلندمدت و تقویت مالی و مهم است.

۳ پرسش درباره جایگاه پایداری نوآوری



دیگر سخنران این همایش سید علیرضا شجاعی، معاون آموزش سازمان مدیریت صنعتی بود. به گفته این مقام مسئول، نوآوری سازمانی پایدار ریشه در فرهنگ استراتژی کسب‌وکار دارد و به‌عنوان مزیت رقابتی شرکت‌ها محسوب می‌شود.

وی با طرح ۳ پرسش درباره جایگاه پایداری نوآوری در شرکت افزود: جایگاه نوآوری در شرکت چیست و چطور می‌توان آن را ارزیابی کرد و چقدر شرکت می‌تواند به نوآوری بها دهد؟

عضو هیات‌مدیره و معاون آموزش سازمان مدیریت صنعتی گفت: نوآوری با دستورالعمل‌های اجرایی و به‌ویژه دولتی مغایرت دارد و مدیران دولتی اختیار برای ایجاد بستر نوآوری ندارد. این در حالی است که در شرکت‌های بزرگ کره جنوبی این شعار رایج است که همه کارکنان در شرکت ما می‌توانند اشتباه کنند اما اجازه تکرار اشتباه ندارند. حال این پرسش مطرح است که آیا چنین رویکردی در شرکت‌های متداول است.

وی با اشاره به اینکه نتایج نظرسنجی از ۱۰۶ مدیر ارشد ۸۵ درصد در تشخیص مسئله مشکل دارند، گفت: مشخص شد آنچه که آنها با آن دست به گریبان هستند، حل مسئله نیست بلکه شناخت مسئله‌ها است.

عضو هیات‌مدیره و معاون آموزش سازمان مدیریت صنعتی با اشاره به گزارش منتشر شده در روز هوای پاک، اظهار کرد: قانونی که در سال ۹۴ مصوب شده است فقط ۱۰ درصد آن اجرا شده و نتیجه آن به‌طور کلی با بررسی کیفیت هوای کشور در سال‌های اخیر کیفیت هوا بهبود نیافته است که نشان می‌دهد در تشخیص مسئله دچار مشکل هستیم.

وی با اشاره به حلقه گمشده تبیین در ساختار چالش و راهکار، اذعان کرد: نقش تعریف مسئله ۹۰ درصد در رفع مسئله نقش دارد که ثابت می‌کند تعریف دقیق صورت مسئله مهم‌تر از حل مسئله است.

شجاعی با اشاره به ۵ سطوح مسائل، گفت: سطح اول با عنوان استاندارد در تخصص مربوطه کاملا شناخته شده است. در سطح دوم با عنوان بهبود در سیستم فعالی با روش‌هایی که در صنعت اجرا می‌شود هماهنگی دارد و در سطح سوم اختراع در عصر حاضر به خلق یک نسل جدید از سیستم با روش‌هایی خارج از فناوری‌هایی که در علوم وجود دارد در ارتباط است و سطح پنجم مسئله به اکتشاف اشاره دارد که به معنای خلق یک سیستم جدید براساس کشف علم جدید است.

وی با اشاره به اینکه ۷۷ درصد مسائل شرکت‌ها یا استاندارد است یا با بهبود جزئی، رفع می‌شود، خاطرنشان کرد: در رقابت‌های فشرده و پیچیده جهانی، شرکت‌هایی موفق هستند که بتوانند نیازهای پنهان مشتریان را کشف کرده و با جلب رضایت آنها، هیجان را در مشتریان زنده نگه دارند.

عضو هیات‌مدیره و معاون آموزش سازمان مدیریت صنعتی به فرآیند حل خلاق مسئله پرداخت و پیشنهاد کرد: سازمان‌های متعالی و پیشرو از تجزیه و تحلیل محیط، فرصت خلق می‌کنند و تکنیک نقشه‌های روند، یاری‌رسان است.

شجاعی به مزایای تکنیک نقشه‌های روند اشاره کرد و توضیح داد: با این تکنیک می‌توان خلل، نواقص و نیازهای بازار را کشف کرد و آینده و نیازهای آینده بازار را پیش‌بینی کرد. این تکنیک به ایجاد انگیزه خلاقیت در افراد و گروه‌ها می‌انجامد و مبنای اطلاعاتی خوبی برای تحقیق و توسعه محصولات جدید است. هدایت توجه فرد به سوی نیازهای مشتری و همچنین اثبات ضرورت تغییر و نوآوری در سازمان و ارزیابی موارد یادشده بخش دیگری از تکنیک نقشه‌های روند است.

سخن پایانی

به گفته تحلیلگران، کسب‌وکار پایدار، کسب‌وکاری است که حداقل تاثیرات منفی و حتی تاثیرات زیست‌محیطی مثبت برای جامعه جهانی، جامعه محلی، اقتصاد و تمامی ذی‌نفعان دارد چراکه کسب‌وکار پایدار می‌کوشد به منافع سه‌گانه دست یابد.

همچنین نوآوری پایدار به تفکر سیستمی نیاز دارد و شرکت‌های متعهد به نوآوری پایدار، خود را جزئی از یک اکوسیستم بزرگ می‌بینند (سیستمی متشکل از ذی‌نفعان بسیار) و فقط روی محدوده سازمانی خود تمرکز ندارند. بنابراین نوآوری پایدار باید در فرهنگ یک سازمان جاری باشد. این در حالی است که نوآوری سنتی توسط افراد یا بخش‌های خاص و محدود (مثل واحدهای R&D) انجام می‌شود اما نوآوری پایدار ممکن است توسط هر فردی در شبکه درونی یا حتی بیرونی سازمان به شیوه نوآوری باز اتفاق بیفتد.

برای نوآوری پایدار در تولید توصیه می‌شود نوآوری برای افزایش کارآیی مصرف انرژی در خلال فرآیند تولید به منظور انرژی آگاهی به کار گرفته شود همچنین نوآوری برای استفاده حداقلی از سوخت‌های فسیلی و استفاده حداکثری از انرژی‌های تجدیدپذیر در فرآیند تولید به رویکرد تولید سبز رعایت شود.

کارشناسان و فعالان این حوزه، نوآوری در جهت افزایش کارآیی مصرف انرژی در محصول؛ نوآوری‌های مرتبط با استفاده مجدد از محصول یا بازیافت آن؛ استفاده از مواد تجدیدپذیر، مستعمل و بازیافتی در محصول؛ کاهش یا حذف استفاده از مواد خطرناک و سمی در محصول و نوآوری در بسته‌بندی پایدار یا بسته‌بندی با استفاده از مواد بازیافتی و تجدیدپذیر را راه‌هایی برای دستیابی به نوآوری پایدار در محصول می‌دانند.

در گفت‌وگو با صاحب‌نظران اقتصاد در ارزیابی حقوق مصرف‌کنندگان مطرح شد

حمایتی که در حد شعار باقی می‌ماند

در تقویم رسمی کشور، ۹ اسفند روز «ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان» نام‌گذاری شده است. منظور از مصرف‌کننده هر شخص حقیقی یا حقوقی است که کالا یا خدمتی را خریداری می‌کند. حال این مصرف‌کننده در قبال خرید کالا یا خدمات یادشده باید مجموعه‌ای از امتیازات یا اختیارات را از مصرف‌کننده دریافت کند. از جمله نخستین و پایه‌ای‌ترین این حقوق باید به مرغوبیت و استاندارد بودن کالاها یا خدمات اشاره کرد. در همین حال، عرضه‌کنندگان موظف هستند تمامی اطلاعات کالا و همچنین چگونگی استفاده از کالا را در اختیار مصرف‌کنندگان قرار دهند. در ادامه مصرف‌کنندگان می‌توانند حقوق خود را به‌طور مستقل پیگیری کنند. با این وجود، حقوق مصرف‌کنندگان در ایران بیشتر جنبه تشریفاتی دارد. این موضوع برای مصرف‌کنندگان میانی که خود تولیدکننده محصول دیگری هستند، به مراتب دشوارتر است و کمتر امکان بروز یا عملیاتی شدن می‌یابد.

مرضیه احقاقی
editor@smtnews.ir



عکس: صمت

حق برخورداری از اطلاعات کامل، حق انتخاب، حق برخورداری از ایمنی و حق برخورداری از حمایت دولت، بخشی از حقوق مصرف‌کنندگان است

ضعف‌های آشکار حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان



سعید برزگر، کارشناس صنایع معدنی در گفت‌وگو با صمت و درباره حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان به‌ویژه در حوزه صنایع معدنی، عنوان کرد: حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در جهان سابقه طولانی دارد و مورد توجه سیاست‌گذاران است.

در شرایطی که توجه به حقوق مصرف‌کننده مزیتی رقابتی برای تولیدکنندگان به‌شمار می‌رود، اغلب صنایع و تولیدکنندگان با راهکارهای متفاوت در مسیر جلب نظر مصرف‌کنندگان محصولات خود تلاش می‌کنند.

با این وجود در کشور با ضعف‌های جدی در حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان روبه‌رو هستیم. وی افزود: هر تولیدکننده‌ای در جایگاه مصرف‌کننده محصولات حلقه‌های بالادستی شناخته می‌شود؛ بنابراین باید از حقوق مصرف‌کننده نیز برخوردار باشد. با این وجود، عموما به حقوق این دست مصرف‌کننده‌ها که خود تولیدکننده محصولات نهایی یا حتی سازنده ماده اولیه سایر تولیدکنندگان هستند، توجه کافی نمی‌شود. این بی‌توجهی در حالی است که اگر حقوق مصرف‌کنندگان در حلقه‌های بالادستی تامین شود و امکانی برای نظارت بر نرخ و کیفیت محصولات گوناگون فراهم باشد، می‌توان از حقوق مصرف‌کننده نهایی نیز حمایت کرد.

برزگر اضافه کرد: براساس قانون، هر شخص حقیقی یا حقوقی که کالا یا خدماتی را خریداری می‌کند، به‌عنوان مصرف‌کننده شناخته می‌شود. در همین حال، تمامی تولیدکنندگان، واردکنندگان، فروشندگان کالا و ارائه‌دهندگان خدمات نیز عرضه‌کننده کالا یا خدمات هستند.

این تعریف گستردگی و پیچیدگی‌های حوزه تولید، خرید و فروش محصولات گوناگون و همچنین شناخت جزئیات و مشخصات مصرف‌کنندگان را مشخص می‌کند.

وی گفت: از مجموع موارد یادشده می‌توان اینطور نتیجه گرفت که قوانین مرتبط با حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در کشور نیازمند بازنگری جدی است. در این بازنگری، عملکرد هیچ شرکتی به بهانه‌های گوناگون از جمله وابستگی به دولت نباید استثنا شود.

برزگر گفت: حمایت از مصرف‌کنندگان تحت‌تاثیر شرایط قانونی و همچنین فضای رقابتی حاکم بر اقتصاد کشور اجرایی می‌شود. با این وجود در حالت کلی انتظار می‌رود ساختاری منطقی و مناسب بر روند حمایت از مصرف‌کنندگان حاکم باشد.

درنتیجه باید اقرار کرد در شرایطی که رقابت در عرصه تولید وجود ندارد، حقوق مصرف‌کننده نیز به حاشیه رانده می‌شود.

این در حالی است که در شرایط نرمال و طبیعی، رشد اقتصادی و عرضه مستمر محصولات گوناگون، نیازمند تداوم مصرف یا وجود مصرف‌کننده است.

توجه به حقوق مصرف‌کنندگان، وضع قوانین حمایتگرانه در این بخش و همچنین پایش دقیق و نظارت بر روند حمایت یادشده، امکان تداوم تولید را برای صنعتگران فراهم می‌کنند.

در چنین بستری، تولیدکنندگان به سمت جلب حمایت صنعتگران با هدف توسعه تولید پیش می‌روند. این کارشناس صنعتی افزود: در ادامه ایجاد فضایی شفاف و روشن نسبت به حقوق مصرف‌کننده‌ها از مهم‌ترین گام‌ها در جهت حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان و کاهش چالش‌های آنها خواهد بود. در همین حال، برقراری ضمانت اجرایی برای قوانین حمایت از مصرف‌کنندگان تاثیر بسزایی بر بهبود شرایط تولید خواهد داشت.

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

> توجه به حقوق مصرف‌کنندگان در ایران بیشتر جنبه تشریفاتی دارد. این موضوع برای مصرف‌کنندگان میانی که خود تولیدکننده محصول دیگری هستند، به مراتب دشوارتر است و کمتر امکان بروز یا عملیاتی شدن می‌یابد

ضرورت تنظیم بازار



کیومرث کرمانشاهی، کارشناس اقتصاد در گفت‌وگو با صمت عنوان کرد: تولیدکنندگان صنایع پایین‌دستی خود به‌عنوان مصرف‌کننده محصولات تولیدشده در حلقه‌های بالایی زنجیره ارزش شناخته می‌شوند. اغلب محصولات تولیدشده در صنایع معدنی کشور به‌ویژه در زنجیره فولاد از کیفیت قابل‌قبولی برخوردار هستند و درنتیجه مصرف‌کنندگان عموما از بعد کیفیت راضی هستند؛ هرچند انتظار می‌رود سازمان‌های متولی از جمله سازمان استاندارد نظارت مستقیمی بر عملکرد این صنعتگران داشته باشند.

این کارشناس اقتصاد در ادامه تاکید کرد: صنایع تولیدکننده محصولات نهایی فلزی همچون لوله، پروفیل‌سازان، نوردکاران و... در تامین مواد اولیه خود برای تولید محصول نهایی با چالش‌هایی روبه‌رو هستند و حقوق آنها به‌عنوان مصرف‌کننده مورد توجه قرار ندارد. روش قیمت‌گذاری محصولات صنایع معدنی به‌ویژه شمش و ورق فولادی در بورس کالا به‌عنوان یکی از ایرادات اساسی از سوی فعالان صنایع پایین‌دستی فولاد مطرح می‌شود.

با این وجود، همچنان سیاست‌گذاران به تداوم روش‌های قبلی خود در قیمت‌گذاری تاکید دارند. به‌عنوان مثال، اغلب این خریداران از قیمت بالای محصولات و وابستگی آنها به نرخ ارز شکایت دارند. این شکایت در حالی مطرح است که مواد اولیه تولید این صنایع براساس نرخ ریال قیمت‌گذاری می‌شود؛ یعنی این صنایع ارزبری محدودی دارند؛ بنابراین تجدیدنظر در شرایط و سیاست‌های حاکم بر عملکرد آنها ضروری و لازمه تداوم فعالیت در صنایع است. کرمانشاهی گفت: در همین حال، انتقادهایی نیز به روند خرید و پرداخت نقد هزینه خرید از سوی مصرف‌کنندگان و دریافت محصول پس از یک بازه زمانی قابل توجه مطرح است؛ بنابراین باید سازکارهای خریدوفروش در زنجیره‌های گوناگون صنایع معدنی بررسی و اصلاح شود.

این کارشناس اقتصاد افزود: با توجه به تمام موارد یادشده و با توجه به سیاست‌های دولت برای ورود محصولات معدنی و صنایع معدنی به بورس کالا برای کشف قیمت و فروش، انتظار می‌رود مبنای نرخ‌گذاری محصولات در بورس کالا به‌گونه‌ای باشد که همزمان حقوق مصرف‌کننده و تولیدکننده در حلقه‌های گوناگون مورد توجه قرار گیرد. کرمانشاهی خاطرنشان کرد: تولیدکننده، صادرکننده، واردکننده و مصرف‌کننده به‌عنوان رکن‌های اصلی و اساسی در بازار شناخته می‌شوند. تامین هم‌زمان حقوق این ارکان، لازمه تداوم تولید و فعالیت در صنایع گوناگون است. وی در ادامه افزود: در ادامه انتظار می‌رود تامین نیاز صنایع پایین‌دستی در اولویت سیاست‌گذاران باشد تا بدین ترتیب از یک‌سو موقعیت‌های شغلی متعددی در کشور ایجاد شود و از سوی دیگر، با تکمیل زنجیره تولید شاهد ارزش‌آفرینی هرچه بیشتر در زنجیره‌های گوناگون صنعتی باشیم. در ادامه نیز با صادرات محصولات نهایی زمینه رونق اقتصادی در کشور فراهم شود. رهبر معظم انقلاب در طول سال‌های گذشته بر تولید، رشد و توسعه تولید و حمایت از شرایط تولید در صنایع گوناگون تاکید داشته‌اند اما همچنان شاهد ایجاد چالش‌های متعدد در روند فعالیت صنایع هستیم.

وی گفت: کمبود مواد اولیه یکی از مهم‌ترین مشکلاتی است که عملکرد برخی از تولیدکنندگان را در صنایع گوناگون تحت‌تاثیر قرار می‌دهد؛ به بیانی دیگر همین کمبود را می‌توان به نوعی تضییع حقوق مصرف‌کننده دانست.

به عبارتی دیگر، حقوق ما از سوی صنایع بالادستی رعایت نمی‌شود. کرمانشاهی گفت: چالش‌های یادشده به رشد هزینه‌های سربار تولید در یک مجموعه منجر می‌شود و زمینه افزایش نرخ تمام‌شده یک محصول را فراهم می‌کند؛ بدین ترتیب مصرف‌کننده نهایی نیز متضرر خواهد شد.

وی گفت: مشکل تامین مواد اولیه در حالی است که می‌توان این چالش‌ها را به‌راحتی و با سیاست‌گذاری درست برطرف کرد. کرمانشاهی در پایان اظهار کرد: تنظیم بازار و رسیدگی به مشکلات حاکم بر این بخش حکم فعالیتی ملی دارد، چراکه صنایع معدنی بر پایه بهره‌مندی از ظرفیت‌های غنی معدنی در کشور احداث شده‌اند.

سرمایه قابل توجهی به آنها اختصاص یافته است. در همین حال شاهد رشد اشتغالزایی، ارزش‌آفرینی و تامین نیاز بازار داخلی و به دنبال آن رشد صادرات بوده‌ایم. در این شرایط از مسئولان و سیاست‌گذاران انتظار می‌رود در مسیر اصلاح شرایط موجود گام بردارند.

سخن پایانی

حق برخورداری از اطلاعات کامل، حق انتخاب، حق برخورداری از ایمنی و حق برخورداری از حمایت دولت بخشی از حقوق مصرف‌کنندگان هستند. از آنجاکه در تقویم رسمی کشور یک روز با عنوان حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان نام‌گذاری شده می‌توان اینطور ادعا کرد که حمایت از این قشر موردتوجه مسئولان بوده است. با این وجود در عمل شاهد اجرای هیچ سیاست جدی با هدف حمایت از مصرف‌کنندگان نیستیم. مصرف‌کنندگان در سطوح گوناگون همواره از تضییع شدن حقوق خود گلایه‌مند هستند و بر اصلاح قوانین و مقررات حاکم بر این بخش تاکید دارند. امید می‌رود با اصلاح شرایط شاهد بهبود شرایط تولید باشیم.

یادداشت

عادی‌انگاری بی‌توجهی به حقوق مصرف‌کننده



محمدعلی سبحانی
فعال صنعت ساخت‌وساز

ساخت‌وساز و فعالیت‌های عمرانی از صنایع اصلی مصرف‌کننده محصولات صنایع معدنی هستند. فولاد و سیمان دو محصول پرکاربرد در بخش ساختمان‌سازی هستند که از یک‌سو تاثیر بسزایی بر قیمت تمام‌شده ساخت مسکن را دارند و از سوی دیگر، کیفیت ساخت‌وساز را تامین می‌کنند. در همین حال باید خاطرنشان کرد خرید مسکن یکی از مهم‌ترین معاملاتی است که شاید برخی فقط برای یک‌بار آن را در طول زندگی تجربه کنند. با این وجود، حقوق روشن و شفافی برای حمایت از مصرف‌کنندگان این حوزه که خریدار مسکن هستند، تبیین نشده است. در واقع نبود مرجع رسمی و مشخص برای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در حلقه‌های گوناگون تولید، امکان سودجویی را در این بازار فراهم کرده است.

موضوعی که به‌واسطه اثرگذاری آن بر جان انسان‌ها و خطرات زندگی در کشوری زلزله‌خیز باید بیش از پیش موردتوجه قرار گیرد. متاسفانه در طول سال‌های گذشته بارها مشاهده کرده‌ایم هر زلزله خفیفی خسارت‌های قابل توجهی را به خانه‌های مردم وارد یا جان و سلامت آنها را با خطر روبه‌رو می‌کند؛ بنابراین توجه به کیفیت محصولات مصرفی در این بخش از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. توجه به قیمت مصالح ساختمانی یکی دیگر از موضوعاتی است که بر نرخ تمام‌شده ساخت‌وساز اثر می‌گذارد.

بر همین اساس نیز در مواردی شاهد اجرای سیاست‌های دستوری برای تعیین نرخ محصولات پرکاربرد در ساختمان‌سازی هستیم. با این وجود به اعتقاد من این گونه نظارت‌ها نمایشی هستند و درنهایت هم به نفع مصرف‌کننده نخواهد بود.

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 همین جا هم ختم نمی‌شود، چراکه این تعویق به‌منزله افزایش هزینه تمام‌شده ساخت‌وساز است و مصرف‌کننده نهایی نیز از آن متضرر می‌شود.

در ادامه باید تاکید کرد محصولات ساختمانی از سیمان و مصالح تا تیرآهن و میلگرد و... با کیفیت‌های گوناگونی 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 اخذشده که مجوز ورود به بازار را یافته‌اند؛ یعنی حداقل معیارهای کیفیت در روند تولید آنها پاس شده است. با این وجود در مواردی شاهد ساخت واحدهای ساختمانی با کیفیت پایین هستیم؛ البته این چالش از دلایل گوناگونی نشأت می‌گیرد و کیفیت پایین محصولات ساختمانی، یکی از این دلایل است. طراحی نامناسب مسکن، عملکرد اشتباه سازندگان با هدف کمتر هزینه کردن و... همگی می‌توانند زمینه وارد آمدن ضربه به کیفیت نهایی ساختمان را فراهم کنند. با این وجود، سازندگان نسبت به کیفیت محصولاتی که خریداری می‌کنند، آگاهی دارند. در واقع در چنین شرایطی سازنده متضرر نمی‌شود، بلکه مردم به‌عنوان خریدار و مصرف‌کننده آسیب می‌بینند. مصرف‌کننده‌ای که هیچ اشرافی به ایرادات محصول خریداری شده ندارد و فقط 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 همیشه هم کارساز نیست.

در چنین شرایطی، امکان رسیدگی وجود ندارد و باید تاکید کرد حقوق مصرف‌کننده در این حوزه آنقدرها هم اهمیت ندارد.

مناقصه ماشین آلات و سرویس کارکنان

شرکت معدن کار باختر در نظر دارد فعالیت‌های سال ۱۴۰۱ خود در **واحد سورچه** را به شرح جدول ذیل به پیمانکاران واجد شرایط واگذار نماید.

دستگاه مورد نیاز	مدل	تعداد	عملیات	واحد
کامیون	معادل بنز ۶چرخ	۱	آبپاش (شرایط کارگاه)	لیتری- باسکول می‌شود
لودر	معادل ZL۵۰	۱	خوراک‌دهی	ساعتی
مینی بوس	۱۷نفره	۱	سرویس کارکنان به همدان (۳شیفت)	سرویسی
وانت مزدا	دو کابین	۱	تدارکات	روزانه

از متقاضیان محترم دعوت به عمل می‌آید پس از هماهنگی با سرپرست واحد سورچه (کیلومتر ۴۵ جاده همدان-سنندج، سه‌راهی داش بلاغ به سمت اسدآباد، روستای سورچه، سنگ‌شکن سورچه) آقای مهندس غلامی ۰۹۱۷۸۰۳۵۸۱۴ نسبت به بازدید، دریافت اسناد و تحویل آن ظرف مدت ۱۰روز پس از تاریخ درج آگهی به آدرس مربوط مراجعه نمایند. (اسناد مناقصه صرفا ازطریق سایت www.madankarbakhtar.ir قابل دریافت می‌باشد).

شرکت معدن کار باختر (سهامی خاص)

«آگهی مناقصه»

شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان اصفهان در نظر دارد «تامین نیروی انسانی محل برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی استان اصفهان» و «نظافت محوطه محل برگزاری نمایشگاه‌های بین‌المللی استان اصفهان» را از طریق مناقصه عمومی به پیمانکاران واجد شرایط واگذار نماید. لذا کلیه شرکت‌هایی که در این زمینه دارای رزومه فعالیت هستند می‌توانند جهت دریافت اسناد مناقصه از تاریخ ۱۴۰۰/۱۲/۰۲ لغایت ۱۴۰۰/۱۲/۰۹ به واحد مالی و قراردادهای شرکت واقع در اصفهان، خیابان علامه‌امینی، روبروی خیابان فردوس مراجعه نمایند.

آخرین مهلت تحویل پیشنهادات مناقصه: ۱۴۰۰/۱۲/۱۴

شرکت نمایشگاه‌های بین‌المللی استان اصفهان

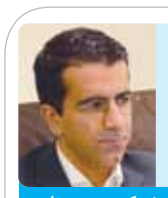
با ماسبک زندگی اقتصادی را
گسترش دهید

www.Gostaresh.news

www.Gostaresh.news

سازمان آگهی‌ها
۸۸ ۷۲۲ ۷۳۳

یادداشت



رانت‌زایی برای صنایع با محدودیت معادن

سجاد غرقی، عضو کمیسیون صنایع و معادن اتاق بازرگانی ایران

برخی معتقدند بخش بالادستی و تولیدات معادن دچار سیاست‌های به نوعی سرکوب‌کننده شده است. از جمله این سرکوب‌ها را می‌توان در قیمت‌گذاری‌های دستوری توسط نهادهای دولتی برای معاملات مواد معدنی، همچنین ایجاد ممنوعیت‌های صادراتی تولیدات معادن مشاهده کرد. به‌طور کلی می‌توان گفت به دلیل برخی قوانین تصویب‌شده در چند سال اخیر، شرایط بازار معدن متحول و ادامه فعالیت به‌ویژه برای تولیدکنندگان بخش‌های معدنی به مراتب سخت‌تر از قبل شده است. در میان تمامی این مشکلات می‌توان قیمت‌گذاری دستوری مواد معدنی در بازار برای فروش به صنایع پایین‌دستی را بانی بیشترین آسیب به بدنه تولیدات معدنی کشور دانست چراکه در پی این رویکرد قهری و محدودیت‌آفرین نهادهای دولتی، معدنکاران و تولیدکنندگان معدنی کشور مجبورند محصولات خود را با قیمتی حدود ۴۰ درصد ارزان‌تر از قیمت واقعی وارد بازار داخلی کنند. برای صادرات به بازارهای خارجی نیز محدودیت و عوارض سنگین صادراتی وجود دارد. از این رو، فعالان معدنی نمی‌توانند از این طریق درآمد داشته باشند؛ بنابراین درآمدهای محدودی برای این بخش به دست آمده و دولت نسبت به این معضل بخش معدن بی‌توجه است. شرایط ایجادشده در بازارهای معدنی و وجود قوانین یادشده، به ضرر معدنکار است و این روزها شاهد هستیم تولیدکنندگان معدنی با مشکلات متعددی که ثمره قوانین داخلی است، دست‌وپنجه نرم می‌کنند. قیمت‌گذاری‌های دستوری مواد معدنی در بازار و محدودیت‌های صادراتی، مانع توسعه معدن بزرگ‌مقیاس شده و برای معادن کوچک نیز تاکنون تعطیلی به‌همراه داشته است. علاوه‌بر آن، نباید فراموش کرد 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 بوده و عامل نابسامانی در بخش معدن کشور شده است. این سودهایی که در اظهار و گاهی عدم اظهاری برخی کارخانجات صنایع معدنی مشاهده می‌کنیم هم ناشی از این رانت و فرصت است که در اختیار آنان قرار گرفته و به نظر کارشناسان معدنی باید از این اقدامات جلوگیری شود. بنا بر عقیده کارشناسان، در ابتدا مکانیسم ممنوعیت‌ها و محدودیت‌های صادرات بخش معدن و معافیت از پرداخت عوارض که در چند مدت اخیر برای صادرات دسته‌ای از مواد معدنی برداشته شده است، باید اصلاح اساسی داشته باشد. اغلب این محدودیت‌ها نامناسب بوده و مانع از توسعه بخش معدن و تکمیل زنجیره ارزش افزوده این بخش می‌شوند. همچنین ساز کار 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. امیدواریم در آینده نزدیک دولت، مجلس شورای اسلامی و دیگر نهادهای متولی بخش معدن و صنایع معدنی راهکارهایی در جهت رفع این معضلات در بخش معدن در پیش بگیرند و حمایت از تولیدکننده معدنی در دستور کار این نهادها و سازمان‌های وابسته به آنها 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.

چالش‌های توسعه معادن به‌عنوان تامین کننده اصلی صنایع بررسی شد

حمایت از زنجیره ارزش افزوده با تامین مواد اولیه

ملیکا انصاری
editor@smtnews.ir

معادن همواره به‌عنوان حلقه مادر در زنجیره ارزش افزوده شناخته می‌شوند. این بخش مواد اولیه صنایع مختلف و به نوعی نیروی محرکه تولید را تامین می‌کند و با بروز هرگونه اختلال و مشکل در روند فعالیت معادن، چرخ صنعت هم خواهد لنگید؛ بنابراین نمی‌توان به این بخش نگاهی مجزا و مستقل از سایر عرصه‌های اقتصاد داشت و باید مسائل مرتبط با آن را زنجیروار مورد بررسی قرار داد. صنایع و واحدهای فرآوری، مهم‌ترین مصرف‌کننده مستقیم شناخته می‌شوند و معاملات این دو بخش در سال‌های اخیر چالش‌های ویژه خود را داشته است. گلایه‌ها و اعتراضات به شیوه معاملات و مبادلات، ارزش‌گذاری‌ها و حتی میزان تولید در تمامی بخش‌های معدنی و صنعتی دیده شده و تنها میزان این تعارضات در هر حوزه با حوزه‌ای دیگر متفاوت است. به مناسبت روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کننده، صمت این تنش‌ها و راهکار توسعه معادن -که تامین‌کننده اصلی نیاز صنایع هستند- را بررسی کرده و در این باره با کارشناسان و فعالان معدنی به گفت‌وگو پرداخته است.



عکس: صمت

تشکیل انجمن صنفی متشکل از بخش خصوصی و دولت موثرترین راهکاری است که می‌توان برای رفع معضل قانون‌گذاری‌های مربوط به بخش معدن در نظر گرفت

چالش‌های دسترسی کارخانجات به سنگ آهن



سید مهرداد اکبریان، رئیس انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان سنگ آهن ایران در گفت‌وگو با صمت مصرف‌کننده در زنجیره معدن و صنایع وابسته به آن را صنایع معدنی عنوان کرد. او به‌طور کلی شرایط فعالیت اقتصادی صنایع را بهتر از معادن توصیف کرد و درباره دغدغه‌های مبنی بر کمبود سنگ‌آهن در کشور توضیح داد: برخی از کارخانه‌های فولادسازی دغدغه‌های مهمی برای تامین سنگ‌آهن مورد نیاز خود دارند. علت اصلی این کمبود، گسترش واحدهای کنسانتره‌سازی است. در سال‌های گذشته بخش خصوصی فعال در این عرصه و نهادهای دولتی، دیگر فعالان و صنعتگران را به افزایش میزان تولید کنسانتره ترغیب کردند. به این ترتیب کارخانه‌های کنسانتره‌سازی بیش از حد نیاز در کشور به وجود آمدند؛ واحدهای متعدد کنسانتره‌سازی که اغلب واحدهای کوچک و متوسط‌مقیاس بوده و بخش خصوصی اغلب متولی آنهاست. این واحدها متقاضی خرید سنگ آهن مگنتیت هستند که این نوع سنگ بیشتر در کارخانه‌های ذوب آهن مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ بنابراین، این واحدهای فرآوری کوچک‌مقیاس که تعداد آنها از کارخانه‌های فولادسازی بسیار بیشتر است، به یک رغیب جدی در خرید سنگ آهن برای کارخانه‌هایی از جمله ذوب آهن مبدل شدند. از این رو، مدتی تنش و رقابت در بازار سنگ آهن شکل گرفت. اکبریان ادامه داد: باید خاطرنشان کرد اغلب کارخانه‌های فولادسازی به علت قدیمی بودن و بافت فرسوه تجهیزات و ساختارهای خود، هزینه‌های تولید بالایی دارند. از این رو، رقابتی شدن سنگ‌آهن در بازار و افزایش قیمت آن، به هزینه تولید این کارخانه‌ها افزود. در مقابل واحدهای فرآوری توانایی بیشتری برای خرید سنگ‌آهن داشته و توانستند بیشتر از صنایع فولادی به سنگ‌آهن دسترسی داشته باشند. اتفاقات این چنینی در سال‌های اخیر سبب شد تا برخی کارخانه‌های فولادسازی اعلام کنند به سنگ‌آهن به‌عنوان ماده اولیه دسترسی ندارند.

افزایش خرید واحد کنسانتره‌سازی

رئیس انجمن سنگ آهن ایران در ادامه، توان دسترسی کارخانه‌های فولادسازی به سنگ‌آهن را متفاوت دانست. او دلیل اصلی این تفاوت را نبود توانایی مالی کارخانجات عنوان کرد و گفت: دغدغه‌هایی از سوی صاحبان صنایع مبنی بر کاهش دسترسی آنها به سنگ‌آهن مطرح شده که این موضوع ارتباطی با میزان استخراج و تولید سنگ‌آهن در کشور ندارد. این چالش‌های پیش آمده به دلیل تغییر و افزایش نرخ سنگ‌آهن بوده و مشکلات مالی صاحبان صنایع منشأ بروز این مشکلات است و گرنه از نظر میزان تولید سنگ آهن کسری وجود ندارد. با نزدیک شدن بهای سنگ‌آهن به قیمت واقعی آن، برخی واحدهای کنسانتره‌سازی در خرید این ماده معدنی از کارخانه‌های فولادسازی پیشی گرفته و از این رو، کارخانه‌ها در تامین مواد اولیه خود دچار مشکل شدند؛ بنابراین می‌توان گفت این تفاوت نیز به دلیل شرایط خاص هر کارخانه و واحد فرآوری است و ارتباطی با میزان سنگ آهن موجود یا گران بودن سنگ آهن ندارد. اکبریان افزود: علاوه‌بر افزایش قیمت‌ها و چالش‌های مطرح‌شده، تدوین طرح جامع فولاد و تلاش برای تحقق هدف تولید ۵۵ میلیون تن فولاد، مصرف سنگ‌آهن کشور را افزایش داده و این اتفاق به نوبه خود باعث ایجاد برخی تنش‌ها و نگرانی‌ها بابت تامین سنگ آهن مورد نیاز صنایع و زنجیره فولاد شده است. این هدف تدوین شده نیاز به حدود ۱۷۰ میلیون تن سنگ آهن دارد و ما هنوز برنامه‌ای برای دستیابی به این مقدار ماده معدنی نداریم.

اهمیت میزان بهره‌وری معادن

این فعال معدنی در ادامه به ضرورت تدوین طرح جامع سنگ آهن اشاره کرد. او این کار را بسترسازی مهمی برای توسعه صنایع پایین‌دست دانست و گفت: برای توسعه صنایع پایین‌دستی و همچنین زنجیره فولاد باید به بخش بالادستی آن یعنی به بخش سنگ‌آهن و معادن آن به‌طور یکپارچه و جامع نگاه شود. در توضیح این الزام باید گفت معادن سنگ‌آهن مسائل مختلفی داشته و به‌عنوان بخشی مستقل باید به ابعاد آن نگاهی تخصصی و مهم داشت. از نظر فعالان این حوزه باید در تمامی تصمیم‌سازی‌ها مدنظر قرار گیرد و با همکاری بخش خصوصی و معدنکاران، برنامه جامع برای بخش سنگ آهن تدوین شود. علاوه‌بر این موارد، به مسئله مهم میزان بهره‌وری معادن سنگ‌آهن نیز باید توجه ویژه داشت. می‌توان گفت هنوز از تمامی ظرفیت‌های معادن سنگ‌آهن به‌درستی و به‌طور کامل بهره‌برداری نشده است و در زمینه شناسایی ذخایر قطعی و استخراج آنها دچار ضعف هستیم. اکبریان افزود: برخی از مواد معدنی مانند سنگ‌های هماتیت سنگ آهن هنوز در چرخه تولید و استفاده صنایع قرار نگرفته‌اند و اقتصاد صنایع از پیامدهای موثر آن در تولیدات هنوز بی‌بهره است. این موضوع نیز به دلیل نبود فناوری مناسب برای فرآوری و بهره‌وری از این ماده معدنی رخ داده است. نیاز روزافزون صنایع و واحدهای تولیدی به سنگ‌آهن به‌عنوان ماده اولیه این ضرورت را یادآور می‌سازد که بخش سنگ‌آهن نیازمند داشتن یک برنامه استراتژیک و مدون برای تبیین اهداف و اجرای اقدامات توسعه‌ای برای این عرصه است.

تشکیل واحدهای فرآوری تجمیعی

اکبریان در ادامه صحبت‌های خود یکی دیگر از راهکارهای استفاده بهینه از منابع معدنی و ذخایر سنگ‌آهن کشور را توجه به معادن کوچک‌مقیاس و ظرفیت نهفته در این معادن دانست و توضیح داد: معادن کوچک بنابر مشکلات مختلفی اعم از عدم تامین منابع مالی مناسب و نبود واحد فرآوری، اغلب با مشکلات متعددی مواجه می‌شوند. یکی از راهکارهای اعلام شده برای رهایی از این شرایط معادن کوچک‌مقیاس، تجمیع آنهاست. اما باید به این نکته اشاره کرد که اگر تجمیع معادن کوچک منتهی به حذف مالکیت بخش خصوصی از این معادن شده و به عبارتی حیطه عمل بخش خصوصی محدودتر و کوچک‌تر شود، این تجمیع اقدام مناسبی به نظر نمی‌رسد. برای تحقق این هدف و تجمیع اصولی می‌توان کنسرسیومی متشکل از ۲ یا چند معدن که در یک منطقه فعالیت دارند ایجاد کرد. این کنسرسیوم می‌تواند وارد مذاکرات معاملاتی با شرکت‌های بزرگ صنعتی شود. حتی با شراکت صاحبان این معادن کوچک می‌توان تاسیس کارخانه فرآوری را نیز عملیاتی کرد. در این صورت ضمن کاهش هزینه‌های فعالیت‌های معادن کوچک، سودآوری فعالیت صاحبان این معادن افزایش خواهد یافت.

> برای توسعه صنایع پایین‌دستی و زنجیره فولاد باید به بخش بالادستی آن یعنی سنگ‌آهن و معادن آن به‌طور یکپارچه و جامع نگاه شود

به خطر افتادن تامین مواد اولیه صنایع



احمد مشکانی، عضو هیات‌مدیره انجمن مس و عضو کمیته اکتشاف خانه معدن ایران در گفت‌وگو با صمت ضمن تشریح دغدغه‌های اصلی فعلی این حوزه، به تاثیر فعالیت معادن معادن بر اقتصاد اشاره کرد و توضیح داد: به‌عنوان حلقه بالادستی صنایع، مواد اولیه چرخه تولید را تامین کرده و هرگونه خلل در این بخش، صنعت کشور را دچار چالش خواهد کرد. همین‌طور برعکس؛ در صورت مناسب بودن شرایط معادن و تکمیل زنجیره ارزش افزوده، اقتصاد کلی کشور بهبود چشمگیری خواهد داشت. امروزه بخش معدن و صنایع معدنی در کشور ما با چالش‌های متعددی روبه‌رو است که همواره رفع آنها خواسته فعالان این عرصه است چراکه این مشکلات سبب کاهش بهره‌وری معادن و به خطر افتادن تامین مواد معدنی صنایع شده است. حل منازعات با معارضان محلی، درگیری‌های مختلف و متعدد با سازمان‌های مربوط با محیط‌زیست و منابع طبیعی، فرسوده بودن ماشین‌آلات و تجهیزات معدنی از مهم‌ترین این مسائل آسیب‌آفرین هستند. مشکانی ادامه داد: در ادامه باید به تاثیرات مخرب تغییر مکرر مقررات این حوزه توسط نهادهای دولتی پشت درهای بسته، تورم و نوسانات نرخ دلار، تحریم‌های صادراتی و وارداتی، تعرفه‌گذاری‌های غیر اصولی، کمبود نیروی جوان و متخصص برای فعالیت معادن و تامین نبودن زیرساخت‌های مناسب برای توسعه این بخش اشاره کرد.

پیامدهای تصمیمات نامناسب دولت

این فعال معدنی کم‌توجهی وزارت صنعت، معدن و تجارت به فعالیت‌های بخش معدن و صنایع معدنی را دلیل اصلی توسعه نیافتن معادن عنوان کرد و گفت: به دلیل عدم تفکیک بخش تجارت در وزارتخانه صنعت، معدن و تجارت و اولویت این حوزه نسبت به صنایع و معادن، همواره طی سال‌های اخیر شاهد بودیم مسائل مرتبط با بخش معدن و صنایع معدنی تا حدودی در نگاه نهادهای دولتی مرتبط مغفول مانده است؛ حتی در برخی موارد دیده شده نهادهای دولتی به مشکلات صنایع بیشتر از معادن پرداخته و به بخش معدن نگاه حلقه بالادستی نداشته‌اند. در حالی که معادن می‌توانند در آینده اقتصادی کشور نقش بسزایی داشته باشند. بنا بر اعتقاد فعالان و کارشناسان این حوزه، معدن و صنایع معدنی توانایی رفع بحران‌های اقتصادی جامعه را دارند. از این رو، برای استفاده از چرخه زنجیره صنایع و معادن، توجه مناسب و همه‌جانبه نهادهای دولتی را به مباحث این عرصه می‌طلبد. مشکانی ادامه داد: بسیاری از مشکلات مهم در بخش معدن به دلیل اجرایی شدن تصمیمات نامناسب دولت ایجاد شده‌اند. به عبارتی، رفع این مشکلات یا استمرار وجود آنها وابسته به تصمیم‌گیری‌های نهادهای دولتی است. این تصمیمات نیز اغلب به دلیل وجود رویکردهای غلط که در ابتدا به آنها اشاره شد، شکل گرفته‌اند؛ بنابراین تصحیح نگاه دولت به بخش معدن و یادآوری جایگاه ارزشمند معادن در اقتصاد و به‌عنوان حلقه بالادست صنایع، مهم‌ترین راهکار حل مشکلات مربوطه است.

بی‌ثباتی در قانون‌گذاری

مشکانی رفع مشکلات را منوط بر بهبود تفکرات سیستمی نهادهای دولتی متولی بخش معدن دانست. او همچنین ضمن گلایه از مشکلات فعلی، به تبیین راهکارهای موجود برای رفع آنها اشاره کرد. مشکانی به اهمیت وجود ثبات در تصمیم‌سازی‌های دولتی تاکید کرد و گفت: قوانین متعددی از سوی نهادهای دولتی متولی بخش معدن صادر شده که به دلیل متناقض و متعدد بودن، ثبات را از فعالیت‌های بخش معدن سلب کرده است. از مهم‌ترین این نابسامانی‌ها می‌توان به نبود قانونی مدون و بلندمدت در زمینه صادرات مواد خام و فرآوری شده معدنی و همچنین وجود عوارض صادراتی برای مواد معدنی و برخی تولیدات صنایع اشاره کرد. تشکیل انجمن صنفی برای تعیین عوارض صادرات بخش معدن متشکل از بخش خصوصی و دولتی برای مدت‌زمان‌های معلوم و طولانی می‌تواند موثرترین راهکاری باشد که در ارتباط با رفع معضل قانون‌گذاری‌های صادراتی می‌توان در نظر گرفت. مشکانی معتقد است طرح‌های توسعه‌ای تدوین شده و نقشه راه حتی با وجود اشکالات و نقایص، باید اجرایی شوند تا فعالیت معادن رو به جلو حرکت کند.

سخن پایانی

اصلاح نظام قیمت‌گذاری دستوری در تامین مواد اولیه صنایع به‌ویژه صنایع فولادی یکی از موضوعاتی است که بارها توسط فعالان معدنی به‌عنوان یک مطالبه جدی مطرح شده است. به عقیده فعالان معدنی، اغلب مواد اولیه برای صنایع با قیمتی بسیار پایین‌تر از ارزش واقعی مواد معدنی ارائه شده و این نوعی حمایت تک‌بعدی از صنایع است. اصلاح این نوع سیاست‌گذاری‌ها از سوی دولت می‌تواند به اعتراض فعالان معدنی پایان دهد.

مناقصه آتشباری

شرکت معدن کار باختر در نظر دارد فعالیت‌های خود در سال ۱۴۰۱ در **واحدهای باباعلی و گلالی و شهرک** را به شرح جدول ذیل به پیمانکاران واجد شرایط واگذار نماید.

پیمانکار	خدمات
شرکت واجد صلاحیت	قبول مسئولیت و خودرو
	کلیه خدمات خرید تا تحویل مواد
	عملیات انبارداری و آتشکاری
	سایر موارد لازم

*توضیح اینکه در واحد شهرک در صورت عدم وجود انبارک مواد ناریه، آتشباری به صورت یکبار مصرف می‌باشد و **"هزینه انبارداری"** ندارد.

از متقاضیان محترم دعوت به عمل می‌آید پس از هماهنگی با سرپرستان به شرح ذیل، نسبت به بازدید از پروژه ها، دریافت اسناد و تحویل آن ظرف مدت ۱۰ روز پس از تاریخ درج آگهی به آدرس مربوط مراجعه نمایند.

- **واحد باباعلی:** واقع در کیلومتر ۳۵ جاده همدان- سنندج، روستای باباعلی، معدن سنگ‌آهن باباعلی. تلفن: آقای مهندس عباسی ۰۹۱۹۱۳۴۹۰۲۴
- **واحد گلالی:** واقع در قروه، سه راهی وینسار، کیلومتر ۱۵ جاده سقز، روستای گلالی، معدن سنگ‌آهن گلالی، تلفن: آقای مهندس خلیلی ۰۹۱۸۷-۱۸۲۰۸
- **واحد شهرک:** واقع در بیجار، حسن‌آباد یاسوکند، روستای سراب، معدن سنگ‌آهن شهرک، تلفن: آقای مهندس شیخی ۰۹۱۸۳۷۲۹۱۲۵

(اسناد مناقصه صرفاً از طریق سایت www.Madankarbakhtar.ir قابل دریافت می‌باشد)

شرکت معدن کار باختر (سهامی خاص)

آگهی حق تقدم

شرکت ذوب‌آهن غرب کشور (سهامی خاص)

شرکت ذوب‌آهن غرب کشور (سهامی خاص) ثبت شده به شماره ۲۹۱۵ شناسه ملی ۱۰۸۶۰۴۵۸۳۸۰

به اطلاع کلیه سهامداران شرکت می‌رساند؛

با عنایت به مصوبه مجمع عمومی فوق‌العاده مورخ ۱۴۰۰/۱۰/۰۶ و تفویض اختیار عملی نمودن افزایش سرمایه به هیات‌مدیره، نظر به اینکه مقرر است سرمایه شرکت از مبلغ ۱۰،۰۰۰ میلیون ریال به مبلغ ۴۰۰،۰۰۰ میلیون ریال منقسم به ۸۰،۰۰۰،۰۰۰ سهم ۵۰۰۰ ریالی عادی با نام، تواماً از طریق (مطالبات حال شده سهامداران- آورده نقدی مندرج در ماده ۱۵۸ لایحه اصلاحی قانون تجارت) افزایش یابد از کلیه سهامداران محترم شرکت درخواست می‌شود از تاریخ نشر این آگهی به مدت ۶۰ روز از حق‌تقدم خود نسبت به خرید سهم استفاده نمایند و مبلغ رسمی خرید سهام را به حساب جاری شماره ۰۱۰۶۷۵۱۹۰۳۰۰۹ شرکت نزد بانک ملی شعبه همدان کد ۶۱۰۱ واریز و فیش مربوطه را به دفتر شرکت واقع در همدان، شهرستان اسدآباد، منطقه چهاردولی- جنب روستای حسن‌آباد کارخانه ذوب‌آهن غرب، کدپستی ۶۵۴۷۱۱۵۷۶۸ و تلفن ۰۸۱-۳۳۵۴۵۴۳۶ تسلیم نماید. ضمنا هر سهامدار به نسبت سهم خود (هر یک سهم ۵۰۰۰ ریال) حق‌تقدم در افزایش سرمایه را دارد. بدیهی است پس از انقضاء مهلت مقرر، هیات‌مدیره می‌تواند سهام باقیمانده را به سایر متقاضیان واگذار نماید.

هیات‌مدیره شرکت ذوب‌آهن غرب کشور

در گفت‌وگو با کارشناسان حوزه قطعه مطرح شد

کیفیت فدای نـــرخ

در جهـان صنعتـی، تولیدکننـدگان در خدماتـی که ارائـه می‌کنند با هم به رقابت می‌پردازند. سهم‌خواهی در بازار با داشتن مشـتریان وفادار از الگوهایی است که برندها دنبال می‌کنند. کیفیت، ایمنی و استاندارد شاخص‌هایی هستند کـه مصرف‌کنندگان هنـگام خرید یک کالا بـه آن توجـه ویژه دارنـد. در کنار تنـوع و نـرخ رقابتی، کیفیـت و ایمنی هـم حـرف اول را می‌زنـد. به‌عنـوان مثال، بخشی از تامین رضایت محصول صنعتی ماننـد خودرو مربوط به قطعات آن بوده و ایـن قطعات ایمنی و کیفیت خودرو را تامین می‌کنند.

فاطمه امیراحمدی
editor@smtnews.ir



عکس: آیدا فریدی

از آنجـا کـه نظارت دقیقی بر نحوه تولیـد و توزیع قطعات یدکی وجود نـدارد، برخی قطعاتی که مستقیم وارد بازار می‌شوند، مصرف‌کننده را با مشکلات عدیده‌ای مواجه می‌کنند، چراکه خریدار کارشناس نبوده و نمی‌داند کیفیت قطعه‌ای که برای آن هزینه کرده، مناسب است یا خیر

تامین‌کنندگان و رضایت مشتریان

در حال‌حاضـر مصرف‌کننـدگان از خودروهـای تولیـد داخـل رضایت ندارنـد و این موضـوع جدا از نـرخ بالای این محصولات بـوده و به کیفیت و ایمنی آنهـا برمی‌گردد. به‌گزارش باشـگاه خبرنگاران جوان، انوشیروان محسنی‌بندپی، اسـتاندار تهران در مراسم قدردانـی از صادرکنندگان نمونه اسـتان تهران گفته بـود، تولیـدات خودرو طی ۳ سـال گذشـته ارتقای کیفی نداشـتند، به‌طوری که در هر مـاه حدود هزار پرایـد به‌دلیل کمبـود امنیت به سـرقت می‌روند. در حـوزه کیفیت، این حق صاحب کالاسـت که حداکثر امنیت را برای محصولش احسـاس کند. هر چه روی کیفیت و اسـتانداردها کم‌کاری شود، به همان نسبت نارضایتی مصرف‌کننده افزایش می‌یابد. در این راستا، زنجیره تامین صنایع از خودرو تا لوازم‌خانگی حتی در تامین‌کنندگان مواد اولیه صنایع غذایی نقش بسیاری دارند.

خلأ نظارت بر کیفیت محصولات



جواد مرزبـان‌راد، عضو هیات‌علمی دانشـگاه علم و صنعـت درباره رعایت حق مصرف‌کننـده در تولیدات صنعتـی از جمله خودرو و قطعات آن به صمت گفت: در حال‌حاضر دو دسـته تولیدکننده قطعه در کشـور داریـم؛ گروهی برای خط تولید تامیـن قطعه دارند و پیمانکار خودروسـازان هسـتند (سـورس‌های تولید) و تعـدادی هم، قطعه بـرای بازار لـوازم یدکی تولید می‌کنند.

وی افزود: گروهی که برای خط تولید، تامین قطعه و همچنین خدمات پس از فروش شرکت‌های خودروساز را هم در بحث گارانتی پشـتیبانی می‌کنند، به‌واسطه نظارت‌های خودروسـاز، قطعا اسـتانداردها و کیفیت محصولات را رعایت می‌کنند.

این کارشـناس حـوزه خـودرو تصریح کـرد: به‌هر حال، شـرکت‌های خودروسـاز نمی‌خواهنـد کیفیت محصولات‌شـان پایین بیاید و اعتبار خود را در بازار از دسـت بدهند اما در قطعات یدکی، از آنجا که نظارت دقیقـی بـر نحوه تولیـد و توزیع وجود نـدارد، برخی قطعاتی که مسـتقیم وارد بازار می‌شود، مصرف‌کننده را با مشکلات عدیده‌ای مواجه می‌کند، چراکه خریدار کارشـناس نبوده و نمی‌داند کیفیت محصولی که برای آن قطعه هزینه کرده، مناسب است یا خیر؟

▣ مهر اطمینان بر کالاها

این عضو هیات‌علمی دانشـگاه علم و صنعت با بیان اینکـه گاهی روی قطعات موجود در بازار لوازم یدکی، نظارت لازم وجود نـدارد، گفت: نهادهای نظارتی باید درباره رعایت کیفیت و ایمنی قطعات و اجحاف نشدن حق مردم، با مکانیسم‌هایی، استاندارد و کیفیت قطعات را کنتـرل کنند. در حال‌حاضـر در کنار قیمت، ایمنی قطعات هم از دغدغه‌های جدی مصرف‌کنندگان شـده است. این مدرس مهندسی خودرو ادامه داد: در اتحادیـه اروپا موسسـاتی وجود دارد که روی محصـولات و از جمله قطعات تولیدی، آرم CE می‌زنـد. تولیدکننده باید ۶ مرحله مهـم را انجام دهد تا امکان قراردادن نشـان CE روی محصولاتش را داشـته باشند. این آرم مربوط به رعایت مسائل ایمنی، بهداشت، زیست‌محیط و... است. او گفت: با این عملکرد اتحادیه اروپا، مردم نسبت به محصولاتی که می‌خرند، اطمینان خواهند داشـت و به این ترتیب، بازار صاحبان صنایع نیز حفظ می‌شود.

▣ اما واگرهای مُهر استاندارد

مرزبـان‌راد با بیـان اینکه در اروپا بـرای حمایت از مصرف‌کننـده و اجحـاف نشـدن حقوق خریـداران، استانداردها و شاخص‌هایی برای تولید تعریف کرده‌اند که براسـاس آن، تمام تولیدکننـدگان ملزم به رعایت این شـاخص‌ها هسـتند، گفت: در کنار آن، نظارت و کنتـرل دقیقی هم روی عملکرد و اجرا دارند. در ایران هم، مهر استاندارد وجود دارد اما مشکل اینجاست که همه قطعات در فرآیند بررسـی و مُهر اسـتاندارد قرار نمی‌گیرنـد، زیرا اسـتانداردهای آنها اجباری نیسـت. به‌عنوان نمونه، استاندارد فیلتر سوخت و هوا در خودرو اجباری بوده و خریدوفروش فیلتر بدون مهر استاندارد غیرقانونی اسـت اما تولید قطعه‌ای مانند لوله یا انباره اگزوز، استاندارد اجباری ندارد و تولیدکننده این قطعه می‌تواند بدون مهر اسـتاندارد، این قطعه را تولید کند و به‌فروش برساند.

▣ قیمت هم ملاک کیفیت نیست

این کارشناس حوزه خودرو ادامه داد: در بازار قطعات یدکی ممکن اسـت ۳ نوع اگزوز با قیمت‌های متفاوت وجود داشـته باشـد اما روی هیچ‌یک از آنها مهر استاندارد نخورده باشد. مصرف‌کننده با تکیه بر چه شاخص‌هایی می‌تواند به یکی از این ۳ محصول اعتماد کند، مشخص نیست. از این‌رو، بـدون در نظر گرفتن عملکرد آنها، ناچار باید یکی را انتخاب کند.

مرزبان‌راد یادآور شـد: نـرخ هم نمی‌تواند ملاک باشد، چون ممکن است نرخ محصولی بالا باشد اما به‌لحاظ اسـتاندارد و کیفیت، عملکرد پایین‌تری از مثلا یک اگزوز ارزان داشته باشد.

این عضو هیات‌علمی دانشـگاه علم و صنعت تصریح کرد: به‌نظر می‌رسـد تاسـیس سـازمان‌هایی در کنار موسسه اسـتاندارد، ضروری اسـت تا بدون وابستگی دولتی روی کیفیت محصولات نظارت و کنترل داشته باشـند. دولت هم باید به‌جای ورود به کارهای تولیدی و اجرایی، نظارت قوی روی عملکردها داشته باشد.

▣ نهادهای ناظر هم توجه ندارند

این مدرس دانشـگاه معتقد است موسسه استاندارد نمی‌توانـد، چون توان علمی و بودجه لازم را در اختیار نـدارد. همچنین به‌لحاظ مقررات کشـور به‌ویژه برای کالاهایـی که اجباری به رعایت مولفه‌های اسـتاندارد ندارند، نمی‌تواند به چنین موضوعی ورود کند.

عضو هیات‌علمی دانشـگاه علم و صنعت با اشاره به عملکرد فعلی موسسـه استاندارد، افزود: در حال‌حاضر موسسـه اسـتاندارد در امـور جـاری خـود مانده و محدودیت در دستگاه و آزمایشگاه دارد و یک موسسه نمی‌تواند به کل کشور و تمام محصولات خدمات ارائه دهد. در نتیجه این می‌شود که یا قطعه استاندارد دارد یا ندارد. او افزود: حتی قطعاتی که مهر استاندارد دارند هم سوال این است که آیا تمام موارد استاندارد در آنها رعایت شده است یا خیر.

مرزبان‌راد گفت: این مسـئله بحثـی دیگر در حوزه حقوق مصرف‌کننده است، زیرا بارها دیده شد قطعه‌ای مهـر اسـتاندارد دارد اما مصرف‌کننده از اسـتاندارد و کیفیـت آن گلایه دارد. بـرای کنترل و نظـارت باید هر ۶ ماه یا یک سـال یک‌بار، اسـتاندارد محصولات و تجهیزات بررسـی شود. آیا موسسه اسـتاندارد چنین توان و بودجه‌ای دارد؟ پاسخ به این سوال، منفی است.

▣ کسی از مصرف‌کننده حمایت نمی‌کند

این کارشناس حوزه خودرو یادآور شد: کسی نیست کـه در تمام بخش‌ها از مصرف‌کننده به شـکل واقعی حمایـت کند. حتـی برخی اصنـاف دربـاره گلایه و اعتراض مصرف‌کننده، مسـئولیت نمی‌پذیرند و عنوان می‌کنند که در این مسـائل دخالتـی ندارند. این رویه باعث‌شـده حقوق مصرف‌کننده همـواره نادیده گرفته شود.

این کارشـناس خودرو با اشـاره بـه عرضه قطعات زیرپلـه‌ای در بازار لوازم یدکی ادامه داد: دولت باید به جای اینکه خود را درگیر تولید و مسـائل اجرایی کند، نظارت قوی داشته باشد یا به سازمان‌هایی مجوز دهد که بتوانند کنترل کنند.

ایـن شـرایط تـا حـدودی در شـرکت ملـی نفت ایـران در حـال اجراسـت، چـون از قدیـم رعایـت اسـتانداردهای اروپایی در این شـرکت‌ها الزامی بوده است.

مرزبـان‌راد در پایـان گفـت: در صنعـت خـودرو، تولیدکننـدگان که از پیمانکاران خودروسـازان خارج می‌شـوند، بدون کنترل رها شـده‌اند و نمی‌توان گفت در بخش تولید چقدر کیفیت و اسـتانداردها در جهت حقوق مصرف‌کنندگان رعایت می‌شود.

جواد مرزبان‌راد: برای اجحاف نشدن در حق مردم، نهادهای نظارتی باید کیفیت قطعات را کنترل کنند

رضایت مصرف‌کننده یا حفظ جایگاه



بهرام شهریار از کارشناسان صنعت خودرو درباره رعایت حقوق مصرف‌کننده برای داشـتن خودرویی باکیفیت به صمت گفت: نکته اصلی این اسـت که کیفیت را همیشه خریدار تعیین کرده؛ بنابراین گاهی این خریدار رأسـا در حال انتخاب است و کیفیت را تعیین می‌کند یا کیفیت و استانداردها با واسطه مشخص می‌شوند.

وی افـزود: در صنعت قطعه نه با واسـطه مصرف‌کننده اصلی، بلکه با واسطه خودروساز این اتفاق می‌افتد.

وی تصریـح کـرد: در گذشـته کـه حرکـت روبه‌جلو داشـتیم، سـطح کیفی قطعات و محصولات روزبه‌روز در حال افزایش بود تا جایی‌که 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 فعـال صنعت قطعه ادامه داد: برخی قطعه‌سـازان داخلی، صادرات مستقیم به خط تولید پژو فرانسه داشتند که نشـان می‌دهد کیفیت و اسـتاندار قطعات موردتایید بازار جهانی بوده اسـت. البته این موضوع مربوط به نیمه نخست دهه ۹۰ بود. قراردادها حتی برای خودروهای روز فرانسـه بسـته شـده بود و در طراحی قطعات، قطعه‌ساز داخلی مشـارکت داشـت. این کارشـناس حوزه صنعت خـودرو یادآور شـد: برخی از این قطعـات داخلی تا ۸۰ درصد خط تولید آنها را پوشـش مـی‌داد اما به‌هر دلیلی این روند ادامه پیدا نکرد.

▣ کیفیت فدای قیمت

شهریاری در ادامه سخنان خود گفت: آنچه مسلم است تـوان تولید محصـول قابل‌قبول مصرف‌کننده در کشـور وجود دارد اما از مقطعی به بعد صنعت خودرو تحت‌فشار قرار گرفت و نرخ، ملاک تولید شـد. در ادامه به قطعه‌ساز فشـار آمد، سـورس‌گذاری‌های متعدد انجـام و منجر به کاهش کیفیت در قطعات نتیجه این سورس‌گذاری شد.

این کارشناس حوزه خودرو یادآور شد: به‌هر حال برای کاهـش نرخ در برخی بخش‌ها از کیفیت زده شـد، چون مـلاک نرخ بود، نه کیفیـت؛ از این‌رو کیفیـت روزبه‌روز کاهش یافت.

شـهریاری اضافه کرد: برخی مدیران بیـش از اینکـه نگران کیفیت باشـند، نگـران صندلی خود بودند و هسـتند و دغدغه دیگری ندارند، چون پاسـخگو نیستند و دود این عملکرد هم به چشـم مصرف‌کننده می‌رود؛ بنابراین توان ساخت قطعات با کیفیت وجود دارد اما اگر خریداری باشد.

بهرام شهریاری: برای کاهش نرخ برخی قطعات از کیفیت کم شده، چون ملاک نرخ است، نه کیفیت

سخن پایانی

بنابـر این گـزارش، حق مصرف‌کننـده در انتهای زنجیره رضایت قـرار دارد و آنچه موردتوجـه تولیدکنندگان و مدیران مربوط اسـت، موفقیت براسـاس اسـتانداردهای موردنظر خودشان بوده و تامین رضایت را با کاهش کیفیت و نرخ به‌طور همزمان دنبال می‌کنند. بنا به‌گفته کارشناسـان، چون از عملکـرد مدیران صنایع دولتی پس از اتمام ماموریت‌شـان در بخش تولید، سوال نمی‌شـود، کارها به‌طور مقطعی آغاز و نیمه‌کاره رها می‌شـود؛ از این‌رو سال‌هاست با وجود انتقاد از کیفیت محصولات صنعتی از جمله خودرو، این انتقادات به‌سـرانجام نمی‌رسـد. هر مسئول یا مدیر جدید در ابتدای ورود، نسـبت به عملکرد گذشـته انتقاد کرده و قول‌های گذشـته را دوباره تکرار می‌کند. به این ترتیب، این مسئولیت نسل‌به‌نسل بین مدیران صنایع دولتی در حال انتقال است.

فعالان صنعت تاکید دارند باید یک‌بار برای همیشه مسئله کیفیت، استاندارد، ایمنی و... در حوزه عرضه محصولات حل شـود. مدیـران مربوط و تولیدکنندگان باید در این زمینـه بـه واکاوی موضوع و چالش‌ها پرداخته و بـرای برون‌رفت از پیامدهای آن رای و نظر خود را اعلام کنند و براسـاس آن راهکار ارائه دهند؛ پیشـنهادی که بارها تکرار شده است.

نظرگاه

حمایت از مصرف‌کننده با شفاف‌سازی قیمت‌ها



آرمان خالقی، عضو هیات‌مدیره خانه صنعت، معدن و تجارت ایران

اجرای درست طرح درج نرخ تولیدکننده، به‌طـور قطع بـه نفع مصرف‌کننـده نهایی خواهد بود، البته ممکن است در اجرا قدری سـردرگمی ایجاد شـود که به مـرور زمان حل‌وفصل خواهد شد.

در واقـع بـا اجرای طرح خرید شـفاف به جـای درج نرخ مصرف‌کننـده روی کالاها، نـرخ تولیدکننده و به‌عبارتـی نرخ کارخانه درج می‌شود و فاصله میان نرخ تولیدکننده و مصرف‌کننـده به‌عنـوان هزینـه توزیـع، محاسـبه و در نظـر گرفته می‌شـود و نرخ مصرف‌کننده روی قفسه‌های فروشگاهی به اطلاع مردم می‌رسد.

در ایـن طـرح بـا توجه بـه اینکـه نرخ تمام‌شـده کارخانه، روی کالا درج می‌شود و نسبت سهم هزینه حمل، نگهداری، توزیع و حداکثر سـود کالاها نیز مشـخص است، خـود مردم به‌عنوان ناظران بازار عمل کرده و جلوی تخلفات احتمالی را خواهند گرفت.

پیـش از اجـرای ایـن طـرح، به‌دلیـل مشـکلاتی که در نظام توزیع وجود داشـت و به‌عبارتی یک کالا دست‌به‌دسـت می‌شد تا به مصرف‌کننده نهایی برسـد، هزینه‌های زیـادی بـر آن تحمیل می‌شـد کـه به نفع مصرف‌کننده نهایی نبود.

بـا وجـود نقاط قـوت این طرح، شـاهد چالش‌هایـی نیز در راه اجرای آن هسـتیم، به‌عنوان نمونه در چند هفته گذشته تعدادی انجمـن تخصصی نامه‌ای در ۱۵ بند خطاب به رئیس‌جمهوری نوشته بودند و درخواست تعویق طرح را داشتند تا اشکالات رفع شود؛ بـه هر ترتیب، جلسـات و مذاکرات مکرری بیـن تولیدکننده‌هـا و نهادهـای مربوط از جملـه وزارت صنعت، معـدن و تجارت در جریان اسـت که امیدواریم با نزدیک شدن بـه شـب عید، این طـرح هر چه سـریع‌تر تعیین‌تکلیف و مشخص شود.

اجرای درسـت این طـرح به‌طور قطع به نفع مصرف‌کننده نهایی است. البته بهتر بود در اجرای این طرح با ذی‌نفعان این مسـئله رایزنـی و مذاکـره و بـا آمادگی بیشـتری موضوع عملیاتی می‌شد.

در حـوزه صنعـت، شفاف‌سـازی‌های این‌چنینـی بـه نفع مصرف‌کننـده و مردم اسـت. در حال‌حاضـر روی یکسـری از کالاهایـی که در قفسـه‌های فروشـگاهی هسـتند، نرخ مصرف‌کننـده و روی برخی دیگـر، نـرخ تولیدکننده درج‌شـده که این موضوع ممکن است باعث شود مردم تمایلی به برداشـتن کالاهایی که نرخ مصرف‌کننده دارنـد از خـود نشـان ندهنـد و ضایعات و برگشـت کالا به وجـود آید یا بین خریدار و فروشنده بحث‌هایی ایجاد شود.

از آنجایی که معمولا بیشـتر کالاها تا ایام عید به فروش می‌رسند، بهتر بود اجرای این طـرح هم موکول به بعد از این ایام شـده و سال جدید با روش‌های جدید قیمت‌گذاری شروع می‌شد.

در ایـن میـان، دغدغـه مدیـران بخش خصوصی و دولتی این اسـت که محصولات تولیدشده با نرخ واقعی به‌دست مردم برسد و افـراد برای خرید کالاهای موردنیاز خود با مشکلات کمتری روبه‌رو باشند.

تمام سعی و تلاش برنامه‌ریزان به حداقل رسـیدن اجحاف در حق مشـتری اسـت. علاوه‌بـر حمایـت از کالای داخلی ضرورت دارد در بازار این محصولات از مصرف‌کننده و بـازار تقاضا نیز حمایت شـود تـا افراد با رغبت بیشـتر از کالای تولید داخل استفاده کنند.

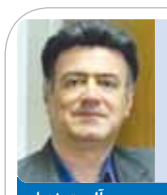
همان‌طـور که بارها عنوان شـده، اجرای طرح شـفافیت، دسـت دلالان و سوداگران بازار را از سـودهای یک‌شـبه کوتاه می‌کند و اعتماد به کالای داخلی بیشتر می‌شود.

در این راسـتا، تولیدکننـدگان باید برای داشـتن بـازار ثابت و مشـتری وفـادار، در راسـتای ارتقـای کیفی محصـولات تلاش کننـد و برای رقابت در بازار نرخ تمام‌شـده را کاهش دهند.

مدیریـت و کنترل نرخ در بازار محصولات منجر به آرامش آن شـده و در رسـیدن به اهداف تعیین‌شده بسیار کمک‌کننده است.

یادداشت

فاصله با مدل‌های موفق حمایت از مصرف‌کننده



آلبرت بغزیان
اقتصاددان

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

بخش نخست:

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

بنابراین به‌نظر می‌رسد 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. حمایت اصولی از تولیدکننده باید به‌نحوی باشد که به تهیه مواد اولیه، فناوری و کالاهای واسطه‌ای آنها کمک کند. باید به صادرکنندگان و تولیدکنندگان ارز ترجیحی تعلق بگیرد تا بتوانند تولیدات خود را با قیمتی منصفانه‌تر به بازار ارائه کنند. با این حال، اکنون نیازهای تولید در کشور برطرف نشده و تولیدکنندگان مشکلات زیادی دارند. از میان تولیدکنندگان کشور عده معدودی می‌توانند از تسهیلات و سیاست‌های حمایتی کافی برخوردار شوند، به همین دلیل اعتراضات زیادی در سال‌های اخیر از سوی تولیدکنندگان صورت گرفته است؛ به این ترتیب به نظر می‌رسد سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان اکنون دچار نوعی بحران هویت شده و از هیچ‌کدام از دو بخش مورد ادعا حمایت‌های کافی را انجام نمی‌دهد.

از سوی دیگر در بسیاری از کشورهای جهان مدل‌های موفق حمایت درست از مصرف‌کننده و تولیدکننده وجود دارد، 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 کنونی را درک کرد. حمایت از مصرف‌کننده در گام نخست نظارت درست بر قیمت‌ها و میزان تولیدات و کیفیت آنها است. برای حل مشکلات تولیدکننده هم باید مشکلات تولید را کاهش داد. در واقع حمایت در این بخش به شکل کلی همین است.

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

بخش دوم:

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

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

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

بنابرآنچه گفته شد 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.

نماینده پیشین مجلس در گفت‌وگو با صمت:

حمایت از مصرف‌کننده بدون کنترل تورم و نقدینگی غیرممکن است

امیرعباس آذرم‌وند
editor@smtnews.ir

استاندار سابق گلستان و نماینده پیشین مجلس می‌گوید: «هیچ سیاستی در راستای حمایت از مصرف‌کننده به اندازه کنترل نقدینگی و نرخ تورم نمی‌تواند قدرت خرید مصرف‌کنندگان را تقویت کند. سیاست‌های حمایتی در شرایط ثبات آثار پایدارتری خواهند داشت، در حالی که با تورم ۴۰ درصدی فعلی در کشور، هر حمایتی ظرف ۲ تا ۳ سال نیمی از قدرت خود را از دست داده است.»

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

مشروح این گفت‌وگو را در ادامه می‌خوانید.



عکس: آیدا فریدی

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

◉ روز حمایت از حقوق مصرف‌کننده در حالی فرا می‌رسد که شرایط مصرف‌کنندگان ایرانی در یک سال گذشته به‌مراتب دشوارتر شده است. از سوی دیگر گفته می‌شود به‌نام حمایت از مصرف‌کنندگان، بودجه‌های فراوانی تصویب می‌شود. چرا باوجود این حجم از منابع، مصرف‌کننده ایرانی هر روز در حال از دست دادن قدرت خرید خویش است؟

به نکته درستی اشاره کردید. در کشور ما شاید تلاش‌های پراکنده‌ای برای حمایت از مصرف‌کنندگان انجام و ارقام فراوانی هم صرف آن شده، اما همان‌طور که اشاره کردید، در یک دهه گذشته نه‌تنها وضعیت مصرف‌کنندگان و قدرت خرید آنها بهبود نیافت بلکه تعداد فقرا تقریبا ۲ برابر شد و درآمد سرانه هم به‌طور میانگین نسبت به سال ۹۰ کاهش ۳۳ درصدی داشته است. اینها نشان می‌دهد مسئله صرفا حمایت از تولیدکننده یا مصرف‌کننده نیست؛ اقتصاد ایران درگیر مشکلات ریشه‌ای است که در بخش‌های مختلف اثراتی از خود برجای گذاشته است.

◉ علت اصلی مشکلات امروز چیست؟

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



هادی حق‌شناس

اگر به اقتصاد کشور چون یک پیکر واحد نگاه کنیم باید تاکید کرد بیشتر مشکلات موجود در اقتصاد ما ناشی از سیاست‌گذاری‌های پولی است

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

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

◉ باوجود اجرای سیاست‌هایی چون ارز ترجیحی در دولت روحانی و وعده‌های بزرگ در کارزار انتخاباتی ازسوی طرفداران دولت فعلی، مسئله معیشت هر روز به مشکلی بزرگ‌تر برای خانوارهای کشور تبدیل می‌شود. این روند تا چه زمانی ادامه خواهد داشت؟

مادامی‌که نرخ تورم در کشور ما بیش از ۳۰ و ۴۰ درصد است، از قدرت خرید بخش اصلی مصرف‌کنندگان یعنی نیروی کار کاسته خواهد شد. وقتی تورم در کشور ما ۴۱ درصد است، یعنی هزینه‌ها به‌طور میانگین در یک سال ۵۰ درصد گران‌تر شده است. این وضعیت نه‌تنها هیچ شباهتی به دوره ثبات ندارد، بلکه نشان‌دهنده بی‌ثباتی کامل است. اقتصاد ما گرچه در نیم قرن گذشته همواره با تورم دورقمی مواجه بوده، اما خیلی کم پیش آمده تورم از ۳۰ یا ۴۰ درصد بگذرد. پس از انقلاب تنها برای ۳ سال نرخ تورم بیش از ۴۰ درصد شد و برای ۷ سال هم نرخ تورم از ۳۰ درصد گذشت. بیشتر این نرخ تورم‌های غم‌انگیز در ۴سال گذشته رخ داد؛ در این مدت ۲ بار نرخ تورم سالانه از کانال ۳۰ درصد گذشت و برای ۲ سال هم بیش از ۴۰ درصد محاسبه شد. یعنی تورمی که تجربه شد نه در مقایسه با کشورهای باثبات جهان (که میانگین تورمی کمتر از ۵ درصد دارند)، بلکه نسبت به تورم بلندمدت کشور هم رشدی ۱۰۰ درصدی داشته است.

در کنار سیاست پولی، سیاست مالی و بودجه‌ای هم نقش تعیین‌کننده‌ای دارند، زیرا بخش مهمی از نقدینگی ایجاد شده در ۴ سال گذشته مربوط به استقراض دولت از بانک‌ها برای تامین کسری بودجه بوده است؛ پس اگر بودجه متوازن و منطقی بسته شود، در نهایت به ثبات اقتصاد و متعاقب آن بهبود وضعیت مصرف‌کنندگان منجر خواهد شد.

بی‌انضباطی حاکم بر بخش پولی و مالی کشور در ۳۰ سال گذشته به‌تدریج بیشتر شده، به‌نحوی که نقدینگی کشور در این مدت سالانه رشد ۳۰ درصدی داشته و حجم پول هم به همین اندازه رشد کرده، اما وقتی آمار تولید را بررسی می‌کنیم متوجه می‌شویم در همین مدت سطح تولیدات در کشور کاهش چشمگیری داشته است. این تناقض نتیجه بی‌انضباطی است که دامن تولیدکننده و مصرف‌کننده ایرانی را رها نمی‌کند و از قضا فرصت‌های بیشتری را برای فعالیت‌های سوداگرانه آماده کرده است.

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

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

البته لازم می‌دانم بر این نکته هم تاکید کنم که باوجود تضاد منافعی که میان تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان برقرار است، نباید این تصور را داشته باشیم که حمایت از مصرف‌کننده با سرکوب تولیدکننده و اجرای سیاست‌های دستوری ممکن می‌شود.

گاه لازم است دولت مداخله مستقیم و قاطع هم بکند، اما این راه برای همیشه باز نیست و به‌هر حال باید به سازکارهای مرسوم اقتصادی تن دهیم. در مقابل حمایت از تولیدکننده هم نباید به‌معنای فقیرتر کردن مصرف‌کنندگان باشد. در واقع دولت‌ها باید در شرایط بحرانی کاری کنند که بخش‌های مختلف جامعه بتوانند سرپا بمانند، نه اینکه هر بخش و طبقه قربانی دیگری شود.

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

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

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

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

باز هم تاکید می‌کنم اگر دولت بتواند سیاست‌های بنیادین و اصولی را بر بخش پولی و مالی حاکم کند، بخش اصلی مشکل مرتفع شده است. مسئله دیگر هم نظارت است که باید زیر نظر وزارت صنعت، معدن و تجارت انجام شود.

نظارت اصولی به این دلیل که فساد را دشوار می‌کند، به سود اقتصاد کشور به‌ویژه فعالیت‌های مولد تمام خواهد شد.

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

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

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

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

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

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

نیاز نیست خیلی دور برویم. همسایه غربی ما عراق است که سال‌هاست جنگ و ناامنی در آن حاکم شده است. این کشور از اشغال نظامی تا جنگ داخلی با داعش را تجربه کرد اما تورم در آن حدود ۵ درصد است.

عراقی‌ها با اینکه به‌سختی توانستند کشور خود را از داعش پس بگیرند، کنترل اقتصاد را از دست ندادند. کشوری چون روسیه هم چند سالی است زیر فشار تحریم‌ها قرار دارد. اقتصاد روسیه گرچه از اقتصاد ایران بزرگ‌تر است اما اقتصادی توسعه‌یافته یا پیشرفته به حساب نمی‌آمد و وابسته به درآمدهای حاصل از فروش نفت و گاز است. در این کشور هم نرخ تورم در این مدت از ۹ درصد بیشتر نشده است. البته ناگفته نماند تحریم ایران به‌مراتب شدیدتر از روسیه است.

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

به‌نظر من این کار چون به افزایش نقدینگی شدت می‌بخشد، به زیان کشور است. این درک از پایه ایراد دارد و پرداخت نقدی در بلندمدت سبب اخلال در قیمت‌ها خواهد شد؛ ضمن اینکه در کشور ما با این سطح تورم باید میزان یارانه نقدی را در هر دوره‌ای اصلاح کرد، وگرنه این پول به‌سرعت بی‌ارزش می‌شود. در سال ۸۹ یارانه ۴۵ هزار تومانی حدود ۴۰ دلار ارزش داشت، امروز همین رقم کمتر از ۲ دلار ارزش دارد.

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

صمت به بهانه روز ملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان بررسی کرد

میزان مشتری‌مداری در بانک و بیمه

در شـرکت‌های خدماتی، احترام به مشـتری یکی از اصول بنیادین و اساسـی به‌شمار می‌رود. خدمات بانک و بیمه جزو خدماتی هسـتند که با مخاطبان بسـیاری مواجه بوده و میـزان رعایت مشـتری‌مداری در بانک و بیمه در اولویت سـاختار توسـعه این حوزه قـرار می‌گیرد. فعـالان عرصه اقتصاد و کسـانی که به ماندگاری جاودانـه در این عرصه می‌اندیشند به خوبی می‌دانند که اکسیژن تنفس در دنیای تجارت، اصل مشتری‌مداری است و درک این سخن که «همیشه حق با مشتری است» را سرلوحه برنامه‌های خویش قرار داده‌اند و می‌دانند حضور مشـتری در یک واحد اقتصادی علاوه بر آنکه سـود مالی به‌دنبال دارد، شـیپور بیدارباش همیشگی است تا چون سربازانی آماده در عرصه رقابت به نبرد بپردازند. بانک و بیمه به‌عنوان موسسـات پولی و شـرکت‌های خدماتی، به‌دنبال بکارگیری اسـتراتژی‌هایی هستند که از آن طریق، مشتریان کنونی خود را حفظ کنند. با این همه، بسیاری معتقدند رضایت از عملکرد صنعت بیمه در ایران با میانگین جهانی فاصله معناداری دارد و بانک‌ها نیز در این عرصه آن‌طور که باید موفق نبوده‌اند. به بهانه روز حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان، میزان رعایت مشتری‌مداری در بانک و بیمه را در گفت‌وگو با کارشناسان این حوزه بررسی کرده‌ایم.



عکس: آیدا فریدی

رضایت کم از صنعت بیمه در ایران نسبت به میانگین جهانی

مشتری‌مداری بانک‌ها که در واقع از دهه ۵۰ میلادی در نظام‌های بانکداری غربی رواج یافته در ایران موضوعی نوپاسـت که از زمان ظهور پدیده بانک‌های خصوصی به این سـو به یکی از سـرفصل‌های تبلیغات بانک‌ها و شـرکت‌های بیمه‌ای تبدیل شـده اسـت. با این حال، کارشناسان بسیاری معتقدند هیچ‌یک از این دو مرجع اقتصادی (بانک و بیمه) در ایران نتوانسـته‌اند مشتری‌مداری را به‌گونه‌ای که استانداردهای جهانی پذیرای آن است، به اجرا درآورند. این موضوع به‌ویژه درباره بیمه‌ها مطرح بوده که با نگاهی به حجم شـکایات بیمه‌گذاران از شرکت‌های گوناگون بیمه‌ای می‌توان به کنه مطلب پی برد. بررسی‌های صمت نشان می‌دهد میزان رضایت از صنعت بیمه در ایران نسبت به میانگین جهانی به‌مراتب کمتر اسـت و مسئله حفظ حقوق بیمه‌گذار چندان موضوعیتی ندارد. برخی کارشناسان معتقدند میزان رضایت مشتریان از بانک‌ها نیز چندان تعریفی ندارد اما این نهاد وضعیت به‌نسبت بهتری در مقایسه با بیمه‌ها دارد.

قوانین بین‌المللی در تضاد با قواعد نظام‌بانکی ایران



علی حیدری، کارشناس امور بانکی: قوانیـن و اصول بانکداری در ایـران باوجود اینکـه دهه‌ها از تهیه آن می‌گذرد، به‌صورت علمی تنظیم شـده اما از سـال ۱۳۵۴ تا امروز حتی همیـن قوانین قدیمی هـم اجرایی نشـده، چراکه اجرای همـان دسـتورالعمل‌ها منـوط بـه رعایت دسـتورات مقامات بالادسـت اسـت که در بسـیاری موارد سـازکار قانونی نظام بانکی کشور را دچار مشکل کرده است.

از دهـه ۶۰ نیز شـاهد بودیم که قوانین و دستورالعمل‌ها به سـویی رفتند که رویکرد انتخـاب طرف قـرارداد بـا بانک‌هـا برپایه شـناخت فردی هیات‌های بانکـی را تثبیت می‌کردند.

به همین دلیل است که قوانین بین‌المللی بانکـداری در تضاد و تناقـض کامل با قواعد نظام بانکی ایران است.

چنیـن رویکـردی باعث شـده رانت در سیسـتم بانکداری کشور به‌شدت ریشـه بدواند و متاسفانه فسـاد در این مجموعه گسـترش یابد.

بنابراین به‌نظر می‌رسـد چرخه رانـت در نظام بانکداری ادامه‌دار خواهد بود؛ مگـر اینکه تسـلط و تصدی دولـت در این زمینه و سیاسـت‌گذاری‌های پولی محدود و محدودتر شـود. تنها در این صورت است که قوانین بین‌المللی بانکـداری در ایران مانند سایر کشورهای توسعه‌یافته اجرا خواهد شد.

همه ایـن موارد هم حاصل نخواهد شـد؛ مگر اینکه نماینـدگان مجلس یک بار برای همیشـه شـهامت تصویب قوانینی را داشته باشند که زمینه را برای حفظ استقلال بانک مرکزی فراهم کند.

جاده یک‌طرفه قراردادهای بیمه



مسـعود پهلوانی، کارشـناس صنعت بیمه: 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 اساسـی دارد. در جای‌جای این قانون که تقریبا ۹۰ سـال از تنظیم آن می‌گذرد، فقط تعهداتی برای بیمه‌گذار تعریف شـده و مواردی 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. شرکت‌های بیمه‌ای در موارد بسیاری بیمه‌نامه‌های مناسبی را در اختیار بیمه‌گذار قرار نمی‌دهند و عملکـرد مناسـبی را از خـود به نمایش نمی‌گذارند یـا در زمان جبران خسارت‌ها دیده‌ایم که شرکت‌های بیمه‌ای به هر اهرمی متوسل می‌شوند تا از زیر بار پرداخت خسارت بیمه‌گذار فرار کنند. موارد اینچنینی بسیاری وجود دارد که در قوانین ما اصلا پیش‌بینی نشده و به همین دلیل باید این قانون را مورد بازبینی و اصلاح قرار دهیم.

جدا از آن، قرارداد بیمه‌ای قراردادی اسـت که تابع قانون مدنی اسـت و به‌دلیل «عقد» بودن آنها به قوانین عقود هم مربوط می‌شـود. در این نوع قراردادها دو طرف خریدار (بیمه‌گذار) و فروشـنده (شـرکت بیمه) وجود دارند. طبق اصـول قراردادهای دوطرفه باید تکالیف و تعهدات هر دو طرف به‌طور کامل و جامع مشـخص شـده باشـد اما در قراردادهای ما فقط تکالیف بیمه‌گذار که خریدار بیمه‌نامه است، مشـخص شده و طرف مقابل که شـرکت بیمه است، در اتخاذ تصمیم در زمینه جبران خسارات بیمه‌گذار دست بازی دارد.

چنین وضعیتی در مغایرت کامل با روح قانون مدنی کشـور است. طبق این قوانین، فردی که طرف قرارداد است نباید درباره انجـام دادن یا نـدادن تعهدات در قبال طرف مقابـل تصمیم‌گیری کند اما در قراردادهای بیمه‌ای ما شـاهد این هسـتیم که شرکت‌ها می‌توانند بگوینـد بیمه‌گذار تعهدات خود را انجام نداده و من از پرداخت خسـارت خودداری می‌کنم. در این نوع قراردادها تعیین‌تکلیف باید از سـوی طرف سوم مستقلی انجام شود که وابسته به هیچ‌یک از دو طرف نباشد و منفعتی در آن قرارداد نداشته باشد تا بتواند بدون جانبداری تصمیم‌گیری کند.

با توجه به موارد یادشـده به نظر می‌رسـد قوانین باید به‌گونه‌ای تغییر کنند که وظایف هر دو طرف قرارداد به‌طور شـفاف و دقیق مشخص شده باشـد تا هیچ‌یک از طرفین امکان فرار از زیر بار مسـئولیت و تکالیف خود را نداشته باشد. اگر چنین اتفاقی رخ دهد، حقوق مصرف‌کننده که در این مورد همان بیمه‌گذار است، رعایت می‌شود اما متاسفانه تا به حال چنین تغییـری در زمینه قوانین قراردادهای بیمه‌ای یا همان تنظیم بیمه‌نامه‌ها رخ نداده و همچنان این قراردادها، یک‌طرفه و تماما به نفع شـرکت‌های بیمه‌ای یا همان فروشندگان بیمه تنظیم می‌شود.

سخن پایانی

مشتری‌مداری بانک‌ها در ۲ دهه اخیر تبدیل به یکی از عناوینی شده که هر یک از بانک‌های خصوصی و دولتی به انحای مختلف خـود را در این زمینه پیشـتاز معرفی می‌کنند. ایـن موضوع را می‌توان به‌روشنی در تبلیغات تلویزیونی بانک‌ها مشاهده کرد که هر یک خود را به‌عنوان بهترین حامی حق سـپرده‌گذاران نشـان می‌دهند. اما کارشناسـان بسـیاری بر این نکتـه انتقاداتی جدی وارد می‌کننـد. البتـه باتوجه به اینکه تا به حال نظرسـنجی‌های دقیقی در مقیاس ملی برای سنجش میزان رضایتمندی مشتریان بانک‌های ایرانی انجام نشده نمی‌توان به دقت در این‌باره اظهارنظر کرد اما روی هم رفته به‌نظر می‌رسد باوجود نقدهای تند و تیزی که مطرح می‌شـود، قطعا نمی‌توان ادعا کرد بانک‌های ایرانی جز یکی دو مورد از بانک‌های خصوصی مشتری‌مدار هستند.

قوه قضائیه
سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد و املاک مازندران

آگهی موضوع ماده ۳ و ماده ۱۳ آئین‌نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

نوبت دوم شناسه ۱۲۷۴۷۸۸

نظـر به دسـتور مـواد ۱ و ۳ قانـون تعییـن تکلیف وضعیـت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسـمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ املاک متقاضیانی که در هیـات موضوع ماده یک قانون مذکور مسـتقر در واحد ثبتی آمل مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می‌گردد:

املاک متقاضیان واقع در بخش دو ثبت آمل- دهستان دابو

۱۱۰- اصلی (قریه شانه‌بند سفلی)

۳۹ فرعی خانم صغری ملک در ششـدانگ یک قطعه زمین با ساختمان احداثی با کاربری مسـکونی که هجده سیر مشـاع از دویست و چهل سیر عرصه موقوفه اسـت به مساحت ۲۶۹.۶۸ مترمربع خریداری شده بلاواسطه از نبی آقاجانزاده اسپاهی.

لـذا بـه موجب مـاده ۳- قانون تعییـن تکلیف وضعیت ثبتـی اراضی و سـاختمانهای فاقد سند رسـمی و ماده ۱۳- آیین‌نامه مربوطه این آگهی در دو نوبـت به فاصلـه ۱۵ روز از طریق روزنامه محلی و کثیرالانتشـار در شـهرها منتشـر و در روسـتاها رای هیات الصاق تا در صورتی‌که اشخاص ذینفع به آرای اعلام شـده اعتراض داشـته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی در روستاها از طریـق الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خـود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسـلیم و رسـید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسـلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواسـت به دادگاه عمومی محـل نماید و گواهی تقدیم دادخواسـت به اداره ثبـت محل تحویل دهد کـه در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه اسـت و در صورتـی که اعتـراض در مهلت قانونی واصل نگردد یا معترض، گواهی تقدیم دادخواسـت به دادگاه عمومی محل ارائه نکند اداره ثبت مبادرت به صدور سـند مالکیت می‌نماید و صدور سـند مالکیت مانـع از مراجعه متضرر به دادگاه نیسـت. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آیین‌نامه مذکور در مورد قسـمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشـده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیـم اظهارنامه حاوی تحدید حدود، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می‌رسـاند و نسـبت به املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می‌نماید.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۱/۲۳ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۲/۰۷

فیض‌اله ذبیحی، سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک آمل

قوه قضائیه
سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد و املاک مازندران

آگهی موضوع ماده ۳ و ماده ۱۳ آئین‌نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

نوبت اول شناسه ۱۲۸۰۴۱۷

نظـر به دسـتور مـواد ۱ و ۳ قانـون تعییـن تکلیف وضعیـت اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسـمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰ املاک متقاضیانی که در هیـات موضوع ماده یک قانون مذکور مسـتقر در واحد ثبتی آمل مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می‌گردد:

املاک متقاضیان واقع در بخش سه ثبت آمل- دهستان دشت‌سر

۳۳- اصلی (قریه بازیارکلا)

۱۰۱۱۴ فرعی از ۳۳۳ فرعـی خانم مرضیـه عزیزکمالی و آقای سـیدجواد رسولی‌نسـب هر یک به نسبت سه‌دانگ مشـاع از ششـدانگ یک قطعه زمین با ساختمان احداثی به مساحت ۱۳۰.۵۰ مترمربع خریداری شده بلاواسطه از صنم کمانگر و مع‌الواسطه از مالک رسمی مشاعی علی‌اصغر محمدی وسطی‌کلائی.

لـذا بـه موجب مـاده ۳- قانون تعییـن تکلیف وضعیت ثبتـی اراضی و سـاختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳- آیین‌نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق روزنامه محلی و کثیرالانتشار در شهرها منتشـر و در روسـتاها رای هیات الصاق تا در صورتی‌که اشخاص ذینفع به آرای اعلام شـده اعتراض داشـته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی در روستاها از طریـق الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خـود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسـلیم و رسـید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسـلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواسـت به دادگاه عمومی محـل نماید و گواهی تقدیم دادخواسـت به اداره ثبـت محل تحویل دهد کـه در این صورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه اسـت و در صورتـی که اعتـراض در مهلت قانونی واصـل نگردد یا معترض، گواهی تقدیم دادخواسـت به دادگاه عمومی محل ارائه نکنـد اداره ثبت مبادرت به صدور سـند مالکیت می‌نماید و صدور سـند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیسـت. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین‌نامه مذکور در مورد قسـمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشـده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیـم اظهارنامه حاوی تحدید حدود، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می‌رسـاند و نسـبت بـه املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می‌نماید.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۲/۰۷ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۲/۲۱

فیض‌اله ذبیحی، سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک آمل

قوه قضائیه
سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد و املاک مازندران

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳

آیین‌نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

نوبت اول شناسه ۱۲۸۳۷۲۹

برابر رای شـماره ۱۱۰۵۱ تاریخ ۱۴۰۰/۱۰/۲۶ هیات موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسـمی در واحد ثبتـی حوزه ثبت ملک بهشـهر تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی محمود غلامی‌رباطی فرزند درویش نسـبت به ششـدانگ یک قطعـه زمین با بنای احداثی مسـاحت ۱۴۲.۵۵ مترمربـع که قسـمتی از پلاک ۶ فرعی از ۴۹- اصلی به شـماره کلاسـه ۱۳۹۸/۲۰۵ واقـع در اراضی خلیل‌شـهر بخـش ۱۷ ثبت بهشـهر محرز گردیده اسـت لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبـت به فاصلـه ۱۴ روز آگهی می‌شـود در صورتی‌که اشـخاص نسبت به صدور سـند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشـند می‌تواننـد از تاریخ انتشـار اولین آگهی بـه مدت دو ماه اعتـراض خود را به این اداره تسـلیم و پس از اخذ رسـید ظرف مـدت یک مـاه از تاریخ تسـلیم اعتراض دادخواسـت خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضاء مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سـند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۲/۰۷ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۲/۲۱

محمدمهدی قلیان، سرپرست اداره ثبت اسناد و املاک بهشهر

قوه قضائیه
سازمان ثبت اسناد و املاک کشور
اداره کل ثبت اسناد و املاک مازندران

آگهی قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

حوزه ثبتی قائم‌شهر

نوبت دوم شناسه ۱۲۷۴۶۳۹

نظـر بـه دسـتور مـواد ۱ و ۳ قانـون تعیین تکلیـف وضعیـت اراضی و سـاختمانهای فاقد سند رسـمی مصوب ۱۳۹۰/۹/۲۰، املاک متقاضیانی که در هیات موضوع ماده یک قانون مذکور مستقر در واحد ثبتی قائم‌شهر مورد رسیدگی و تصرفات مالکانه و بلامعارض آنان محرز و رای لازم صادر گردیده جهت اطلاع عموم به شرح ذیل آگهی می‌گردد:

املاک متقاضیان واقع در قریه کفشگر کلا ۲۵ اصلی بخش ۱۶

۱۷۹۳۰ فرعی به نام آقای بهروز خورشـیدی میانائی نسـبت به سـه‌دانگ مشاع از ششـدانگ یک قطعه زمین که در آن احداث بنا شده است به مساحت ۲۲۰ مترمربع خریداری مع‌الواسطه از خانم زینب امامی وسطی کلائی مالک رسمی.

۱۷۹۳۰ فرعـی بـه نام آقای حامد رحیمی نسـبت به سـه‌دانگ مشـاع از ششـدانگ یک قطعه زمین که در آن احداث بنا شـده است به مساحت ۲۲۰ مترمربع خریداری مع‌الواسطه از خانم زینب امامی وسطی کلائی مالک رسمی.

لـذا به موجـب مـاده ۳ قانون تعییـن تکلیـف وضعیت ثبتـی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسـمی و ماده ۱۳ آئین‌نامه مربوطه این آگهی در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز از طریق این روزنامه محلی/ کثیرالانتشـار در شـهرها منتشر و در روستاها علاوه بر انتشار آگهی، رای هیات الصاق تا در صورتی‌که اشـخاص ذینفع به آرای اعلام شده اعتراض داشته باشند باید از تاریخ انتشار اولین آگهی و در روستاها از تاریخ الصاق در محل تا دو ماه اعتراض خود را به اداره ثبت محل وقوع ملک تسلیم و رسید اخذ نمایند. معترض باید ظرف یک ماه از تاریخ تسـلیم اعتراض مبادرت به تقدیم دادخواست به دادگاه عمومی محل نماید و گواهی تقدیم دادخواسـت بـه اداره ثبت محل تحویل دهد که در ایـن صـورت اقدامات ثبت موکول به ارائه حکم قطعی دادگاه اسـت و در صورتـی که اعتـراض در مهلت قانونی واصـل نگردد یا معترض گواهی تقدیم دادخواسـت به دادگاه عمومی محل ارائه نکنـد اداره ثبت مبادرت به صدور سند مالکیت می‌نماید و صدور سند مالکیت مانع از مراجعه متضرر به دادگاه نیسـت. بدیهی است برابر ماده ۱۳ آئین‌نامه مذکور در مورد قسـمتی از املاکی که قبلا اظهارنامه ثبتی پذیرفته نشده، واحد ثبتی با رای هیات پس از تنظیـم اظهارنامه حاوی تحدید حدود، مراتب را در اولین آگهی نوبتی و تحدید حدود به صورت همزمان به اطلاع عموم می‌رسـاند و نسـبت بـه املاک در جریان ثبت و فاقد سابقه تحدید حدود، واحد ثبتی آگهی تحدید حدود را به صورت اختصاصی منتشر می‌نماید.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۱/۲۳ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۲/۰۷

رحمت سلمانی قادیکلائی، اداره ثبت اسناد و املاک قائم‌شهر

آگهی مفقودی کارت سبز خودرو

کارت سـبز خودروی نیسـان سال تولید ۱۳۸۷ به رنگ آبی روغنی، به شماره شاسـی: L۱۷۳۳۶۹ شماره موتور: ۴۶۲۳۹۰ به شماره انتظامی ۱۳ ع۹۱۸ ۵۷ به نام شرکت مهندسی راه‌آهن بین ریل مفقود گردیده و از درجه اعتبار ساقط است.

اصفهان

شنبه
۷ اسفند ۱۴۰۰- ۲۴ رجب ۱۴۴۳ - ۲۶ فوریه ۲۰۲۲- شماره ۲۰۰۹- پیاپی ۳۳۲۷

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

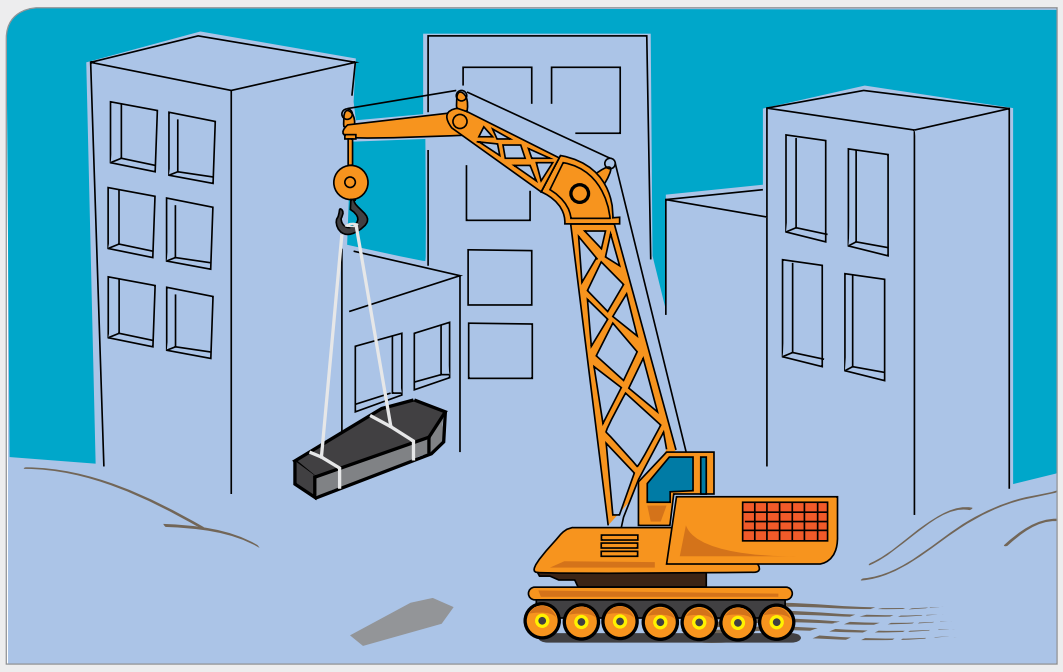
تلفن: ۸۲۱۹۰ - نمابر: ۸۸۷۱۳۷۳۰- پیامک: ۳۰۰۰۸۲۱۹۰
سازمان آگهی‌ها: ۳-۸۸۷۲۲۷۳۲ - نمابر آگهی‌ها: ۸۸۷۲۴۲۱۱-۸۸ - ۰۹۰۲۶۲۹۱۴۸۸
امور مشترکین: ۸۸۷۲۲۷۳۵ - روابط عمومی: ۸۸۱۰۵۳۰۹
توزیع و سازمان شهرستان‌ها: ۸۸۷۲۲۷۳۵
تهران، خیابان قائم‌مقام فراهانی - کوچه آزادگان شماره ۲۶ - کد پستی ۱۵۸۶۷۳۳۸۱۱
روابط عمومی: pr@smtnews.ir آگهی: ads@smtnews.ir
امور استان‌ها: ostanha@smtnews.ir
چاپخانه: هنر سرزمین سبز

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

تسلیت

خداحافظی با دوبلور پیشکسوت



رفعت هاشم‌پور پیشکسوت دوبلاژ ایران و همسر جلال مقامی، درگذشت.

رفعت هاشم‌پور پیشکسوت دوبلاژ ایران بر اثر کهولت سن درگذشت.

صفحه رسمی دوبلاژ ایران خبر درگذشت رفعت هاشم پور را تایید کرد. این هنرمند عرصه دوبله همسر جلال مقامی، دیگر پیشکسوت عرصه دوبلاژ بود.

جلال مقامی در صفحه شخصی‌اش آورده است: «بازگشت همه بسوی اوست. امروز همسرم بانو رفعت هاشم پور به رحمت خدا رفتند.»

هاشم‌پور به‌جای بزرگ‌ترین بازیگران بین‌المللی نظیر آنا مانیانی، ویوین لی، اینگرید برگمن، سوزان هیوارد، ریتا هیورث، ملینا مرکوری، لانا ترنر، اوا گاردنر، ایرنه پاپاس، جینا لولوبریجیدا، کاپوسین، ژان مورو، آن بنکرافت، کیم نواک، اورسولا اندرس، فی داناوی و در فیلم‌های ایرانی به‌جای شهلا ریاحی، فخری خوروش، آذر شیوا، و... صداپیشگی کرده است.

یکی از به‌یادماندنی‌ترین گویندگی‌های رفعت هاشم‌پور که صدایش را در اذهان بسیاری ماندگار ساخته‌است، گویندگی او به‌جای ویوین لی در نقش اسکارلت در فیلم «برباد‌رفته» (ساخته ویکتور فلمینگ) است.

یادداشت

شکل‌گیری رقابت سالم و سازنده



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

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

داشتن قانون حقوق مصرف‌کنندگان مترقی و پویا از جمله علل رشد فضای رقابتی سالم و سازنده است. در نتیجه، مفاد قانون حمایت در جهت منافع عموم مردم حتی فعالان عرضه محصولات در داخل و بازارهای جهانی است؛ به‌گونه‌ای که می‌توان اذعان داشت هرچه قانون حمایت مصرف‌کنندگان به موضوعات کمتر و بی‌اهمیت‌تر بپردازد، آنگاه فضای رقابت در کسب‌وکارها به نفع اجحاف، تقلب، کلاهبرداری و... است.

در مقابل هرچه این قانون مترقی‌تر، کارآتر، به‌روزتر و شفاف‌تر باشد، فعالان اقتصادی در حلقه‌های مختلف اقتصادی باتوجه به دانش، تخصص، نوآوری، خلاقیت و در کل انجام کار با کیفیت بالاتر، نرخ کمتر، تنوع بالاتر و... بیشتر و بیشتر موفق می‌شوند. اما متاسفانه در ایران بعد از شروع کسب‌وکارها، به قانون حقوق مصرف‌کنندگان به‌عنوان موضوعی لوکس و کم‌اهمیت از یک طرف و مانع رشد اقتصاد به‌ویژه تولید محصولات از سوی دیگر توجه شده است. بر این اساس، حدود یک دهه زمان صرف شد تا در نهایت قانون فعلی حقوق مصرف‌کنندگان ایران تصویب و ابلاغ شود. این قانون یکی از کوچک‌ترین قوانین حقوق مصرف‌کنندگان در جهان است که فقط ۷ صفحه به‌صورت محدود و تنها به مباحث فرعی و کم‌اهمیت اقتصاد برای مصرف‌کنندگان پرداخته، در حالی که قانون حمایت مصرف‌کنندگان کشور ترکیه حدود ۹۸ صفحه و در بیشتر کشورهای توسعه‌یافته، بیش از ۱۵۰ صفحه است و عموما طوری تدوین شده که تقریبا همیشه حق با مشتری است.

برای اجرای قانون حمایت از مصرف‌کنندگان مترقی و پویای کشورهای توسعه‌یافته که با رشد علوم مختلف بازنگری و اصلاح می‌شود، فعالان اقتصادی برای ماندگاری در بازارها و همچنین رشد و توسعه در کسب‌وکارشان، به سمت تولید یا عرضه محصولاتی باکیفیت، نرخ مناسب و دارای تنوع محصول برای افراد مختلف هدایت می‌شوند، چراکه در صورت نارضایتی خریداران حتی بدون دلیل و ایراد محصولات، باید آنها را پس گرفته و مبلغ را بازگردانند. حال اگر محصول معیوب، خطرناک و مضر بوده و مشکلاتی برای مصرف‌کنندگان داشته باشد، کار برای عرضه‌کنندگان بسیار دشوار و پرهزینه می‌شود. در کل اگر قوانین حمایت مصرف‌کنندگان به‌خوبی و کارشناسانه تدوین نشده و در کنار آن، به پیش‌فرض‌های بازارهای رقابتی هم در تدوین استانداردهای سمت عرضه بی‌توجهی شده باشد، به مرور به‌جای شکل‌گیری رقابت سازنده و سالم در زنجیره تامین و عرضه محصولات، معیارهای کاملا برعکس همچون اجحاف، تقلب، دروغ، کلاهبرداری، قاچاق، کم‌فروشی، بی‌توجهی به حق و حقوق مصرف‌کنندگان و... در بازار برقرار می‌شود. در چنین فضایی، بنگاه‌های سالم و درستکار، کم‌کم از بازارها حذف و رقابت ناسالم و دسترسی به رانت موجب کسب درآمد و سود بیشتر می‌شود.

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

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

مناقصه ماشین آلات و سرویس کارکنان

شرکت معدن کار باختر در نظر دارد فعالیت‌های سال ۱۴۰۱ خود در واحد گلالی را به شرح جدول ذیل به پیمانکاران واجد شرایط واگذار نماید.

دستگاه مورد نیاز	مدل	تعداد	عملیات	واحد
کامیون آبپاش	۱۰چرخ - ۱۰۰۰۰ لیتری	۱	آبپاشی راه اصلی ورودی و داخل معدن	لیتری-باسکول می‌شود
تراکتور	رومانی	۱	سوخت‌رسانی (سرویسی)	سرویسی
تراکتور	رومانی	۱	حمل آب به انبارک (سرویسی)	سرویسی
وانت	معادل نیسان یا مزدا	۱	تدارکات قروه و همدان و حمل بین واحدگلالی با باباعلی و سورچه	روزانه و سرویسی
خودروی سواری	معادل پژو۴۰۵	۲	سرویس کارکنان همدان	روزانه
خودروی سواری	معادل پژو۴۰۵	۱	سرویس کارکنان شیفت روز قروه	روزانه
خودروی سواری	معادل پژو۴۰۵	۱	سرویس کارکنان شیفت شب قروه	روزانه
بیل مکانیکی	معادل پراید	۱	پیکورزنی- معادل هیوندا۲۱۰یا۳۳۰باچکش۲۵۰۰	روزانه
بیل مکانیکی	معادل هیوندا۳۳۰یادوسان۲۳۰	۱	امور داخلی کارگاه	ساعتی
گریدر	معادل کاترپیلار E ۱۴	۱	تسطیح راه اصلی ورودی و داخل معدن	روزانه
دریل واگن	هیدرولیک	۱	حفاری با قطر ۸۹ میلیمتر و عمق حداکثر ۱۳متر	متری

از متقاضیان محترم دعوت به عمل می‌آید پس از هماهنگی با سرپرست واحد گلالی (جاده همدان- قروه سنندج، سه‌راهی وینسار به طرف سنقر، روستای گلالی، معدن سنگ‌آهن گلالی) آقای مهندس خلیلی ۰۹۱۸۷۰۱۸۲۰۸ نسبت به بازدید، دریافت اسناد و تحویل آن ظرف مدت ۱۰روز پس از تاریخ درج آگهی به آدرس مربوط مراجعه نمایند. (اسناد مناقصه صرفاً از طریق سایت www.madankarbakhtar.ir قابل دریافت می‌باشد).

شرکت معدن کار باختر (سهامی خاص)

مناقصه ماشین آلات و سرویس کارکنان

شرکت معدن کار باختر در نظر دارد فعالیت‌های سال ۱۴۰۱ خود در واحد شهرک را به شرح جدول ذیل به پیمانکاران واجد شرایط واگذار نماید.

دستگاه مورد نیاز	مدل	تعداد	عملیات	واحد
لودر کوماتسو	معادل کوماتسو۹۰	۵	تسطیح دپوها (۲دستگاه آهن خام) و (۱دستگاه باطله کورکوره۲) و خوراک‌دهی ماسه‌ساز (۲دستگاه)	ساعتی
بیل مکانیکی		۴	پیکور زنی- معادل ۲۱۰ کوماتسو، ۲۲۰هیوندا، ۲۳۰دوسان، ۳۲۰دوسان	ساعتی
گریدر	معادل کوماتسو۷۰۵	۱	جاده‌سازی - جاده‌های دسترسی معدن و محوطه	روزانه
کامیون آبپاش	۱۰چرخ معادل آکسور یا ال کا	۲	آبپاشی جاده‌های معدن و محوطه - باسکول می‌شود	لیتری (روزانه عسرویس)
دریل واگن	هیدرولیک	۲	حفاری با قطر ۸۹میلیمتر و عمق حداکثر ۱۳متر	متری
مینی‌بوس	۱۷نفره	۱	سرویس کارکنان روستای شهرک و قره‌کند (۱دستگاه ۳شیفت رفت و برگشت)	سرویسی
مینی‌بوس	۱۷نفره	۲	سرویس کارکنان روستای گورکوره (۱دستگاه شیفت روز، رفت و برگشت) و (۱دستگاه شیفت شب)	سرویسی
مینی‌بوس	۱۷نفره	۱	سرویس کارکنان روستای بستاندره (روزانه ۳شیفت، رفت و برگشت)	سرویسی
مینی‌بوس	۱۷نفره	۱	سرویس کارکنان حسن آباد یاسوکند (روزانه ۳شیفت، رفت و برگشت)	سرویسی
مینی‌بوس	۱۷نفره	۱	سرویس کارکنان داداش کندی، اوج گنبد و سراب (روزانه ۳شیفت، رفت و برگشت)	سرویسی
مینی‌بوس	۱۷نفره	۱	سرویس کارکنان داخل واحد	سرویسی
خودروی سواری	لندرور	۱	سرویس کارکنان داخل معدن شیفت شب	سرویسی

از متقاضیان محترم دعوت به عمل می‌آید پس از هماهنگی با سرپرست واحد شهرک (جاده بیجار- زنجان، سه‌راهی فجور به طرف حسن‌آباد یاسوکند، جنب روستای سراب، معدن سنگ‌آهن شهرک) آقای مهندس شیخی تلفن: ۰۹۱۸۳۷۲۹۱۲۵ نسبت به بازدید، دریافت اسناد و تحویل آن ظرف مدت ۱۰روز پس از تاریخ درج آگهی به آدرس مربوط مراجعه نمایند. (اسناد مناقصه صرفاً از طریق سایت www.madankarbakhtar.ir قابل دریافت می‌باشد).

شرکت معدن کار باختر (سهامی خاص)

نوبت اول

تجدید فراخوان شناسایی و ارزیابی کیفی مناقصه‌گران

شرکت پتروشیمی ایلام

موضوع مناقصه: خرید PARTS FOR RAYS FLOW CONTROL NON SLAM CHECK VALVE

شماره مناقصه: PIS-۰۰۰۷۶۱

شرکت پتروشیمی ایلام به استناد مجوز صادره از کمیسیون معاملات، در نظر دارد قطعات یدکی RAYS FLOW CONTROL NON SLAM CHECK VALVE مورد نیاز خود مطابق مشخصات درج شده در اسناد استعلام ارزیابی کیفی را از طریق مناقصه عمومی دومرحله‌ای خریداری نمایند.

لذا جهت ارزیابی کیفی مناقصه گران بدینوسیله از شرکت‌های واجد شرایط دعوت می گردد در صورت تمایل به شرکت در این مناقصه، از تاریخ ۱۴۰۰/۱۲/۰۷ به سامانه الکترونیکی معاملات شرکت پتروشیمی ایلام به نشانی samim-ilampetro.ir مراجعه و نسبت به دریافت اسناد اقدام و حداکثر تا ساعت ۱۱:۰۰ مورخ ۱۴۰۰/۱۲/۲۱ مدارک ارزیابی کیفی را تکمیل و در سامانه مذکور بارگذاری نمایند.

کلیه مراحل برگزاری مناقصه از طریق درگاه سامانه الکترونیکی معاملات شرکت پتروشیمی ایلام انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، جهت ثبت‌نام، دریافت نام کاربری و کلمه عبور سامانه و راهنمایی، با شماره تلفن‌های ذیل تماس حاصل نمایند.

اسناد مناقصه پس از برگزاری فرایند ارزیابی کیفی و ارسال دعوتنامه، از طریق سامانه الکترونیکی معاملات به مناقصه گران واجد صلاحیت ارسال خواهد شد.

مناقصه گر لازم است توانایی تودیع ضمانتنامه شرکت در مناقصه به میزان یک میلیارد ریال را داشته باشد (در مرحله ارزیابی کیفی نیاز به ارایه ضمانتنامه نمی‌باشد).

آدرس: ایلام- چوار- نرسیده به روستای آبزا- مجتمع پتروشیمی ایلام

پورتال اطلاع‌رسانی و برگزاری الکترونیکی معاملات: samim-ilampetro.com

تلفن: ۳۸۳۹-۰۸۴ داخلی: ۳۰۰۳ یا ۴۲۱۵

تلفکس: ۰۸۴۳۲۷۲۳۹۴۸

کدپستی: ۶۹۳۶۱۵۹۷۰۰

سایر اطلاعات و جزییات مربوطه در اسناد مناقصه آمده است.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۱۲/۰۷ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۱۲/۰۸

شرکت پتروشیمی ایلام

مناقصه عمومی

شرکت معدن کار باختر در نظر دارد عملیات بارگیری و حمل ماده معدنی و باطله معادن سنگ‌آهن واحدهای باباعلی، گلالی و شهرک خود در سال ۱۴۰۱ به پیمانکاران واجد شرایط واگذار نماید. از متقاضیان محترم دعوت به عمل می‌آید پس از هماهنگی با سرپرستان به شرح ذیل، نسبت به بازدید از پروژه‌ها، دریافت اسناد و تحویل آن ظرف مدت ۱۰ روز پس از تاریخ درج آگهی به آدرس مربوط مراجعه نمایند.

- واحد باباعلی: واقع در کیلومتر ۳۵ جاده همدان - سنندج، روستای باباعلی، معدن سنگ‌آهن باباعلی، تلفن: آقای مهندس عباسی ۰۹۱۹۱۳۴۹۰۲۴

- واحد گلالی: واقع در قروه، سه‌راهی وینسار، کیلومتر ۱۵ جاده سنقر، روستای گلالی، معدن سنگ‌آهن گلالی، تلفن: آقای مهندس خلیلی ۰۹۱۸۷۰۱۸۲۰۸

- واحد شهرک: واقع در بیجار، حسن‌آباد یاسوکند، روستای سراب، معدن سنگ‌آهن شهرک، تلفن: آقای مهندس شیخی ۰۹۱۸۳۷۲۹۱۲۵

(اسناد مناقصه صرفاً از طریق سایت www.madankarbakhtar.ir قابل دریافت می‌باشد.)

شرکت معدن کار باختر (سهامی خاص)