باتلاق تولید، انحصار در توزیع

حق مشتری؛ کالای نایاب بازار

احمد جلالی فراهانی

با آن که بیشتر از ۱۴ سال از ارائه لایحه «حمایت از حقوق مصرف کننده» از سوی دولت به مجلس شورای اسلامی می گذرد، هنوز این لایحه در پیچ و خم تصویب شدن یا نشدن باقی مانده است. این لایحه ضمن تبیین حقوق مصرف کننده، عرضه کننده را مکلف به ارائه ضمانت نامه های لازم، انجام خدمات پس از فروش و صدور صورتحساب کرده و هرگونه اقدام خلاف که حقوق مصرف کننده را سلب کند، ممنوع ساخته است. چرا قانونی به این مهمی دستخوش چنین سرنوشتی شده است؟ آیا قرار است این قانون همچنان در محاق فراموشی باقی بماند؟ اصولاً چرا قانون حمایت از حقوق مصرف کننده مهم است و ضرورت تبیین و تعریف آن در چیست؟ آیا می توان حمایت و رعایت حقوق مصرف کننده را جزئی از شاکله حقوق شهروندی تعریف کرد و در این قالب و چارچوب به آن پرداخت؟

در این نوشته، می کوشیم به این سؤالات پاسخ دهیم. گرچه پیشاپیش به این نکته اذعان داریم که پرداختن به چنین موضوعی به حوصله و وقت و صفحات بسیاری نیاز دارد، اما تلاش می کنیم پاسخ پرسش های یادشده را در همین مجال اندک ارائه دهیم.

چرا حقوق مصرف کننده؟

آنچه ما را وادار به پرداختن و پاسخ گفتن به این سؤال می کند، ضرورت تبیین حقوق مصرف کننده به عنوان یکی از شاخصه های مطرح و مهم حقوق شهروندی است. چرا که حقوقدانان و همچنین جامعه شناسان در تشریح حقوق شهروندی آن را به ۳ دسته تقسیم می کنند که حقوق اقتصادی شهروندان و ضرورت رعایت آن یکی از آنهاست. وجه اقتصادی حقوق شهروندی، در رعایت حقوق مصرف کننده به عنوان یکی از سه عامل اصلی و مهم شکل دهنده بنگاه ها و بازارهای اقتصادی خلاصه می شود. اصل در حقوق شهروندی رعایت کرامت انسانی است و در حقوق مصرف کننده رعایت کرامت مصرف کننده. وقتی از عطاءالله حکیمی عضو کمیسیون اقتصادی مجلس، در این باره می پرسم، او می گوید: «گذشته از آن که رعایت حقوق مصرف کننده به عنوان یکی از شاخصه های اصلی حقوق شهروندی مهم است، پرداختن به این موضوع از منظر علم اقتصاد و ماجرای جهانی شدن نیز از جایگاه و اهمیت غیر قابل انکاری برخوردار است. چرا که با گسترش موج جهانی شدن اقتصاد در بازارهای محلی و منطقه ای، تنها شرکت ها و بنگاه هایی برنده هستند که علاوه بر تولید و عرضه کالاهای ارزانقیمت و باکیفیت، در رعایت حق و حقوق مصرف کننده خود بکوشند و آن را دست کم نگیرند.

او همچون بسیاری از کارشناسان و خبرگان اقتصادی، بر این عقیده است که رعایت حقوق مصرف کننده دیگر یک امتیاز ویژه برای مصرف کننده محسوب نمی شود بلکه یک مزیت و برتری اقتصادی و تجاری برای تولیدکننده و عرضه کننده کالا در بازارهای جهانی است.

وی در پاسخ به این سؤال که «با توجه به اهمیت رعایت حقوق مصرف کننده، چرا همچنان تکلیف این لایحه در مجلس نامعلوم و نامشخص است؟» می گوید: «دلیل معطل ماندن این قانون آن هم برای بیش از ۱۴ سال در مجلس شورای اسلامی، تنها کوتاهی است. با این همه، به امید خدا قرار است تا پایان امسال این لایحه در کمیسیون اقتصادی مجلس شورای اسلامی نهایی شود و برای تصویب به صحن علنی مجلس برده شود.»

از نظر حکیمی تا قوانین مربوط به لایحه حمایت از مصرف کنندگان وضع و اجرایی و عملیاتی نشود، تولید کنندگان ایرانی قادر به رقابت در بازارهای جهانی نیستند. به همین دلیل است که می گوید: «اگر قرار باشد با مصرف کننده و حقوق مربوط به او همچنان مثل امروز و دیروز رفتار کنیم، مطمئن باشید که در آینده ای نزدیک نه تنها بازارهای خارجی بلکه بازارهای داخلی را هم از دست خواهیم داد و واردات جای تولیدات داخلی را خواهد گرفت.»

حق با مشتری است

وقتی سؤال خودم را با دکتر محمدرضا قنبری، اقتصاددان و استاد دانشکده اقتصاد دانشگاه علامه طباطبایی، در میان می گذارم، او با تأیید نظرات عطاالله حکیمی می گوید: «دلیل اصلی مغفول ماندن موضوع حمایت از حقوق مصرف کننده مشکلات ساختاری اقتصاد ایران است و تا بیماری های این ساختار معیوب بر طرف نشود، وضع به همین گونه باقی خواهد ماند.»

از نظر این اقتصاددان دلیل اصلی فراموشی حقوق مصرف کنندگان در ایران دست و پا زدن اقتصاد در باتلاق تولید است. وی در پاسخ به این سؤال که «چرا در کشورهای پیشرفته مشتری مداری مزیت برتر در رقابت های اقتصادی است؟» می گوید: «دلیل اصلی این ماجرا دست و پا زدن اقتصاد ایران در مقوله تولید است، در حالی که اقتصاد مثلثی است با سه ضلع تولید کننده، عرضه کننده و مصرف کننده.

تا زمانی که ما در مرحله تولید باقی مانده باشیم و الزامات و ضروریات این مرحله را برطرف نکنیم، نمی توانیم به مرحله عرضه برسیم.» او می پرسد: «شما فکر می کنی چرا در ایران مهندسان عزیزتر از متخصصان امور اقتصادی هستند؟» و خود پاسخ می دهد: «دلیلش کاملاً معلوم و مشخص است، چون ما هنوز در همان خم کوچه اول اقتصاد باقی مانده ایم و تا زمانی که تولیدمحور نشویم و ابزار و امکانات تولید را توسعه ندهیم، نمی توانیم در بازار رقابت به وجود بیاوریم و تا زمانی که رقابت در بازارها به شکل واقعی آن وجود نداشته باشد، هرگز نخواهیم توانست مشتری مداری و به تبع آن حمایت از حقوق مصرف کننده را ترویج و اشاعه دهیم.»

این درحالی است که به اعتقاد این استاد دانشگاه و بسیاری از اقتصاددانان، کشورهای توسعه یافته و پیشرفته سال هاست که از مرحله تولید عبور کرده و به مرحله عرضه رسیده اند و به دلیل نبود انحصارهای دست و پاگیر مجبورند که به رقابت و شرایط بازار رقابتی تن دردهند و برای جلب مشتری قبل از هر چیز برای او احترام قائل شوند و به حق و حقوق او احترام بگذارند. او می افزاید: «شرکت ها و بنگاه های اقتصادی حاضر در اقتصاد توسعه یافته کشورهای پیشرفته سالیان سال است که با مسأله مازاد تولید مواجه اند و برای انبار نشدن محصولات و تولیداتشان باید به هر ترفند و خلاقیتی دست بزنند تا بتوانند جنس شان را به مصرف کننده بفروشند.»

دکتر قنبری وجود انحصار و انحصارگرایی در اقتصاد ایران را از دیگر دلایل و علل جدی گرفته نشدن حقوق مصرف کننده می داند، سخنی که مورد تأیید بسیاری از کارشناسان و متخصصان اقتصادی نیز است. او می گوید: «در ساختار بیمار اقتصاد ایران، بحث انحصار و انحصارگرایی چنان گسترده و فراگیر است که بسیاری از تولید کنندگان خود را از پاسخگو بودن در برابر عدم رعایت حقوق مصرف کننده بی نیاز می دانند و تا زمانی که انحصار و انحصارطلبان در این اقتصاد وجود دارند و در آن به راحتی به حیات خود ادامه می دهند، نمی توان امیدی به بهبود حقوق مصرف کنندگان داشت.»

حکیمی نیز با تأیید این مطلب می افزاید: «تا وقتی که شرکت های بزرگ خودروسازی کشور خود را از پاسخگو بودن به مصرف کننده بی نیاز بدانند، وضع به همین گونه باقی خواهد ماند و تا زمانی که قانون حمایت از مصرف کننده به تصویب مجلس نرسد و در قوه مجریه عملیاتی نشود، هرگز شرکت هایی از این دست حاضر به پاسخگو شدن و پاسخگو بودن در مقابل خواست های مصرف کننده نخواهند بود.» او البته به تصویب طرح حمایت از حقوق مصرف کننده خودرو در مجلس هفتم اشاره می کند و آن را از افتخارات این مجلس می داند.

دکتر محمدرضا قنبری در باره انحصار شرکت های بزرگ دولتی و نهادهای اقتصادی خارج از کنترل و قدرت دولت می گوید: «برخی از شیوه های مدیریتی که در سال های گذشته از سوی شرکت های دولتی و برخی از مدیران دولتی اعمال شده است دستاوردی جز گسترش همه جانبه انحصارطلبی و انحصارگرایی نداشته است و همین انحصارگرایی باعث شده تا بسیاری از شرکت ها خود را بی نیاز از مشتری مداری و حمایت از حقوق مصرف کننده بدانند. آنها می دانند که بازار در انحصار خودشان است و به دلیل تعرفه های بالای گمرکی و محدودیت های مربوط به واردات، مشتری ایرانی مجبور است جنس آنها را بخرد.»

این استاد دانشگاه ادامه می دهد: «با وجود شرایط موجود ما هرگز قادر به رقابت با کشورهای پیشرفته و بنگاه های اقتصادی آنها نخواهیم بود.» وی این سؤال را پیش می کشد که: «وقتی ما قادر به راضی کردن مصرف کننده قانع داخلی نیستیم، چطور می خواهیم مصرف کننده سختگیر خارجی را راضی کنیم؟» شاید به همین خاطر است که دکتر قنبری تأکید دارد که برای ما «حق همیشه با مشتری است» تنها یک شعار است، شعاری که در همان مرحله حرف باقی مانده و هنوز که هنوز است عملیاتی و اجرایی نشده است.

دلایل فرهنگی

آیا تنها دلیل بی توجهی به حقوق مصرف کننده، رفتار تولیدکنندگان و عرضه کنندگان است؟ این سؤال را وقتی با حکیمی مطرح می کنم، می گوید: «مسلماً نه. نمی توان تمام تقصیرها را بر گردن تولید کنندگان انداخت، زیرا علاوه بر ریشه های فرهنگی و اجتماعی موجود در این باره، شاید یکی از دلایل اصلی مغفول ماندن بحث حقوق مصرف کننده خود مصرف کنندگان باشند. تا زمانی که مصرف کنندگان ایرانی بر حق و حقوق خود احاطه و شناخت نداشته باشند و از حقوق خود در مصرف یک کالا بی اطلاع باشند، نمی توان تمام تقصیرها را بر گردن تولید کنندگان انداخت و تا زمانی که مصرف کننده نخواهد و حقوق حقه خود را طلب نکند، وضع به همین منوال باقی خواهد ماند.»

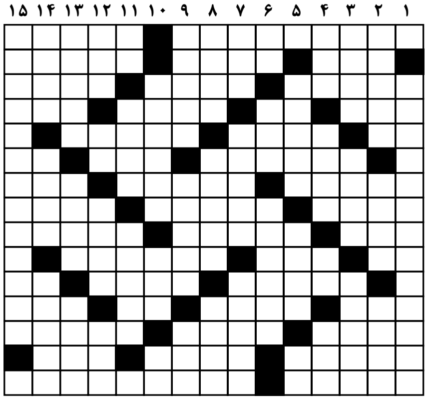
برای آن که مصرف کنندگان با حقوق خود آشنا شوند چه باید کرد؟ پاسخ به این سؤال را وزیر بازرگانی در ششمین همایش ملی حمایت از حقوق مصرف کننده که همه ساله در نهمین روز اسفند ماه برگزار می شود، داده است. به گزارش خبرگزاری فارس، سید مسعود میرکاظمی در اسفند ماه سال گذشته در این همایش خطاب به حاضران گفته است: «ایجاد تشکلی غیردولتی که منافع مصرف کننده را رعایت کند، ضروری است. این انجمن به دعاوی حقوقی مصرف کنندگان رسیدگی کرده، در صورت لزوم آنها را به مراجع ذیربط رسیدگی کننده برای طرح شکایات ارجاع می دهد.»

وزیر بازرگانی در آن همایش تحقیق و بررسی ابعاد مختلف حقوق مصرف کننده، تشکیل دوره های آموزشی و تخصصی، ایجاد مراکز تحقیقاتی گوناگون و تبادل نظر برای ارتقای سطح کیفی کالا و خدمات را از وظایف این انجمن ذکر کرد و آگاهی مصرف کننده از قیمت کالا، تأثیرات مثبت از جنبه اجتماعی و کاهش برخورد میان تولید کننده و مصرف کننده را از مزایای رعایت حقوق مصرف کننده دانست.

میرکاظمی در آن همایش تصریح کرد: «حمایت از حقوق مصرف کننده نیازمند همکاری عموم مردم جامعه است و اعمال حقوق آنها منجر به توسعه مشارکت های سیاسی جامعه می شود.» حرفی که حکیمی نیز آن را تأیید می کند و در گفت وگو با من می گوید: رعایت حقوق مصرف کننده نیازمند یک عزم ملی و حمایت بی چون و چرای قوای مقننه، مجریه و قضائیه است و تا زمانی که به اجماع ملی در این باره نرسیم، نمی توانیم از حقوق مصرف کننده حمایت کنیم.»

یک جدول با دو شرح ۳۶۶۷

جدول روزنامه ایران دارای دو شرح «عادی و ویژه» است. در صورت تمایل به حل دوشرح ابتدا یکی از شرحها را با مداد حل کرده و سپس با پاک کردن جواب شرح اول، به حل شرح دوم بپردازید.



جدول عادی

افقی:

۱- از شهرهای معروف استان قزوین با آثار تاریخی چون «قره تپه»-برتری ها و امتیازها
۲- خجسته ومبارک- پیشه ور و سوداگر- سوپاپ یا دریچه ای در دهانه کاربراتور
۳-ینگی دنیایی- جست وجو کننده-کرمینه حشره
۴-برزن ومحله-پیش درآمد آشغال-گیشه-خالص
۵-تصدیق عموسام-روشن ونورانی-کزاز
۶-چیزی که دریک کفه ترازو می گذارند- قیمت وبها- سنگ آسیا
۷- عامل بیماری-وسیله ها- زندان
۸-معلم دبیرستان -انداختن- درودگر
۹-بهارترکی-نمایش دنباله دار- تخت پادشاهی
۱۰-درون دهان- حق مخالفت- بنایی که درویشان برای اجرای مراسم آئینی خود در آن گرد می آیند
۱۱-بی شک،همانا-دوچرخه سوار می زند- نیا
۱۲-پشیمانی-ضدخاموش- عزیز عرب-شیوا
۱۳-شهرها-جایگاه شمشیر-افروختن
۱۴-بازرسی وکنترل-قاعده ها و اصل های پذیرفته شده-بالای سرخروس
۱۵-درجه ای در علم-سفیران به پیشنهاد وزیر امور خارجه و تصویب... تعیین می شوند

عمودی:

۱-از آثار مشهور سید محمد علی جمالزاده
۲-جمع وسوسه- خراب-کارگری که در گرمابه مردم را شست وشو می دهد
۳-کلمه ای که در توضیح کلام استفاده می شود-جای دوشاخه برق-فرمانروایی
۴-قطعه اضافی خودرو- اعتقاد و یقین-رهاشده-پس غذا
۵-کسی که به دوست خود کمک کند-دارای قطر زیاده کلفت- حرف انتخاب
۶-جوجه فاخته-کچل-ذره بنیادی با بار مثبت
۷-متحیر وسرگشته-پرنده ای آوازخوان از راسته گنجشک شکلان-آگاه و بیدار
۸-ته نشین شدن-پررو وبی شرم- بانگ دهنده
۹-خانه ها- شاه تیرسقف- حیوان شبیه مار
۱۰- پرهیز- نیروگاه شمالی- کافی است
۱۱-فلزسرچشمه-گریزان- سکنی گزیدن
۱۲-پدررستم-رشته باریک- جانشینان-ذره اساسی
۱۳-ماده معطرگیاهی-اتاق- آسودگی وآسایش
۱۴-قدرت ونیرو-ماه هشتم سال شمسی-تلاش و کوشش برای یافتن چیزی
۱۵-داستانی از جان اشتاین بک آمریکایی

جدول ویژه

افقی:

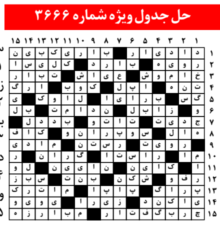
۱- مشهورترین کتاب خوان رامون خیمه نز شاعر و ادیب اسپانیایی - بی شرمی،دلیری
۲-سرور وصاحب-درخشان وتابان-نابودساختن
۳- جنگجو- بسیار شک کننده- تأسیس کننده
۴-دوری و جدایی از کسی- سفید-جنبش دادن- آینده
۵-ضمیر جمع- نمایش با ساز وآواز- نمایش
۶-پرستو- ربودن- اصل هرچیز
۷- نوعی بوزینه- حوض یا جوی آب- کوزه سفالی
۸-سرگرد سابق- سقز جویدنی- پوشاننده و پنهان کننده
۹-سپیدی صبح- گازی بی رنگ با بوی زننده- صمغ گون
۱۰-نشان و اثر- پاداش- لجن زار
۱۱-میل و رغبت-نهری در بهشت- ادات تشبیه
۱۲- وصله هنری-بلندی تنه آدمی-همسر زن- گردی که از کوبیدن غلات به دست آید
۱۳-زین ساز-برقرار- لقبی موروثی در بعضی کشورهای اروپا
۱۴-کمک کننده- کله فروش-شکافتن گور
۱۵-آگاهی داشتن-از آثار هلالی جغتایی شاعر بزرگ قرن ۹ و ۱۰

عمودی:

۱-عنوان اثری ادبی از دوفو شاعر و نویسنده چینی(شب مهتاب- برای ژنرال هوا)
۲- بی موقع و بی درد- سجده کننده -گریز
۳- متانت و بردباری- روشنترو نورانی تر- خوراکی که زودهضم شود
۴- سال پیش-سولفیدسرب- کلمه شرط- بی ادب
۵-ذخیره و رزرو- دیگدان-شش
۶-پدر- نزدیک شدن- یک دسته سرباز
۷-هرچیزی که طعم سرکه داشته باشد-دستها-به حساب آوردن
۸-وسیله ای درتنیس و پینگ پنگ- سرشار وآکنده- بی باکی
۹-گستاخی وزشتی-مرطوب- مسیر و طریق
۱۰-عید تولد مسیح-خوراک سفر-نورکم
۱۱-مرغ می رود-متاع-از نام های زنان
۱۲-ظلم-نشانه بیماری-ازصفات باریتعالی-هولناک ومهیب
۱۳-تخته بزرگ و ستبر که از تنه درخت بریده باشند- راننده- گلابی
۱۴-مستقیم-ناقص-نافرمانی وگردنکشی
۱۵-کتاب معروف ابوبکرعتیق

حل جدول عادی شماره ۳۶۶۶

حل جدول ویژه شماره ۳۶۶۶



موسسه فرهنگی، مطبوعاتی ایران — ایران

اشتراک ویژه تهران

مؤسسه فرهنگی مطبوعاتی ایران برای تمامی نشریات در حال انتشار خود مشترک می پذیرد

علاقه مندان به اشتراک و دریافت روزانه هر یک از نشریات روزنامه ایران شامل: روزنامه ایران، روزنامه ایران ورزشی، روزنامه ایران دیلی (انگلیسی زبان)، روزنامه الوفاق (عربی زبان)، روزنامه ایران سپید (ویژه نابینایان) و ماهنامه ایران آذین می توانند پرسشنامه زیر را تکمیل و بر اساس جدول مندرج در آن هزینه اشتراک خود را به حساب جاری سیبا ۰۱۰۱۱۰۱۲۴۲۰۰۹ بانک ملی شعبه کسری کد ۱۸۵ به نام «مؤسسه شهرستانهای ایران» 0101101242009 پرداخت کرده و اصل رسید را به همراه پرسشنامه تکمیل شده با پست سفارشی به نشانی: تهران، خیابان سلیمان خاطر، نرسیده به مطهری، نبش کوچه گلزار شماره ۹۶ اداره مشترکین ارسال نمایند.

نام: | نام خانوادگی: | تاریخ تولد: / /
نام شرکت یا مؤسسه:
نشانی:
کدپستی الزامی است: | تلفن تماس: | تعداد و نام نشریه مورد تقاضا:
نوع درخواست: | اشتراک جدید: ☐ | تمدید اشتراک: ☐

هزینه اشتراک نشریه مورد تقاضا	۳ ماهه (ریال)	۶ ماهه (ریال)	یکساله (ریال)
ایران	☐ ۵۵/۰۰۰	☐ ۱۱۰/۰۰۰	☐ ۲۲۰/۰۰۰
ایران ورزشی	☐ ۷۰/۰۰۰	☐ ۱۴۰/۰۰۰	☐ ۲۸۰/۰۰۰
ایران دیلی	☐ ۷۰/۰۰۰	☐ ۱۴۰/۰۰۰	☐ ۲۸۰/۰۰۰
الوفاق	☐ ۷۰/۰۰۰	☐ ۱۴۰/۰۰۰	☐ ۲۸۰/۰۰۰
ایران سپید	☐ ۹۷/۵۰۰	☐ ۱۹۵/۰۰۰	☐ ۳۹۰/۰۰۰
ایران آذین	☐ ۳۵/۰۰۰	☐ ۷۰/۰۰۰	☐ ۱۴۰/۰۰۰

مشترک شماره: | شروع اشتراک: | پایان اشتراک:
شماره مدرک: | تاریخ پرداخت:

تذکر: ۱- ارسال نشریه برای درخواستهایی که تا دهم و بیستم هر ماه به امور مشترکین برسد به ترتیب از شانزدهم آن ماه و اول ماه بعد آغاز می شود.
۲- هزینه اعلام شده بابت یک نسخه و یک نوع نشریه است.
۳- لطفاً رسیدهای پرداختی پستی را تا پایان مدت اشتراک نزد خود نگهدارید.
۴- در صورت تغییر نشانی، امور مشترکین را مطلع نمایید.
۵- تلفن های امور مشترکین مؤسسه ایران ۴ - ۸۸۳۴۹۰۰۲ ساعت تماس (۱۶-۸) تلفکس: ۸۸۳۴۹۰۰۳
۶- برای تمدید اشتراک فقط کافیست بر روی فیش بانکی کد اشتراک خود را نوشته و با شماره ۸۸۳۴۹۰۰۲ فاکس و یا به نشانی فوق ارسال نمایید.
۷- نوشتن کدپستی دقیق الزامی است در صورت دادن اطلاعات نادرست و ناقص عواقب آن به عهده مشترک می باشد.
۸- مشترکین محترم می بایست شروع اشتراک و پایان اشتراک و همچنین کد اشتراک خود را به یاد داشته تا پیگیری امور مربوط به آنها آسان گردد.
۹- در صورت عدم دریافت نشریه در اولین روز اشتراک مراتب را به اداره مشترکین اطلاع دهید در صورت عدم اطلاع به منزله دریافت تلقی می شود.
۱۰- مشترکین محترم در صورت تمایل به تمدید مجدد می بایست ۱۰ روز قبل از اتمام تاریخ اشتراک فیش بانکی را به همراه کد اشتراک به اداره مشترکین فاکس و یا به نشانی فوق پست نمایند. در صورت عدم تمدید در فاصله تعیین شده به منزله انصراف از اشتراک در نظر گرفته می شود.
۱۱- مشترکین محترم می توانند همزمان با تکمیل فرم اشتراک به عضویت باشگاه خوانندگان روزنامه ایران درآیند و از مزایای آن استفاده کنند. در صورت تمایل موافقت خود را اعلام فرمایید. موافقم ☐ موافق نیستم ☐

اداره امور مشترکین