اولین روزنامه سهامداری ایران (خبرنگاران و کارکنان)

صمت
صنعت معدن تجارت

چهارشنبه
• ۲۱ تیر ۱۴۰۲
• ۲۳ ذی‌الحجه ۱۴۴۴
• ۱۲ ژوئیه ۲۰۲۳

• سال سی‌وپنجم شماره پیاپی ۳۶۷۶ • دوره جدید سال نهم شماره ۲۳۵۸ • ۱۶ صفحه • قیمت: ۵۰۰۰ تومان

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

بازگشت آسیا به مرکز قدرت اقتصادی و سیاسی

اجلاس کمیته دائمی بودجه و برنامه‌ریزی و دومین نشست کارگروه اسناد پایه مجمع مجالس آسیایی (APA) به میزبانی مجلس شورای اسلامی با حضور ۲۰ کشور از جمله جمهوری آذربایجان، بحرین، بنگلادش، چین، قبرس، هند، اندونزی، کویت، لبنان، عراق، پاکستان، فلسطین، قطر، عربستان، روسیه، سوریه، ترکیه، امارات، ویتنام و پارلمان عربی در هتل پارسیان آزادی تهران برگزار شد. سخنرانی رئیس مجلس شورای اسلامی و دبیرکل مجمع مجالس آسیایی از جمله دستورکارهای این اجلاس یک‌روزه بود. رئیس مجلس شورای اسلامی در این نشست چالش امروز غرب را بازگشت آسیا به مرکز قدرت اقتصادی و سیاسی جهان دانست و گفت: نشست مجمع پارلمان‌های آسیایی تاثیر بسزایی در آسیب‌شناسی و شناسایی نقاط قوت و ضعف و ارتقای جایگاه جهانی آسیا دارد.

۲

بررسی صمت از دلایل عدم تمکین خودروسازان از مصوبات شورای رقابت

خودروسازان همچنان ساز خود را می‌زنند

پس از حدود ۲ ماه از نهایی شدن نخستین مصوبه شورای رقابت درباره قیمت‌گذاری خودروهای مونتاژی و حاشیه‌های آن، در نهایت ۱۷ تیر در جلسه شورای رقابت، قیمت‌های پایه جدید مونتاژی‌ها مصوب و اعلام شد. براساس تغییرات انجام‌شده، کمترین میزان افزایش قیمت خودروهای مونتاژی حدود ۴۹ میلیون تومان (۴۹ میلیون و ۷۷۴ هزار و ۷۸۰ تومان) و بیشترین میزان افزایش نرخ مونتاژی‌ها افزون بر ۲۶۲میلیون تومان (۲۶۲ میلیون و ۴۲۳ هزار و ۳۲ تومان) بوده است.

طبق قانون، مصوبه شورای رقابت لازم‌الاجراست و شرکت‌های خودروساز موظف به اجرای قانون و مصوبه شورای رقابت هستند، اما خودروسازان باوجود پذیرش ظاهری این مصوبات، همچنان ساز خود را می‌زنند و با اعلام قیمت‌های دیگر، عملا نرخ‌های تصویبی شورای رقابت را تمکین نمی‌کنند. سازمان حمایت نیز با تاکید بر الزام خودروسازان به تمکین از مصوبه شورای رقابت، اعلام کرد خودروسازان متخلف راهی دادگاه می‌شوند.

۴



طرح: آیدا فریدی

سرمقاله



برای ایجاد اعتماد متحول شوید

۲

یادداشت‌های امروز



قیمت‌گذاری خودرو قابل‌دفاع نیست

۴



وب‌سایت داخلی، روزنه امید در روزگار فیلترینگ

۷



مشاغل اینترنتی زیر تیغ فیلترینگ

۸



اقتصاد دیجیتال رویای دست‌نیافتنی

۱۳



روابط عمومی در ایران مرده یا دل مرده!

۱۶

گفت‌وگو



راه پرفراز و نشیب بازار مسکن

۱۰

گزارش روز

رویای آمایش سرزمین محقق نشد

۱۱

وزارت راه و شهرسازی
سازمان بنادر و دریانوردی
اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان
شناسه ۱۵۲۶۵۶۱

P.M.O

آگهی تجدید مناقصه عمومی یک‌مرحله‌ای
(همراه با ارزیابی کیفی)

مناقصه‌گزار: اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان
موضوع تجدید مناقصه: عبارت است از: نگهداری، حفاظت و توسعه فضای سبز و ارائه خدمات تنظیف و پاکسازی و حمل زباله‌های اماکن و تاسیسات و محوطه‌های بندر شهید رجایی، بندر خمیر و شهرک‌های مسکونی شهید رجایی، باهنر و کوی آزادگان، به شرح اسناد مناقصه

شرایط اختصاصی:
۱. دارا بودن سوابق کاری مشابه در پنج سال اخیر
۲. توان مالی و فنی
۳. ارائه کد اقتصادی، شناسه ملی
٤. ارائه تاییدیه عدم بدهی از اداره کل امور مالی سازمان بنادر و دریانوردی
۵. ارائه صورت‌های مالی حسابرسی شده سال‌های ۱۳۹۹ یا ۱۴۰۰
۶. گواهینامه تایید صلاحیت ایمنی پیمانکاری صادر شده توسط وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی

مهلت و نحوه دریافت اسناد:
متقاضیان شرکت در مناقصه می‌توانند از تاریخ ۱۴۰۲/٤/۲۱ تا پایان وقت اداری مورخ ۱۴۰۲/٤/۲۶ روز دوشنبه با مراجعه به سایت www.setadiran.ir نسبت به دریافت (خرید) رایگان اسناد اقدام نمایند.
* ضمناً دریافت آگهی از سایت‌های iets.mporg.ir - www.shahidrajaeeport.pmo.ir نیز بصورت غیرحضوری و بدون پرداخت وجه نقد به کارفرما امکان‌پذیر است.

مهلت و محل تسلیم پاکات و بارگذاری اسناد:
متقاضیان باید پیشنهادات خود را تا ساعت ۱۲:۰۰ روز شنبه مورخ ۱۴۰۲/۵/۷ در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران) به آدرس www.setadiran.ir بارگذاری نمایند.
تبصره ۱: متقاضیان مکلفند تا همین تاریخ علاوه بر بارگذاری اسناد خود در سایت مذکور نسبت به تحویل فیزیکی صرفاً پاکت الف محتوی تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار (تضمین شرکت در مناقصه) به دبیرخانه مرکزی اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان - مجتمع بندری شهید رجایی - ساختمان مرکزی - طبقه همکف اقدام نمایند.
تبصره ۲: کلیه مراحل برگزاری از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه‌گران و گشایش پوشه‌ها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد ایران) آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه‌گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت‌نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند بدیهی است در صورت عدم انجام فرایند در سامانه مذکور پیشنهادات ارائه شده به صورت فیزیکی مورد قبول واقع نمی‌گردد.

تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار (تضمین شرکت در مناقصه):
جهت شرکت در مناقصه به مبلغ ۳۰/۱۸۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال با واریز وجه نقد به حساب شماره ٤۱۰۱۰۶٤۵۷۱۲۱٤۸۵۳ و شماره شبا ۹۲۰۱۰۰۰۰٤۱۰۱۰۶٤۵۷۱۲۱٤۸۵۳ نزد بانک مرکزی به نام تنخواه گردان پرداخت بندر شهید رجایی یا به صورت ضمانتنامه بانکی معتبر
تبصره: ضمانتنامه مذکور می‌بایست از تاریخ صدور به مدت حداقل ۳ ماه دارای اعتبار باشد. همچنین برای یک دوره سه ماهه دیگر نیز قابل تمدید باشد.

زمان و محل بازگشایی پیشنهادات:
بازگشایی تاریخ ۱۴۰۲/۵/۹ روز دوشنبه ساعت ۰۹:۰۰ مجتمع بندری شهید رجایی - ساختمان مهمانسرای اداره کل - سالن جلسات.
تبصره ۱: اسناد ارزیابی کیفی و اسناد مناقصه باید مطابق شرایط مذکور توسط مناقصه‌گران بصورت الکترونیکی در سامانه ستاد ایران بارگذاری گردد.
تبصره ۲: اسناد باید با کیفیت بالا و خوانا (۴۰۰ یا ۳۰۰ dpi) اسکن و بارگذاری گردد. در صورت ناخوانا بودن، به اسناد مذکور ترتیب اثر داده نخواهد شد.
حضور مناقصه‌گران یا نمایندگان تام‌الاختیار آنها با معرفینامه رسمی در جلسه بازگشایی پیشنهاد قیمت بلامانع است.
- برای کسب اطلاع بیشتر در خصوص اسناد مناقصه با تلفن‌های ۳۲۱۲۳٤٤۹-۳۲۱۲۳۲۲۵-۰۷۶ و جهت دریافت و بارگذاری اسناد مناقصه با شماره تلفن ۳۲۱۲۳۲۲۶-۰۷۶ تماس حاصل فرمایید.

اداره ارتباطات و اطلاع‌رسانی اداره کل بنادر و دریانوردی استان هرمزگان

صبانور
شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور (سهامی عام)

مناقصه عمومی
تامین قطعات پمپ متسو (نوبت دوم)

شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور در نظردارد تامین قطعات پمپ متسو کارخانه کنسانتره خود، واقع در استان همدان، را به تامین‌کننده واجد شرایط واگذار نماید. لذا تامین‌کنندگان واجد شرایط می‌توانند جهت دریافت اطلاعات بیشتر با شماره ۰۲۱۲۷۶٤۵۳۲۵ تماس گرفته و یا به آدرس اینترنتی www.sabanour.com قسمت فراخوان - مناقصه مراجعه نمایند و پاکات خود را مطابق شرایط مناقصه با ورود به سامانه تامین‌کنندگان صبانور بصورت دربسته مهرو موم شده، از تاریخ درج آگهی تا تاریخ ۱٤۰۲/۰۵/۰۷ به آدرس سعادت‌آباد نرسیده به خروجی هاشمی‌رفسنجانی شرق - خیابان ۲۶ (حق‌طلب غربی) پلاک ٤۹ - طبقه سوم (واحد دبیرخانه) تحویل نمایند. مناقصه‌گزار اختیار کامل در زمینه رد یا قبول هر یک یا تمامی پیشنهادات را داشته و هیچگونه ادعا و اعتراضی در این زمینه مسموع نخواهد بود و به پیشنهادهای مشروط، مبهم و فاقد ضمانت شرکت در مناقصه و همچنین به پیشنهادهایی که بعد از مدت مقرر در آگهی واصل شود ترتیب اثر داده نخواهد شد.

شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور (سهامی عام)

صبانور
شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور (سهامی عام)

مناقصه عمومی
ساخت ۱۲ عدد شفت آبگرد کوره گندله سازی (نوبت دوم)

شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور در نظردارد ساخت ۱۲ عدد شفت آبگرد کوره گندله‌سازی خود، واقع در استان همدان، را به تامین‌کننده واجد شرایط واگذار نماید. لذا تامین‌کنندگان واجد شرایط می‌توانند جهت دریافت اطلاعات بیشتر با شماره ۰۲۱۲۷۶٤۵۳۲۵ تماس گرفته و یا به آدرس اینترنتی www.sabanour.com قسمت فراخوان - مناقصه مراجعه نمایند و پاکات خود را مطابق شرایط مناقصه با ورود به سامانه تامین‌کنندگان صبانور بصورت دربسته مهرو موم شده، از تاریخ درج آگهی تا تاریخ ۱٤۰۲/۰۵/۰۷ به آدرس سعادت‌آباد نرسیده به خروجی هاشمی‌رفسنجانی شرق - خیابان ۲۶ (حق‌طلب غربی) پلاک ٤۹ - طبقه سوم (واحد دبیرخانه) تحویل نمایند. مناقصه‌گزار اختیار کامل در زمینه رد یا قبول هر یک یا تمامی پیشنهادات را داشته و هیچگونه ادعا و اعتراضی در این زمینه مسموع نخواهد بود و به پیشنهادهای مشروط، مبهم و فاقد ضمانت شرکت در مناقصه و همچنین به پیشنهادهایی که بعد از مدت مقرر در آگهی واصل شود ترتیب اثر داده نخواهد شد.

شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور (سهامی عام)

صبانور
شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور (سهامی عام)

مناقصه عمومی
تامین و نصب و راه‌اندازی بین دریافت مواد کارخانه گندله‌سازی (نوبت دوم)

شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور در نظردارد تامین و نصب و راه‌اندازی پنج عدد بین دریافت مواد کارخانه گندله‌سازی خود، واقع در استان همدان، را به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید. لذا پیمانکاران واجد شرایط می‌توانند جهت دریافت اطلاعات بیشتر با شماره ۰۲۱۲۷۶٤۵۳۲۵ تماس گرفته و یا به آدرس اینترنتی www.sabanour.com قسمت فراخوان - مناقصه مراجعه نمایند و پاکات خود را مطابق شرایط مناقصه با ورود به سامانه تامین‌کنندگان صبانور بصورت دربسته مهرو موم شده، از تاریخ درج آگهی تا تاریخ ۱٤۰۲/۰۵/۰۷ به آدرس سعادت‌آباد نرسیده به خروجی هاشمی‌رفسنجانی شرق - خیابان ۲۶ (حق طلب غربی) پلاک ٤۹ - طبقه سوم (واحد دبیرخانه) تحویل نمایند. مناقصه‌گزار اختیار کامل در زمینه رد یا قبول هر یک یا تمامی پیشنهادات را داشته و هیچگونه ادعا و اعتراضی در این زمینه مسموع نخواهد بود و به پیشنهادهای مشروط، مبهم و فاقد ضمانت شرکت در مناقصه و همچنین به پیشنهادهایی که بعد از مدت مقرر در آگهی واصل شود ترتیب اثر داده نخواهد شد.

شرکت توسعه معدنی و صنعتی صبانور (سهامی عام)

سر مقاله

برای ایجاد اعتماد متحول شوید



محمد بهارلو محمدزاده
مشاور حاکمیت کسب‌وکارهای خانوادگی

چگونگی ایجاد اعتماد در کسب‌وکار به‌طور اساسی و به‌سرعت در حال تغییر است. کسب‌وکارهای خانوادگی باید اولویت‌های جدیدی برای حفظ میراث خود اتخاذ کنند. امروز برای همه ذی‌نفعان (مشتریان، تسهیلگران، کارکنان و...) موضوعات محیطی، اجتماعی، حاکمیت شرکتی، تنوع و برابری به محک‌هایی برای اعتماد تبدیل شده‌اند. به‌دلیل تغییرات جمعیتی، عمده اینان از نسل دهه هشتادی هستند که ارزش‌های آنان با ارزش‌های نسل شصتی‌ها و نسل قبل از انقلاب کاملا متفاوت و این خیل مردمی نوظهور همچنان در حال گسترش است. کسب‌وکارهای خانوادگی ایرانی، سال‌ها متکی به حق بالایی از اعتماد هستند که در طول نسل‌ها ایجاد کرده، اما در دریافت پیام کند بوده‌اند. امروزه محیط خانواده و کسب‌وکارهای خانوادگی متنوع‌تر از همیشه است، زیرا جمعیت‌شناختی بیشتر آنها نشانی از چندنسلی بودن آنان می‌دهد. پویایی این تنوع، هم جذاب و هم چالش‌برانگیز است. این همزیستی تاریخی بی‌سابقه است که منجر به‌نوعی دیگ ذوب باورها، فرهنگ، اخلاق خانواده و اخلاق کسب‌وکار می‌شود. چگونه بسیاری از نسل‌های مختلف دهه هشتادی، دهه شصتی و قبل از آن در خانواده و در محیط کار همزیستی می‌کنند؟

به‌نظر می‌رسد که تعامل بین نسل‌ها در نقطه پایینی قرار دارد. نسل قبل از انقلاب، نسل دهه شصتی و هفتادی‌ها (جانشینان) را مغرور و صاحب حق می‌داند. نسل دهه ۸۰ نیز خود را سخت‌کوش‌ترین نسل می‌داند و همه فکر می‌کنند نسل قبل از انقلاب افراد خودشیفته‌ای هستند. حتی تفاوت‌های ناچیز در اخلاق خانواده و در کسب‌وکار می‌تواند باعث تنش شود، اما لازم نیست نگران شویم، به‌طبع با درک بهتر نقاط قوت و تجارب هر نسل، خانواده و کسب‌وکار خانوادگی می‌توانند نتایج مثبتی داشته باشند.

همزمان با تغییرات جمعیتی، مولفه‌های نقش‌آفرین در فرآیند اعتمادسازی در حال دگرگون شدن است. کسب‌وکارها باید گروه‌های جدیدی از ذی‌نفعان را در نظر بگیرند که انتظارات متفاوتی درباره آنچه اعتماد می‌سازد، دارند. وقتی صحبت از این اقدامات جدید برای جلب اعتماد می‌شود، کسب‌وکارهای خانوادگی باید کارهای زیادی انجام دهند؛ کارهای بهتر هم برای نشان دادن و هم برای گفتن در راستای دیده شدن و انتقال مستمر تلاش‌های‌شان به ذی‌نفعان.

کسب‌وکارهای خانوادگی می‌دانند که اعتماد مشتریان و اعضای خانواده ضروری است، اما این کسب‌وکارها در ایجاد اعتماد باید با گروه‌های کلیدی ذی‌نفع، به‌ویژه با تسهیلگران و کارکنان فعال‌تر باشند. اجزای تشکیل‌دهنده نیازها و انتظارات اینان افزایش یافته است. شواهد حاکی است که در دهه حاضر، ذی‌نفعان بیش از خدمات و محصولات عالی، برند و پیشینه تاریخی شرکت‌ها، در پی هدفی تعریف‌شده، تعهد به مسائل محیطی، اجتماعی، حاکمیت شرکتی و برخورداری از ارتباطات شفاف و موثرتر هستند. جعبه ابزار برقراری ارتباط با ذی‌نفعان نیز به‌لحاظ تکنولوژیکی متحول شده است. دیگر برقراری ارتباط از طریق نامه‌نگاری واحد بازاریابی یا سایت اینترنتی کفایت نمی‌کند. امروز، زمان رونق رسانه‌های اجتماعی است. امروز عرصه کسب‌وکار به میدانی برای طرح موضوعات اجتماعی بدل شده است و به‌طبع این ذی‌نفعان بیشتر انجام تعهدات کسب‌وکارها را پایش می‌کنند. بنابراین، در عرصه کسب‌وکارهای خانوادگی برای ایجاد اعتماد، نیازمند رویکردی متحول‌کننده هستیم، که احتمالا برای بسیاری ناآشنا به‌نظر می‌رسد. تعهد دیرینه انجام امور بشردوستانه باید به اقدامات قابل‌مشاهده حول موضوعاتی که برای فرهنگ‌سازی در جامعه اهمیت دارند، تغییر شکل یابد:

• ارتباط متقابل با ذی‌نفعان برقرار کنید؛ برای کسب‌وکارهای خانوادگی کافی نیست که بگویند ایده‌آل‌های قوی دارند. آنها باید این ایده‌آل‌ها را در روابط خود با ذی‌نفعان درون و برون‌سازمانی مدل‌سازی کنند و یک سیستم داخلی منصفانه برای گزارش رفتار نادرست و یک مکانیسم بازخورد مشخص برای مشتریان به‌کار گیرند. این راه‌حل‌های قابل‌مشاهده، به ایجاد اعتماد کمک می‌کنند.

• ایجاد اعتماد از طریق شفافیت؛ کسب‌وکارهای خانوادگی به کمرنگ نگه داشتن عادت کرده‌اند و اغلب تمایلی به اشتراک‌گذاری اطلاعات عمومی درباره کسب‌وکار خود ندارند، اما شفافیت برای اعتماد ضروری است. این به‌معنای گزارش عمومی منظم از اهداف محیطی، اجتماعی و پایداری حاکمیت شرکتی و عملکرد کسب‌وکار نسبت به این اهداف است.

• درباره مسائل اجتماعی صحبت کنید؛ انتظار می‌رود کسب‌وکارهای خانوادگی بیشتر از گذشته پرسروصدا، قابل‌مشاهده و فعال باشند. اعتماد عمومی مهم و این به‌معنای اهمیت دادن شما به رخدادهای محلی و بین‌المللی است. تولید محتوا و کاربری رسانه‌های دیجیتالی در مقایسه با شیوه‌های ارتباط سنتی، هزینه چندانی در بر ندارد. در ایران، شرکت‌های خانوادگی بزرگی وجود دارند که هزاران نفر در استخدام دارند. اینان بهتر است تعهدات خود را در زمینه‌های یادشده بازنگری کنند و با استفاده از محتواهای قابل‌فهم و الهام‌بخش در باره دستاوردهای خود تبلیغ کنند. از توانایی‌ها و تمرکز خود در شناسایی چالش‌های محیطی و اجتماعی، همچنین از خط‌مشی‌ها و شیوه‌های منتج به موفقیت‌های خود در قالب بیانیه‌های مطبوعاتی گزارش دهند.

به‌هرحال، محیط شرکت‌های امروزی، گسترده‌تر شده‌اند و ناگزیر چالش‌های بسیاری در آنها به‌وجود می‌آید. اما این تنوع می‌تواند مزایای غیرمنتظره‌ای برای نیروی کار ترکیبی به‌همراه داشته باشد. شناخت و بهره‌برداری از پیشینه، تجربه و خردی که نسل‌های قبل ارائه می‌دهند، مکانیزمی عالی برای انتقال دانش و تیم‌سازی است. نسل شصتی‌ها و هشتادی‌ها می‌توانند با افراد قبل از انقلاب کار کنند تا کارآیی بیشتری را با فناوری‌های موبایل دریافت کنند. محیط کسب‌وکار خانوادگی امروزی، ترکیبی تاریخی و غنی از فرهنگ، دانش و تجربه است که شاید تا دهه‌های آینده دیگر شاهد آن نباشیم.

پیام واضح است: کسب‌وکارهای خانوادگی نه‌تنها به تغییرات متحول‌کننده برای ایجاد اعتماد نیاز دارند، بلکه باید با انتقال شفاف تلاش‌های خود به ذی‌نفعان نشان دهند که این گوناگونی را به‌مثابه یک فرصت استراتژیک استثنایی محسوب می‌کنند.

تاب‌آوری صنایع نیازمند همراهی مشترکان خانگی

به گفته مدیرعامل برق منطقه‌ای تهران، کسانی که مصرف خود را به زیر الگوی مصرف برسانند تا ۲ هزار تومان برای کاهش هر کیلووات ساعت مصرف برق یعنی تا ۲۰ برابر تعرفه برق پاداش دریافت می‌کنند. حبیب قراگوزلو، مدیرعامل برق منطقه‌ای تهران در گفت‌وگو با مهر با اشاره به افت شدید ولتاژ در شهرک صنعتی شمس‌آباد و نیز فروش انرژی به کارخانجات جدید گفت: پست شمس‌آباد ۳ به‌صورت دائم در حال اجرا است و در کمترین زمان ممکن وارد مدار شده است. مدیرعامل شرکت برق منطقه‌ای تهران در ادامه درباره طرح ملی پاداش مشترکان خوش مصرف نیز، افزود: در امسال وزارت نیرو علاوه بر اینکه به وعده خود در همان سال جامعه عمل پوشانده، با افزایش ۴برابری پاداش سال گذشته، شرایط همراهی بیشتر مردم را در تابستان امسال فراهم کرده است. وی خاطرنشان کرد: نکته‌ای که در این میان اهمیت دارد، تاثیر مستقیم این پاداش بر مشترکان خانگی و مزایای غیرمستقیم بر سایر مشترکان از جمله صنایع کشور است. مدیرعامل برق منطقه‌ای تهران اضافه کرد: در این طرح میزان پاداش درنظرگرفته‌شده، بسته به میزان مصرف برق متفاوت است. کسانی که در زیر الگو، مصرف خود را کاهش دهند تا ۲ هزار تومان برای کاهش هر کیلووات ساعت مصرف برق یعنی تا ۲۰ برابر تعرفه برق پاداش دریافت می‌کنند. بنابراین، مشترکان برق در مناطق عادی با قرار دادن کولر آبی روی دور کند تا ۱۵۰ هزار تومان و در مناطق گرمسیر با خاموش کردن یک کولر گازی تا یک میلیون تومان پاداش دریافت می‌کنند.

در اجلاس کمیته بودجه و برنامه‌ریزی مجالس آسیایی مطرح شد

بازگشت آسیا به مرکز قدرت اقتصادی و سیاسی



اجلاس کمیته دائمی بودجه و برنامه‌ریزی و دومین نشست کارگروه اسناد پایه مجمع مجالس آسیایی (APA) به میزبانی مجلس شورای اسلامی با حضور ۲۰ کشور از جمله آذربایجان، بحرین، بنگلادش، چین، قبرس، هند، اندونزی، کویت، لبنان، عراق، پاکستان، فلسطین، قطر، عربستان، روسیه، سوریه، ترکیه، امارات، ویتنام و پارلمان عربی در هتل پارسیان آزادی تهران برگزار شد. سخنرانی رئیس مجلس شورای اسلامی و دبیرکل مجمع مجالس آسیایی از جمله دستورکارهای این اجلاس یک‌روزه بود.

رئیس مجلس شورای اسلامی چالش امروز غرب را بازگشت آسیا به مرکز قدرت اقتصادی و سیاسی جهان دانست و گفت: نشست مجمع پارلمان‌های آسیایی تاثیر بسزایی در آسیب‌شناسی و شناسایی نقاط قوت و ضعف و ارتقاء جایگاه جهانی آسیا دارد.

به‌گزارش ایرنا، محمدباقر قالیباف در مراسم افتتاحیه این نشست با ابراز خرسندی از قبول دعوت شرکت‌کنندگان در این اجلاس گفت: امیدوارم دستاورد این نشست برداشتن گام‌هایی موثر در راستای تقویت همکاری و همدلی میان پارلمان‌های عضو مجمع مجالس آسیایی باشد.

رئیس مجلس شورای اسلامی افزود: امروزه قاره کهن آسیا با برخورداری از مولفه‌ها و مشخصه‌های نقش‌آفرین تاریخی، تمدنی، فرهنگی و اقتصادی در کانون تحولات ژئوپلتیک جهانی قرار گرفته و از موقعیت محوری در صحنه بین‌المللی برخوردار است. حضور تمدن‌های کهن، جابه‌جایی تدریجی و مستمر مرکز ثقل قدرت جهانی از اقیانوس اطلس به اقیانوس آرام و پیش‌بینی تبدیل قاره آسیا به کانون قدرت اقتصادی نظام بین‌الملل، سبب شده است تا توصیف سده بیست‌ویکم در قالب تعبیر «سده آسیایی» در ادبیات سیاست بین‌الملل این دوران رواج گسترده‌ای یابد.

وی با بیان اینکه کشورهای آسیایی می‌توانند مکمل یکدیگر شوند و آسیایی‌ها را از هویتی متمایز در قالب «وحدت در کثرت» در سده جاری برخوردار کنند، یادآور شد: آنچه امروز در قالب چرخش قدرت در نظام بین‌الملل شاهد هستیم، می‌تواند زمینه‌ساز فراخوان آسیایی برای بازنگری و تجدید ساختار نهادهای بین‌المللی همانند سازمان ملل متحد به‌ویژه در ساختارهای اقتصاد، تجارت و نظام مالی بین‌المللی و نهادهای مربوطه شود.

رئیس قوه مقننه، بازگشت آسیا به مرکز سیاست جهانی و قدرت‌یابی اقتصادی و سیاسی این قاره را یکی از مهم‌ترین چالش‌های نظام بین‌الملل غرب‌محور در سده بیست‌ویکم برشمرد و گفت: راه دستیابی به این هدف عالی و مدیریت این چرخش تاریخی، نهادینه‌سازی همکاری‌های چندجانبه در بستر همگرایی منطقه‌ای است. این همگرایی، یک امکان و به‌تعبیر شایسته‌تر، یک اولویت اساسی برای آسیایی‌ها در دوران «سده آسیایی» است که باید بر هویت‌یابی مشترک استوار شده و سازکارها و نهادهای قاره‌ای در این مسیر تاسیس شوند.

قالیباف با تاکید بر اینکه این سازکارها باید قادر به حل مسائل منطقه‌ای باشند و انسجام و هماهنگی منطقه‌ای را موجب شوند، تصریح کرد: یکی از این سازکارها، «مجمع مجالس آسیایی» به‌عنوان یک نهاد باتجربه و باسابقه آسیایی است که امیدوارم این نشست گام مهمی در امر افزایش کارآمدی این نهاد در آسیب‌شناسی و شناسایی نقاط قوت و ضعف منطقه‌گرایی آسیا به‌منظور توسعه همکاری‌های بین‌قاره‌ای و ارتقای جایگاه جهانی آسیا باشد.

▣ تقویت پارلمان‌های آسیایی و عربی

رئیس پارلمان عربی با تاکید بر اینکه باید پارلمان‌های آسیایی و عربی تقویت شوند، گفت: تلاش پارلمان عربی در راستای ثبات و امنیت منطقه است و انسجام و وحدت بین ملت‌ها را دنبال می‌کند.

عادل العسومی ضمن بیان این مطلب افزود: پارلمان‌های عربی روابط نزدیکی را با فرهنگ و تمدن‌های مختلف بین ملت‌های عربی و آسیایی ایجاد کرده‌اند. رئیس پارلمان عربی اضافه کرد: در جهان عرب و آسیا نگرانی‌های مشترکی وجود دارد که تنها شامل مبارزه با فقر یا بیکاری نیست و مواردی همچون توانمندسازی زنان، آموزش و جوانان هم وجود دارند که برای آن باید تلاش فراوانی انجام گیرد.

العسومی با تاکید بر اینکه باید پارلمان‌های آسیایی و عربی تقویت شوند، گفت: هنوز همکاری‌ها به سطح موردنظر نرسیده و آرمان‌ها محقق نشده است. تکالیف بزرگ‌تری برعهده ما است و باید برای تقویت روابط چندجانبه بین کشورها تلاش کنیم.

رئیس پارلمان عربی همچنین با تاکید بر توسعه روابط تجاری، اقتصادی گفت: پارلمان عربی در راستای تقویت روابط با سایر ملت‌ها و نزدیک شدن دیدگاه‌ها در تلاش است، بنابراین هماهنگی و همکاری بیشتر، سبب مستحکم شدن روابط مبتنی بر تامین منافع ملت‌ها و امنیت و توسعه می‌شود.

وی با بیان اینکه پارلمان کشورهای عربی در حال هماهنگی مستمر با پارلمان‌های کشورهای آسیایی در مجامع بین‌المللی است، افزود: از پارلمان آسیایی برای هماهنگی خوب و همکاری تشکر می‌کنم؛ تلاش پارلمان عربی در راستای ثبات و امنیت منطقه بوده و انسجام و وحدت بین ملت‌ها را دنبال می‌کند. ان‌شاءالله بتوانیم همکاری بیشتر در راستای منافع ملت‌های خود داشته باشیم.

لزوم تجهیز به فناوری اطلاع‌رسانی



معاون اول رئیس‌جمهوری از روابط عمومی‌ها به‌عنوان رابط اصلی نظام و مردم یاد کرد و گفت: در جنگ ترکیبی و رسانه‌ای با دشمنان، روابط عمومی‌ها در صف اول جهاد تبیین هستند.

به‌گزارش ایرنا، محمد مخبر در دومین همایش ملی جهاد تبیین و اطلاع‌رسانی هنرمندانه که در وزارت کشور و با حضور مدیران روابط عمومی دستگاه‌های اجرایی و مشارکت مدیران روابط عمومی استان‌ها از طریق ویدئو کنفرانس برگزار شد، اظهار کرد: دولت مردمی سیزدهم کارهای بسیار بزرگی انجام داده، به‌نحوی که برخی از این اقدامات، در دوران پس از انقلاب اسلامی کم‌نظیر بوده است، اما به‌دلیل ضعف‌های موجود در تبیین اقدامات و همچنین تلاش‌های فراوان دشمنان برای سیاه‌نمایی، نتوانسته‌ایم این فعالیت‌های کم‌نظیر را آن‌طور که باید به افکار عمومی منعکس کنیم.

معاون اول رئیس‌جمهوری با تاکید بر اهمیت وظایف و ماموریت‌های قوه مجریه و تاثیر مستقیم آن بر زندگی مردم و اداره کشور خاطرنشان کرد: اقدامات و فعالیت‌های قوه مجریه به‌دلیل اثرگذاری فراوان در زندگی مردم، مبنای کارآمدی نظام قرار می‌گیرد، از این‌رو ماموریت مهم روابط عمومی‌ها این است که اطلاع‌رسانی به‌موقع و دقیقی از فعالیت‌های دولت داشته باشند تا سرمایه اجتماعی نظام و دولت افزایش یابد.

مخبر با اشاره به برخی اقدامات دولت مردمی سیزدهم و مشکلات کشور در زمان آغاز به کار، تصریح کرد: با راهبرد صحیح و هوشمندانه این دولت در حوزه دیپلماسی و تمرکز بر کشورهای همسایه، کشورهای مسلمان و کشورهای همسو، امروز شاهد اقتدار جمهوری اسلامی ایران در حوزه بین‌الملل هستیم و در سفرهای گسترده خارجی رئیس‌جمهوری توافقات بسیاری با کشورهای دیگر منعقد شده است که البته باید تلاش کنیم که این توافقات عملیاتی شود.

وی ادامه داد: دولت سیزدهم در زمان آغاز به کار با مشکلات متعددی در حوزه‌های مختلف روبه‌رو بود که با تلاش جدی توانست ظرف ۳ ماه بخش زیادی از این مسائل و مشکلات را مرتفع کند. معاون اول رئیس‌جمهوری با تاکید بر اهمیت و اثرگذاری روابط عمومی‌ها در آگاهی‌بخشی و اطلاع‌رسانی به جامعه افزود: شبکه اطلاع‌رسانی روابط عمومی‌ها از اهمیت ویژه‌ای در اقناع افکار عمومی برخوردار است، چرا که اگر بخش‌های مختلف دولت به‌درستی عمل کنند، اما نتوانیم اطلاع‌رسانی درست و بهنگام از اقدامات و عملکرد دولت به جامعه داشته باشیم، در حقیقت در جلب‌نظر و رضایت مردم دستاوردی نداشته‌ایم.

مخبر با بیان اینکه امروز موضوع رسانه، تبلیغات و اطلاع‌رسانی به یک مبحث علمی جدی و مهم در دنیا تبدیل شده است، خاطرنشان کرد: باید بتوانیم به تکنولوژی اطلاع‌رسانی مجهز شویم، چرا که اگر در این زمینه از مهارت و توانمندی کافی برخوردار نباشیم، دشمنان می‌توانند حقایق را وارونه جلوه دهند. در این زمینه، الزاماتی وجود دارد که باید روابط عمومی‌ها پشتیبانی شوند.

وی با یادآوری اینکه دولت سیزدهم طرح‌ها و برنامه‌های بزرگی در بخش‌های مختلف نظیر انتقال آب از دریا، پروژه‌های بزرگ نفت و گاز، طرح‌های مرتبط با معدن و کشاورزی و اقتصاد دریامحور را در دستور کار خود دارد، گفت: این روابط عمومی‌ها هستند که باید اخبار این اقدامات و دستاوردها را به مردم منتقل کنند، چرا که روابط عمومی هر دستگاه اجرایی، آیینه تمام‌عیار عملکرد دستگاه مطبوع خود است و مجموع اقدامات روابط عمومی‌ها گویای عملکرد دولت و نظام خواهد بود. معاون اول رئیس‌جمهوری بااشاره به شعار سال تحت‌عنوان «مهار تورم و رشد تولید» تصریح کرد: رهبر معظم انقلاب راه‌حل عملیاتی‌سازی این راهبرد را مردمی کردن اقتصاد عنوان کردند و وظیفه خطیر روابط عمومی‌ها این است که اعتماد و اطمینان مردم و سرمایه‌گذاران را جلب کنند تا بتوانیم شعار سال را به‌نحو مطلوب اجرایی و عملیاتی کنیم. مخبر افزود: مسائل و مشکلات پیش‌روی اقتصاد کشور جز از طریق به صحنه آمدن مردم حل‌وفصل نمی‌شود و روابط عمومی‌ها به‌عنوان رابط نظام و مردم می‌توانند در به صحنه آوردن مردم نقشی مهم و اثرگذار ایفا کنند.

وزیر اقتصاد مستندات فرارهای مالیاتی را به دادستانی اعلام کند



دادستان تهران بااشاره به اظهارات خاندوزی، وزیر اقتصاد درباره فرارهای مالیاتی میلیاردی به نام کودکان، گفت: باتوجه به اینکه فرار مالیاتی جرم است؛ در مکاتبه با وزیر امور اقتصادی و دارایی مقرر شد، چنانچه در این‌باره گزارشی اعلام شده، مراتب با ذکر شماره و تاریخ به اینجانب اعلام شود. دادستان تهران افزود: در مکاتبه با وزیر اقتصاد تصریح شد چنانچه تاکنون گزارش و اعلام جرمی در این‌باره انجام نگرفته است؛ ضمن مستندسازی در زمینه افرادی که فرار مالیاتی آنها مربوط به حوزه قضایی تهران است، مراتب را به‌همراه مستندات درباره هر فرد به‌صورت مجزا با معرفی نماینده به اینجانب اعلام و موارد مربوط به سایر استان‌ها را به دادستان‌های مربوطه اعلام کنند. براساس این گزارش، سیداحسان خاندوزی، وزیر امور اقتصادی و دارایی در برنامه تلویزیونی ثریا از شناسایی ۱۷۶ هزار نفر با گردش مالی ۷۰۰ هزار میلیاردی به نام کودکان اظهار کرد: باتوجه به اینکه فرار مالیاتی جرم است؛ در مکاتبه با وزیر امور اقتصادی و دارایی مقرر شد، چنانچه در این‌باره گزارشی اعلام شده، مراتب با ذکر شماره و تاریخ به اینجانب اعلام شود. دادستان تهران افزود: در مکاتبه با وزیر اقتصاد تصریح شد چنانچه تاکنون گزارش و اعلام جرمی در این‌باره انجام نگرفته است؛ ضمن مستندسازی در زمینه افرادی که فرار مالیاتی آنها مربوط به حوزه قضایی تهران است، مراتب را به‌همراه مستندات درباره هر فرد به‌صورت مجزا با معرفی نماینده به اینجانب اعلام و موارد مربوط به سایر استان‌ها را به دادستان‌های مربوطه اعلام کنند. براساس این گزارش، سیداحسان خاندوزی، وزیر امور اقتصادی و دارایی در برنامه تلویزیونی ثریا از شناسایی ۱۷۶ هزار نفر با گردش مالی ۷۰۰ هزار میلیارد تومان، بدون پرداخت مالیات حتی به اندازه یک کارگر یا کارمند، شناسایی ۸۰۰ مورد کد ملی افراد زیر ۵ سال با تراکنش بالای میلیارد و شناسایی هزار و ۱۰۰ کد ملی متعلق به اشخاص ۵ تا ۱۰ سال با تراکنش بالای میلیارد خبر داده است.

عکس روز



ورود فلامینگوها به تالاب‌های اقماری پارک ملی دریاچه ارومیه

عکس: فارس

ویژه تر از خبر

خروج انحصار استخراج و توسعه میادین از شرکت نفت

به‌گفته سخنگوی کمیسیون تلفیق لایحه برنامه هفتم، توسعه طبق مصوبه مجلس انحصار در حوزه استخراج و توسعه میادین از شرکت نفت خارج می‌شود که نتیجه آن ایجاد فضای رقابتی در صنایع بالادستی نفت، افزایش بهره‌وری و تقویت بخش خصوصی خواهد بود.

به‌گزارش خانه‌ملت، محسن زنگنه در تشریح نشست کمیسیون تلفیق لایحه برنامه هفتم توسعه به خبرنگاران بااشاره به مصوبه مجلس که به لایحه دولت اضافه شد، اظهار کرد: براساس مصوبه مجلس، مسئولیت تنظیم برنامه کارآمد و تحقق تامین منابع موضوع این ماده به وزارت امور اقتصادی و دارایی واگذار شد. زنگنه درباره بند (ب) ماده (۳) لایحه برنامه هفتم توسعه توضیح داد: در این بند به دولت اجازه داده می‌شود در قبال بدهی‌های خود به صندوق توسعه ملی که مبلغ قابل‌توجهی است، برای تسویه دیون خود میادین نفت و گاز را با اولویت میادین جدید در اختیار صندوق توسعه ملی قرار دهد.

این نماینده مجلس تاکید کرد: در این بند، صندوق توسعه ملی مکلف است برای اکتشاف، توسعه، استخراج، تولید، فروش و صادرات از طریق عقد قرارداد خرید خدمت با بخش خصوصی ذی‌صلاح اقدام کند و براساس مصوبه مجلس این امکان برای صندوق توسعه ملی فراهم است که با استفاده از سازکارهای مختلف از جمله بازار سرمایه نسبت به جذب منابع ارزی و ریالی از سرمایه‌گذاران مردمی، داخلی و خارجی استفاده کند. زنگنه یادآور شد: طبق مصوبه کمیسیون تلفیق، به صندوق توسعه اجازه داده شده است به‌میزان ۸۰ درصد از درآمد فروش محصول نهایی بعد از کسر سهم صندوق توسعه ملی و هزینه‌های مربوط به اکتشاف، توسعه، استخراج، تولید، فروش و صادرات صرف بازپرداخت بدهی دولت به صندوق توسعه ملی و باقیمانده درآمد به حساب عمومی دولت واریز شود. زنگنه توضیح داد: معمولا در قراردادهای نفتی که میادین در اختیار شرکت نفت قرار می‌گیرد، شرکت نفت به‌عنوان بهره‌بردار میدان است. بر همین اساس، سهمی از نفت احصاشده برای شرکت نفت برای تامین استخراج و هزینه‌ها، سهمی برای صندوق توسعه و سهمی برای دولت است و مجلس اجازه دارد ۸۰ درصد سهم برای تسویه بدهی دولت به صندوق توسعه قرار گیرد. وی بااشاره به الزام صندوق توسعه ملی پس از تسویه مطالبات خود از دولت، گفت: بر این اساس، باید صندوق همه اختیارات و وظایف خود در میادین و قراردادهای هریک از میادین را به وزارت نفت واگذار کند. همچنین، صندوق توسعه ملی مکلف است که حداکثر یک سال بعد از تسویه مطالبات خود از دولت، سهم خود از مشارکت به بخش خصوصی و تعاونی را واگذار کند. زنگنه خاطرنشان کرد: در مصوبه مجلس، برای شرکت ملی نفت به دولت اجازه داده است، انحصار در حوزه استخراج و توسعه میادین از شرکت نفت خارج شود که نتیجه آن ایجاد فضای رقابت در صنایع بالادستی نفت و افزایش بهره‌وری است که سبب تقویت بخش خصوصی خواهد شد. همچنین، در افزایش سهم جمهوری اسلامی نسبت به سایر رقبا برای بهره‌برداری از میادین نفتی تاثیر بسزایی دارد.

برنامه‌ریزی برای بازسازی و نوسازی واحدهای صنعتی

رئیس سازمان صمت استان تهران از برنامه‌ریزی برای بازسازی و نوسازی واحدهای صنعتی خبر داد و گفت: در برخی واحدهای صنعتی نیز سرمایه‌گذاری انجام شده، اما ظرفیت خالی دارند که از راه تامین نقدینگی می‌توان این ظرفیت‌ها را فعال کرد.

مهدی سیجانی در گفت‌وگو با ایسنا اظهار کرد: حدود ۱۰ هزار واحد نیز در مقیاس صنعتی، اما در قالب صنفی مشغول به فعالیت هستند که صادرات‌محور هستند و توانایی ایجاد اشتغال و فراهم کردن ارزش‌افزوده را برای استان دارند؛ بنابراین برنامه‌ریزی شده با بررسی قوانین نسبت به رفع مشکلات این واحدها اقدام شود. رئیس سازمان صمت همچنین با بیان اینکه براساس اسناد بالادستی و آمایش سرزمین استان و محدودیت در سرمایه‌گذاری، مقرر شده با تعیین مشوق‌هایی برای جذب سرمایه‌گذاری در واحدهای دانش‌بنیان و صنایع مجاز، به سمت توسعه واحدهای تکنولوژی محور و بدون آلایندگی محیط‌زیست حرکت کنیم، تصریح کرد: سال گذشته ۲۹۰ واحد با سرمایه‌گذاری ۴هزار و ۶۵۰ میلیارد تومان و اشتغال ۱۸ هزار نفر در تهران توسعه پیدا کرده که در مقایسه با سال قبل در سرمایه‌گذاری رشد ۸۲ درصدی و از نظر اشتغال رشد ۹۴ درصدی را داشته است. وی در ادامه از برنامه‌ریزی برای بازسازی و نوسازی واحدها و در نظر گرفتن حمایت‌های ویژه برای واحدهایی که تکنولوژی به روز دارند خبر داد و گفت: در برخی واحدهای صنعتی نیز سرمایه‌گذاری انجام شده، اما ظرفیت خالی دارند که از راه تامین نقدینگی و مواد اولیه و مدیریت خود مالک واحد صنعتی یا با همکاری سرمایه‌گذاران دیگر که پروانه بهره‌برداری دارند می‌توان ظرفیت‌های خالی را فعال کرد. در راه دوم سرمایه‌گذار می‌تواند با برند خودش از ظرفیت آن واحد صنعتی استفاده کند.

فعالان بازار خودرو به شیوه‌های سیاست‌گذاری انتقاد دارند

توزیع رانت، پیامد سیاست‌های انقباضی

گروه صنعت
editor@smtnews.ir

صنعت خودرو ایران، باوجود بهره‌مندی از انواع حمایت‌های دولتی در طول سال‌های متمادی، هنوز توانایی رقابت با خودروسازان تراز اول دنیا را به‌دست نیاورده است. به‌گفته کارشناسان مراحل اولیه رشد و توسعه صنعت خودرو با کمک و هدایت دولت اتفاق افتاده، اما برای ارتقای کمی و کیفی صنعت خودرو و حرکت به سمت فعالیت‌های پیچیده‌تر، مکانیسم‌های مدیریت رانت در ۳ سطح سیاست، سیاست‌گذاری و صنعت نیازمند تحولات جدی است. به‌تازگی نیز سخنگوی انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو کشور ضمن انتقاد از سیاست‌های انقباضی دولت مبنی بر قیمت‌گذاری دستوری و فروش خودرو از طریق سامانه یکپارچه بر ایجاد شرایط سختگیرانه برای واردات خودروهای کارکرده به کشور در راستای حمایت از تولیدات داخل تاکید کرده که در ادامه مشروح آن می‌آید.



عکس: آیدا فریدی

سالانه حدود ۶۰ هزار میلیارد تومان رانت از بخش تولید کشور وارد فضای دلالی می‌شود

رانتی که از بخش تولید وارد فضای دلالی می‌شود

سخنگوی انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو کشور با بیان اینکه سیاست‌های انقباضی دولت همه صنایع از جمله صنعت خودرو قطعه‌سازی را با مشکلات متعددی مواجه کرده، عنوان کرد: متاسفانه سیاست‌های غلط دولت در صنعت خودرو موجب کاهش تولید، اختلاف نرخ خودرو در کارخانه و بازار و ایجاد رانت سنگین در خودروسازی کشور شده است.

فرهاد بهنیا با بیان اینکه سالانه حدود ۶۰ هزار میلیارد تومان رانت از بخش تولیدی کشور وارد فضای دلالی می‌شود به خبر خودرو گفت: اگر قرار بر توزیع رانت است این رانت باید در اختیار ۸۰ میلیون جمعیت کشور قرار بگیرد، در حالی که تنها بخش ناچیزی از این رانت نصیب مصرف‌کننده می‌شود.

وی سامانه یکپارچه فروش خودرو را عامل توزیع رانت در صنعت خودرو عنوان و بیان کرد: دولت به جای تلاش برای حذف اختلاف بهای خودرو در کارخانه و بازار با ایجاد سامانه یکپارچه فروش خودرو عامل توزیع رانت بین ۳۵۰ تا ۴۰۰ هزار دلال شده، در حالی که پیش از این و با فروش خودرو از طریق قرعه‌کشی این رانت در اختیار ۱۵ هزار واسطه‌گر قرار گرفته است.

ضعف در مدیریت صنعت خودرو

بهنیا با بیان اینکه دولت فاقد تخصص لازم برای مدیریت صنعت خودرو است، تصریح کرد: دولت باید با مروری بر سیاست‌های خود در عرصه تولیدی کشور و به جای تصمیماتی مانند ایجاد سامانه یکپارچه فروش خودرو توزیع رانت، نسبت به حذف اختلاف نرخ خودرو در کارخانه و بازار اقدام کند، چراکه این رانت عامل زیاندهی در صنعت خودرو قطعه‌سازی کشور که یک خانواده ۳میلیون نفری است، بوده و اینکه منافع تولیدکننده داخلی بین ۳۵۰ هزار دلال توزیع شود، عادلانه نیست.

وی تاکید کرد: قطعا سیاست درست برای تعیین نرخ خودرو، آزادسازی قیمت‌ها یا حداقل عرضه خودرو در بورس کالاست، چراکه با منطقی شدن نرخ خودرو، تیراژ تولید افزایش یافته و شاهد ریزش قیمت‌ها در بازار خودرو خواهیم بود.

نقدینگی سرگردان

بهنیا با اشاره به وجود ۶۶ هزار و ۵۰۰ هزار میلیارد تومان نقدینگی سرگردان در کشور اضافه کرد: دولت می‌توانست با اعمال سیاست‌های درست این میزان نقدینگی را که در مقاطع مختلف جذب بازارهای ارز، مسکن، خودرو، طلا و... می‌شود، به سمت سرمایه‌گذاری در بنگاه‌های تولیدی کشور که بر کاهش نرخ ارز، طلا، سکه، خودرو مسکن در کشور نیز موثر است، معطوف کند.

سخنگوی انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو کشور با بیان اینکه در دنیا سیاست‌های کلان اقتصادی دولت‌ها در راستای حمایت از بنگاه‌های تولیدی است، اظهار کرد: در کشور ما عکس این موضوع صادق است و دولت به جای اینکه با آزادسازی نرخ خودرو زمینه رشد تیراژ تولید را فراهم کند با طرح‌هایی مانند قرعه‌کشی و سامانه یکپارچه فروش و ایجاد رانت که ناشی از اختلاف نرخ خودرو در کارخانه و بازار است، حقوق مصرف‌کننده را تضییع کرده که از نظر شرعی و قانونی نیز محل اشکال است.

عدم‌تحقق اهداف تولید خودرو

وی نسبت به عدم‌تحقق هدف‌گذاری تولید خودرو در سال جاری هشدار داد و تصریح کرد: متاسفانه با توجه به عدم تامین ارز موردنیاز صنایع تولیدی در ۳ماهه ابتدایی سال، هدف‌گذاری تولید یک میلیون و ۷۰۰ هزار خودرو در سال محقق نخواهد شد و آمار تولید روزانه خودروسازان مبنی بر تولید حداکثر ۲هزار خودرو گواه این موضوع است. این در حالی است که تولید روزانه ۳هزار تا ۳ هزار و ۵۰۰ خودرو برای تحقق هدف‌گذاری تولید در سال ۱۴۰۲ در دستور کار خودروسازان قرار گرفته بود.

سخنگوی انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو کشور در ادامه به ایرادات سامانه یکپارچه فروش خودرو اشاره کرد و یادآور شد: در سامانه یکپارچه فروش زمان ثبت‌نام تا تایید حدود دو ماه است که در این بازه زمانی نیمی از نرخ خودرو بدون در نظر گرفتن سود مشارکت سپرده‌گذاری می‌شود. ازیک سو خودروسازان که محصولات خود را تا سال ۱۴۰۳ پیش‌فروش کرده‌اند اعلام کرده‌اند که امکان تحویل خودرو زودتر از موعد مقرر را ندارند مگر اینکه مدل خودرو در جدول کمیته سیاست‌گذاری توسط متقاضی تغییر کند و از سویی طبق اعلام کمیته سیاست‌گذاری امکان تغییر مدل خودرو وجود ندارد. به‌عبارتی کمیته سیاست‌گذاری نرخ با بلوکه کردن مبلغ خودرو جریان نقدینگی در صنعت خودرو با مشکل مواجه کرده و به‌تبع خودروساز نیز قادر به پرداخت مطالبات قطعه‌سازان نیست.

مطالبات قطعه‌سازان از ۲ خودروساز

بهنیا با اعلام اینکه مطالبات بیش از ۱۲۰ روز قطعه‌سازان از ۲ خودروساز بزرگ حدود ۲۰ هزار میلیارد تومان است، بیان کرد: متاسفانه عدم پرداخت این مطالبات از سوی خودروسازان، زنجیره تامین را در خرید مواد اولیه، و قطعات نیمه ساخته و پرداخت دستمزد کارگران عاجز کرده و با ادامه این روند به مرحله‌ای خواهیم رسید که ممکن است تیراژ تولید به ۷۰۰هزار دستگاه نیز سقوط کرده و شاهد افزایش شدید نرخ خودرو در بازار باشیم. بنابراین سیاست قیمت‌گذاری دستوری و فروش از طریق سامانه یکپارچه اساسا موجب افزایش نرخ خودرو است.

وی خاطرنشان کرد: از دولت و وزارت امور اقتصادی تقاضا داریم یک‌بار برای همیشه با اصلاح نحوه قیمت‌گذاری و فروش خودرو که قطعا رشد تولید و کاهش قیمت‌ها را به همراه خواهد داشت به رفع مشکلات صنعت خودرو که ۶،۴ تولید ناخالص داخلی کشور را تشکیل می‌دهد، کمک کنند.

سخنگوی انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو کشور در ادامه از رویکرد دولت و مجلس مبنی بر واردات خودروهای کارکرده به کشور انتقاد کرد و افزود: واردات کالاهای مصرفی از جمله خودروهای کارکرده در دنیا مجوز واردات ندارند و تنها یک‌بار در رژیم قبلی شاهد این اتفاق بودیم که دانشجویانی که خارج از کشور تحصیل می‌کردند پس از پایان تحصیل اجازه واردات خودروهای خود به کشور را پیدا می‌کردند.

عقب‌ماندگی از تجهیزات روز دنیا

وی با صراحت بیان کرد: جای تاسف است در شرایطی که اغلب بنگاه‌های تولیدی کشور به لحاظ تجهیزات و ماشین‌آلات حدود ۳۰ سال از شرایط روز دنیا عقب هستند، واردات خودروهای مستهلک و فاقد ارزش‌افزوده برای کشور را در دستور کار قرار داده است. این در حالی است که این خودروها در کشورهای اروپایی و آسیایی پیشرفته بعد از ۵ سال فرسوده محسوب شده یا در صورت تردد مشمول مالیات‌های سنگین از سوی دولت‌ها می‌شوند.

سخنگوی انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو کشور در ادامه به پیامدهای منفی واردات خودروهای کارکرده به کشور اشاره و بیان کرد: با واردات خودروهای کارکرده به کشور نگاه از تولیدات داخل به سمت واردات سوق پیدا کرده و منابع ارزی کشور به جای اینکه صرف واردات کالاهای اساسی مردم شود، برای واردات خودرو هزینه خواهد شد. در حالی‌که حدود ۸۰ درصد ارزش خودرو مربوط به بخش قطعه‌سازی کشور است، اما متاسفانه نقشی در هیچ‌یک از تصمیم‌گیری‌های دولت ندارند.



تامین قطعات خودروهای دست‌دوم وارداتی

بهنیا ادامه داد: علاوه بر این تامین قطعات خودروهای دست‌دوم وارداتی هزینه‌های زیادی را به خریداران این خودروها تحمیل خواهد کرد.

وی با بیان اینکه موافقت مجمع تشخیص مصلحت نظام با واردات خودروهای دست‌دوم بیانگر این است که نگاه سیاست‌گذاران کشور کاملا به واردات خودرو معطوف شده است، بر ایجاد شرایط سختگیرانه برای واردات خودروهای کارکرده به کشور تاکید کرد و گفت: اکنون که واردات خودرو بدون مشورت با تولیدکنندگان داخلی در دستور کار دولت قرار گرفته است لازم است با واقعی‌سازی قیمت‌ها واگذاری فروش خودرو به شرکت‌های خودروساز زمینه رشد تیراژ تولید و به روز رسانی ماشین‌آلات تولید خودرو در کشور را فراهم کرده و به حفظ منافع مصرف‌کننده و تولیدکننده نیز کمک کند.

انتقاد از تعرفه واردات قطعات

بهنیا با انتقاد از تعرفه برابر واردات خودروهای کارکرده و قطعات وارداتی تصریح کرد: تعرفه پلکانی که دولت برای واردات خودروهای دست‌دوم در نظر گرفته گاهی همتراز با واردات قطعاتی است که ساخت داخل ندارند و این عادلانه نیست.

سخنگوی انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو کشور تاکید کرد: همچنین دولت در مقابل واردات خودرو به کشور باید مصوبه مناسبی برای اسقاط حداقل ۸ تا ۱۰ دستگاه خودرو فرسوده در نظر بگیرد تا بیش از این شاهد افزایش خودروهای فرسوده در کشور نباشیم.

بهنیا در پایان خاطرنشان کرد: در صورت بی‌اعتنایی دولت به معضلات بنگاه‌های تولیدی قطعا با افزایش نرخ مواد اولیه، خودرو، مسکن، طلا، ارز و... در کشور مواجه می‌شود و دود آن نیز به چشم مردم و تولیدکنندگان داخل خواهد رفت.

> در شرایطی که انحصار روز به‌روز افزایش می‌یابد، چیزی شبیه وضعیت صنایع شوروی به‌وجود خواهد آمد و انگیزه رقابت و سرمایه‌گذاری در کشور از بین می‌رود

رانت، نتیجه دخالت‌های دولت

چندی پیش، امیرحسن کاکایی، عضو هیات علمی دانشکده خودرو دانشگاه علم و صنعت نیز در نشستی با موضوع «تنظیم‌گری بازار خودرو؛ از گذشته تا آینده» با اشاره به اینکه در کشورهایی مانند امریکا، ژاپن و کره جنوبی، با وجود آسان بودن واردات، بالای ۸۰ یا ۹۰ درصد بازار خودرو در دست تولیدات داخلی خودشان است، گفت: ما جز مسئله قیمت و عرضه، عوامل بسیاری برای تنظیم بازار مانند استانداردها، مسئله سوخت و ارائه برخی مشوق‌ها داریم که البته این موارد فقط مرتبط با صنعت خودرو نیست. در این میان سوالی که پیش می‌آید این است که چرا قیمت نهایی تولیدات صنایع ما، از قیمت معمول جهانی‌اش بیشتر می‌شود؟! چرا مرغ تولیدی در ایران گران‌تر از مرغ جهانی در می‌آید؟

وی در ادامه افزود: با رفتار انحصارگرایانه دولت، انحصار موجود تثبیت می‌شود. خودروسازی داخلی تحت کنترل دولت است، واردات خودرو هم تحت کنترل دولت است. نتیجه این اتفاق آن است که رانت ایجاد می‌شود. در چنین شرایطی که انحصار روز به روز افزایش می‌یابد، چیزی شبیه وضعیت صنایع شوروی به‌وجود می‌آید و انگیزه رقابت و سرمایه گذاری از بین می‌رود.



عضو هیات علمی دانشگاه علم و صنعت، یکی از دلایل اشتیاق مردم به خرید خودرو را، وجود مشکلات زیاد در عرصه حمل‌ونقل عمومی برشمرد و گفت: افزون بر ۲۰ سال است هیچ‌کس به فکر حمل‌ونقل عمومی نیست. چرا؟! چون دولت برای خودرو پول می‌گیرد و دریافتی دارد، اما برای حمل‌ونقل عمومی باید هزینه کند.

سخن پایانی

در شرایطی که برخی تصمیمات سیاست‌گذاران در بازار خودرو ایجاد رانت کرده است، این تصمیمات به اشتباه در راستای تسهیل و حذف رانت در بازار عنوان می‌شود. خطای سیاست‌گذار در اصرار به قیمت‌گذاری محصولات خودرویی، چگونگی فروش، سختگیری‌های زیاد برای واردات و تخصیص خودرو به عده‌ای خاص، رانت‌زایی را ادامه‌دار خواهد کرد. به گفته کارشناسان و صاحب‌نظران بازار خودرو، بسته بودن درهای کشور به روی تولیدکنندگان خارجی و عملکرد ضعیف در تجارت خارجی و همچنین مشکل تحریم‌ها باعث می‌شود عرضه و تقاضا در بسیاری از حوزه‌ها از جمله خودرو با یک شکاف عمیق مواجه باشد و بنابراین حضور در یک فعالیت اقتصادی یا خرید برخی محصولات از جمله خودرو تنها از طریق امتیازات ویژه و رانت عملی باشد.

گزارش خبری

افزایش قیمت مونتاژی‌ها با مصوبه شورای رقابت

پس از گذشت ۲ ماه از نهایی شدن نخستین مصوبه شورای رقابت درباره قیمت‌گذاری خودروهای مونتاژی و حاشیه‌های پیرامون آن، در نهایت ۱۷ تیر در جلسه شورای رقابت، قیمت‌های پایه جدید به صورت مصوب اعلام شد که در این گزارش تغییرات قیمت‌های مصوب اول و قیمت‌های جدید مورد بررسی قرار گرفت.

به گزارش ایسنا، پس از تصویب و افزایش قیمت خودروهای داخلی، در نخستین روزهای نیمه دوم فروردین امسال، شورای رقابت تصمیم گرفت که برای نخستین‌بار روی قیمت خودروهای مونتاژی هم دست بگذارد و تعیین‌کننده قیمت محصولات شرکت‌های خودروسازی باشد. این تصمیم در جلسه روز ۱۶ فروردین ۱۴۰۲ شورای رقابت اتخاذ شد اما فرآیند تصویب، یک ماهی به طول انجامید و پس از امروز و فرداهای بسیار شورای رقابت برای تعیین تکلیف این موضوع، در نهایت، قیمت خودروهای مونتاژی ۱۶ اردیبهشت تصویب و یک روز بعد (۱۷ اردیبهشت) اعلام شد.

موضوع اما به همین سادگی‌ها نبود، خودروسازان که قیمت‌های مصوب شورای رقابت را متناسب با هزینه‌های تولید نمی‌دانستند تا هفته گذشته هم از اجرای مصوبه شورای رقابت سرباز می‌زدند و قیمت‌های مصوب شورای رقابت را اجرایی نمی‌کردند؛ این خودروسازان نه‌تنها برای منتخبان مرحله نخست فروش یکپارچه خودروها با قیمت‌های خود، دعوتنامه واریز وجه ارسال می‌کردند که مرحله دوم را هم با همان قیمت تعیین شده توسط خود (قیمت کارخانه که بالاتر از مصوب شورای رقابت بود) برگزار کردند.

در این بین، با وجود اینکه وزارت صنعت، معدن و تجارت در نامه‌ای به شورای رقابت ضمن اشاره به بازخوردهای دریافتی از خودروسازان و بیان اینکه تعدیل‌ها در حوزه‌های محدودی اعمال شده، خواستار بررسی بیشتر و دقیق‌تر در قیمت خودروهای مونتاژی شد، اما در این زمینه شورای رقابت اعلام کرد که نظر شورا و کارگروه خودرویی این است که هر آنچه تصمیم گرفته شده، به‌طور قطعی اجرا شود، اما چنانچه در فاصله ۲ تا ۳ ماه آینده، تغییراتی در صورت‌های مالی، نرخ ارز، قیمت‌ها و هزینه‌های تمام‌شده ایجاد شد، این موضوع دوباره در کارگروه خودرو مورد بررسی قرار می‌گیرد.

پس از آن هم وزارت صنعت، معدن و تجارت وارد عمل شد و با برگزاری جلسه‌ای با ۵ خودروساز خصوصی کشور و مسئولان وزارت صنعت، معدن و تجارت، ضوابط قیمت خودروهای مونتاژی را تعیین‌تکلیف کرد؛ خودروسازان هم مصوبه شورای رقابت را پذیرفته و ملزم به اجرای آن شدند، اما بازهم خبری از اجرا نبود.

در نهایت هفته گذشته، یکی از مسئولان شورای رقابت، توضیحاتی درباره بررسی قیمت خودروهای مونتاژی ارائه و اعلام کرد: شورای رقابت در زمینه خودروهای مونتاژی به صورت مستمر و روزانه جلسه دارد، در این جلسات اولویت با خودروهایی است که تاکنون قیمت آن‌ها اعلام نشده؛ براین اساس قرار شد که در جلسه روز شنبه (۱۷ تیر) قیمت خودروهای مونتاژی مجدد در دستور کار جلسه باشد و مورد بررسی قرار گیرد.

طبق تغییرات انجام‌شده، کمترین میزان افزایش حدود ۴۹ میلیون تومان (۴۹ میلیون و ۷۷۴ هزار و ۷۸۰ تومان) و بیشترین میزان افزایش افزون بر ۲۶۲ میلیون تومان (۲۶۲ میلیون و ۴۲۳ هزار و ۳۲ تومان) بوده است.

طبق آنچه مقرر بود، این جلسه روز شنبه ۱۷ تیر برگزار شد که نتیجه آن، اصلاح قیمت خودروهای مونتاژی و اعلام قیمت‌های جدید بود.

در مصوبه جدید شورای رقابت آمده که در راستای اجرای ماده ۳-۱ دستورالعمل تنظیم بازار خودرو سواری مصوبه جلسه ۵۴۳ شورای رقابت ۱۱ بهمن ۱۴۰۱، قیمت‌های محاسباتی محصولات مونتاژی که توسط سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان که در جلسات کارگروه خودروی این شورا مورد بررسی و ارزیابی قرار گرفت، جمع‌بندی و پیشنهاد نهایی کارگروه یادشده در تاریخ ۶ و ۱۷ تیر ماه ۱۴۰۲ سازمان یادشده به تصویب شورای رقابت رسید.

یادداشت

قیمت‌گذاری خودرو قابل‌دفاع نیست



بابک صدرایی
کارشناس حوزه خودرو

خودرو یک کالای اقتصادی با قیمت تمام‌شده مشخص است، اما متاسفانه در کشور ما مصلحت یا شهامت اعلام قیمت تمام‌شده برای خودرو وجود ندارد. این یک واقعیت است و باید آن را پذیرفت که قیمت خودرو هم در شرایطی که تمام کالاها و خدمات افزایش نرخ داشته، باید افزایش یابد. اگر به قیمت کارخانه‌ای خودروها نگاهی بیندازید، خواهید دید در مقایسه با افزایش قیمتی که در سایر کالا در یکی، دو سال اخیر شاهد بوده‌ایم، تغییر چندانی نداشته است. جدا از سیاست‌هایی که خودروسازان بزرگ ما دنبال می‌کنند، واقعیت این است که دو خودروساز بزرگ به لحاظ مدیریت هزینه و بهره‌وری در شرایط بسیار بدی قرار دارند، اما از یک سو نمی‌توانیم تمام این موارد را یک‌شبه برطرف کنیم و از سوی دیگر، اگر بخواهند با قیمت‌های کنونی خودرو تولید کنند و بخشی از نیاز بازار را پاسخ دهند، زیان انباشته بسیار زیادی را متحمل خواهند شد. وقتی قیمتی غیرمنطقی و پایین‌تر از عرف برای خودرو تعیین می‌شود، به‌نوعی به بازار سیاه دامن می‌زنند؛ یعنی اگر این رویکرد نادرست اصلاح نشده و قیمت خودرو واقعی نشود در نهایت شاهد این خواهیم بود که خودروساز عرضه خود را قطره‌چکانی می‌کند یا از طریقی (در پشتی) خودرو را وارد بازار می‌کند و در نهایت این بازار است که قیمت نهایی خودرو را تعیین می‌کند و قیمت‌ها سرسام‌آور می‌شود. واقعیت این است که اگر مثلا قیمت کارخانه‌ای خودرویی که در بازار یک میلیارد تومان و درب کارخانه ۵۰۰ میلیون تومان است را به ۸۰۰ میلیون تومان افزایش دهیم، بلافاصله فروش آن را آغاز کنیم، محدودیت‌هایی مانند نداشتن پلاک فعال و... را برداریم و زمان تحویل هم ۲۰ روز تا یک ماه باشد، این اقدامات روی قیمت بازار تاثیر می‌گذارد و باعث می‌شود حباب قیمتی بازار تا حدودی شکسته شود؛ البته تا زمانی که قیمت ارز در همین سطح باشد، چون اگر قیمت ارز بالا برود، قیمت خودرو هم افزایشی خواهد شد. در مقابل اگر قیمت کارخانه‌ای خودروها را افزایش دهیم و به خودروساز بگوییم خودرویی که دارد را با قیمت جدید و با شرایط محدودکننده مانند پلاک فعال و... عرضه کند، در بازار هم به‌تناسب افزایش قیمت کارخانه، قیمت خودروها بالا می‌رود و فنر قیمت‌ها رها می‌شود. این دو سناریو، پیش‌روی قیمت‌گذاری خودرو قرار دارد که اگر سناریوی اول اتفاق بیفتد، قدمی در جهت کنترل بازار است و اگر سناریوی دوم را دنبال کنند، قدمی در جهت تخریب بیشتر بازار برخواهند داشت.

اگر قیمت‌ها افزایش پیدا نکند، این سوال پیش می‌آید که آیا خودروساز توان افزایش عرضه خودرو متناسب با نیاز بازار را دارد یا خیر؟ جواب واضح است؛ خیر. چگونه است که خودرو به‌عنوان یک کالا یک قیمت اسمی مثلا ۳۰۰ میلیون تومانی دارد، یک قیمت بورس ۵۰۰ میلیون تومانی دارد و یک قیمت بازار آزاد. مشتری از کدام راه می‌تواند خودرو تهیه کند؟ قطعا خودرو ۳۰۰ میلیون تومانی با قیمت کارخانه به دست هر مشتری نمی‌رسد.

دولت هر قدر مکانیسم‌های محدودکننده و پیشگیرانه را در مقابله با این واقعیت که خودرو باید گران شود، به‌کار بگیرد، آتش بازار آزاد را داغ‌تر می‌کند و در نهایت منجر به افزایش قیمت خودرو در بازار می‌شود. اینکه افزایش قیمت خودرو آثار تورمی دارد، یک واقعیت است. درباره گوشت، مرغ، لبنیات و... هم همین بوده و نمی‌توان جلوی افزایش قیمت آنها را گرفت. هر کالایی قیمتی دارد که متاثر از تورم و نوسان نرخ ارز تغییر می‌کند.

واضح است که قیمت کارخانه خودرو در حال حاضر غیرمنطقی است و زیان انباشته خودروسازان هم به همین دلیل است و با این قیمت‌ها نمی‌توان خودرو تولید کرد. قیمت واقعی خودروها، نه قیمت کارخانه است و نه بازار و باید خودروها ارزش‌گذاری شوند و قیمت‌گذاری آنها منطقی باشد تا هم حباب بازار فروکش کند و هم خودروساز انگیزه پیدا کند که خودروهایی بهتر، بیشتر و کارآمدتر تولید و عرضه کند.

ارزش لاشه خودروهای فرسوده اعلام شد

مدیر اجرایی ستاد نوسازی ناوگان و اسقاط خودروهای فرسوده، میزان ارزش لاشه خودروهای فرسوده در سال ۱۴۰۲ را اعلام کرد.

به گزارش ایسنا، محمد حیدری‌پاشاکی ضمن یادآوری روند اسقاط خودروها و تکمیل فرآیند مشارکت در طرح جایگزینی خودروهای فرسوده، اظهار کرد: برندگان طرح جایگزینی خودروهای فرسوده با مراجعه به ستاد نوسازی ناوگان و اسقاط خودروهای فرسوده به نشانی nnhk.ir می‌توانند فرآیند ثبت‌نام را انجام دهند. متقاضیان پس از اینکه در این سایت ثبت‌نام و مرکز اقساط موردنظر خود را انتخاب کردند، همراه با خودرو فرسوده خود برای ارائه مدارک، تحویل و اسقاط خودرو به مرکز اسقاط موردنظر مراجعه می‌کنند.

مدیر اجرایی ستاد نوسازی ناوگان و اسقاط خودروهای فرسوده تصریح کرد: همان‌طور که پیش‌تر نیز گفته شده، مراکز اسقاط وظیفه دارند پس از اسقاط خودرو متقاضیان، ارزش لاشه خودرو را به حساب مالکان واریز کنند؛ عدم‌واریز وجه لاشه خودرو به حساب مالک خودرو فرسوده به‌عنوان تخلف تلقی می‌شود و مالکان می‌توانند شکایت خود را از طریق سامانه ۱۲۴ ثبت کنند. وی با بیان اینکه، ستاد نوسازی ناوگان و اسقاط خودروهای فرسوده تعیین ارزش لاشه خودروهای فرسوده را به انجمن صنفی مراکز اسقاط واگذار کرده، گفت: براساس جلسه‌های کارشناسی برگزار شده، تصمیم بر آن شده که نیمی از ارزش لاشه برای مراکز اقساط و نیمی دیگر در اختیار صاحبان خودروهای فرسوده قرار گیرد؛ از این‌رو با کسر هزینه‌های اسقاط، حدود ۵ تا ۸ میلیون تومان بابت ارزش لاشه به مالکان پرداخت می‌شود.

بررسی صمت از دلایل عدم‌تمکین خودروسازان از مصوبات شورای رقابت

خودروسازان همچنان ساز خود را می‌زنند

شهناز صفایی
editor@smtnews.ir

پس از حدود ۲ ماه از نهایی شدن نخستین مصوبه شورای رقابت درباره قیمت‌گذاری خودروهای مونتاژی و حاشیه‌های آن، در نهایت ۱۷ تیر در جلسه شورای رقابت، قیمت‌های پایه جدید مونتاژی‌ها مصوب و اعلام شد. براساس تغییرات انجام‌شده، کمترین میزان افزایش قیمت خودروهای مونتاژی حدود ۴۹ میلیون تومان (۴۹ میلیون و ۷۷۴ هزار و ۷۸۰ تومان) و بیشترین میزان افزایش مونتاژی‌ها افزون بر ۲۶۲ میلیون تومان (۲۶۲ میلیون و ۴۲۳ هزار و ۳۲ تومان) بوده است. طبق قانون، مصوبه شورای رقابت لازم‌الاجراست و شرکت‌های خودروساز موظف به اجرای قانون و مصوبه شورای رقابت هستند، اما خودروسازان باوجود پذیرش ظاهری این مصوبات، همچنان ساز خود را می‌زنند و با اعلام قیمت‌های دیگر، عملا نرخ‌های تصویبی شورای رقابت را تمکین نمی‌کنند. سازمان حمایت نیز با تاکید بر الزام خودروسازان به تمکین از مصوبه شورای رقابت، اعلام کرد خودروسازان متخلف راهی دادگاه می‌شوند.

صمت درباره معضل پایدار قیمت‌گذاری خودرو با کارشناسان حوزه خودرو گفت‌وگویی داشته که در ادامه می‌خوانید.



عکس: صمت

اگر در این مدت که قیمت‌گذاری خودرو در دست شورای رقابت بوده، تنش قیمتی در بازار خودرو شکل نگرفته، بیشتر متاثر از کاهش دامنه نوسانات نرخ ارز بوده است

اصل نظام قیمت‌گذاری دستوری مطرود است



سعید مدنی، کارشناس حوزه خودرو در پاسخ به اینکه چرا خودروسازان تاکنون از مصوبات شورای رقابت تمکین نکرده‌اند به صمت گفت: بعد از اینکه بخشی از فرآیند قیمت‌گذاری خودرو به شورای رقابت واگذار شد، این شورا تاکید داشت سازمان حمایت قیمت‌ها را تعیین می‌کند و در ادامه شورای رقابت قیمت‌ها را از سازمان حمایت استعلام خواهد کرد. البته برخی خودروسازان همچنان تمایل بیشتری به عرضه خودرو در بورس داشتند؛ نه در سامانه یکپارچه. اعتراض اصلی خودروسازان هم درباره قیمت‌ها بود.

مدنی افزود: اساسا باوجود سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان که تمام موارد را در نظر می‌گیرد و برای یک کالا تعیین نرخ می‌کند، ورود شورای رقابت به بحث قیمت‌گذاری خودرو، جای حرف‌وحدیث دارد. اینکه قیمت‌گذاری را از یک نهاد مانند سازمان حمایت بگیریم و به نهاد دیگری به‌نام شورای رقابت بدهیم، یک دور باطل است که هیچ نتیجه مثبتی هم نخواهد داشت. متاسفانه این تسلسل باطل درباره صنعت خودرو کشور همیشه بوده و ادامه‌دار است. باید متولیان امر به‌معنای واقعی بپذیرند که مشکلات مربوط به بازار خودرو با این جابه‌جایی‌ها حل نخواهد شد.

این کارشناس صنعت خودرو ادامه داد: اگر خودروساز مصوبات شورای رقابت را پذیرفته، قاعدتا باید براساس همان قیمت‌ها نیز اقدام به فروش خودروها کند و نباید تخطی کند. این قانون است و لازم‌اجراست و عدم‌اجرای آن یعنی تخلف. در هیچ جای جهان قیمت‌گذاری برای خودرو معمول نیست و خودروسازان و کارشناسان این حوزه بلااستثنا همه معتقدند این اتفاق نباید رخ دهد، چون منجر به ضرر و زیان‌های سنگینی می‌شود که در حال حاضر گریبان دو خودروساز بزرگ کشور را گرفته و به‌تازگی خودروسازان بخش خصوصی را نیز درگیر کرده است.

▣ تاثیر نرخ تورم و ارز بر قیمت‌ها

مدنی در ادامه گفت: از اواخر سال ۱۴۰۰ تا چند ماه نخست ۱۴۰۲، عملا نرخ تورم روی قیمت هیچ کدام از خودروهای عرضه شده در بازار اعمال نشد و در نهایت هم براساس اطلاعات حسابرسی شده سال ۱۴۰۱ ضریب تعدیل‌هایی در نظر گرفتند و نرخ خودروها را تعیین کردند؛ در حالی که در این بازه زمانی در کشور ضریب تورم ۶۰ تا ۷۰ درصدی داشتیم. وقتی قیمت‌گذاری‌ها بی‌توجه به نرخ تورم و ارز انجام می‌شود، در نهایت منجر به بروز اعتراضاتی خواهد شد. اصولا دخالت دولت در نظام قیمت‌گذاری همیشه پر از حاشیه است. البته در بسیاری از مواقع کالاهایی مانند دارو و غذا، ازسوی دولت قیمت‌گذاری می‌شود، اما این رویکرد برای خودرو دنبال نمی‌شود. با تمام این اوصاف اگر به‌دلایلی قرار است خودرو قیمت‌گذاری شود باید قیمت‌ها بروز و باتوجه به تورمی که اقتصاد را درگیر کرده، دست‌کم باید هر ۳ تا ۶ ماه یک‌بار تعدیل شوند. وی با تاکید بر اینکه بهترین روش برای تنظیم بازار خودرو و اینکه خودرو با نرخ واقعی به‌دست مصرف‌کننده واقعی برسد، متناسب‌سازی عرضه و تقاضاست، ادامه داد: اگر خودروسازان محصولات‌شان را خودشان قیمت‌گذاری کنند، از یک سو تقاضای کاذبی که به‌خاطر فاصله قیمت دولتی و بازار آزاد وجود دارد، از بین خواهد رفت و از سوی دیگر، مصرف‌کننده واقعی خرید می‌کند و سایر خریداران خودرو در صف خرید سهام خودروسازان قرار می‌گیرند. این کارشناس حوزه خودرو خاطرنشان کرد: در کل قیمت‌گذاری دستوری جز اینکه بنگاه‌های اقتصادی را به فلاکت بکشاند و اینکه شاید فقط ۱۰ درصد مصرف‌کنندگان واقعی بتوانند با نرخ کارخانه خودرو خریداری کنند باعث می‌شود ۹۰ درصد خودروها وارد بازار سوداگری شده و با قیمت‌های بسیار بالا فروخته شوند. حتی در سازکار عرضه خودرو در بورس هم بیشتر سوداگران ورود کردند و باز هم روند به نفع دلالان بود. البته در عرضه خودرو در بورس، خودروساز هم منتفع شد، اما منتفع واقعی سوداگران بودند.

▣ تقاضای کاذب بلای جان بازار خودرو

مدنی با بیان اینکه تنها راهکار برای رفع مشکلات کنونی بازار خودرو کشور، از بین بردن تقاضای کاذب است که برای تحقق آن باید سود آنی خودرو از بین برود، ادامه داد: اگر نرخ خودروها را آزاد کنیم، عملا خودروساز نمی‌تواند تمام خودروهایش را به فروش برساند و مجبور است نرخ محصولاتش را تعدیل کند و نرخ خودرویی که به مصرف‌کننده واقعی می‌رسد، میانگین نرخ خودروساز و بازار خواهد بود. اگر هم خودروساز نخواهد نرخ محصولاتش را براساس نرخ حاشیه بازار کاهش دهد، مصرف‌کننده می‌تواند در اقساط بلندمدت خودرو موردنیازخود را خریداری کند. مهم این است که سود آنی از بین برود. وی افزود: مردم شعور اقتصادی دارند و وقتی تورم ۵۰ درصدی را می‌بینند و اینکه در طول ۳ سال گذشته خودروها در نهایت سالی ۲۰ درصد افزایش نرخ داشته‌اند، می‌دانند که متاثر از این تورم انباشته، یکدفعه قیمت‌ها بالا خواهد رفت. در چنین وضعیتی، حتی اگر نیاز هم نداشته باشند، خودرویی را خریداری و انبار می‌کنند تا آن را در فرصت مناسب با سود بالا به فروش برسانند و اینجاست که تقاضای کاذب شکل می‌گیرد. حال اگر تقاضای کاذب از بین برود، خودروسازان از فشار خارج می‌شوند و سود خوبی به‌دست می‌آورند و دولت می‌تواند از آنها بخواهد افزایش تولید داشته باشند. از سویی هم، خیال بانک‌ها برای برگشت تسهیلاتی که به خودروسازان داده، راحت می‌شود. در مقابل بورس رونق پیدا می‌کند، زیرا از آنجایی که حاشیه سود خودروساز بالا رفته، مردم اقدام به خرید سهام خودروسازی‌ها می‌کنند و سرمایه‌ها به سمت بازار سرمایه کشیده می‌شود. در این میان، قطعه‌سازان هم به‌موقع به پولشان خواهند رسید. این کارشناس حوزه خودرو در پایان اظهار کرد: اصل نظام قیمت‌گذاری دستوری مطرود است و بحث کردن درباره روش‌های قیمت‌گذاری تکلیفی هم از اساس اشکال دارد. در این فرآیند بنگاه، بانک، قطعه‌ساز، بورس و... هیچ‌کدام منتفع نخواهند شد و تمام سود ناشی از قیمت‌گذاری به بازار دلالی می‌رود. زیان انباشته دو خودروساز بزرگ امسال بیش از ۱۵۰ هزار میلیارد تومان بود که با بدهی‌های آنها به بیش از ۳۰۰ هزار میلیارد تومان هم می‌رسد؛ پس به‌جرأت می‌توان گفت این بنگاه‌ها عملا ورشکسته هستند.

اصل نظام قیمت‌گذاری دستوری مطرود است و بحث کردن درباره روش‌های قیمت‌گذاری تکلیفی هم از اساس اشکال دارد

قیمت‌گذاری دستوری اجتناب‌ناپذیر است



مرتضی شجاعی، کارشناس حوزه خودرو نیز در گفت‌وگویی درباره ورود شورای رقابت به قیمت‌گذاری خودرو به صمت گفت: ورود نهادی برای قیمت‌گذاری خودرو به‌واسطه اینکه دو خودروساز بزرگ، سهم عمده‌ای از بازار خودرو کشور را در اختیار دارند، تا حدودی قابل‌توجیه است و منطقی به‌نظر می‌رسد. قیمت‌گذاری دستوری در شرایط کنونی اقتصاد ما استدلال‌های گوناگونی دارد؛ یکی اینکه بازار متاثر از کیفیت و نحوه عرضه دو خودروساز بزرگ که سهم زیادی در بازار دارند، متشنج نشود؛ بنابراین اینکه متولی قیمت‌گذاری خودرو، شورای رقابت باشد یا هر نهاد دیگری در وضعیت فعلی امری معقول و منطقی به‌نظر می‌رسد. به‌ویژه اینکه در شرایط کنونی به‌واسطه تحریم‌ها، نوسانات ارزی، کمبود قطعات و... با تنش‌هایی در بخش تولید مواجهیم که می‌توانند منجر به متشنج شدن بازار شوند و بهانه‌ای باشند برای اینکه بازار را مهندسی کنیم. از این زاویه، قیمت‌گذاری ازسوی یک نهاد معقول است.

شجاعی افزود: باتوجه به آنچه گفته شد، قیمت‌گذاری خودرو در شرایطی کنونی، ماهیتا اقدام درستی است، اما متاسفانه شورای رقابت به‌ویژه از سال ۱۳۹۷ تاکنون که بازار متشنج شده، هیچ‌گاه به‌درستی به این حوزه ورود نکرده و هرگاه هم که اقدام به قیمت‌گذاری کرده، به جهت هزینه سیاسی که قیمت‌گذاری داشته، همیشه قیمت‌ها را با تاخیر اعلام کرده و در این بخش همواره دچار چالش بوده است. البته در محاسبات این شورا برای قیمت‌گذاری نیز اشکالاتی وجود داشته است. به همین دلیل، گاه هزینه تمام‌شده برخی خودروها بالاتر از خودروهای دیگر بوده، اما قیمت تعیین‌شده برای این خودروها ازسوی شورای رقابت به‌مراتب پایین‌تر بوده که زیان خودروساز را افزایش می‌دهد.

▣ قیمت‌گذاری سرکوبی نباشد

شجاعی در ادامه درباره مصوبات اخیر شورای رقابت درباره خودروهای مونتاژی نیز گفت: در نهایت قیمت‌گذاری دامن خودروهای مونتاژی را هم گرفت. شورای رقابت برای خودروهای مونتاژی یک نرخ را تعیین کرد، اما خودروسازان روی نرخ دیگری تاکید داشتند. در این میان اتفاقی که افتاد این بود که مردم در فاز دوم فروش سامانه یکپارچه با این استدلال که قیمت‌های شورای رقابت ملاک است، ثبت‌نام کردند، اما با شروع موعد تحویل خودروهای مرحله دوم، مشکلات شروع شد. خودروسازان قیمت‌های تعیین شده را قبول نداشتند و استدلال‌شان این بود که احتمالا شورای رقابت با مبنای ارز ۲۸ هزار و ۵۰۰ تومانی قیمت خودروها را می‌سنجد، در حالی که هزینه‌های تولید بالا رفته، تورم دیده نشده و... البته قیمت‌های جدید به نرخ موردتاکید خودروسازان نزدیک‌تراست. این در حالی است که با قرار دادن دهها شرط و شروط تلاش این است که مصرف‌کننده واقعی برای ثبت‌نام اقدام کند که در نهایت با این تغییرات و تزلزل تصمیمات شورای رقابت آسیب می‌بیند.

شجاعی در پاسخ به اینکه آیا شورای رقابت باید در بازار خودرو کشور ورود کند یا خیر، اظهار کرد: تا زمانی که شرایط بازار کاملا رقابتی نیست، باید قیمت‌گذاری انجام شود، اما نه قیمت‌گذاری سرکوبی. از سال ۱۳۹۹ تا امروز برای محصولات ایران‌خودرو و سایپا سه مرحله افزایش نرخ داشتیم، در حالی که قرار بود هر ۳ ماه یک‌بار افزایش نرخ داشته باشیم. در شرایطی که تورم تولیدکننده در کشور ما بیش از ۴۰ درصد است، افزایش ۲۰ درصدی قیمت، آن‌هم سالی یک‌بار به تولید آسیب می‌زند و رویکرد اشتباهی است. منشأ افزایش نرخ خودرو تورم است، اما همه از گران شدن قیمت خودروها شاکی می‌شوند و می‌توان گفت این امر به‌نوعی هزینه سیاسی دارد. اگر این رویکرد اشتباه کنار برود و خودروساز بتواند با هزینه معقول، سود متعارفی داشته باشد، چه‌بسا بتواند افزایش تولید هم داشته باشد. این کارشناس صنعت خودرو در پایان اظهار کرد: در بحث قیمت‌گذاری خودرو به‌طور کلی دو موضوع مطرح است؛ اولا قیمت‌گذاری ازسوی شورای رقابت یا هر نهاد دیگری، یک امر غیرقابل‌اجتناب است، چون بازار خودرو ما رقابتی نیست.

دوم اینکه متاسفانه شورای رقابت ورود و محاسبات درستی برای قیمت‌گذاری نداشته است. اگر شورای رقابت قیمت‌گذاری خود را منطقی و کارشناسی‌شده می‌داند، چرا پس از مدت کوتاهی دوباره نرخ خودروهای مونتاژی افزایش داده شد؟ آیا اینکه شورای رقابت تا قبل از ۱۴۰۲ به موضوع قیمت‌گذاری خودروهای مونتاژی‌ها ورود نداشته، حال تعیین نرخ کرده و بعد از مدت کوتاهی هم آن را تغییر داده، بازار خودرو را متشنج نخواهد کرد؟ اگر در این مدت که قیمت‌گذاری خودرو در دست شورای رقابت بوده، تنش قیمتی در بازار شکل نگرفته، بیشتر متاثر از کاهش نوسانات نرخ ارز بوده است.

سخن پایانی

دخالت نهادهای حکومتی چه شورای رقابت باشد، چه وزارت صمت یا هر نهاد دیگری در ارزش‌گذاری خودرو، نه‌تنها مانع از فعالیت آزادانه شرکت‌های عرضه‌کننده می‌شود، بلکه عملیاتی وقت‌گیر و هزینه‌بر خواهد بود که در نتیجه آن، برقراری عدالت میان عرضه‌کننده خودرو و خریدار محصول را بسیار سخت خواهد کرد. حال تصور کنید در کشور ما قیمت‌گذاری دستوری به‌واسطه شرایط اجتناب‌ناپذیر باشد، اما اینکه نهاد مسئول قیمت‌گذاری، مدام تصمیماتش را تغییر دهد یا خودروساز به هر بهانه‌ای حرف او را نخواند، به اقتصاد ما آسیب بیشتری نخواهد زد؟

معدن کاتالیزور اقتصاد است

به گفته کارشناسان مزیت رقابتی ایران در سطح جهانی مثلث «نفت - گاز - معدن» است، اما ضلع سوم به شکل سنتی مورد بی‌مهری قرار گرفته، شاید این کم‌توجهی از آنجا ناشی شده است که کشور بر منابع عظیم نفتی و گازی قرار دارد و تا امروز آنقدر درآمد آسانی از این محل حاصل شده که توجه به جنبه‌ها و ظرفیت‌های دیگر اقتصادی دیگر ازجمله معدن را به محاق برده است.

ایران از نظر جغرافیایی روی کمربند کوهزایی آلپ - هیمالیا قرار دارد که از شرق اروپا آغاز می‌شود و با گذر از ترکیه، ایران و افغانستان تا اندونزی ادامه پیدا می‌کند و گفته می‌شود ۱۵ درصد ذخایر شناخته شده دنیا را در خود جای داده است. اگر امروز که دسترسی به درآمدهای ۲ منبع دیگر با چالش روبه‌رو است، توجه ویژه مسئولان به بخش معدن شکل بگیرد و اقتصاد معدن جایگزین اقتصاد نفتی شود، می‌توان امیدوار بود تحول عظیمی در بخش معدن و صنایع معدنی ایجاد شود. با توجه به این سرمایه عظیم خفته زیر پای کشور در گزارش امروز صمت مروری داشتیم به ظرفیت‌های بالقوه و بالفعل معدن و چشم‌انداز پیش روی آن.



عکس: آیدا فریدی

۳ نقش عمده معادن در اقتصاد



معاون امور معادن و فرآوری مواد وزارت صمت گفت: صنایع بزرگ در اقتصاد ۳ نقش پررنگ دارند و تامین کننده، پدیدآورنده ارزش‌افزوده و بازار بزرگ خدمات فناوری هستند و ماموریت وزارتخانه تنظیم مقررات، اقدامات ترویجی و تعریف سیاست‌های تشویقی است.

به گزارش پانا، سیدرضا محتشمی‌پور با اشاره به اصلاحات قانون معادن‌وتبصره۵و۱۰آن،عنوان کرد:دراین‌تبصره‌هابرای‌ترویج طرح‌های نوآورانه و فناورانه آمده است که بهره‌برداران معادنی که در راستای بهره‌برداری بهینه و صیانت از ذخایر معدنی، ارتقای بهره‌وری و تحقیق و توسعه و اکتشاف و حفظ محیط‌زیست در معدن مربوط اقدام کنند، با تایید شورای‌عالی معادن از پرداخت حداکثر تا ۲۰درصدحقوق دولتی معاف هستند.

محتشمی‌پور ادامه‌داد: این در حالی است که بسیاری فعالان بخش معدن از این تبصره‌ها اطلاعی ندارند و گزارش قابل‌توجهی از عملکرد تبصره ۵ (معافیت ۲۰درصد حقوق دولتی) در استان‌ها نداشتیم.

معاون امور معادن و فرآوری مواد وزارت صمت اضافه کرد: محدودیت‌های بین‌المللی و اعمال تحریم‌ها در سال‌های گذشته نشان داد که باید هرچه بیشتر از ظرفیت‌های داخلی بهره ببریم.

مصائب هوشمندسازی



مجید وفایی‌فرد مجری طرح زیست‌بوم نوآوری و فناوری بخش معدن و صنایع معدنی ایمینو، با اشاره به مصائب هوشمندسازی در معادن، اظهار کرد: اقتصاد سنتی بخش معدن سبب شده در تجاری‌سازی فناوری‌های نو و دانش‌بنیان ضعف داشته باشیم و همگرایی و انسجام بین دستگاه‌های اجرایی برای رسیدن به اقتصاد مبتنی بر فناوری‌های نسل چهارم به وجود نیاید. وی با بیان اینکه تامین مالی و توسعه بازار چالش‌های اصلی اقتصاد دانش‌بنیان است، گفت: تاکنون بیش از ۴۵۰ شرکت دانش‌بنیان در بخش معدن شناسایی‌شده است، اما همچنان معادن و صنایع معدنی از اقتصاد دانش‌بنیان سهم کمی دارند.

ترویج طرح‌های نوآورانه

وفایی‌فرد خاطرنشان کرد: در افزایش این سهم ایمینو درصدد است با ایفای نقش رگولاتوری خود نوآوران و دانش‌بنیان‌های همه زنجیره بخش معدن را پوشش دهد. وی گفت: ترویج طرح‌های نوآورانه در بخش معدن و صنایع معدنی، نیازمند استفاده از روش‌های نوین جذب سرمایه و برگزاری رویدادهایی با محوریت ارائه توانمندی است؛ در این راستا ایمینو با پایش شبکه بازیگران زیست‌بوم نوآوری و فناوری بخش معدن و صنایع معدنی و انعقاد تفاهمنامه همکاری با بازیگران اکوسیستم نوآوری و فناوری کشور تلاش کرده هم‌افزایی ایجاد کند.

مجری طرح زیست‌بوم نوآوری و فناوری بخش معدن و صنایع معدنی تاکید کرد: در بستر سیاست‌گذاری، تعریف طرح‌های تشویقی برای معافیت‌های مالیاتی صنایع در راستای حمایت از فناوران و فراهم کردن زیرساخت‌ها و تجهیزات لازم ضرورت دارد.

اشتغالزایی یک به ۱۷



سرپرست مرکز تحقیقات فرآوری مواد معدنی ایران گفت: هر شغل معدنی ۱۷ شغل در صنایع پایین‌دستی ایجاد می‌کند.

به گزارش معدن نامه، مرتضی هاشم‌پور گفت: یکی دیگر از دستاوردهای توسعه بخش معدن و صنایع معدنی محرومیت‌زدایی است، زیرا غالب معادن در مناطق دورافتاده و کمتر برخوردار قرار دارند و بخش معدن و صنایع معدنی سهم قابل‌توجهی از صادرات غیرنفتی را به خود اختصاص داده است. به گفته هاشم‌پور، توسعه زیرساخت‌ها را از دیگر دستاوردهای این بخش می‌توان برشمرد، زیرا مهم‌ترین اثر توسعه معدن بر توسعه زیرساخت‌ها به‌ویژه حمل‌ونقل قرار دارد.

هم‌راستایی، هم‌افزایی و هماهنگی

رئیس مرکز تحقیقات فرآوری مواد معدنی ایران خاطرنشان ساخت: توسعه بخش معدن و صنایع معدنی موجب افزایش درآمدهای مالیاتی و افزایش درآمد ملی می‌شود، زیرا با افزایش تولیدات معدنی، علاوه بر افزایش تولید ناخالص داخلی، موجب می‌شود درآمد دولت از محل حقوق دولتی معادن و حق انتفاع افزایش پیدا کند.

این مقام مسئول افزود: امروز نقش بخش معدن در تامین نیاز صنایع داخلی غیرقابل‌انکار است و می‌توان معدن را کاتالیزور اقتصاد و تامین‌کننده صنایع داخلی دانست. سرپرست مرکز تحقیقات فرآوری مواد معدنی ایران گفت: برای رشد و توسعه بخش معدن و صنایع معدنی جهت هم‌راستایی، هم‌افزایی و باید هماهنگی بازیگران در بخش معدن بیشتر شود. هاشم‌پور اضافه کرد: اقدامات قانونی در راستای اجرا یا اصلاح و بازنگری قوانین به‌منظور استفاده از ظرفیت‌های قانونی موجود و یا رفع موانع هم از مواردی است که باید به آن اهتمام ورزید. وی، اقدامات عملیاتی-اجرایی برای توسعه بخش معدن و صنایع معدنی را لازم دانست و توضیح داد: اجرای منسجم، هماهنگ و هم‌افزایی قوانین، سیاست‌ها و راهبردهای موردنیاز بخش باید پیاده‌سازی شود.

این مقام مسئول تاکید کرد: در بخش معدن و صنایع معدنی، باید جهانی‌شدن، بهره‌وری، زنجیره ارزش، فناوری، نظام مدیریت، سرمایه‌گذاری، زیرساخت، توسعه منطقه‌ای و ایمنی، بهداشت محیط‌زیست به شکل جدی به‌عنوان حوزه‌های هدف تعریف شود.

هاشم‌پور افزود: بر اساس مشخصه معدن و تاب‌آوری اقتصادی بر رویکرد اقتصاد درون‌زا و برون‌نگر آن تاکید کرد، بنابراین مردم محور بودن از مشخصه بارز آن است.

وی توضیح داد: افزایش ارزش‌افزوده، تولید ملی، اشتغال، افزایش بهره‌وری و ایجاد رفاه از خصوصیات این بخش محسوب می‌شود.

به گفته هاشم‌پور، بخش معدن و صنایع معدنی دارای مشخصه اشتغالزایی بالا و پایدار است، علاوه بر این، مقاوم بودن دربرابر تهدیدها و تکیه‌بر ظرفیت‌های داخلی شامل سرمایه‌های انسانی، علمی، طبیعی و...از دیگر خصوصیات این بخش محسوب می‌شود، ضمن اینکه وابستگی به نفت هم ندارد.

رئیس مرکز تحقیقات فرآوری مواد معدنی ایران پیرامون اهداف کمی سال ۱۴۰۴ زنجیره معدن و صنایع معدنی هم گفت: بر اساس سند چشم‌انداز جمهوری اسلامی در افق ۱۴۰۴ باید تولید فولاد تا ۵۵ میلیون تن در سال، میزان کاتد مس تولیدی ۸۰۰هزار تن در سال و تولید آلومینیوم نیز به رقم ۱.۵ میلیون تن در سال افزایش یابد.

سخن پایانی

معدن، ثروت و موهبتی است که خداوند در اختیار کشور ایران قرار داده است و باید بتوان با نگاهی روزآمد به این بخش، زمینه رشد و توسعه آن را فراهم کرد. به نظر می‌رسد آشکار شدن بیش‌ازپیش نقش و اهمیت معدن و صنایع معدنی در اقتصاد و ظهور رقبای جدید منطقه‌ای موتوری محرک شده است تا این بخش بیشتر در مدار توجه قرار گیرد و امید است جایگاه معدنی ایران در آینده‌ای نزدیک در خور ظرفیت‌های بالقوه امروزی آن شود.

نوبت اول

مزایده ۱۴۰۲۰۵د

شرکت جهان فولاد سیرجان در نظر دارد **مقدار حداکثر ۳۰،۰۰۰ (سی هزار) تن نرمه گندله** مازاد بر نیاز خود را طبق آنالیز شیمیایی و سبد اقلام مندرج در اسناد مزایده از طریق مزایده عمومی بفروش برساند. متقاضیان شرکت در مزایده می‌توانند جهت آگاهی از شرایط عمومی مزایده و دریافت اوراق مزایده و ارائه پیشنهاد همه روزه به استثنای ایام تعطیل رسمی، پنجشنبه و جمعه از تاریخ **۱۴۰۲/۰۴/۲۱** لغایت **۱۴۰۲/۰۴/۳۱** از ساعت **۸** صبح الی **۱۴** به آدرس تهران، میدان ونک، بزرگراه حقانی بعد از جهان کودک، خیابان شهیدی، کوچه ژوبین، پلاک ۲، طبقه ٤، واحد ۷ مراجعه نمایند.

همچنین آگهی و اسناد مزایده نوبت اول ۱۴۰۲۰۵د در سایت اینترنتی شرکت جهان فولاد سیرجان به آدرس **sjsco.ir** پرتال مزایده و مناقصه قسمت مزایده قابل مشاهده می‌باشد.

واحد فروش شرکت مجتمع جهان فولاد سیرجان

نوبت دوم

مزایده ۱۴۰۲۰۳د

شرکت جهان فولاد سیرجان در نظر دارد **مقدار حداکثر ۳۵،۰۰۰ (سی و پنج هزار) تن لجن حوضچه** مازاد بر نیاز خود را طبق آنالیز شیمیایی و سبد اقلام مندرج در اسناد مزایده از طریق مزایده عمومی بفروش برساند. متقاضیان شرکت در مزایده می‌توانند جهت آگاهی از شرایط عمومی مزایده و دریافت اوراق مزایده و ارائه پیشنهاد همه روزه به استثنای ایام تعطیل رسمی، پنجشنبه و جمعه از تاریخ **۱۴۰۲/۰۴/۲۱** لغایت **۱۴۰۲/۰۴/۳۱** از ساعت **۸** صبح الی **۱۴** به آدرس تهران، میدان ونک، بزرگراه حقانی بعد از جهان کودک، خیابان شهیدی، کوچه ژوبین، پلاک ۲، طبقه ٤، واحد ۷ مراجعه نمایند.

همچنین آگهی و اسناد مزایده نوبت دوم ۱۴۰۲۰۳د در سایت اینترنتی شرکت جهان فولاد سیرجان به آدرس **sjsco.ir** پرتال مزایده و مناقصه قسمت مزایده قابل مشاهده می‌باشد.

واحد فروش شرکت مجتمع جهان فولاد سیرجان

نوبت اول

مزایده ۱۴۰۲۰۷د

شرکت جهان فولاد سیرجان در نظر دارد **مقدار حداکثر ۵،۵۰۰ (پنج هزار و پانصد) تن میلگرد** مازاد بر نیاز خود را طبق آنالیز شیمیایی و سبد اقلام مندرج در اسناد مزایده از طریق مزایده عمومی بفروش برساند. متقاضیان شرکت در مزایده می‌توانند جهت آگاهی از شرایط عمومی مزایده و دریافت اوراق مزایده و ارائه پیشنهاد همه روزه به استثنای ایام تعطیل رسمی، پنجشنبه و جمعه از تاریخ **۱۴۰۲/۰۴/۲۱** لغایت **۱۴۰۲/۰۴/۳۱** از ساعت **۸** صبح الی **۱۴** به آدرس تهران، میدان ونک، بزرگراه حقانی بعد از جهان کودک، خیابان شهیدی، کوچه ژوبین، پلاک ۲، طبقه ٤، واحد ۷ مراجعه نمایند.

همچنین آگهی و اسناد مزایده نوبت اول ۱۴۰۲۰۷د در سایت اینترنتی شرکت جهان فولاد سیرجان به آدرس **sjsco.ir** پرتال مزایده و مناقصه قسمت مزایده قابل مشاهده می‌باشد.

واحد فروش شرکت مجتمع جهان فولاد سیرجان

نوبت دوم
شناسه ۱۵۲۵۴۸۷

آگهی فراخوان ارزیابی کیفی مناقصه عمومی دومرحله‌ای

شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی(پالایشگاه نهم(فاز ۱۲)) 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:	۲۰۰۲۰۹۷۵۸۷۰۰۰۰۴۴
شماره مناقصه و تقاضا	تقاضای R۹/۴۰۲/۱۴ و شماره تقاضا ۴۰۹۲۷۰۲۶۰۳
موضوع و شرح مختصر اقلام درخواستی:	اسکیپ(ساخت داخل)
مبلغ برآوردی مناقصه:	۷۵،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال
مبلغ تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار:	۳،۷۵۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال
نوع تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار:	تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار بصورت یکی از تضامین قابل قبول وفق آیین‌نامه تضمین شماره ۱۲۳۴۰۲/ت۵۰۶۵۹ ه مورخ ۹۴/۰۹/۲۲ هیات وزیران می‌باشد.
تاریخ‌های مهم در فرآیند برگزاری مناقصه از طریق سامانه ستاد ایران:	زمان اولین انتشار آگهی /ارسال به صفحه اعلان عمومی: ۱۴۰۲/۰۴/۱۷ مهلت بارگیری و دریافت اسناد ارزیابی کیفی از سامانه ستاد ایران: ۱۴۰۲/۰۴/۲۷ مهلت بارگذاری و ارسال پاسخ استعلام و مدارک ارزیابی کیفی در سامانه ستاد ایران: ۱۴۰۲/۰۵/۱۰
آخرین مهلت بارگذاری پیشنهادات فنی و مالی در سامانه ستادایران:	پس از ارزیابی کیفی مناقصه‌گران، مستندات دریافت پیشنهاد فنی و مالی به همراه برنامه زمانی از طریق سامانه ستاد ارسال می‌گردد.
آدرس مناقصه‌گزار	استان بوشهر - کنگان - کیلومتر ۱۵ جاده عسلویه - مجتمع گاز پارس جنوبی - پالایشگاه نهم(فاز ۱۲) - کدپستی: ۷۵۳۹۱۷۱۰۵۷ - تلفن: ۰۷۷۳۲۳۱۳۹۴۳

بدیهی است کلیه فرآیند برگزاری مناقصه الکترونیکی از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (سامانه ستاد) به نشانی: WWW.SETADIRAN.IR انجام می‌پذیرد وبه پیشنهادهای خارج از سامانه ستاد هیچگونه ترتیب اثری داده نخواهد شد و مناقصه‌گران بایستی نسبت به ثبت‌نام در سامانه ستاد و دریافت گواهی امضاء الکترونیکی اقدام نمایند. مناقصه‌گران می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت WWW.SPGC.IR مراجعه و یا با شماره تلفن ۰۷۷۳۲۳۱۳۹۴۳ تماس حاصل فرمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۴/۲۰ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۴/۲۱ روابط عمومی شرکت مجتمع گاز پارس جنوبی

نوبت اول
شناسه ۱۵۲۷۰۳۵

آگهی مناقصه عمومی (دو نوبته - یک‌مرحله‌ای)

سازمان عمران شهرداری قزوین در نظر دارد نسبت **به انتخاب پیمانکار، جهت پخش و کمپکت آسفالت ماشینی کمربندی شرق شهر قزوین از محل اعتبارات داخلی طی مدت ۲ ماه (دو ماه)** بر مبنای قانون برگزاری مناقصات به شرح جزئیات مندرج در اسناد مناقصه و با بهره‌گیری از سامانه تدارکات الکترونیکی دولت **(www.setadiran.ir)**، از طریق برگزاری مناقصه عمومی اقدام نماید. متقاضیان می‌توانند پس از انتشار آگهی جهت آگاهی و دریافت اسناد مناقصه به آدرس اینترنتی فوق مراجعه نمایند.

برگزاری مناقصه صرفا از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت می‌باشد و کلیه مراحل فرآیند مناقصه شامل دریافت اسناد مناقصه، پرداخت تضمین شرکت در مناقصه، انصراف از شرکت در مناقصه، ارسال پیشنهاد قیمت، بازگشایی پاکات، اعلام به برنده، پذیرش برنده بودن، پرداخت تعرفه سامانه و ... در بستر سامانه می‌باشد.

پاکات «الف»، «ب» و «ج» می‌بایست در سامانه بارگذاری و اصل تضمین شرکت در مناقصه (پاکت «الف») به مبلغ ۲/۵۰۰/۰۰۰/۰۰۰ (به حروف دو میلیارد و پانصد میلیون ریال) به دبیرخانه سازمان عمران شهرداری قزوین تحویل گردد.

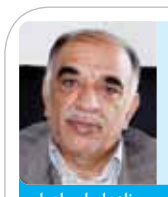
هزینه آگهی به عهده برنده مناقصه می‌باشد.

آدرس: قزوین - چهارراه عمران - طبقه فوقانی شهرداری منطقه دو **تلفن تماس:** ۰۲۸-۳۳۳۶۶۱۳۱

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۴/۲۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۴/۲۴ سازمان عمران شهرداری قزوین

یادداشت

معدن جور همه کمبودها را می‌کشد



نادعلی اسماعیلی
کارشناس و فعال معدنی

مسئولان اقتصادی کشور، نام معدن را بارها و بارها به‌زبان می‌آورند و بر نقش کلیدی آن در رونق اقتصادی تاکید می‌کنند، اما همزمان همه سرباره‌ها را هم به بخش معدن حواله می‌دهند. در واقع معدن زمانی می‌تواند گرهی از کار کشور باز کند که از طرف دولت کمک‌هایی دریافت کند و موردحمایت قرار گیرد، باید وام کم‌بهره در اختیارش قرار گیرد و اجازه داشته باشد ماشین‌آلات موردنیاز خود را تامین، مواد اولیه لازم برای فرآیند استحصال را وارد و موادی را که مصرف داخلی ندارند، صادر کند. اما همه این موانع در حال حاضر پیش‌روی معدن است و هر روز بیش از پیش به رکود این بخش دامن می‌زند.

در حال حاضر با این همه مشکلات و گرانی، نمی‌توان انتظار پیشرفتی از بخش معدن داشت.

بزرگ‌ترین چالش امروز بخش معدن، کم‌پولی ماشین‌آلات فرسوده، مزاحمت‌های محلی، حقوق دولتی بالا و... است که دست به‌دست هم داده و بسیاری از معادن کوچک را به تعطیلی کشانده است. برای نجات این بخش، دولت باید به‌طورجدی قدم در میدان بگذارد و تسهیلاتی در نظر بگیرد و مقدماتی فراهم کند تا سرمایه‌گذاران تشویق به حضور در این بخش شوند. متاسفانه تا بخش حکمرانی معدنی چشم خود را بر مشکلات این بخش ببندد، نمی‌توان انتظار چندانی از نقش‌آفرینی بخش معدن در امروز و فردای اقتصاد کشور داشت.

علاوه بر این، معدود کسانی که در این حوزه سرمایه‌گذاری می‌کنند و بولدوزر، بیل و ماشین‌آلات سنگین، که در حال حاضر بسیار گران نرخ شده‌اند را در معادن دوردست به کار می‌گیرند و برای تعدادی از افراد فرصت اشتغال و منبع درآمدی ایجاد می‌کنند، باید به پاس خدماتی که انجام می‌دهند، مورد تقدیر قرار گیرند و به‌ازای زحماتی که برای عبور از چالش‌ها و به‌حرکت درآوردن اقتصاد کشور به جان می‌خرند، از ارزش و احترامی برخوردار شوند. در غیر این صورت، به‌راحتی از ادامه فعالیت دلسرد می‌شوند و سرمایه خود را از این حوزه بیرون می‌آورند و در حوزه‌های سودآورتری وارد خواهند کرد.

کوتاه سخن اینکه؛ مجموعه‌ای از مشکلات بالا موجب دلسردی بخش خصوصی و فرار سرمایه از این بخش شده است که در نتیجه کلیتی به نام معدن و معدنکاری رو به زوال می‌رود و نیروی انسانی شاغل در این بخش کار خود را از دست خواهند داد و باوجود هزینه‌های زیادی که برای تربیت نیروی کار ماهر بخش معدن صرف شده است، به جمع بیکاران جامعه اضافه می‌شوند یا راه مهاجرت از کشور را برمی‌گزینند.

مهم‌ترین مسئله این است که باید ذهنیتی که نسبت به فعالان این حوزه وجود دارد، تصحیح شود. کسی که در این حوزه سرمایه‌گذاری می‌کند، سال‌ها انتظار می‌کشد و وقتی زمان برداشت نتیجه کار فرامی‌رسد، با اتهاماتی مخرب و دلسردکننده روبه‌رو می‌شود و او را نه به‌عنوان تولیدکننده که به‌عنوان چپاولگر منابع ملی می‌شناسند.

انتظار ما این است که دولت تلاش کند تا گره‌هایی را تا به امروز ایجاد کرده است، باز کند و موانع را از سر راه معدنکاران بردارد. با اصلاح قوانین و مقررات کمک کند تا فعالان این بخش تکلیف خود را با آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌ها بدانند و اسیر موانع این بخش نمانند.

مسئولان سال‌ها است که می‌گویند ما روی بخش معدن حساب کرده‌ایم. در واقع، امورات کشور، به‌ویژه در چند سال اخیر با کمک این بخش طی شده است و اگر معدن نداشتیم، خیلی از کارها فلج شده بود. در تمام سال‌هایی که با تحریم دست به گریبان بوده‌ایم و از دنیای بیرون به ما فشار می‌آورند، بخش معدن جور کشور را کشیده، بنابراین شایسته آن است که دولت کمک کند تا موانع پیش‌روی آن برطرف و واحدهای فرآوری بیشتر شوند تا مجبور به خام‌فروشی نباشیم و بتوانیم تا آخرین مراحل زنجیره ارزش پیش برویم و در آن صورت، شاهد افزایش ارزش‌افزوده معدن خواهیم بود، فرصت اشتغال بیشتری پدید می‌آید و باتوجه به مزیت‌های خود رونق را به بخش اقتصاد می‌آورد.

صادرات ۳.۳ میلیارد دلاری معدنی‌ها

صادرات محصولات بخش معدن و صنایع‌معدنی در سه‌ماهه نخست امسال به ۳.۳ میلیارد دلار رسید.به گزارش روابط‌عمومی ایمیدرو، فعالان بخش معدن و صنایع‌معدنی از ابتدای فروردین تا پایان خرداد، ۱۵ میلیون و ۸۱۲ هزار تن انواع محصولات بخش معدن و صنایع‌معدنی به ارزش ۳ میلیارد و ۳۲۰ میلیون دلار صادر کردند. در حالی که طبق آمار صادرات خرداد ۱۴۰۲، به‌تنهایی، بیش از یک میلیارد دلار ثبت شده است.آمارها نشان می‌دهد که زنجیره فولاد کشور با ۱.۶ میلیارد دلار صادرات با افزایش ۷ درصدی به‌لحاظ ارزشی و ۲۰ درصدی به‌لحاظ وزنی روبه‌رو بوده و در صدر فهرست محصولات صادراتی قرار گرفته است. ۲۶۲.۸۷ میلیون دلار «گندله»، ۲۰۴.۲ میلیون دلار سایر معادن و صنایع‌معدنی، ۲۰۱.۷۵ میلیون دلار مس و صنایع پایین‌دستی، ۱۶۲.۷ میلیون کنسانتره آهن، ۹۳.۸ میلیون دلار آهن اسفنجی و نیز ۱۹۷.۰۱ میلیون دلار در بخش آلومینیوم و محصولات پایین‌دستی بوده است. همچنین ۱۶۳.۹۴ زنجیره روی، ۹۲.۷ میلیون دلار زغال‌سنگ و کک و ۹۱.۷۸ میلیون دلار زنجیره سیمان، ۵۱.۲۷ میلیون دلار انواع سنگ و محصولات مرتبط، ۴۵.۲۶ زنجیره مولیبدن، ۳۳.۶۲ سنگ آهن دانه‌بندی، ۲۴.۵ میلیون دلار انواع فرو، ۲۳ میلیون دلار زنجیره سرب و نیز ۱۱.۶ میلیون دلار در بخش زنجیره کروم صادر شده است. علاوه بر این، در بخش‌های دیگر نظیر سرامیک و کاشی، پودر آلومینا، آنتیموان، تیتان، نیکل، میکا، فلزات و سنگ‌های گرانبها، زیر ۱۰ میلیون دلار صادرات داشته است. ثبات نسبی در بازار ارز و قیمت‌های مواد اولیه در بورس کالا همراه با افزایش نیافتن قابل توجه در تولیدات صنعتی پایین‌دست، از تقاضای کاذب و انبارداری مواد اولیه کشور کاسته و جهت‌گیری این حوزه را به‌سوی صادرات برده است. کارشناسان برای سه‌ماهه دوم امسال، انتظار تقویت و ادامه روند صعودی صادرات را دارند.

در بررسی مشکلات فعالان حوزه گوهر سنگ مطرح شد

ضرورت حمایت مالیاتی از گوهرسنگ

گیتا جاودانی
editor@smtnews.ir

براساس جدیدترین آمار منتشرشده، صادرات محصولات بخش معدن و صنایع‌معدنی در سه‌ماهه اول امسال بیش از ۳.۳ میلیارد دلار بوده، اما سهم سنگ‌های قیمتی و نیمه‌قیمتی در این عدد زیر ۱۰ میلیون دلار برآورد شده است که به‌روشنی نشان می‌دهد که سهم ایران از گردش مالی جهانی ۱.۲ تریلیون دلاری صنعت گوهرسنگ تقریبا هیچ است. در حالی که، کشور ما مزایای رقابتی چشمگیری در این زمینه دارد و از نیروی کار و انرژی ارزان و فراوان برخوردار است. علاوه بر این، از یک‌سو، در همسایگی کشورهای صاحب منابع و ذخایر قرار دارد و از سوی دیگر، با بزرگ‌ترین بازارهای مصرف این محصولات همجوار است و به این ترتیب، می‌تواند چهارراه ترانزیت این گروه کالایی باشد، اما چرا باوجود این ظرفیت کم‌نظیر نقشی ناچیز و سهمی اندک در ورود ارز به کشور دارد؟ این پرسشی است که در گزارش زیر مسعود کیانی، رئیس انجمن صنفی گوهرسنگ ایران و عبدالنبی مکابر، عضو هیات‌مدیره انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان طلا، جواهر، نقره و سنگ‌های قیمتی استان تهران به آن پاسخ می‌دهند.



عکس: ایمیدرو

بدون هویت‌بخشی به بنگاه‌های خرد و کوچک و تسهیل روند صدور مجوز فعالیت قانونی در حوزه گوهرسنگ‌ها و حوزه تولید مصنوعات طلا و جواهر با رشد اقتصاد پنهان و زیرزمینی مواجه خواهیم بود

سندها در جایگاه قانون قرار نمی‌گیرند



مسعود کیانی ـ رئیس انجمن صنفی گوهرسنگ ایران: سند توسعه ملی گوهرسنگ طی چند سال اخیر در سازمان ایمیدرو تدوین شده ، البته برای تدوین این سند کمک چندانی از بخش‌های خصوصی گرفته نشده است و کسانی هم که در جریان تدوین سند قرار داشتند، بیشتر از فعالان طلاسازی و زرگری بوده‌اند و متخصصان بخش گوهرشناسی و گوهرتراشی و تجارت گوهرسنگ‌ها در این فرآیند حضور نداشتند و نقشی در تدوین این سند برعهده آنها گذاشته نشده است.

در سند توسعه ملی گوهرسنگ، کل زنجیره ارزش‌افزوده بخش گوهرسنگ پیگیری و برای آن، اهدافی در نظر گرفته و استراتژی‌هایی چیده شده است. البته ذکر این نکته ضروری است که نکاتی جمع‌آوری شده در قالب سند الزام قانونی ندارد.

توجه به این نکته از آنجا اهمیت دارد که گاهی گفته می‌شود که همه اقدامات و اهداف باید در چارچوب سند باشد که درست نیست، زیرا سندها، هرچند می‌توانند چشم‌اندازها را روشن کنند، اما نمی‌توانند در جایگاه قانون قرار گیرند و اگر کسی از آن تخطی کرد، توبیخی در پی داشته باشد.

از جمله موضوعاتی که در سند پررنگ شده، حوزه اکتشاف گوهرسنگ‌ها، از جمله یاقوت، الماس، زمرد و سنگ‌های قیمتی است. هرچند واقعیت این است که کشور ما از نظر لیتولوژیکی ذخایر قابل توجهی از این سنگ‌ها ندارد.

در این بخش، طرح‌های موجود در زمینه اکتشاف گوهرسنگ‌ها به شرکت‌های فعال در زمینه اکتشاف عناصر فلزی واگذار شده است که هیچ‌گونه تخصصی در این زمینه ندارند. از چندین شرکت با شخص من تماس گرفتند که اطلاعات خاص گوهرسنگ‌هایی را که در کشور داریم، در اختیار آنها قرار دهم که من اعلام کردم اگر واقعا قرار است برای کشور کاری انجام دهند و اطلاعاتی کسب کنند، باید خودشان به‌صورت میدانی و چکشی پی‌جویی و اکتشاف کنند تا در مرحله بعد بتوانند ذخیره‌ها را مشخص کنند. اگر فقط قرار باشد با اطلاعات کتابخانه‌ای و مباحث همایشی و پژوهشی پیش بروند، در واقع به جایی نخواهند رسید.

در ایران چیزی حدود ۴۰ نوع گوهرسنگ وجود دارد، اما بیشتر می‌توانیم روی سنگ‌های قیمتی مانند گارنت یا فیروزه‌های خاص و... حساب کنیم و برای آنها برنامه‌ریزی داشته باشیم، اما در این سند به آنها توجه چندانی نشده است.

در زمینه استخراج، هیچ بحث و هدفی در ذیل سند هنوز تدوین و هیچ صحبتی در این زمینه مطرح نشده است که بخواهیم آن را مورد بررسی قرار دهیم و متاسفانه همین موضوع باعث شده است که حاشیه‌هایی هم ایجاد شود.

▣ معضلی به نام تداخل مسئولیت

به گمان من، گوهرسنگ موضوعی فراسازمانی است. بنابراین، اگر رئیس جمهوری یا معاونت اقتصادی ایشان بتواند وزارتخانه‌ها یا سازمان‌های متولی این حوزه را دور یک میز جمع کند و شرح وظیفه هریک مشخص شود، مشکل تداخل مسئولیت‌ها برطرف خواهد شد. حتی اگر قرار است سازمان مستقلی برای رسیدگی به مسائل حوزه گوهرسنگ تشکیل نشود، حداقل کار به‌صورت شورایی پیش برود.

در این شورا هم، باید بخش خصوصی حضور داشته باشد، هم بخش دولتی و نهادهای نظارتی تا بتوان برای مشکلات این حوزه چاره‌ای اندیشید و با بحث و چالش راه‌حل‌هایی ورای سازمان کوچک یا وزارتخانه‌ای خاص ارائه داد. برای مثال، الماس بازاری پررونق، پرسود و پراشتغال دارد. کشور ما برای اینکه بتواند در صنعت الماس وارد شود، باید مجلس تصویب کند که به معاهده کیمبرلی روسیه بپیوندیم تا بتوانیم سنگ الماس خام یا راف را از کشورهای انگشت‌شماری که دارای ذخایر آن هستند، دریافت و فرآوری کنیم.

موضوع معاهده کیمبرلی جلوگیری از کمک به گروه‌های تروریستی یا خشنی است که در بازار گوهرسنگ‌ها به‌ویژه الماس نفوذ پیدا کرده‌اند و از آن برای پولشویی و تامین مالی خود استفاده می‌کنند.

▣ تسهیلگری و مانع‌زدایی

مشکلات این حوزه بسیار گسترده است. جدا از دشواری ایجاد کسب‌وکار و دریافت مجوز کسب، چالش‌های فراوانی در زمینه تجارت، آموزش، راه‌اندازی دانش‌بنیان‌ها و... وجود دارد و به این ترتیب، پیشرفتی در زمینه تولید ثروت، اشتغال‌آفرینی و برون‌رفت از چالش خام‌فروشی ایجاد نشده است.

پیشنهاد ما این است که برای تسهیلگری و برون‌رفت از چالش‌های موجود گوهرسنگ، سازمانی مستقل تشکیل شود. برای مثال، نهادی با نام شرکت ملی گوهرسنگ که بتواند کل زنجیره ارزش‌افزوده آن را مدیریت کند.

اگر چنین نهادی به‌وجود بیاید، ظرف مدت کوتاهی بین ۵ تا ۱۰ سال می‌تواند این حوزه را سروسامان دهد و از تشکیل استارت‌آپ‌ها و توسعه کارگاه‌ها حمایت کند و موضوعات مربوط به کسب‌وکار و اتحادیه را به سرانجامی برساند. به‌عنوان مثال، در حال حاضر دریافت جواز کسب در صنف طلا و جواهر شرایط بسیار سختی دارد و به‌واسطه شرایط پیچیده‌ای که متولی امر در نظر گرفته، کسب‌وکار به چالش تبدیل شده است که باید این مسیر تسهیل شود.

اگر در خود وزارت صمت، سازمان یا شرکتی تشکیل شود که اراده و توانایی‌هایی فراتر از تشکل‌های صنفی داشته باشد، می‌تواند همه فعالیت‌های گوهرسنگ را متمرکز کند. البته بعضی می‌گویند که دولت در حال کوچک‌سازی است، اما در واقع این‌طور نیست و بخش‌های دولتی روزبه‌روز در حال افزایش هستند. بنابراین، می‌توان ساختاری در نظام اداری تشکیل داد که بتواند کل فرآیند گوهرسنگ، از ابتدا که مرحله اکتشاف است تا استخراج و فرآوری و تجارت را پیگیری کند و در همه بخش‌ها بتواند به‌عنوان متولی نهایی اعمال‌نظر کند و تا چند سال به این حوزه سروسامان دهد و بعد می‌توان آن را منحل و یا به بخش خصوصی واگذار کرد.

▣ گره کور واردات و صادرات

در زمینه واردات و صادرات گوهرسنگ، هنوز هیچ گشایشی صورت نگرفته است، چون هیچ آیین‌نامه‌ای در این زمینه وجود ندارد و اگر چیزی باشد، فراتر از گله‌گذاری میان وزارتخانه‌ها و سازمان‌ها نیست. یعنی هنوز این کشمکش وجود دارد که چرا شما این کار را از ما گرفتید و تحویل دیگری دادید و این باعث شده که موضوع واردات و صادرات، ورود سنگ‌های راف و طلا و نقره و فلزات قیمتی، که بتوان آنها را برای جواهرسازی با سنگ‌ها تلفیق کرد، هنوز حل نشده است و همچنان درگیر کالای گروه ۴ هستیم. درباره صادرات هم، ممنوعیت خام‌فروشی جلوی کار را گرفته است. به‌عنوان مثال، کانی‌های کلکسیونی باید به‌صورت خام‌فروشی به فروش برود و هیچ‌گونه فرآوری نباید روی این سنگ‌های کلکسیونی انجام شود، پس باید اجازه صادرات آنها وجود داشته باشد و اشتباه است اگر آنها را ماده خام بنامیم، چرا که مصرف دیگری جز کلکسیونی بودن ندارند. در زمینه سنگ‌های فرآوری‌شده هم، موضوع آزمایشگاه‌های گوهرشناسی مرجع و خروجی کشور مطرح است و باید در گمرک یا در خارج از آن، ارزیابی وجود داشته باشد که بتواند نرخ و استاندارد کالا را مشخص کند و تعرفه خروجی آن مشخص شود. شنیده‌ام که به‌تازگی فیروزه را کیلویی ۷۰ دلار قیمت‌گذاری می‌کنند که به این ترتیب ارزش و اعتبار فیروزه ما به‌شدت نزول پیدا می‌کند و متاسفانه باید گفت ارزیابی که این قیمت‌گذاری را انجام می‌دهد یا ذی‌نفع یا درصدد کارشکنی در این زمینه است.

> پیشنهاد ما این است که برای تسهیلگری و برون‌رفت از چالش‌های موجود گوهرسنگ، سازمانی مستقل تشکیل شود؛ برای مثال نهادی با نام شرکت ملی گوهرسنگ که بتواند کل زنجیره ارزش‌افزوده آن را مدیریت کند

دست به‌دست شدن گوهرسنگ



عبدالنبی مکابر ـ عضو هیات‌مدیره انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان طلا، جواهر، نقره و سنگ‌های قیمتی استان تهران:

از جمله چالش‌های حوزه گوهرسنگ، تغییرات مکرر ساختاری و پست‌های مدیریتی در ادوار مختلف و چالش تولی‌گری مدت مدیدی است که ساماندهی حوزه گوهرسنگ‌ها را بلاتکلیف نگه داشته است، هرچند برای برون‌رفت از این معضل در سند ملی چاره‌اندیشی شده است، اما تا زمانی که تشکیل نهادهای رسمی مانند شورای گوهر، خانه گوهر ایران، سازمان تخصصی گوهرسنگ و زرینه ایران (طلا و جواهر) تاسیس و راه‌اندازی نشود، امکان هماهنگ‌سازی اهداف و برنامه‌های عملیاتی مندرج در سند ملی مصوب ۱۴۰۰، توسط وزارت صمت و وزارت صنایع‌دستی و گردشگری و بخش خصوصی در مرکزی واحد و مستقل، میسر نیست.

تشکل‌های صنفی و تولیدی موجود زیرمجموعه اتاق اصناف ایران به سطح تشکل‌های حرفه‌ای مانند اتحادیه‌های صادراتی و اتحادیه‌های تخصصی ارتقا نیافته‌اند، از جانب اتاق اصناف ایران نیز برای ایجاد تغییرات در تشکل‌های سنتی صنفی متناسب با نیاز امروز جامعه و عینیت بخشیدن به اهداف سند ملی گوهرسنگ، اقدامی موثر مشاهده نمی‌شود.

سکوت و انفعال اتاق‌های تهران و ایران در تخصصی شدن تشکل‌ها آن‌هم به‌بهانه جلوگیری از تشکل موازی ضربات جبران‌ناپذیری به صنعت گوهرسنگ کشور وارد ساخته است، زیرا عمده تشکل‌های سنتی صنفی ـ تولیدی موجود جز یدک کشیدن عنوان سنگ‌های قیمتی و نیمه‌قیمتی به‌دنبال نام خود، تجربه، عملکرد و کارنامه قابل‌دفاعی در توسعه و ساماندهی امور این حوزه نداشته و ندارند.

بنابراین ضروری است که هنرمندان و فعالان حوزه گوهرسنگ هرچه سریع‌تر اقدام به ایجاد تشکل‌های مربوط به خود برای دفاع از منافع صنفی و گشودن مسیرهای قانونی برای رشد تولید و صادرات کنند.

نکته دیگر، ضرورت هویت‌بخشی و ساماندهی بنگاه‌های خرد و کوچک (اس ام ای) ها در حوزه گوهرسنگ‌ها است، وزارت میراث فرهنگی در بخش هویت‌بخشی به فعالیت هنرمندان اقداماتی موثر انجام داده، اما وزارت صمت اقدام قابل‌توجهی در این‌باره انجام نداده است و بدون هویت‌بخشی به بنگاه‌های خرد و کوچک و تسهیل روند صدور مجوز فعالیت قانونی در حوزه گوهرسنگ‌ها و تولید مصنوعات طلا و جواهر با رشد اقتصاد پنهان و زیرزمینی مواجه خواهیم شد، اما در حال حاضر، درج اطلاعات فعالان این حوزه در سامانه‌های دولتی اعم از سامانه تجارت، سامانه شناسه کالا، سامانه جامع انبارها و.... در عمل ممکن نیست. طراحان این سامانه‌ها بدون توجه به اولویت انجام پیش‌نیازها (هویت‌بخشی به بنگاه‌ها) امکان کنترل و نظارت بر میزان واردات و صادرات و رهگیری کالا را از مبدأ تا مقصد از خود سلب کرده‌اند.

▣ حذف جزیره‌ها

سند ملی گوهرسنگ، هرچند نیاز با بازنگری مجدد دارد، اما در حال حاضر مدون‌ترین سند استراتژیک و عملیات اجرایی لازم برای ایجاد تغییرات اساسی است، در بخش مربوط به موانع پیش‌روی صنعت گوهرسنگ به اهمیت خروج این صنعت از گروه ۴ کالایی، تعمیم معافیت مالیات بر ارزش‌افزوده به گوهرسنگ‌ها، تعدیل و تصحیح حق ورودی گوهرسنگ‌ها، تکمیل اکتشافات و مطالعات به‌منظور تعیین واقعی ذخایر گوهرسنگ‌ها و امکان بهره‌برداری و اتکا به ذخایر داخلی، تخصصی شدن اتحادیه‌های صنفی و تشکیل اتحادیه‌های صادراتی و هویت‌بخشی به بنگاه‌های تولیدی و تسهیل صدور مجوز فعالیت قانونی به‌عنوان راهکارهای اصلی و بسیار بااهمیت در رشد و توسعه گوهرسنگ‌ها اشاره مبسوط شده است، بی‌شک تشکیل خانه گوهر و شورای‌عالی گوهرسنگ باید در رأس همه کارها قرار داده شود. بدون ایجاد سازمان متولی مستقیم دارای اختیارات قانونی و وظایف مشخص و برنامه‌های مدون موفقیت غیرقابل‌تضمین است و اتکای صرف به اقدامات نوسان‌دار و جزیره‌ای در یک اداره کل یا سلیقه شخصی مدیری در یک وزارتخانه، بی‌توجهی به تجربه موجود کشورهای پیشرو است. از جمله موارد دیگر در ایجاد رونق در صنعت گوهرسنگ در موارد زیر خلاصه شده است: تصحیح و تغییر نرخ پایه صادراتی. در تولید آمار واقعی صادرات در تحلیل واقعیت‌های موجود و اتخاذ تصمیمات درست امری حیاتی است. باتوجه به روابط ماهوی صنعت گوهرسنگ و صنایع‌دستی و صنعت گردشگری، ایجاد کمپین‌های گردشگری و افزایش مقاصد اصلی صادراتی فراتر از حلقه محدود فعلی، مقوم هر ۳ صنعت و زمینه‌ساز رشد و توسعه صنعت گوهرسنگ و دستیابی به اهداف سند ملی خواهد شد.

و در نهایت، حمایت واقعی دولتی از تولیدکنندگان ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است.

طی یک سال گذشته، هزینه سوخت کارگاه‌های تولیدی ۶ برابر شده است و بنگاه‌های خرد و کوچک که شاکله اصلی ساختار صنعت را در کشور ما تشکیل می‌دهند، توان پرداخت هزینه‌های مضاعف تحمیل‌شده به تولید را ندارند و متاسفانه اقدامی از سوی معاونت صنایع‌دستی وزارت میراث‌فرهنگی در رفع این مشکل یا تقلیل آثار آن مشاهده نمی‌شود.

سخن پایانی

گفته می‌شود در بسیاری از کشورها، مناطق یا حتی شهرهای خاصی را به گوهرسنگ اختصاص داده‌اند. برای مثال؛ ایالت‌های حیدرآباد و گجرات در هند، توسکان در امریکا، گوانگجو و شنزن در چین، دوبی در امارات، استانبول در ترکیه، زوریخ در سوئیس، آنتورپ در بلژیک و... به مرکز گوهرسنگ تبدیل شده‌اند. در کشور ما هم کیش و چابهار ظرفیت تبدیل شدن به قطب گوهرسنگ کشور را دارند، زیرا جزو مناطق آزاد هستند و تعرفه‌های گمرکی و مالیات در آنها کم است. علاوه بر این، ورود و خروج افراد از کشورهای خارجی تابع قوانین امریکا نیست و به این ترتیب، می‌توان در کنار ایجاد اشتغال، درآمد کشور را از این رهگذر افزایش داد و سهم خود را از خوان گسترده گوهرسنگ‌ها کسب کرد.

چند نفر از پنجره ملی خدمات دولت هوشمند استفاده کردند؟

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات گفت: تعداد کاربرانی که طی ۲۴ ساعت گذشته از پنجره ملی خدمات دولت هوشمند استفاده کرده‌اند به بیش از ۱۶ میلیون نفر رسیده که در نوع خود رکورد بی‌نظیری محسوب می‌شود.

یکی از مهم‌ترین اهداف دولت سیزدهم شکل گیری دولت هوشمند است که بدون مراجعه حضوری، به صورت برخط و بدون ارسال هرگونه مدرکی قابل دریافت باشد. بنابراین این دولت گام‌های بسیاری در این زمینه برداشته و آن را به یک تکلیف قانونی برای همه دستگاه‌ها تبدیل کرده است. در همین رابطه به تازگی عیسی زارع‌پور، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات با انتشار پستی در یک پیام‌رسان داخلی درباره پنجره ملی خدمات دولت هوشمند گفته است: یکی از برنامه‌های اصلی دولت سیزدهم به سرانجام رساندن پروژه دولت هوشمند است. با توسعه روزافزون سامانه پنجره ملی خدمات دولت هوشمند و اتصال دستگاه‌های مختلف به آن گام مهمی در این راستا برداشته شده است.

به گزارش ایسنا، وی افزود: طبق آمارهای موجود در این سامانه، تعداد کاربرانی که طی ۲۴ ساعت گذشته از پنجره ملی خدمات دولت هوشمند (my.gov.ir) استفاده کرده‌اند به بیش از ۱۶ میلیون نفر رسیده است که در نوع خود رکورد بی‌نظیری محسوب می‌شود.

طبق گفته زارع‌پور، وزارت آموزش و پرورش، راه و شهرسازی، درگاه ملی مجوزها و سازمان تامین اجتماعی، ۴ سامانه پرمخاطب در روز گذشته بودند.

صمت پشت‌پرده تجارت فیلترشکن را بررسی کرد

این قفل به دست خودی‌ها باز می‌شود؟

کیمیا ملکی
editor@smtnews.ir

قطعی اینترنت و فیلترینگ، موضوع بسیار مهمی است که این روزها همه جامعه را درگیر خود کرده است. مشکلی که حتی تصمیمات برخی مسئولان و وعده‌های‌شان نیز مانند خود اینترنت «بگیر، نگیر» دارد. به بیان بهتر آقایان، شهروندان را در حالت بلاتکلیفی گذاشتند یا مانند برخی از فیلم‌های سینمایی پایانی باز را برای موضوع فیلترینگ صلاح می‌دانند. حال این قصه بی پایان بازاری بزرگ و پرسود ایجاد کرده است؛ خرید و فروش «وی پی ان». رونق بازار خرید و فروش فیلترشکن به حدی است که به تازگی افراد زیادی به طمع کسب سودهای کلان، به این بازار ورود کرده‌اند. در همین راستا، تغییر کاربری بسیاری از فروشگاه‌های تعمیر موبایل که پیش از این عمدتا کار نصب نرم‌افزارهای کاربردی معمول را انجام می‌دادند، به سادگی قابل رویت است. این در حالی است که برخی بر این عقیده هستند که پشت پرده این تجارت پرسود همان اشخاصی هستند که اصرار بر به جا ماندن فیلترینگ دارند. صمت در این گزارش به بررسی ابعاد مختلف تجارت فیلترشکن پرداخته است.



تجارت فیلترشکن‌ها رایج شده و اعداد و رقم‌های بسیار بزرگی در این بازار جریان دارد

نظر مخالفان چیست؟

چندی پیش، حسن آصفری، عضو کمیسیون شوراها و امور داخلی کشور در مجلس شورای اسلامی در واکنش به ادامه سیاست فیلترینگ، گفت: درآمد و گردش مالی کاسبان فیلترینگ در سال بیش از ۵۰ هزار میلیارد تومان است و یک ریال هم مالیات نمی‌دهند. چطور دولتی که می‌تواند طرح فیلترینگ را اجرا کند، نمی‌تواند مانع از خریدوفروش و تجارت فیلترشکن شود و فیلترشکن‌ها را هم دوباره غیرفعال کند! به‌نظر می‌رسد کاسبان فیلترینگ در برخی مجموعه‌ها نفوذ دارند و اعتقاد دارم باید این موضوع مدیریت شود. همچنین، جلال رشیدی‌کوچی، یکی از نمایندگان مخالف طرح صیانت از فضای مجازی و محدودیت شبکه‌های اجتماعی نیز دراین‌باره گفت: گردش مالی کاسبان فیلترینگ سالانه بیش از ۴۰ تا ۵۰ هزار میلیارد تومان است. در گذشته هشدار داده بودم، تنها دستاورد فیلترینگ ایجاد بازار مکاره و پررونق خریدوفروش فیلترشکن است. این نماینده مجلس شورای اسلامی با تاکید بر اینکه فیلترینگ حضور مردم در شبکه‌های اجتماعی خارجی را کم نکرده و فقط باعث ایجاد زحمت و هزینه برای مردم شده است، گفت: همچنین، وقتی فیلترشکن روی گوشی‌های‌مان نصب می‌کنیم و وارد اینترنت می‌شویم، در عمل مصرف دیتا بالا می‌رود. یعنی اگر در مواقع عادی یک بسته ۱۰ گیگی اینترنت را در یک ماه استفاده می‌کردیم، در صورت استفاده از فیلترشکن مصرف دیتا و ترافیک اینترنت به ۱۵ گیگابایت در ماه افزایش می‌یابد. به‌همین دلیل آنجا هم هزینه اضافی به شما تحمیل می‌شود؛ هزینه‌ای که پولش به جیب مخابرات می‌رود.

همچنین، غلامرضا نوری‌قزلجه، نماینده مردم بستان‌آباد در مجلس شورای اسلامی نیز گفت: به‌طورقطع با ورود تکنینک‌های جدید، این مسائل حل خواهد شد. وقتی بچه‌ای در خانه می‌تواند فیلترشکن طراحی کند، پس در صورت ادامه اجرای فیلترینگ نیز نباید نگران بود، چرا که تکنولوژی جدید خواهد آمد و این مشکل را نیز حل خواهد کرد.

دولت در فیلترینگ شکست خورد؟

کیوان نقره‌کار، کارشناس فناوری اطلاعات در رابطه با تاثیر فیلترینگ بر کاهش مخاطبان شبکه‌های اجتماعی به صمت گفت: فیلترینگ نتوانست موجب کاهش تعداد مخاطبان شبکه‌های اجتماعی شود، بلکه تنها دردسر بیشتری را برای دستیابی کاربران به این اپلیکیشن‌ها ایجاد کرد. این در حالی است که کاربران هر بار به‌منظور استفاده از این اپلیکیشن‌ها باید هزینه و کندی سرعت بیشتری را متحمل شوند. شواهد نیز حاکی از آن است که کاهش چشمگیری در مخاطبان شبکه‌های اجتماعی خارجی رخ نداده است.

وی بااشاره به‌عقیده برخی مسئولان مبنی بر افزایش مخاطبان شبکه‌های اجتماعی داخلی پس از فیلترینگ بیان کرد: شبکه‌های اجتماعی جایگزین نتوانستند آن‌طور که باید برای مخاطب اعتمادسازی کنند و مورداستفاده قرار گیرند. حتی به‌نظر می‌رسد برخی پیام‌رسان‌های ایرانی درجه یک، نسبت به پیام‌رسان‌های خارجی کمتر مورداستقبال مردم هستند.

وی با نظر به الزام استفاده از پیام‌رسان‌های داخلی برای بهره از خدمات دولتی و اداری گفت: این مشخص است که خدمات در هر جایی باشد، بی‌شک مردم به‌سمت آن می‌روند. بسیاری برای انجام کارهای اداری مجبور به استفاده از اپلیکیشن‌های داخلی هستند. از سوی دیگر، مسئولان اعلام می‌کنند که ۴۰ میلیون نفر به شبکه‌های اجتماعی داخلی روی آورده‌اند، در صورتی که این رقم تجمیعی است، یعنی ممکن است فردی به‌طورهمزمان در ۴ اپلیکیشن حضور داشته باشد.

▣ فرصت اقتصادی فیلترینگ برای عده‌ای خاص

این کارشناس فناوری اطلاعات بااشاره به گمانه‌زنی‌هایی که در رابطه با مافیای فیلترشکن وجود دارد، اظهار کرد: تجارت فیلترشکن‌ها رایج شده است و اعداد و رقم‌های بسیار بزرگی در این بازار وجود دارد.

از سوی دیگر، این اتفاق بزرگ باید توسط یک سیستم ساماندهی شود، پس نمی‌توان گفت این کار با یک مجموعه کوچک اداره می‌شود. در نتیجه، این موضوع باعث شکل‌گیری گمانه‌زنی‌هایی می‌شود که فیلترشکن‌ها به‌صورت ساماندهی‌شده و با حمایت فیلترکنندگان فعالیت می‌کنند.

نقره‌کار با تاکید بر اینکه فیلترینگ به‌نفع دولت نیست، افزود: فیلترینگ هزینه‌های سنگینی را به دولت تحمیل می‌کند. از طرف دیگر، شائبه وجود یک سیستم یا مجموعه را که توانسته با عبور از محدودیت‌ها ادامه حیات دهد، تقویت می‌کند. در نهایت نیز، بدترین شائبه پشت‌پرده تجارت فیلترشکن است و فرصت اقتصادی که فیلترینگ برای عده‌ای خاص ایجاد کرده است.

▣ هزینه سنگین خرید فیلترشکن

این کارشناس فناوری اطلاعات در رابطه با گردش مالی فیلترشکن‌ها نیز گفت: برای محاسبه اعداد و رقم حاصل از فروش فیلترشکن باید یک برآورد حدودی داشت، چرا که این موضوع به‌شکل علنی قابل‌محاسبه نیست. اگر فرض را بر این بگذاریم که ۷۰ درصد کاربران اینستاگرام از فیلترشکن پولی استفاده می‌کنند و تعداد آنها را ۳۰ میلیون نفر در نظر بگیریم که هر کدام ماهانه حداقل برای خرید فیلترشکن ۱۰۰ هزار تومان هزینه می‌کنند، در ماه شاهد پرداخت مبالغ سنگینی برای این موضوع خواهیم بود.

▣ جاده دوطرفه هزینه‌ها

نقره‌کار در رابطه با شناسایی افراد فعال در تجارت فیلترشکن گفت: اگر دولت بخواهد به‌سمت شناسایی این افراد برود، به‌طورقطع ابزارهای مختلفی وجود دارد که این امکان را مهیا کند. البته بهترین راه باز کردن فضا و رفع فیلترینگ است، چرا که با این وجود حتی سرویس‌دهندگان اینترنت نیز ضرر می‌کنند.

وی باتوجه به هزینه‌های زیادی که فیلترینگ برای هر دوطرف ایجاد می‌کند، افزود: به‌طورقطع هزینه‌های فیلترینگ برای دولت سنگین‌تر است، اما نباید از هزینه‌های ایجادشده برای کاربران نیز گذشت. البته هزینه‌های ایجادشده برای کاربر تنها به خرید فیلترشکن منتهی نمی‌شود و شامل هزینه خرید اینترنت، کندی سرعت و... نیز می‌شود.

▣ آسیب‌های فیلترینگ

این کارشناس فناوری‌اطلاعات با بیان اینکه استفاده از فیلترشکن آسیب‌های بسیاری دارد، گفت: با ورود فیلترشکن‌ها به سیستم نرم‌افزاری تلفن‌همراه و سیستم‌های ارتباطی در عمل امنیت شبکه از بین می‌رود. با استفاده از فیلترشکن، راه ورود هکرها را باز می‌کنیم. زمانی که از فیلترشکن استفاده می‌شود، از لحاظ فنی حفره‌هایی را روی ابزارهای گوناگون ایجاد می‌کنیم که امکان دسترسی‌های غیرمجاز بیشتر می‌شود و در نتیجه، شاهد حمله‌های هکری بیشتر هستیم؛ بنابراین دولت باید نگاه تخصصی‌تری به افزایش استفاده کاربران از فیلترشکن داشته باشد، زیرا موجب کاهش امنیت می‌شود. این موضوعی است که انتظار می‌رود شورای‌عالی فضای مجازی و وزارت ارتباطات آن را بررسی کنند و نگاه همه‌جانبه به این موضوع شود، زیرا می‌تواند تاثیرات اقتصادی منفی نیز برای کشور به‌همراه داشته باشد.



▣ فناوری اطلاعات در بن‌بست نمی‌ماند

این کارشناس فناوری‌اطلاعات ضمن تاکید بر اینکه نمی‌توان مسیر فناوری را سد کرد، افزود: این روند نمی‌تواند ادامه‌دار باشد و بی‌شک فناوری اطلاعات راه خود را باز می‌کند و با آمدن فناوری‌های نرم‌افزاری و سخت‌افزاری روزبه‌روز ایجاد محدودیت در این فضا برای بسیاری از کشورها سخت‌تر می‌شود، چرا که ذات فناوری توسعه و ایجاد ارتباطات است. در نتیجه، بهتر است دولت به‌جای هزینه سنگین فیلتر فضای مجازی روی فرهنگ‌سازی استفاده از آن کار کند که بی‌شک نتیجه بهتری حاصل خواهد شد. در اصل، اگر فضا مجازی را آزاد بگذاریم، اما بتوانیم آن را مدیریت کنیم، بهتر از این است که آن را ببندیم و باعث ایجاد نارضایتی شویم.

به‌طورقطع شرکت‌هایی وجود دارند که از فروش فیلترشکن درآمد خوبی کسب می‌کنند، اما تاکنون هیچ سند و مدرکی در این‌باره ارائه نشده است

فروش فیلترشکن، تجارت بزرگی نیست



سهیل تقوی، کارشناس فضای مجازی در رابطه با تاثیر فیلترینگ بر کاهش مخاطبان شبکه‌های اجتماعی به صمت گفت: براساس آمارهای موجود می‌توان شاهد کاهش مخاطبان شبکه‌های اجتماعی خارجی پس از فیلترینگ آنها بود. بررسی تعداد پست‌های منتشرشده، تعداد لایک‌ها و کامنت‌ها در این اپلیکیشن‌ها نیز گواه بر این موضوع است.

وی در رابطه با گردش مالی کلان تجارت فیلترشکن اظهار کرد: هیچ‌کس تاکنون نتوانسته محاسبه دقیقی از گردش مالی فروش فیلترشکن ارائه دهد، اما بنده فکر نمی‌کنم این تجارت عدد و رقم بزرگی داشته باشد.

▣ فیلترینگ، آخرین مرحله

این کارشناس فضای مجازی بااشاره به اینکه فیلترینگ در همه جای دنیا وجود دارد، افزود: فیلترینگ یکی از ابزارهای اعمال حکمرانی است که در همه کشورهای دنیا از آن استفاده می‌شود. اصولا کشورهای مختلف در این زمینه تجارب مختلفی داشته‌اند و نمی‌توان این موضوع را به مسائل داخلی گره زد. برخی از آنها کاملا اینترنت را قطع می‌کنند و برخی دیگر مانند کشورهای اروپایی برای «افراد» محدودیت ایجاد می‌کنند، اما کاری به فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی ندارند.

وی با بیان اینکه اعمال فیلترینگ برای کنترل، آخرین مرحله است، افزود: مشکل اصلی این است که ما ابزارهای جایگزین مناسبی را در اختیار مردم نگذاشته‌ایم؛ همچنین فیلترینگ آخرین راه و پرهزینه‌ترین راه است.

▣ هزینه سنگین مقابله

این کارشناس فضای مجازی در رابطه با عقیده برخی افراد مبنی بر وجود مافیا پشت‌پرده تجارت فیلترشکن گفت: بستگی دارد که تعریف شما از مافیا چه باشد؟ به‌طورقطع شرکت‌هایی وجود دارند که از این فضا درآمد خوبی کسب می‌کنند، اما تاکنون هیچ سند و مدرکی در این‌باره ارائه نشده است. اصلا چرا دولت باید باوجود هزینه‌های سنگینی که فیلترینگ دارد، با این شرکت‌ها نیز در ارتباط باشد. اصلا این موضوع چه سودی برای دولت دارد؟ وجود مافیا در این ماجرا منطقی نیست و تنها یک جوسازی رسانه‌ای است.

سخن پایانی

فیلترینگ یکی از دغدغه‌های همیشگی فعالان شبکه‌های اجتماعی به‌ویژه اینستاگرام و صاحبان کسب‌وکارها است. به‌صورت میانگین، ۳ میلیون کسب‌وکار در اینستاگرام فعالیت دارند و نزدیک به ۱۰ میلیون نفر درآمد خود را از طریق اینستاگرام کسب می‌کنند که فیلترینگ تاثیر بسزایی در کسب‌وکار آنها داشته است.

شاید هنوز زمان اعلام نتیجه قطعی تاثیر فیلترینگ بر کسب‌وکارهای اینستاگرامی نرسیده باشد، اما به نظر می‌رسد فیلترینگ، ضربه مهلکی به کسب‌وکارهای اینستاگرامی وارد کرده گرچه آنها را نکشته است. در واقع، دولت با فیلتر کردن شبکه‌های اجتماعی در فضای مجازی به‌دنبال اعمال مدیریت روی این فضا و کاربران بود که در ظاهر چندان موفقیت‌آمیز نبوده، چرا که بسیاری از کاربران با استفاده از فیلترشکن ارتباط با این پلتفرم‌ها را ادامه داده است و تنها متحمل هزینه بالاتر و البته سرعت کمتر اینترنت شده‌اند. برهمین اساس، بسیاری از کارشناسان، فیلترینگ را طرحی شکست‌خورده و تنها موجب کسب درآمدهای ویژه برای عده‌ای خاص می‌دانند.

یادداشت

وب‌سایت داخلی روزنه امید در روزگار فیلترینگ



آرش شروری
فعال حوزه استارت‌آپ

مدتی است که شاهد فیلترینگ طولانی‌مدت اینترنت هستیم و حتی به دنبال اختلالات ایجاد شده، بسیاری از شبکه‌های مجازی نیز فیلتر شده‌اند. این در حالی است که همه کسب‌وکارها و حتی مبادلات تجاری به گونه‌ای وابسته به اینترنت هستند. به همین دلیل نیز اختلال اینترنت ضربات جبران ناپذیری به کسب‌وکارهای مجازی زده است. در ادامه این روند هنگامی که امکان جست‌وجو وجود ندارد یا با قطعی اینترنت در برخی از مراحل خرید نیز اختلال ایجاد می‌شود، قطعی اینترنت به‌طور حتم به کسب‌وکارهای سنتی نیز آسیب وارد می‌کند. همچنین بر اساس اعلام نت‌بلاکس، سازمان غیردولتی ناظر بر اینترنت جهانی زیان اقتصادی ناشی از قطعی اینترنت ایران در هر ساعت بیش از ۱.۵ میلیون دلار برآورد می‌شود و این رقم بیش از ۶۵ میلیارد تومان است. آمارهایی که توسط کسب و کارهای مختلف اعلام شده، بیش از یک‌میلیون شغل به واسطه اینستاگرام ایجاد شده و بازاری بیش از ۴۰ هزار میلیارد تومان در سال را ایجاد کرده است. آمارهای مرکز آمار نیز می‌گویند درآمد حدود ۱۰ میلیون نفر به اینستاگرام وابسته است. همچنین بیش از ۳۵۰ میلیون فروشنده فعال در شبکه‌های اجتماعی وجود دارند. همچنین کسب‌وکارهای بسیاری به صورت بومی و خانگی اداره می‌شوند که از طریق اینستاگرام و واتساپ با بازار در ارتباطاند و می‌توانند مشتریانی برای کالا و خدمات‌شان پیدا کنند و با آنها در ارتباط باشند. اگر این فیلترینگ به صورت دائمی ایجاد شود، درست نیست و متضرر اصلی در این وضعیت کسب‌وکارهای خرد هستند، کسانی که قدرت اقتصادی بالا ندارند.

در این میان نباید استارت‌آپ‌ها را فراموش کنیم. استارت‌آپ‌ها کسب و کارهایی هستند که راهکار فناورانه را در بستر آنلاین و با کمک تکنولوژی فراهم کردند. استارت‌آپ‌ها نیز در اختلالات اینترنتی و فیلترینگ بسیار لطمه می‌خورند.

پیشنهاد من این است که فروشندگان با ایجاد یک سایت فروش داخلی بتوانند تا حدودی خسارات ناشی از زمان فیلترینگ را جبران کنند. هر چند ممکن است در مواردی مردم نیز روحیه خریدهای اینترنتی را نداشته باشند. درحال‌حاضر میزان فروش بسیاری از کسب و کارهای مجازی به صفر رسیده است.

متاسفانه موافقان طرح صیانت همیشه بر طراحی برنامه داخلی مشابه با اینستاگرام یا دیگر شبکه‌های اجتماعی اصرار دارند اما با توجه به پروژه‌های ناموفق قبلی و هزینه‌های سنگین صرف شده، این روش درستی نیست.

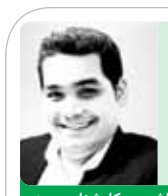
بر اساس پیش‌نویس طرح صیانت، قرار است کارگروه جدیدی به نام کارگروه مدیریت گذرگاه مرزی متشکل از رییس مرکز ملی فضای مجازی، نمایندگان وزارت ارتباطات، سازمان پدافند غیرعامل، وزارت اطلاعات، نیروی انتظامی، قوه قضاییه، ستاد کل نیروهای مسلح، سازمان اطلاعات سپاه و کارگروه تعیین مصادیق مجرمانه ایجاد خواهد شد. این کارگروه وظیفه مدیریت ترافیک ورودی و خروجی کشور در گذرگاه‌های مرزی را برعهده خواهد داشت.

اگر قرار به ساخت شبکه اجتماعی مشابه با نمونه‌های خارجی است بهترین روش این است که این اقدام به صورت موازی انجام شود و انتخاب آن بر عهده مردم باشد. همچنین ساخت چنین پلتفرمی نیاز به زمان زیادی دارد و در کوتاه مدت این اتفاق انجام نمی‌شود.

این یک حقیقت است که مردم به شبکه‌های اجتماعی مانند واتساپ و اینستاگرام اعتماد دارند، برای مثال با روی کار آمدن برنامه واتساپ؛ ایمیل و فکس، بسیار کمرنگ شد. در نتیجه این فیلترینگ‌ها شیوه درستی نیست و قطعا در دراز مدت آسیب‌زا می‌شود. امیدواریم که شرایط بهتر شود و اینترنت پس از هر مسئله‌ای که پیش می‌آید، قطع نشود تا در نتیجه آن آسیب به کسب و کارها وارد نشود.

یادداشت

مشاغل اینترنتی زیر تیغ فیلترینگ



محمود راشدی - کارشناس حوزه کسب‌وکارهای اینترنتی

چندیـن مـاه از فیلترینـگ پلتفرم‌هـای خارجی در ایران می‌گذرد و هنوز اسـتقبالی از پلتفرم‌های داخلی نشـده اسـت. البته اگر این اتفاق در شـرایط بهتـری و بدون اجبار رخ می‌داد، شـاید وضعیـت از الان بهتر بود. در هر صورت با این اقدام آسـیب‌های زیادی به کسب‌وکارها وارد شـده که متاسفانه آمار دقیقی از آنها نیست یا نمی‌خواهند که آماری باشد! پلتفرم غالب در کشور اینستاگرام است و اقتصاد ۱۱ میلیون نفر به اینسـتاگرام گره خورده کـه عدد کوچکی نیسـت. با کاهش موج کرونا بسـیاری از کسب‌وکارهای آفلاین نیز وارد اینسـتاگرام شدند و هرگونه اختلال و قطعـی در اینترنت تاثیر مسـتقیم بر این کسـب‌وکارها دارد. اینکـه به‌دلیل مسـائل امنیتـی اینترنـت را قطع کنیم چه کسـی بهای آن را می‌دهد؟ چه کسـی پاسـخگوی ضرر صفحه‌ای در فضـای مجازی که حدود ۵۰ پرسـنل دارد، اسـت؟ ایـن نکته مهمی اسـت که بسـیاری از افراد در اینسـتاگرام امرارمعـاش می‌کنند و ذی‌نفعان هر شـغل در این فضـا اغلب بین ۱ تا ۵ نفر هسـتند. بیشتر فعالیت این افراد نیز در حوزه خوراک، پوشاک و صنایع دستی است. این افراد دارای کسب‌وکارهای بزرگ نیستند و از این طریق زندگی روزمره خود را می‌گذرانند. متاسـفانه کج‌فهمی‌ها در برخی تصمیم‌گیری‌ها از یک سـو و متخصص نبودن برخی از این افراد در زمینه کسـب‌وکار و کارآفرینی ازسوی دیگر، ضرر زیادی به مشاغل وارد می‌کند. نخستین اقـدام دولـت در برخورد با هـر اتفاقی قطع اینترنت اسـت، در حالی که بیشترین آسیب این اقدام شامل حال صاحبان کسب‌وکار در فضای مجازی می‌شـود. اختلال در اینترنت بی‌اعتمادی دوطرفه را بین فعالان کسب‌وکار و مشتری ایجاد می‌کند. در اختلال اینترنتی که هرازگاهی ایجاد می‌شود بسیاری از مردم سـفارش‌هایی دارند که کنسـل می‌شـود یا خبری از وضعیت فعلی آن ندارند. در مجموع این عملکرد درست نیست و به اقتصاد کشور آسـیب زیـادی وارد می‌کند. ایـن موارد در حالی اسـت که جایگزینی برای اینسـتاگرام در کشـور وجود ندارد. زمانی که یک برنامه موجود اسـت از نظـر علمـی نمی‌توان یک برنامه مانند آن را سـاخت. بـا علم و دانش فعلـی مبـارزه در ایـن جهـات امکان‌پذیر نیسـت و اشـتباه است، زیرا کشـور را عقب می‌اندازد.

کشـور ما از نظر زیرساخت مشکلاتی دارد کـه امکان سـاخت یک برنامه مشـابه برای فعالیت صاحبان مشاغل در اینستاگرام وجود نـدارد. چندین بار برای سـاخت برنامه‌های مشابه تلاش و هزینه‌های سنگینی در این راه صرف شـده، اما در نهایت موفقیت‌آمیز نبود. همچنین هزینه‌های زیادی صرف برنامه‌های جدید جایگزین اپلیکیشن‌های اینستاگرام یا واتس‌آپ شده که به نتیجه مثبتی ختم نشد. هیچ کس مخالف شبکه‌های اجتماعی داخلی نیست. در کشور ما افراد نخبه‌ای هستند که سـاختن پلتفرم‌هایی شبیهاینستاگرام برای آنهـا کار سـاده‌ای اسـت، اما شـرایط برای راه‌انـدازی شـبکه اجتماعی مشـابه به‌دلیل مشـکلات زیرسـاختی و بحث‌های حقوقی مهیا نیست.

همچنیـن ایـن تصور کـه با بسـتن یک شـبکه اجتماعی غالب می‌توانیم یک شبکه اجتماعی داخلی را ایجاد کنیم اشتباه است. باید دولت بررسی کند که چرا مردم تاکنون از اپلیکشـن‌های داخلـی اسـتفاده نکردند؟ ازسوی دیگر تجمعی که در اینستاگرام است در هیچ کدام از شـبکه‌های اجتماعی داخلی وجود ندارد. البته می‌توان از اپلیکیشـن‌های داخلـی در کنار اینسـتاگرام اسـتفاده کرد. متاسـفانه شـاهدیم که هرازگاهی برخی از رسانه‌های وابسـته به ارگان‌های خاص برای مسدود شدن اینستاگرام و واتس‌آپ موج راه می‌اندازند که این سیاست نه‌تنها باعث بهبود اوضاع نمی‌شود، بلکه ممکن است نمک روی زخم باشد! راهکار این است که در مرحله اول مشکلات ایجادشده، حل شود. همچنین باید اینترنت کشور دارای ساختاری منظم باشد تا دیگر شاهد قطع آن نباشیم.

چرا «تردز» نیامده فیلتر شد؟

محمد مهاجری، فعال رسـانه‌ای و تحلیلگر مسـائل سیاسـی، درباره فیلتـر تریدرز گفت: فیلتـر تردز حکایت اجازه نـدادن ورود خودروهای باکیفیت خارجی اسـت تا مردم از محصولات داخلی استفاده کنند. حالا هم می‌گویند این شبکه‌های اجتماعی را فیلتر می‌کنیم تا مردم به سمت شـبکه‌های اجتماعی داخلی بروند. این دلیل کلی اسـت، اما مشـخصا درباره فیلتر سریع تردز باید گفت گویا به‌دلیل آنکه مالکیتش در اختیار اینسـتاگرام است و اینسـتاگرام هم فیلتر است، این شبکه اجتماعی هم باید فیلتر شـود. او ادامه داد: مسـئله کلی‌تـر از اینکه دلیل فیلتر اخیر چه بوده، اسـت. دولت آقای رئیسی با شعار اینکه اینترنت را پرسرعت و از آزادی فضـای مجازی دفاع می‌کنـد، روی کار آمد اما در عمل چنین نشد و سیاست‌های اِعمالی دولت سیزدهم در زمینه اینترنت با شعارهای پیش از انتخابات آقای رئیسی همخوان نیست. وقتی شبکه‌های اجتماعی مسدود می‌شـود فقط به روی مخالفان نظام بسته نمی‌شود، بلکه دست مدافعان نظام که می‌خواهند با براندازان مقابله کنند هم بسـته می‌شود. افزون بر این با فیلترشدن شبکه‌های اجتماعی استفاده از فیلترشکن‌های خطرناک بیشـتر می‌شود و امنیت کاربران به خطر می‌افتد. مهاجری در پایان گفت: یک جریان خاص دنبال محدودکردن فهم مردم اسـت. آنها می‌خواهند مردم به اطلاعات کافی دسترسـی نداشـته باشـند. در سال انتخابات که باید اعتماد عمومی بازسازی شود، آیا با این شرایط می‌شود به مردم گفت بیایید رأی بدهید؟ بماند که مشـکلات عدیده اقتصادی و معیشتی هم وجود دارد. این محدودیت‌ها پیش‌برنده نیست.

صمت پیامدهای فیلترینگ برای کسب‌وکارهای اینترنتی را بررسی کرد

رویای بربادرفته زنان شاغل

کیمیا ملکی
editor@smtnews.ir

ایـن روزهـا دیگر دوران خرید کردن از مغازه‌ها سـر آمده و کافی اسـت فقط چند لحظه در یکی از اپلیکیشـن‌های فضای مجازی گشـتی بزنید تا با دنیایی از محصولات روبه‌رو شـوید. اصطلاح «از شـیر مرغ تـا جون آدمیزاد» دقیقا برای موجودی ایـن فضا صدق می‌کند و اینجا همه چیز در دسـترس اسـت. اگر اینترنت را پدیده‌ای در نظر می‌گیریـم که بر ابعاد زندگی ما تاثیر گذاشته، نباید از نقش آن در ایجاد کسب‌وکارها غافل بود. اینترنت موجب شده بسیاری از زنان خانه‌دار نیز در فضای مجازی فعال شوند و برای خود کسب‌وکاری راه بیندازند. یکی از پلتفرم‌های پرطرفدار در فضای مجازی اینسـتاگرام است که در ابتدا با اشتراک‌گذاری عکس شروع به کار کرد و اکنون میلیون‌ها نفر از این طریق کسب درآمد می‌کنند. اینستاگرام باعث شـد زنان باوجود مشـکلات بسیار برای استقلال شغلی قدم بردارند. بسـیاری از زنان ابتدا از به اشـتراک‌گذاری عکس‌ها و فیلم‌های روزمرگی خود شـروع کردنـد و با جذب فالوور اکنون درآمدی از تبلیغات دارند و برخی دیگر محصولات تولیدی خود که بعضا خانگی است را برای فروش در این فضا عرضه می‌کنند. این اپلیکیشن‌ها برای برخی از زنان که امکان کار در خارج از خانه را نداشتند نیز بستر خوبی برای درآمدزایی فراهم کرد، اما ناگهان با فیلترینگی که تنها بهانه‌ای باعث دوام آن شد، زنان بسیاری بیکار شدند. صمت در این گزارش به بررسی تاثیرات فیلترینگ بر کسب‌وکار زنان پرداخت.



فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی باعث مرگ هزاران شغل شده که از قضا بیشتر این کسب‌وکارها به زنان اختصاص دارد

قصه از کجا شروع شد؟

همه چیز از اشـتراک‌گذاری چند عکس شـروع شد؛ رفتـه رفته با تغییر سـبک، اتفاقـات متفاوتی رخ داد. برخی از گوشـه و کنار خانه خود عکس می‌گذاشتند و عده‌ای به محض آماده شدن غذا عکسی از آن بارگذاری می‌کردنـد. هر شـخص پـس از مدتی صفحـه خود را گسترش داد و با انتشار فیلم و عکس‌هایی از روزمرگی خـود مخاطبان بسـیاری را جذب کرد. با پیشـرفت و افزایش تعداد مخاطبان اینسـتاگرام، فروشـگاه‌ها نیز محصـولات مختلـف خود را در ایـن پلتفرم به نمایش گذاشـتند و کم‌کم ارسـال به محل را نیـز به خدمات خـود اضافه کردنـد. با این روند ارتباط خوبی بین افراد فعال در فضای مجازی و فروشگاه‌ها برای کسب درآمد بیشـتر ایجاد شـد. در واقع عده‌ای که سرمایه چندانی برای اجاره یک مغازه و تهیه کالا برای فروش نداشـتند از اینستاگرام استفاده کردند و به کسب‌وکارهای آنلاین روی آوردنـد تـا از این طریق هزینه شـغلی خود را به حداقل برسـانند. تازه‌ترین آمارها نشان می‌دهد حدود ۳۰ تـا ۴۰ درصد کسـب‌وکارهای کوچک وارد فضای مجازی شده‌اند، اما قطعی اینترنت آسیب ۶۰ درصدی برای آنها به‌دنبال داشـته است. بهتر است این بار کمی دقیق‌تر به موضوع کسـب‌وکارهای اینترنتی بپردازیم؛ سـهم زنان از این کسـب‌وکار بزرگ چقدر اسـت؟ این روزها بسـیاری از کسب‌وکارهای فضای مجازی توسط زنان ایجاد و اداره می‌شوند؛ از فروش محصولات خانگی تا خدمات سـالن‌های زیبایی و پوشـاک. برخی از این زنان سرپرسـت خانواده هسـتند و درآمدشـان تنها از این راه تامین می‌شـود. زنان جامعه برای اشـتغال در بیرون از منزل باید با مشـکلات بسـیاری دست‌وپنجه نرم کنند، اما کسـب‌وکار اینترنتی می‌تواند امرار معاش خوبی برای آنها باشـد. متاسفانه سنگ‌اندازی در مقابل کسـب‌وکار تمامی ندارد و علاوه بـر فیلترینگ فضای مجازی که تاثیر مستقیمی بر کسب‌وکار افراد دارد، در بعضی از شـرایط انتشـار چند فیلم یا تصویر در فضای مجـازی بهانه‌ای برای تعطیلی واحد صنفی می‌شـود. زنانـی که به هـر دلیلی امکان کار در بیـرون از منزل را نداشـتند، فروش در بستر فضای مجازی را همچون راهی برای کسب استقلال و حفظ تعادل میان اشتغال و کارهای خانه می‌دانسـتند. زمانی که افراد از تعطیلی کسب‌وکارهای خود گله‌مند بودند، دولت پس از مدتی بـرگ زریـن خـود را رو کرد؛ اپلیکیشـن‌های داخلی. حالا صحبت از ورود کسـب‌وکارها آن هم با تشـویق به پلتفرم‌های داخلی می‌شود، در حالی که مردم اعتمادی به آنها ندارند. همچنین زیرسـاخت‌های بسیاری برای فعالیـت بانـوان در این پلتفرم‌ها لازم اسـت که وجود نـدارد؛ در نتیجه تمایلی برای ورود به اپلیکیشـن‌های داخلی از سـوی صاحبان کسب‌وکار مشاهده نمی‌شود. درسـت در همـان زمانی کـه دولت وعـده ایجاد یک میلیون شـغل را داده، فیلترینگ شبکه‌های اجتماعی باعث مرگ هزاران شـغل شـده که از قضا بیشـتر این کسـب‌وکارها به زنان اختصاص دارد. فکر نمی‌کنید به حد کافی موانع در مسیر اشتغال زنان وجود دارد و نیاز به افزایش آن نیست؟

بانوان شاغل آسیب زیادی دیدند



رضـا الفت‌نسـب، عضـو هیـات مدیـره اتحادیـه کسـب‌وکارهای مجـازی دربـاره تاثیـر فیلترینگ بر کسـب‌وکارها به صمت گفت: آمار دقیقـی در زمینه آسـیب فیلترینگ به کسـب‌وکارها، وجود ندارد. یک سری اعداد اسـتاندارد در دنیا وجود دارد که مشخص می‌کند هر ساعت قطعی اینترنت چقدر آسیب‌زا است، اما در ایران سـازمانی وجود ندارد که این خسـارات را محاسبه کند. ظاهرا مسئولان نمی‌خواهند آمار دقیقی از این ضرر و زیان اعلام شود.

وی بـا اشـاره بـه حضـور فعـال زنـان در ایجـاد کسـب‌وکارهای خانگـی و اسـتفاده از پلتفرم‌ها برای کسب درآمد بیشتر، گفت: شروع کسب‌وکار در فضای اینستاگرام به‌دلیل اینکه نیاز به سرمایه چندانی ندارد، اتفاقـات خوبی به لحاظ درآمدزایـی زنان به‌ویژه زنان سرپرسـت خانواده رقم زد. در مجموع اینسـتاگرام از بسـترهای خوب برای اشـتغال زنان خانـه‌دار بود که متاسفانه سال ۱۴۰۱ فیلتر شد. البته براساس اطلاعات به‌دسـت آمده از تاثیرات فیلترینگ بر کسـب‌وکارها، پس از ۶ ماه کاهش فروش‌ها جبران شد.

■ ۹۰ درصد کاربران بازگشتند

الفت‌نسب با بیان اینکه در مدت فیلترینگ چیزی از محبوبیت شبکه‌های اجتماعی کم نشده، افزود: اکنون با اسـتفاده از فیلترشکن‌ها حجم بسیاری از مخاطبان اینسـتاگرام به این فضا برگشتند، اما در مجموع ایجاد محدودیت، کار درستی نیست، زیرا هرچه محدودیت‌ها بیشـتر شـود، مردم طور دیگری رفتار می‌کنند. اینکه حاکمیت اصرار دارد مردم را به سـمت دیگری هدایت کند، نتایج مطلوبی به دنبال ندارد، زیرا در حال حاضر بیش از ۹۰ درصد کاربران به اپلیکیشـن اینسـتاگرام بازگشـتند. در اصـل فیلترینگ پلتفرم‌هـای خارجی گزینه آخر اسـت و بایـد با آموزش و فرهنگ‌سـازی فکری به حال این موضوع کرد.

■ به مردم حق انتخاب دهید

عضو هیـات مدیره اتحادیه کسـب‌وکارهای مجازی درباره استقبال کسب‌وکارهای اینترنتی از پلتفرم‌های داخلی کسـب‌وکار گفت: براساس آمارهایی که توسط دولت دربـاره عضویـت در پلتفرم‌هـای داخلی اعلام می‌شـود، افـراد بسـیاری به ایـن اپلیکیشـن‌ها وارد شدند.

به‌نظر می‌رسـد بیشتر کسب‌وکارهای خرد به سمت پلتفرم‌های داخلی می‌روند، اما هنوز بسـیاری از افراد علاقه دارند به هر قیمتی در بسـتر اینستاگرام فعالیت کنند. در مجموع این کار درسـتی نیسـت که افراد را مجبـور به اسـتفاده از پلتفرم‌های داخلـی کنیم. اگر امکان انتخاب وجود داشت قطعا نتیجه بهتری حاصل می‌شد.

وی با بیـان اینکه هیچ‌کس صحبتی از نتیجه نهایی فیلترینـگ نمی‌کنـد، افـزود: در حال حاضـر تکلیف فیلترینگ پلتفرم‌های خارجی مشـخص نیست و هیچ کس پاسخ درسـتی در این زمینه نمی‌دهد. در نتیجه بهتر اسـت صاحبان مشـاغل از سـایر پلتفرم‌ها برای عرضه محصولات خود غافل نشوند که اگر با فیلترینگ دائمـی اینسـتاگرام و محدودیت‌های بیشـتر روبه‌رو شدیم، کسب‌وکار افراد با مشکلاتی روبه‌رو نشود.

■ زنان بیشترین آسیب را دیدند

عضو هیـات مدیره اتحادیه کسـب‌وکارهای مجازی درباره آسیبی که با تعطیلی کسب‌وکارهای اینترنتی به زنان وارد شـد، اظهار کرد: بی‌شک آسیبی که از طریق فیلترینگ اینسـتاگرام و تعطیلی کسب‌وکارها به زنان وارد شـد چند برابر مردان اسـت؛ به‌ویژه اینکه برخی از این زنان سرپرسـت خانواده هستند. قطعا یک مرد بعد از بیکاری راحت‌تر می‌تواند شغلی جدید پیدا کند، اما برای خانم‌ها این موضوع شـدنی نیسـت. متاسفانه همه صاحبان کسـب‌وکار رها شـدند و هیـچ‌گاه صحبتی از ساماندهی و یاری به آنها نشد.

■ پیشـنهادی بـرای صاحبان کسب‌وکار

الفت‌نسب در بیان پیشنهادی به صاحبان کسب‌وکار گفـت: باتوجه به اتفاقات ناگهانی که در رابطه با فضای مجازی رخ می‌دهد، بهتر اسـت صاحبان کسـب‌وکار شـماره تماس مشـتریان را به‌طور سیسـتمی داشته باشـند تا در صـورت قطع دسترسـی از طریق فضای مجازی با آنها ارتباط برقرار کنند.

■ پلمب واحد صنفی پس از انتشار محتوا!

عضو هیـات مدیره اتحادیه کسـب‌وکارهای مجازی درباره پلمب برخی از واحدهای صنفی پس از انتشـار اطلاعات مربوط به آنها در قالب فیلم یا هر چیز دیگری در صفحات مجازی گفت: یکسـری قوانین در کشـور وجـود دارد کـه برای کسـب‌وکار باید آنهـا را رعایت کرد. بهتر اسـت زنان فعال در کسب‌وکارهای اینترنتی در چارچـوب قانـون حرکت کنند تا دچار مشـکلات اینچنینـی نشـوند. لازم به یادآوری اسـت که فضای مجازی باوجود فیلترینگ نیز به‌خوبی رصد می‌شود.

> بی‌شک آسیبی که از طریق فیلترینگ اینستاگرام و تعطیلی کسب‌وکارها به زنان وارد شد چند برابر مردان است

به آثار مخرب تصمیمات توجه کنید



عبدالله احمدی، کارشـناس کسـب‌وکار درباره تاثیر اختلالات اینترنـت و فیلترینگ شـبکه‌های مجازی بر کسـب‌وکارها بـه صمت گفت: اثرات ایـن اختلالات و محدودیت‌ها را به دوسته کوتاه‌مدت و بلندمدت تفکیک می‌کنیـم. تاثیرات کوتاه‌مدت به‌معنی اختلالاتی اسـت که ایجاد می‌شـود یا دسترسـی‌هایی که در شبکه‌های اجتماعی و اینترنت در سـطح کلان، محدود می‌شود؛ به این شـکل که در وهله اول یک‌سری از کسب‌وکارها که به‌طور مسـتقیم مبتنی بر این پلتفرم‌ها هستند، آسیب می‌بینند و در وهله دوم نیز کسـب‌وکارهایی که به‌نوعی مبتنی بر اینترنت هسـتند. در عصر حاضر بسـیاری از کسـب‌وکارهایی که خدمات و محصولات آنها مبتنی بر اینترنت ارائه می‌شـود، حتی امکان انجام یک اسـتعلام را از طریق همین پلتفرم‌ها، ندارند؛ بنابراین بسـیاری از مشاغل خسـارت دیده یا کاهش فروش داشته‌اند که در نهایت منجر به از دسـت رفتن برخی از مشـاغل شـده اسـت. وی از بی‌اعتمـادی به‌عنـوان آسـیب بلندمدت محدودیت‌هـا و اختلالات در اینترنت نام بـرد و افزود: ما الان شرایط خوبی برای سـرمایه‌گذاری نداریم و این اتفاقات نگاه فعالان اقتصادی را تحت تاثیر قرار می‌دهد. برای شـکل‌گیری و ادامـه فعالیت کارآفرینـان و رونق اقتصاد در یک افق میان‌مدت، باید اعتماد به آینده وجود داشته باشد؛ در غیر این صورت سرمایه‌گذاران به سمت نگاه کوتاه‌مدت و سوداگری می‌روند.

به‌بیـان دیگـر پول به‌جـای اینکه در اسـتارت‌آپ‌ها سـرمایه‌گذاری شـود که مولد اسـت و می‌تواند شغل، خدمات، کالا و توسـعه ایجـاد کنـد، وارد فعالیت‌های غیرمولد می‌شـود. در نتیجه عملا افراد از کسب‌وکار در فضای مجازی دست می‌کشند.

■ خودزنی نکنید!

احمدی با تاکید بر اینکه توجه به آسیب‌های بلندمدت حائزاهمیت اسـت، بیان کرد: آثـار بلندمدت اختلالات اینترنت و فیلترینگ شـبکه‌های مجازی بسـیار مهم‌تر اسـت زیرا صاحب کسـب‌وکار را نابود می‌کند و به این سـمت سوق می‌دهد که پول خود را یا از کشور خارج یا وارد فعالیت‌های غیر کند. قطعا این آسیب خیلی بیشتر اسـت زیرا ذخیره کارآفرینی افراد و سـرمایه برای این حوزه کاهش پیدا می‌کند.

■ حیـات برخـی فعالیت‌هـای اقتصـادی تمام می‌شود

این کارشـناس کسـب‌وکار با اشـاره به آثـار انتقال فعـالان اقتصادی از پلتفرم‌های خارجی به داخلی اظهار کرد: اگر فیلترینگ برخی پلتفرم‌ها پایدار باشـد، حیات برخی فعالیت‌های اقتصادی تمام می‌شود و باید دید آیا می‌تـوان آن را در پلتفرم دیگری تعریف کرد؟ همچنین در رونـد این انتقـال برخی از رقبا حذف می‌شـوند؛ در نتیجه فضا برای افراد جدیدالورود باز می‌شود. این اتفاق در کوتاه‌مدت شـاید منفعت‌هایی داشـته باشـد اما در بلندمدت آسیب‌زا است.

■ دخالت در شرایط معمول بازار

احمـدی دربـاره آثـار زیانبـار اقتصـادی فیلترینگ اینستاگرام گفت: از لحاظ اقتصادی هر اندازه که بخواهیم بـه روند معمول بازار دسـت بزنیـم و دخالت کنیم، در بلندمدت ضرر بیشتری می‌بینیم. این در حالی است که ما وسـط مسـیر به این نتیجه رسـیدیم؛ بنابراین کار سختی را شروع کردیم که ممکن است سـرانجام خوبی نداشته باشد و بسیاری از مشاغل را نابود کند.

سخن پایانی

در شـرایط اقتصادی که اکنون گرفتار آن هستیم، کسـب درآمد کاری بسیار دشـوار است. با این وجود متاسفانه موانع بسیاری برای کسب درآمد زنان ایجاد می‌شـود. چند سـالی است که اینسـتاگرام بستری را بـرای فعالیت اقتصادی فراهم کرده تا شـاید زنان به‌دور از همه موانع و محدودیت‌های موجود درآمدی به‌دسـت آورند که البته با صلاحدید سیاست‌گذاران این بسـتر از بین رفت؛ آن‌هم تنها با یک دکمه! به هر حال تصمیمی یک‌شـبه نان بسـیاری را آجر کرد که سهم بیشتر آنان را زنان تشکیل می‌دهند.

دهه شصتی‌ها پیشتاز در تولید محتوا



عملکرد اینفلوئنسرها و تاثیرگذاری آنها بر مخاطبان بررسی شد

در یک دهه اخیر و با ورود پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی نوع جدیدی از تاثیرگذاران در این شبکه‌ها به‌وجود آمده و رشد کرده‌اند که تاثیر زیادی بر تمامی ابعاد زندگی مخاطبان خود دارند، به‌همین‌دلیل بسیاری از کشورهای جهان اقدام به وضع قوانین برای فعالانی مانند اینفلوئنسرها و بلاگرها کرده‌اند. سلبریتی‌ها چهره‌های سرشناس و تاثیرگذار ورزشی، هنری و سیاسی هستند که شهرت خود را از رسانه‌های سنتی مانند تلویزیون، روزنامه، مجلات و... دارند، در حالی که اینفلوئنسرها شهرت خود را از رسانه‌های اجتماعی جدید مانند اینستاگرام، توییتر، یوتیوب، تیک‌تاک و... کسب کرده‌اند. سلبریتی‌ها در بستر رسانه‌های اجتماعی نیز می‌توانند تاثیرگذار باشند، اما اینفلوئنسرها هرگز نمی‌توانند جایگاه و اعتبار یک سلبریتی را داشته باشند. هر اندازه که سلبریتی‌ها با شهرت زیاد از دنیای واقعی مردم فاصله بگیرید و به ستاره بودن تبدیل می‌شوند، اینفلوئنسرها با نمایش ابعاد مختلف زندگی خود در صفحات مجازی خود و استفاده از قابلیت گفت‌وگو از طریق لایو، استوری و پست در پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی، خود را به مخاطبان‌شان نزدیک‌تر می‌کنند.

براساس بررسی‌های انجام‌گرفته، لایف‌استایل بلاگرها با ارائه موضوعات روزمره و نمایش گوشه‌وکنار زندگی شخصی این افراد، محبوبیت بیشتری در میان کاربران اینستاگرام دارد

اینستاگرام، پلتفرم محبوب ایرانی‌ها

در فاصله زمانی فوریه ۲۰۲۲ تا فوریه ۲۰۲۳ ، اینستاگرام با ۷۶ درصد مخاطب، پرکاربردترین و محبوب‌ترین پلتفرم در میان پلتفرم‌های رسانه‌های اجتماعی بوده و قابلیت‌های جذاب این پلتفرم و در دسترس بودن آن برای اقشار مختلف مردم تا قبل از فیلتر شدن موجب شده است تا محبوبیت بیشتری در میان کاربران شبکه‌های اجتماعی داشته باشد. امکان دنبال کردن صفحات کاربران و افراد تاثیرگذار از سراسر دنیا و ارتباط با آنها از دیگر قابلیت‌های این پلتفرم است که در نسخه‌های مشابه بومی، این امکان وجود ندارد. از آنجا که این پلتفرم بیشترین تعداد کاربر را در میان رسانه‌های اجتماعی در کشورمان دارد، میزان محتوای تولیدی توسط افراد تاثیرگذار و تعداد اینفلوئنسرها در این پلتفرم هم بیشتر بوده است.

اینفلوئنسری، ویترینی برای تبلیغ برندها

تا مدت‌ها سلبریتی‌ها به‌عنوان افراد تاثیرگذار نقش مهمی را در تبلیغات برندها و محصولات شرکت‌ها از طریق رسانه‌های سنتی مانند تلویزیون یا روی بیلبوردهای شهری بازی می‌کردند. اما با ورود رسانه‌های اجتماعی به زندگی مردم، اینفلوئنسرها به‌دلیل محبوبیت و جایگاه ویژه‌ای که در بین کاربران رسانه‌های اجتماعی داشتند، موردتوجه برندها و کسب‌وکارها برای تبلیغات قرار گرفتند. در سراسر دنیا، اینفلوئنسرها روش‌های مختلف و مشخصی برای تبلیغات برندها و محصولات شرکت‌ها و کسب‌وکارها دارند، اما همه این فعالیت‌های تبلیغاتی باید تحت‌نظارت قانون و نهادهای قانوگذار و مجری قانون باشد.

آمار اینفلوئنسرهای ایرانی اینستاگرام

از آنجا که اینستاگرام محبوب‌ترین پلتفرم رسانه‌های اجتماعی در میان مردم ایران است و کاربران زیادی در این پلتفرم حضور دارند، تعداد اینفلوئنسرهای فعال در زمینه‌های مختلف نیز در این پلتفرم بیشتر است. طبق آمارهایی که از بررسی صفحات ۳۰۰ اینفلوئنسر فعال در اینستاگرام به‌دست آمده است ۴۳.۵ درصد از این تعداد متولد دهه ۶۰ و ۴۱.۵ درصد از این اینفلوئنسرها متولد دهه ۷۰ هستند. متولدین دهه ۸۰ و ۵۰ هر کدام با ۶.۵ درصد، جایگاه سوم را در میان این تعداد اینفلوئنسر بررسی‌شده دارند؛ از این رو اینستاگرام را می‌توان پلتفرم موردعلاقه دهه شصتی‌ها و هفتادی‌ها دانست. اینستاگرام محبوب‌ترین پلتفرم رسانه‌های اجتماعی در میان مردم ایران است و کاربران زیادی در این پلتفرم حضور دارند، تعداد اینفلوئنسرهای فعال در زمینه‌های مختلف نیز در این پلتفرم بیشتر است. از میان این تعداد اینفلوئنسر بررسی‌شده، ۴۲ درصد لایف‌استایل بلاگر هستند که در زمینه موضوعات روزمره تولید محتوا می‌کنند. ۲۶.۵ درصد از این اینفلوئنسرها کمدین مجازی (واینر) هستند. تولیدکنندگان محتوا با ۱۲ درصد جایگاه سوم را در میان اینفلوئنسرها دارند و بعد از آنها، بیوتی‌بلاگرها با ۸ درصد و فودبلاگرها با ۶ درصد به‌ترتیب در جایگاه‌های بعدی قرار دارند. براساس بررسی‌های انجام‌گرفته، لایف‌استایل بلاگرها با ارائه موضوعات روزمره و نمایش گوشه‌وکنار زندگی شخصی خود، محبوبیت بیشتری در میان کاربران اینستاگرام دارند. واینرها نیز به‌دلیل تولید محتوای طنز، سرگرم‌کننده و جذاب توجه مخاطبان بیشتری را به صفحات خود جلب کرده‌اند. بیوتی‌بلاگرها با معرفی لوازم‌آرایشی و بهداشتی و آموزش خودآرایی و فودبلاگرها با معرفی و آموزش در زمینه موضوعات تخصصی حیطه خود، جذابیت زیادی برای کاربران اینستاگرامی خود دارند. نزدیک به ۷۰ درصد از این تعداد را زنان و ۳۰ درصد را مردان تشکیل می‌دهند که نشان می‌دهد اینفلوئنسرهای زن در اینستاگرام فعال‌تر از اینفلوئنسرهای مرد هستند.



تاثیرگذار، به‌شرط تولید محتوای جذاب

تاثیرگذاری اینفلوئنسرهای رسانه‌های اجتماعی در گرو محتوایی است که جذابیت داشته و موردعلاقه مخاطبان باشد. اینفلوئنسرها براساس پلتفرمی که در آن فعالیت می‌کنند، به عناوین مختلفی مانند اینستاگرامر، یوتیوبر، تیک‌تاکر و.... تقسیم شده‌اند و براساس محتوایی که تولید می‌کنند به دسته‌های مختلفی همچون فودبلاگر و فودتستر، بیوتی‌بلاگر، لایف‌استایل بلاگر، واینر و... تقسیم‌بندی می‌شوند. فودبلاگرها افراد تاثیرگذار در اینستاگرام هستند که با تولید محتوا در زمینه آموزش آشپزی فعالیت می‌کنند. دسته‌ای دیگر از اینفلوئنسرهایی که در زمینه غذا تولید محتوا می‌کنند، فودتسترها (آزمایش‌کنندگان غذا) هستند. این گروه از اینفلوئنسرها با تست غذاهای رستوران‌ها، غذاخوری‌ها، شیرینی‌فروشی‌های مختلف و معرفی آنها به دنبال‌کنندگان خود فعالیت می‌کنند. بیوتی‌بلاگرها گروهی دیگر از افراد تاثیرگذار در این پلتفرم هستند که با تولید و ارائه محتوا در زمینه آموزش خودآرایی، معرفی برندهای مختلف لوازم‌آرایشی و بهداشتی، آموزش نکات آرایشی و بهداشتی در صفحات خود فعالیت می‌کنند. لایف‌استایل بلاگرها از پرتعدادترین اینفلوئنسرهای اینستاگرام هستند که دامنه فعالیت آنها از تولید محتوا در زمینه موضوعات روزمره تا سبک زندگی و نوع پوشش، دکوراسیون خانه، نکات خانه‌داری و... گسترده شده است. واینرها یا کمدین‌های مجازی از پرطرفدارترین گروه اینفلوئنسرها هستند که در زمینه تولید محتوای طنز و کمدی فعالیت می‌کنند. اصطلاح واینر برای نخستین‌بار به کاربرانی گفته شد که در اپلیکیشن واین ویدئوهای ۶ثانیه‌ای با محتوای سرگرم‌کننده تولید کردند و به اشتراک گذاشتند. بعدها این اپلیکیشن در رقابت با اینستاگرام شکست خورد و برای همیشه طرفداران خود را از دست داد، اما بعضی از این واینرها به یوتیوب کوچ کردند و با عنوان یوتیوبر به فعالیت خود ادامه دادند و برخی دیگر با همان عنوان واینر و با تعریف جدید «کمدین مجازی» در اینستاگرام مشغول به فعالیت شدند. گروهی دیگر از اینفلوئنسرها عده‌ای هستند که با تولید محتوا در زمینه موضوعات تخصصی مانند موسیقی، آموزش طراحی دکور، موضوعات روانشناسی و توسعه فردی، ورزش و... فعالیت می‌کنند. این افراد را به‌طور کلی «content creator» یا تولیدکننده محتوا می‌گویند.

باید و نبایدهای تبلیغات اینفلوئنسرها در کشورهای مختلف

به‌دلیل اهمیت و نقش اینفلوئنسرهای مجازی و میزان تاثیرگذاری آنها روی مخاطبان، کشورهای مختلف دنیا قوانینی را برای اینفلوئنسرها، برندها و شرکت‌ها وضع کرده‌اند. براساس قوانین آلمان، باید محتوای تبلیغاتی و غیرتبلیغاتی از یکدیگر تفکیک شوند. اگر محتوا به‌عنوان تبلیغ محسوب شود و واجد شرایط محتوای تبلیغاتی باشد، باید به‌گونه‌ای برچسب‌گذاری شود که به‌عنوان «تبلیغات پنهانی» یا «Schleichwerbung» لحاظ نشود و مخاطب را گمراه نکند. براساس قانون، رقابت غیرمنصفانه، قانون رسانه‌های دوربرد و پیمان رسانه‌ای آلمان، خود اینفلوئنسر نیز باید نسبت به تبلیغات پنهانی و مخفی پاسخگو باشد. علاوه بر این، نام تجاری که اینفلوئنسر برای آن برند فعالیت تبلیغاتی انجام داده نیز، براساس قانون رقابت غیرمنصفانه و تخطی از مسئولیت، باید پاسخگو باشد.

به‌طورکلی اگر پاداشی به اینفلوئنسر داده شود که تاثیر اقتصادی برای اینفلوئنسر داشته باشد، محتوا باید برچسب‌گذاری شود. پاداش نه‌تنها به هرگونه پرداخت اطلاق می‌شود، بلکه محصولات رایگان را نیز شامل می‌شود. باید در ابتدای هر پست برچسب‌گذاری با کلمات و اصطلاحات واضح آلمانی نظیر «Werbung» یا «Anzeige» به‌معنای «تبلیغات» انجام شود. استفاده از کلماتی مانند «با حمایت مالی» یا «با همکاری» معمولا کافی نیست. در صورت تخلف از این قوانین، در این کشور می‌توان برای نام تجاری قرار منع تعقیب صادر کرد و دستور به حذف محتوا داد. قرار منع تعقیب و حذف محتوا معمولا شامل شروط و مجازاتی برای تخلفات آتی نیز هست. برای اینفلوئنسر نیز می‌توان قرار منع تعقیب صادر کرد و دستور داد تا محتوایی که برچسب‌گذاری درست نشده است را حذف کند. مقررات بازاریابی اینفلوئنسرها در انگلستان عمدتا توسط «سازمان استانداردهای تبلیغاتی» و همچنین «سازمان رقابت و بازارها» تعیین می‌شود و به‌طورکلی درباره میزان کنترل برند بر محتوا است. به‌صورت‌کلی، محتوا باید به‌عنوان یک تبلیغ یا روابط تجاری ـ بازاریابی اینفلوئنسرها به‌وضوح قابل‌شناسایی باشد. این الزام در قوانین حمایت از مصرف‌کنندگان در برابر معاملات غیرمنصفانه (مصوب سال ۲۰۰۸) ذکر شده است که تبلیغات گمراه‌کننده را جرم تلقی می‌کند و اقدامات تجاری ناعادلانه از جمله «محتوای گمراه‌کننده»، «عدم‌شفافیت» و «قابل‌شناسایی‌نبودن» محتوایی که برای آن هزینه پرداخت شده است را منع می‌کند. هم اینفلوئنسر و هم نام تجاری که تبلیغ می‌شود، هردو می‌توانند به‌دلیل تخلف از قوانین بازاریابی بریتانیا موردبازخواست قرار گیرند و سازمان استانداردهای تبلیغاتی و همچنین سازمان رقابت و بازارها می‌توانند آنها را موردبازجویی قرار دهند.

به‌میزان کنترل نام تجاری بر محتوا، نوع برچسب‌گذاری متفاوت خواهد بود،اما نیازی به برچسب‌گذاری روی محتوایی که در وب‌سایت رسمی نام تجاری قرار داده می‌شود، حتی اگر توسط یک اینفلوئنسر تهیه شده باشد، نیست؛ زیرا در این صورت کاملا مشخص است که چنین محتوایی یک تبلیغ محسوب می‌شود. برچسب باید در قسمتی از محتوا قرار گیرد که خواننده مطلب قبل از هرگونه عکس‌العمل نسبت به آن، بتواند برچسب را مشاهده کند. اگر برند، کنترل محتوایی روی پست داشته باشد، برچسب «Sponsored Content» و چنانچه برند روی محتوا کنترل نداشته باشد، برچسب «Advertisement» گذاشته می‌شود.

علاوه بر برچسب‌گذاری صحیح و شفاف محتوا، اینفلوئنسرها می‌توانند از شناسه‌های دیداری و متنی مانند نمایش لوگوی یک نام تجاری، یک علامت خاص در ویدئوها و تگ کردن نام تجاری در پست‌های صفحات شبکه‌های اجتماعی خود، در راستای اعلام رابطه تجاری با یک برند خاص و جلب‌توجه مخاطبان خود استفاده کنند.

در صورت تخلف از این قوانین، رگلاتور ممکن است احکامی صادر کند و درباره رفتارهای آتی اینفلوئنسرها یا خود برند نیز تعهداتی بگیرد. در موارد جدی‌تر، اینفلوئنسرها یا برندها می‌توانند با جریمه‌های نامحدود یا حبس حداکثر ۲ سال برای مدیران روبه‌رو شوند. این احکام به‌صورت آنلاین منتشر و به این ترتیب احتمالا آن نام تجاری خاص و اینفلوئنسر مربوطه با دیدگاه و نگرش منفی مردم روبه‌رو خواهند شد.

به گزارش ایرنا، در فرانسه در حوزه بازاریابی اینفلوئنسرها، خطر تداخل بین محتوای غیرتجاری و تجاری ـ تبلیغاتی وجود دارد که این امر می‌تواند منجر به نقض اصل قانونی «شناسایی و تعیین مصادیق تبلیغات» شود. این قانون زیرمجموعه قوانین اقتصاددیجیتال فرانسه است. طبق قوانین این کشور نیز، هم اینفلوئنسر و هم برند تجاری، باید در قبال اقدامات تجاری فریبکارانه پاسخگو باشند. ۳ عامل در این قانون در نظر گرفته می‌شود:

در برخی کشورها که قوانین ثبت‌شده درباره اینفلوئنسرها دارند، این افراد یا برندها می‌توانند با جریمه‌های نامحدود یا حبس حداکثر ۲ سال برای مدیران روبه‌رو شوند. این احکام به‌صورت آنلاین منتشر و به این ترتیب احتمالا آن نام تجاری خاص و اینفلوئنسر مربوطه با دیدگاه و نگرش منفی مردم روبه‌رو خواهند شد.

-آیا نام تجاری کنترلی بر محتوا دارد؟

-آیا اینفلوئنسر تبلیغی برای نام تجاری انجام می‌دهد؟

-آیا به اینفلوئنسر پرداخت، پاداش یا محصولات رایگانی داده می‌شود؟

حتی اگر تبلیغی توسط اینفلوئنسر انجام نگیرد، باید رابطه تجاری اینفلوئنسر با نام تجاری شفاف باشد. فرانسه رویکرد خود را در این موضوع تغییر داده و اکنون به رویکرد بریتانیا نزدیک‌تر شده است. قبل از ژوئن ۲۰۱۶ ، تنها عامل در تعیین اینکه آیا محتوای ارائه‌شده به‌عنوان تبلیغ محسوب می‌شود، این بود که آیا اینفلوئنسر از نام تجاری مبلغی دریافت کرده است یا خیر؟

براساس قوانین فرانسه، در این حوزه در ابتدای هر پست باید برچسب‌گذاری به زبان فرانسه و با اصطلاحاتی نظیر «Publicité» به‌معنی «تبلیغات»، «Sponsorisé par» یا همان «با حمایت مالی» و عبارت «en partenariat avec» یا «با همکاری» انجام شود. محتوای تبلیغاتی باید از همان ابتدا برای مخاطب کاملا مشخص باشد. باتوجه به اینکه قانون فرانسه استفاده از زبان فرانسوی را در محتوای تبلیغاتی الزامی می‌داند، بنابراین توصیه شده است از کلمات فرانسوی مناسب استفاده شود.

در فرانسه می‌توان هم برای اینفلوئنسر و هم برای برند تجاری، قرار منع تعقیب صادر کرد و دستور به حذف محتوا داد. در نهایت، ممکن است اینفلوئنسر یا نام تجاری شامل مجازات زیر شوند:

-اشخاص حقیقی حبس حداکثر به مدت ۲ سال و جریمه تا ۳۰۰هزار یورو

-اشخاص حقوقی جریمه نقدی تا ۱.۵ میلیون یورو

سخن پایانی

اگرچه به‌نظر می‌رسد که اینفلوئنسرها تنها به‌دلیل محتوای سرگرم‌کننده و آموزشی که تولید می‌کنند، طرفدار دارند، اما تاثیرگذاری این افراد بر سبک زندگی دنبال‌کنندگان و تاثیر نظرات و جهت‌گیری‌های آنها در زمان بحران‌های اجتماعی و سیاسی نشان می‌دهد که این افراد تا چه اندازه می‌توانند بر مخاطبان خود تاثیر داشته باشند.

تاثیرگذاری اینفلوئنسرها تولید در گرو محتوایی است که جذابیت داشته و موردعلاقه مخاطبان باشد

چهره

درآمد نجومی اینفلوئنسرها



گروه فناوری
editor@smtnews.ir

سخنگوی سازمان امور مالیاتی با بیان اینکه مجموع تراکنش‌های واریزی برای ۱۲۳ اینفلوئنسر در سال ۱۴۰۰ بیش از ۲.۳ هزار میلیارد تومان بوده است، گفت: برای این افراد حدود ۱۷ میلیارد تومان مالیات تشخیص داده شده است که ۲۳ نفر از اینفلوئنسرها این مالیات را پذیرفته‌اند. مهدی موحدی‌بک‌نظر در گفت‌وگو با ایلنا درباره روند مالیات‌ستانی از اینفلوئنسرها و آخرین اطلاعات از شناسایی اینفلوئنسرهای مشمول مالیات اظهار کرد: براساس یکی از احکام بودجه‌ای، سازمان مالیاتی مکلف شد از یک‌سری افرادی با عنوان اینفلوئنسر با دنبال‌کننده بالای ۵۰۰ هزار دنبال‌کننده مالیات دریافت کند، طبق بند ز تبصره ۶ قانون بودجه سال ۹۹، سازمان امور مالیاتی مکلف شد تا کاربران دارای بیش از ۵۰۰هزار دنبال‌کننده رسانه‌های کاربرمحور را که از محل درآمد تبلیغات، مشمول مالیات بر درآمد شدند، شناسایی و از آنها مالیات‌ستانی کند که دستورالعمل اجرایی مرتبط با آن هم نگارش و تدوین شد. وی با بیان اینکه از همان سال مالیات‌ستانی از اینفلوئنسرها در دستور کار سازمان امور مالیاتی قرار گرفت، ادامه داد: اداره کل امور مالیات مودیان متوسط در تهران وضعیت اظهارنامه‌های سال ۱۳۹۹ و ۱۴۰۰ این اینفلوئنسرها با دنبال‌کننده بالای ۵۰۰ هزار را موردبررسی قرار داد و در نهایت، ۵۵۱ کاربر و فعال مجازی دارای بیش از ۵۰۰هزار دنبال‌کننده شناسایی و مشمول مالیات بر درآمد شدند. سخنگوی سازمان امور مالیاتی گفت: برخی از این افراد، در فضای مجازی شناسه هویتی تعریف‌شده‌ای نداشتند و با اسامی مستعار و متفاوت از شناسه هویتی و مشخصات سجلی خودشان در رسانه‌های کاربرمحور فعالیت داشتند. به‌طبع برای شناسایی هویت این افراد و میزان درآمد آنها، لازم به شناسایی هویت اصلی این افراد بود، بنابراین شرکت‌های واسطی که تبلیغاتی برای این افراد جذب می‌کردند، باید شناسایی می‌شدند تا به هویت اصلی و شماره حساب بانکی این افراد دسترسی پیدا کنیم. موحدی‌بک‌نظر بااشاره به شناسایی اینفلوئنسرها مشمول دریافت مالیات، تاکید کرد: تعداد قابل توجهی از این افراد تا به امروز شناسایی شده‌اند و برای ۱۲۳ اینفلوئنسر که درآمد قابل توجهی داشتند، درآمد تشخیصی صادر شده است. وی افزود: تراکنش‌ها و حساب‌های این افراد شناسایی شدند و کمابیش مجموع تراکنش‌های واریزی برای این ۱۲۳ اینفلوئنسر در سال ۱۴۰۰ بیش از ۲.۳ هزار میلیارد تومان بوده است. معیار تشخیص درآمد اینفلوئنسرها لزوما واریزی به حساب بانکی آنها نیست و توانستیم از طریق شرکت‌های واسط تبلیغاتی، این افراد را شناسایی کنیم. سخنگوی سازمان امور مالیاتی گفت: همچنین در این بین، ۶۲۸ بلاگر و اینفلوئنسر موردشناسایی قرار گرفتند، اما هنوز اظهارنامه‌ای ندارند و برای آنها باید اظهارنامه برآوردی تولید شود و تاامروز برای حدود ۳۰۰ نفر از این افراد اظهارنامه برآوردی تولید شده و قرار بر این است، اطلاع‌رسانی‌های لازم انجام شود تا مالیات بحق این افراد شناسایی شود. موحدی‌بک‌نظر در پاسخ به این سوال که فعالان در پلتفرم روبیکا هم مشمول مالیات خواهند شد، گفت: روبیکا پلتفرم جدیدی است و تعداد دنبال‌کننده‌ها در این پلتفرم به ۵۰۰ هزار نفر نمی‌رسد و افرادی که درآمد آنها شناسایی شده است، در پلتفرم‌های خارجی مانند اینستاگرام فعالیت دارند. وی درباره میزان وصول مالیات از ۱۲۳ اینفلوئنسر شناسایی‌شده اظهار کرد: تنها برای تعداد ۱۲۳ اینفلوئنسر شناسایی‌شده، حدود ۱۷ میلیارد تومان مالیات تشخیص داده‌شده که ۲۳ نفر از اینفلوئنسرها این مالیات را پذیرفتند و در قالب توافق ماده ۲۳۸ مالیات را می‌پردازند.

اجرای مالیات بر درآمد اینفلوئنسرها

مرداد سال ۱۴۰۰ رئیس سازمان امور مالیاتی در بخشنامه‌ای، دستورالعمل اخذ مالیات از اینفلوئنسرهای دارای بیش از ۵۰۰ هزار دنبال‌کننده را ابلاغ کرد. در بخشنامه رئیس سازمان امور مالیاتی آمده است: در اجرای بند ذ تبصره ۶ قانون بودجه سال ۱۴۰۰ کل کشور که مقرر می‌دارد: «درآمدهای کاربران دارای بیش از ۵۰۰هزار فالوور از محل تبلیغات، مشمول مالیات بر درآمد خواهد بود. سازمان امور مالیاتی مکلف است ظرف ۲ ماه پس از لازم‌الاجرا شدن این بند، دستورالعمل اجرایی مربوط به اخذ مالیات از درآمد کاربران حرفه‌ای رسانه‌های کاربرمحور از محل تبلیغات را تهیه کند و به تایید وزیر امور اقتصادی و دارایی برساند. سازمان امور مالیاتی مکلف است تا فهرست مودیان مالیاتی و خوداظهاری ارائه‌شده توسط آنها را تهیه کند و در تارنمای سازمان، در منظر عموم قرار دهد.» به پیوست دستورالعمل اجرایی بند مذکور که به تصویب وزیر اقتصاد رسیده است، برای اقدام لازم ارسال می‌شود.

در گفت‌وگوی صمت با مدیرعامل اتحادیه تعاونی‌های عمرانی تهران نمایان شد

راه پرفراز و نشیب بازار مسکن

گفت‌وگو

محمد انوشه‌ئی: **در حوزه مسکن، چالش‌های زیادی وجود دارد که برای رفع آنها نیاز بـه تلاش و همکاری بین دولت، بخش خصوصی و جامعه داریم. باید برای این منظور از رویکردهای نوین در طراحی و ساخت مسکن، تسهیلات مالی مناسب، توجه به تامین خدمات شـهری و ایجاد مناطق جذاب برای سـرمایه‌گذاری در حوزه ساخت‌وسـاز مسکن استفاده کرد.**

اکنون تقاضا برای خرید ملک به‌شدت افزایش پیدا کرده است و قدرت خرید بخش زیادی از مردم جوابگوی هزینه‌های این بخش نیسـت. مسـکن به‌عنوان یک نمونه از سبد خدمات ضروری خانوار موردبررسـی قرار می‌گیرد. در نتیجه، بازار مسـکن چه در بخش خریدوفروش و چه در حوزه اجاره ملک، دچار یک رکود سـنگین شده اسـت و جامعه گویا تاب‌آوری قیمت‌های بیش از این را ندارد. صمت در این گزارش با خشایار باقرپور، مدیرعامل اتحادیه تعاونی‌های عمرانی، حول محور شناخت و رفع چالش‌های حوزه مسکن به گفت‌وگو پرداخته است.



عکس: صمت



فروش متری مسکن شدنی نیست و آنچه در بـورس و فرابـورس قرار اسـت اتفاق بیفتـد، در نهایـت منجـر به تورم مسـکن می‌شود

◉ برخی کارشناسـان معتقد هستند بازار مسکن ایران در رکود تورمی به سـر می‌بـرد و پس از یک دوره رشد، به جایی رسیده است که امکان افزایش قابل‌توجه نرخ وجود نـدارد و باتوجه به ادامه تورم در اقتصـاد، بـه مرحله رکـود تورمی در ایـن بازار می‌رسیم. آیا با این دیدگاه همسو هستید؟

دربـاره این موضوع کـه ما در حوزه مسـکن در رکود تورمی به‌سـر می‌بریم، جای هیچ شـکی وجود ندارد. هم حجم معاملات مسـکن نسبت به گذشته به‌شدت کاهش یافته است و هم شـاهد افزایش قیمت‌ها در بازار مسکن هسـتیم. بنابراین، شاهد هردو شـاخص رکود تورمی در بازار مسکن هستیم؛ این در حالی است که گمان می‌کنیم بازار مسـکن بیشتر از این، کشـش افزایش نرخ را ندارد و به‌واقـع قیمت‌هـا به اوج خود رسـیده‌اند، اما زمانی که با شـیب ملایم کاهش قیمت‌ها روبه‌رو می‌شـویم، دوباره شاهد یک جهش قیمتی هستیم؛ چیزی که در ماه پایان سال گذشـته آغاز شـد و تا چند هفته گذشته نیز ادامه داشـت. یک دوره قیمت‌ها به‌واسطه کاهش قدرت خرید مردم یا شـوک خریداران بازار، در تثبیت به‌سـر می‌برد، اما پـس از مدتی مانند یک فنر از جا در می‌رود و دوباره قیمت‌ها با یک شـیب تند شـروع به افزایش می‌کنند. ما باید نسـبت به نرخ مسـکن نگاه منطقـی و واقع‌گرایانه داشته باشیم.

◉ باتوجه به کاهش نرخ رشد جمعیت، آیا می‌توان گفـت تولید مسـکن هم اگر کاهش داشـته باشـد می‌تواند تاحـدودی این بی‌تعادلی عرضه و تقاضا را خنثی کند؟

در کشـور آنقدر تقاضای تلنبارشـده موجود اسـت که اگر بخواهیم منتظر کاهـش جمعیت برای تنظیم عرضه و تقاضا در بازار مسـکن باشـیم، باید ده‌ها سـال منتظر بمانیم تا پیک بحران را رد کنیم، این در حالی اسـت که هم‌اکنـون فاصله چندانی با پیک بحران نداریم. در دولت یازدهم و دوازدهم سیاسـت‌های مسـکن در اولویت قرار نداشت و به‌شدت تولید در حوزه مسکن کاهش یافته بود، در حالی که باید سـالی یک‌میلیـون و ۲۰۰ تا ۳۰۰ هزار مسـکن ساخته می‌شد، اما در عمل سالی ۲۰۰ تا ۳۰۰ یا در نهایت ۴۰۰ هزار مسکن بیشتر تولید نکردیم.

نـگاه خوش‌بینانه این اسـت که ما ۶ میلیون مسـکن به‌ازای تقاضاهای تلنبارشـده از دولت یازدهم و دوازدهم طلبکاریـم. در دولت سـیزدهم، اصلی‌ترین برنامه دولت، تولید مسـکن اعلام شـد و برخی اقدامات حاکمیتی نیز انجام گرفت، اما در عمل شـاهد مسـیر کاهشـی تولید مسـکن هستیم، چرا که انگیزه‌ای که سـازنده را در بازار نگه دارد، وجود ندارد. اینک اگر چشـم امید داشته باشیم که کاهش جمعیت بتواند این مشـکل را حل کند، انتظار درسـتی نیست. اگر به آمار نگاهی داشته باشیم، می‌بینیم در حوزه مسکن جوابگوی نیاز مصرفی بازار نبوده‌ایم.

در کشـور حدود ۲۷ میلیون خانوار ایرانی و حدود ۳۰ میلیون واحد مسـکونی داریم، اما حـدود ۷ تا ۸ میلیون خانوار در این بین مسـتاجر هستند و از این تعداد حدود ۵ میلیـون خانوار ۱۰۰ درصد مسـتاجر هسـتند و هیچ مسـکنی ندارند. در حقیقت، نظام توزیع مسکن در کشور مشکل دارد. مشـکل آن است که کسانی اعم از اشخاص حقیقی و حقوقی در این حوزه سـفته‌باز هسـتند، با نگاه سرمایه‌ای به این مال چسبیده‌اند و اجازه نمی‌دهند نظام توزیع احیا شـود و در این میان، این مصرف‌کننده واقعی اسـت که عقب مانده است. با این شرایط، حتی اگر رشد جمعیت متوقف یا منفی شـود، چه اندازه زمان لازم است که مشـکل مسـکن حل شـود؟ بنابراین در حل بحران مسکن نباید به این پارامتر توجه کرد.

◉ آیا رشـد نهاده‌های تولید مسکن که بیشتر هم با متریال و مواد داخلی اسـت، می‌تواند باعث رشد نرخ تمام‌شـده مسکن و در نهایت رشد نرخ مسکن برای متقاضیان و مصرف‌کننده‌های نهایی شود؟

بدیهی اسـت که نـرخ هر کالایی تابعـی از هزینه‌های تولیـد آن کالا و هزینه‌هـای تولید نیز تابـع هزینه‌های نهاده‌های تولید است. تهیه مواد داخلی به‌واسطه تحریم‌ها و نوسان نرخ ارز روی نرخ مسکن تاثیرگذار بوده است.

در فرآینـد تولیـدات داخلـی باوجـود آنکـه اجزای تشـکیل‌دهنده مسکن در داخل تهیه می‌شود، اما باید به این موضوع توجه داشت که مسکن از اقتصاد کلان کشور تاثیـر می‌پذیرد. تامین مواد اولیه تابعی از عناصر مختلف از جملـه هزینه‌های مواد اولیه، نیروی انسـانی، انرژی و تجهیزات و... می‌شـود که بسـیاری از این موارد ممکن اسـت وابسته به واردات و ارز باشـند که زنجیره‌وار تاثیر خـود را بر محصول نهایی ساخت‌وسـاز می‌گذارند که در نهایت سـبب افزایش نرخ مسکن می‌شـود؛ بنابراین نرخ مسکن به‌عنوان یک محصول نهایی تابعی از اقتصاد کلان جامعـه اسـت، از این‌رو اگر بخواهیم نرخ مسـکن و بازار اجاره مسـکن را مهار کنیم، باید بتوانیم شـرایط اقتصاد کلان کشور را بهبود ببخشیم و از این تورم سنگین نجات یابیم.

◉ آیـا مالیات بـر خانه‌هـای خالـی و مالیـات بر معاملات مکرر درمان درد بازار مسکن است؟

مالیـات بر خانه‌های خالـی در تعارض با حقوق مالکانه افـراد قرار دارد. در این راسـتا، دولـت می‌خواهد از ابزار حاکمیتـی خود اسـتفاده و افراد را مکلـف کند که مال خود را برای کسب سود به دیگران بسپارند. چنین قانونی سـبب تحریک در بازار خریدوفروش مسکن نمی‌شود؛ در نهایت، شـاید بتواند بازار اجاره را تحریک کند. هیچ‌کس مسـکن خالی خـود را باوجود این قانون نمی‌فروشـد، از سـوی دیگر، آنقدر تورم بازار مسکن بالا است که در برابر این مالیات، رقمی محسـوب نمی‌شـود. بنابراین، در حل مشکل مسـکن هیچ تاثیری ندارد، حتی روی بازار اجاره نیز تاثیرگذار نبوده است. به‌طوری‌که می‌توان اذعان کرد که قانون مالیـات بر خانه‌های خالی، بحران بازار اجاره را تشـدید هم کرد و رشـد اجاره‌بها نسبت به قبل افزایشی شد. قانون دیگری که در کنار این قانون وضع شد، تعیین سـقف اجاره‌بها بود که ۲۵ درصد در سال مشخص شده بود که این قانون نیز نتوانسـت کمکی به مستاجران کند. مالیات بر خانه‌های خالی نیز براساس آمار، گریبان افرادی به غیـر از افراد حقیقی محدود را نگرفته اسـت، چرا که برای حـدود ۶۳ تا ۶۴هزار واحد مسـکونی برگه مالیات بر خانه‌های خالی صادر شـده اسـت، در حالی که عنوان می‌شود در بانک‌ها حدود ۲ میلیون واحد مسکونی خالی به‌صورت احتکارشده داریم.

در ایـن لایحه مالیاتی اگر در یک بازه زمانی مشـخص که دولت تعیین کرده اسـت، مسـکنی خریداری شود و به‌فروش برسـد، سـودی که از این خریدوفروش حاصل می‌شود بر آن مالیات تعلق می‌گیرد.

باید اذعان کرد که در نظام اقتصادی کشور ما تشخیص این موضوع که میزان سـوددهی معاملات مسـکن تا چه انـدازه مربوط به تورم یا سـوددهی واقعی اسـت، کاری سخت و حتی نشدنی است. تمام کارشناسان نیز نسبت به این موضوع انتقاد داشـته‌اند. البته ذات این قانون صحیح اسـت و در کشـورهای دیگر هم اجرا می‌شـود، اما برای کشـورهایی که ثبات قیمتی دارند، صحیح اسـت که در بازه‌های یک تا سه‌سـاله تعیین می‌شـوند؛ یعنی اگر پس از ۳ سال، فردی از معامله مسکن سود برد، طبیعی است که آن سود به خود فرد تعلق خواهد داشت، اما قانون‌گذار ما این موضوع را به‌صورت پلکانی در بازه پنج‌ساله تعریف کرده اسـت. میزان ایـن مالیات در کشـورهای دیگر در محدوده ۱۴ تا ۱۵ درصدی تا محدوده ۲۲ تا ۲۳ درصدی در نظر گرفته شده، در صورتی که در کشور ما در سال اول ۶۰ درصد در نظر گرفته شـده است که به‌صورت پلکانی تا سـال آخر کاهش پیدا می‌کند که در کل، این اعداد و ارقام منطقی به‌نظر نمی‌رسـد. از سـوی دیگر، قانون‌گذار این قانون را وضع کرده است که جلوی سفته‌بازی در بازار را بگیرد. باید آماری ارائه شود که مشخص کند چه اندازه معضلات بازار مسکن به‌دلیل معاملات مکرر یا سفته‌بازی است. این آدرس غلط دادن است. در حقیقت، این اقتصاد کلان کشور است که تاثیر مستقیم بر کالای مسکن دارد و دولت سـعی می‌کند این مشکل را پشت معاملات مکرر و سفته‌بازی پنهان کند. کسی که در بازار مسکن سفته‌باز اسـت، بدون‌شـک راهکار فـرار مالیاتـی آن را نیز پیدا می‌کند. برای نمونه، مسـکنی با نرخ ۶ میلیارد را با نصف پول و نصف سکه یا خودرو معامله خواهد کرد. این قانون، قدرت بازدارندگی موردنظر را نداشته و ندارد.

◉ اتحادیه تعاونی‌های عمرانی، انبوه‌سـازی شـهر تهران چه نقشی در طرح اقدام ملی مسکن دارد؟

باتوجه به انتقاداتی که به این طرح داشتیم، به آن ورود پیـدا نکردیم، چرا که معتقد هسـتیم که این طرح کاملا محکوم به شکسـت اسـت و با این برنامه مالی، نمی‌توان پروژه‌هـا را در موعـد مقرر تمام کـرد. همچنین، در این مسیر کیفیت فدای کمیت می‌شود، چنان‌که طی سنوات گذشته در مسکن مهر شاهد این اتفاق بودیم.

◉ نظرتـان درباره فـروش متری مسـکن و اوراق سـلف چیسـت و موفقیت این‌گونه طرح‌ها را تا چه میزان واقعی می‌دانید؟

بارهـا اعلام کردیم که فروش متری مسـکن؛ شـدنی نیسـت و آنچه در بورس و فرابورس قرار اسـت که اتفاق بیفتد، در نهایت منجر به تورم مسـکن می‌شود. کسی که وارد بورس می‌شـود، با انگیزه سود به این بازار ورود پیدا می‌کند و سود جز با افزایش قیمت‌ها حاصل نمی‌شود.

در این صـورت، یا باید بورس و فرابـورس را بی‌اعتبار کنیم یا به تورم مسـکن دامن بزنیم کـه هردو آنها غلط اسـت. از سـوی دیگر، در فرهنگ ما مسـکن یک کالای گران برای خانواده‌ها به‌حسـاب می‌آید، از این‌رو کسـی قبول نمی‌کند که در این حریم شـخصی با کسی شریک شـود. به‌جای اینکه سـازکاری را تعریف کنیـم تا افراد را مالـک یک واحد مسـتقل کنیم، آنها را به‌سـمت یک مالکیت مشاعی در حوزه مسکن سوق می‌دهیم. این طرح نه محقق خواهد شد و نه باعث کنترل نرخ مسکن و نه از آن استقبال می‌شـود. ضمن اینکه باتوجه به اتفاقاتی که در سنوات گذشته در بورس روی داد، بعید به‌نظر می‌رسد که مردم به آن اعتمادی داشته باشند. بنابراین، حتی اگر ایـن طرح را مفیـد بدانیم، نبایـد آن را در بورس عرضه کنیم، بلکه در تعاونی‌ها آن هم نه به‌صورت فروش متری مسکن، بلکه باید با تولید متری مسکن آن را عرضه کنیم.

◉ چـه راهکارهایی را بـرای معضل بازار مسـکن پیشنهاد می‌دهید؟

در گام نخسـت، ما بـه یک باور احتیـاج داریم؛ مبنی بر اینکـه در کوتاه‌مدت هیچ اتفاق خارق‌العاده‌ای نخواهد افتاد. طرح‌هـای عجولانه مانند مالیات بر خانه‌های خالی یا مالیات بـر معاملات مکرر یا کاهش کمیسـیون دفاتر مشـاوران املاک و... تنها بـازار را ملتهب‌تر می‌کند که آسـیب آن به مصرف‌کننده بازمی‌گـردد. باید چند اقدام را به‌صـورت موازی انجام داد؛ نخسـت اینکـه باید نگاه سـرمایه‌ای به کالای مسـکن را اصلاح و آن را تبدیل به یـک کالای مصرفی کرد. البته باید ایـن فرهنگی را که چنـد دهه یا حتی چند سـده قدمت دارد، با یک حرکت فرهنگی و مطرح کردن جایگزین آن اصلاح کرد.

مـا باید برای نیـاز مصرفی بـازار برنامه‌ریزی داشـته باشـیم. در نهضت ملی مسـکن، زمین‌های بسیاری تهیه شـده، اما هیـچ اقدام فیزیکـی روی آنها انجـام نگرفته، چـرا که منابع مالی لازم برای آنها تامین نشـده اسـت، در حالـی کـه می‌توان این منابع مالـی را از طریق جلب مشـارکت سـازندگان تامین کرد، بدون اینکه آن هزینه دسـتوری غیرواقعی و غیرعقلانی را به آن نسبت بدهیم، یعنی براسـاس نرخ سـاخت مناقصه‌ای و مزایده‌ای، این ساخت‌وساز را در قالب مشـارکت به سازندگان بسپاریم. در این روش، فشار از روی بانک‌ها نیز برای ارائه تسهیلات برداشته می‌شـود؛ یعنی سـرمایه‌گذار داخلی یا خارجی ورود و تولید مسکن می‌کند.

موضـوع دیگر در زمینه صـدور مجوزها و ارکان موازی در وزارت راه و شهرسازی این است که برای نمونه، صدور پروانه ساختمان نباید با این همه تاخیر انجام گیرد.

در این زمینه، هماهنگی دستگاه‌های ذی‌ربط باید بهتر از اینهـا صورت بگیرد. تمام این مـوارد را باید با یکدیگر حرکـت بدهیم، در این صورت می‌توانیم امیدوار باشـیم کـه قادر هسـتیم در میان‌مـدت و بلندمـدت بر چالش بازار مسـکن فائـق آییم. در ایـن میان، جایـگاه بخش تعـاون از اهمیت بالایی برخوردار اسـت کـه می‌تواند با مشـارکت مردم، چرخه اقتصاد تولید مسکن را به‌حرکت درآورد.

ما مدت‌ها است که در حوزه تعاون فقط شعار می‌دهیم و هیچ انگیزشـی برای فعال شـدن شـرکت‌های تعاونی نداریم. آمارها نیز نشان می‌دهد که پروانه‌های ساختمانی تـا چه اندازه در بخش تعاونی کاهش داشـته اسـت. در حقیقـت، با این روند مشـارکت مـردم را در حل بحران مسکن حذف می‌کنیم.

شرکت توزیع نیروی برق استان یزد

آگهی تجدید مناقصه عمومی (دومرحله‌ای)

شرکت توزیع نیروی برق استان یزد

نوبت اول
شناسه ۱۵۲۵۸۱۴

شـرکت توزیع نیروی برق استان یزد در نظر دارد کالاهای مشروحـه ذیل را از طریق برگزاری مناقصه عمومی دومرحله‌ای همراه با ارزیابی کیفی از تامین‌کنندگان دارای تائیدیه از شـرکت توانیر و واجد شـرایط خریداری نماید. لذا متقاضیان شـرکت در مناقصه می‌توانند از تاریخ ۱۴۰۲/۰۴/۲۰ لغایت ۱۴۰۲/۰۴/۲۵ .از طریق سامانه ستاد ایران به آدرس www.setadiran.ir نسبت به دریافـت اسناد مناقصه اقدام نمایند و پیشنهـادات خود را باتوجه بـه مندرجات دفترچه مناقصه ظرف مهلـت مقرر در جدول زیر در سامانـه ستاد ایران بارگـذاری و ضمنا پاکت‌های مناقصه را به دبیرخانه این شـرکت تحویل نمایند. ضمناً به پیشنهادهای تحویل داده شـده بعـد از انقضاء مـدت و بارگذاری نشـده در سامانه، ترتیب اثر داده نخواهد شد.

شماره فراخوان مناقصه در سامانه ستاد: ۲۰۰۲۰۰۵۰۶۶۰۰۰۰۴۷

ردیف	شماره مناقصه	شرح مناقصه	مقدار	تضمین شرکت در مناقصه	نوع ضمانتنامه	زمان تحویل پاکت‌ها		زمان بازگشائی پاکت ارزیابی کیفی	
۱	۱۴۰۲/۲-۱۲۸	کات اوت فیوز پلیمری جهت رده ولتاژی ۳۳ کیلوولت	۱۳۰۰	۳،۶۷۰،۰۰۰،۰۰۰	۱-ضمانتنامه بانکی ۲- از محل مطالبات ۳-فیش نقدی	ساعت ۱۴	۱۴۰۲/۰۵/۰۷	ساعت ۱۰:۳۰ صبح	۱۴۰۲/۰۵/۰۸

۱. هزینـه درج آگهـی مناقصه و کسـورات قانونی به عهده برنده مناقصه می‌باشد.

۲. به پیشنهادات مشـروط، مبهم، مخدوش و فاقد سپرده و پیشنهاداتـی که بعد از موعد مقرر ارسال گردد و یا در سامانه ستاد بارگذاری نگردد ترتیب اثر داده نخواهد شد.

۳. داوطلبان می‌توانند جهت کسـب اطلاعات بیشتر با شماره تلفـن: ۰۳۵-۳۶۲۴۸۹۸۹ و ۰۳۵-۳۶۲۴۳۱۱۱ امور تدارکات تماس حاصل نمایند.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۴/۲۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۴/۲۴

روابط عمومی شرکت توزیع نیروی برق استان یزد

۱۰ گام برای تحقق ۷ هدف

تدوین و اجرای طرح «آمایش صنعتی، معدنی و تجاری»، یکی از اولویت‌های دولت سیزدهم بود که مشتمل بر طرح‌های نیمه‌تمام، طرح‌های فعال دارای قابلیت توسعه زنجیره ارزش و طرح‌های مرتبط با معادن و توسعه زیرساخت‌ها و شهرک‌های صنعتی می‌شد. قرار بر این بود که در این نقشه‌راه، میزان اشتغال هر استان به تفکیک شهرستان‌ها برمبنای پیش‌بینی جمعیت کشور تا افق ۱۴۰۴ استخراج شود. این نقشه‌راه در ۱۰ گام طراحی شد و قرار بود ۷ دستاورد داشته باشد. نخستین گام در طراحی نقشه‌راه هر استان، «شناسایی مبانی آمایش سرزمین و مطالعات پیشین» است. «بررسی و تحلیل اسناد فرادست، قوانین و مقررات و مصوبات مهم مرتبط با بخش صنعت، معدن و تجارت» گام بعدی نقشه‌راه آمایش سرزمین بود. گام سوم تدوین آمایش سرزمین، «شناسایی و تحلیل روندها و کلان‌روندهای ملی، منطقه‌ای و بین‌المللی تاثیرگذار بر توسعه آتی این بخش» است. گام چهارم آمایش سرزمین، «تحلیل وضع موجود و استخراج ساختار و سازمان فضایی بخش‌های صنعت، معدن و تجارت» است. گام پنجم این مطالعه به «شناسایی و تحلیل نقاط قوت و ضعف، فرصت‌ها و تهدیدهای فرارو صمت» برمی‌گردد. گام ششم تدوین «چشم‌انداز، اهداف و راهبردهای کلان توسعه بخش‌های صنعت، معدن و تجارت» است. گام هفتم و هشتم نیز به تدوین «شیوه طرح‌های جدید و تعیین اولویت موضوعی و فضایی توسعه بخش صنعت و معدن» برمی‌گردد. در گام نهم «ملاحظات و انتظارات متقابل توسعه آتی بخش صنعت و معدن از سایر بخش‌های هم‌پیوند و الزامات تحقق آنها» دنبال می‌شود. آخرین گام نیز تدوین «اسناد اولویت‌های صنعتی، معدنی و تجاری» استان‌ها است.

بررسی صمت از اجرای برنامه‌های توسعه در حوزه معدن

رویای آمایش سرزمین محقق نشد

یکی از چالش‌های پیش‌روی توسعه حوزه صنعتی، معدنی و تجاری کشور، نبود سندی جامع در حوزه آمایش سرزمین است. البته سال‌ها است که موضوع تدوین این سند مطرح و در هر دولتی به فراخور شرایط کشور به آن بها داده شده، اما در دوره بعد طرح متوقف شده و از ابتدا نگارش آن شروع شده است.

اما تغییرات پی‌درپی در بدنه دولت، حضور غیرتخصصی افراد در سمت‌های تخصصی و نبود دیدگاه و چشم‌انداز بلندمدت سبب شد که برنامه آمایش سرزمین بسیاری از برنامه‌های دولت سیزدهم نیمه‌کاره باقی بماند، تا آنجا که به‌گفته برخی کارشناسان به‌نظر می‌رسد که اجرای برنامه آمایش سرزمین نیز همچنان در حالت رویا باقی مانده است.

صمت در این گزارش به بررسی اجرای طرح آمایش سرزمین در گفت‌وگو با کارشناسان و نمایندگان مجلس پرداخته است.

شهریار خادمی
editor@smtnews.ir



عکس: آیدا فریدی

حرف و عمل مسئولان در حوزه محیط‌زیست متناقض است



سمیه رفیعی، فعال محیط‌زیست و نماینده مردم تهران، ری، شمیرانات، اسلامشهر و پردیس از استان تهران در مجلس شورای اسلامی در گفت‌وگو با صمت با بیان اینکه متاسفانه گاهی حرف و عمل مسئولان در حوزه محیط‌زیست متناقض است، گفت: برخی از مسئولان سخن از محیط‌زیست می‌گویند، اما عملکرد غیرمحیط‌زیستی دارند و همین تناقض سبب ایجاد مشکلات می‌شود.

این عضو کمیسیون کشاورزی، آب و منابع‌طبیعی یازدهم مجلس شورای اسلامی، بخشی از ریشه مشکلات زیست‌محیطی را اجرا نشدن سند آمایش سرزمین دانست و گفت: مشکل دیگر، شفاف و ثابت نبودن استانداردهای زیست‌محیطی کشور است که در کنار این امر برخورد سلیقه‌ای مدیران با مجموعه‌های صنعتی و اقتصادی موجب از بین رفتن اعتماد عمومی، امنیت سرمایه‌گذاری و تخریب محیط‌زیست و منابع‌طبیعی می‌شود. پایداری سرزمینی هدف اصلی ما است و در این مسیر به کمک مردم نیاز است. رئیس فراکسیون محیط‌زیست بااشاره به موضوع معادن تاکید کرد: در بهره‌برداری از معادن باید نظارت دقیق‌تری انجام گیرد که در این راستا قانون معادن با اولویت محیط‌زیست بازنگری می‌شود.

رفیعی در زمینه قانون مدیریت پسماند، گفت: بازنگری قانون مدیریت پسماند در ایستگاه پایانی در مجلس است و برای این حوزه هزار و ۴۰۰ ساعت کار مطالعاتی انجام گرفته که امیدواریم با تصویب آن، شاهد اتفاقات مثبت در این حوزه باشیم. درباره شیرابه‌های پسماند در کشور معضلات و مسائل زیست‌محیطی بزرگی داریم که اگر به‌سرعت راهکاری برای مدیریت آن پیدا نکنیم، به یک معضل اساسی تبدیل خواهند شد.

توسعه بر مدار آمایش، حلقه مفقوده نظام برنامه‌ریزی



جعفر قادری، نماینده مردم شیراز درباره اجرای طرح آمایش سرزمین و الزامات برنامه هفتم توسعه در گفت‌وگو با صمت گفت: قرارگیری برنامه‌های توسعه بر مدار آمایش سرزمین همواره یکی از حلقه‌های مفقوده نظام برنامه‌ریزی کشور بوده که این‌بار به مدد تصویب و ابلاغ سند ملی آمایش سرزمین و اسناد آمایش استان‌ها، نقشه‌راه توسعه سرزمینی ملی و استانی اعم از سازمان فضایی افق توسعه‌یافتگی، تخصص‌ها، راهبردها و سیاست‌های سرزمینی و قلمروهای مناسب و نامناسب استقرار جمعیت، فعالیت و زیرساخت فراروی بخش‌ها قرار گرفته است. وی افزود: به‌عنوان نمونه، دولت در بند (ل) ماده (۲) لایحه برنامه هفتم توسعه، مکلف شده تا کلان‌پروژه‌های اولویت‌دار از جمله دالان‌های راهبردی ترانزیت ریلی، زنجیره اکتشاف و استخراج نفت و گاز و پتروپالایشگاه‌ها، قطار سریع‌السیر در مسیرهای طولانی و پرمسافر، مهار آب‌های مشترک، شهرهای ساحلی و هوشمندسازی را ظرف ۶ ماه به تصویب برساند که بخش عمده‌ای از این کلان‌پروژه‌ها، در سند ملی آمایش سرزمین مورداشاره قرار گرفته است.قادری ادامه داد: البته در برنامه هفتم توسعه، توجه ویژه‌ای به مسئله محیط‌زیست صورت گرفته است، چرا که باتوجه به جایگاه بسیار تعیین‌کننده «حفاظت محیط‌زیست» به‌عنوان یکی از اصول هشت‌گانه آمایش سرزمین، در قالب ردیف (۱) بند (ث) ماده (۳) لایحه برنامه هفتم توسعه در ذیل فصل اصلاح ساختار بودجه، مقرر شده همه طرح‌ها و پروژه‌های بزرگ و جدید توسعه‌ای، زیرساختی، تولیدی، خدماتی یا عمرانی همه دستگاه‌های اجرایی، بخش خصوصی، تعاونی یا نهادهای عمومی غیردولتی، براساس شاخص‌ها و معیارهای محیط‌زیست که به تصویب شورای‌عالی حفاظت محیط‌زیست می‌رسد، توسط مشاوران ذی‌صلاح موردارزیابی قرار گیرد. مهم‌ترین تغییر رویکرد در حوزه آمایش سرزمین، بنا شدن نظام تدوین کلان‌پروژه‌های اولویت‌دار بر خطوط کلی اسناد آمایش سرزمین است. قادری در پایان اظهار کرد: نکات ممتاز و برجسته‌ای در حوزه آمایش سرزمین در برنامه هفتم توسعه نسبت به برنامه ششم وجود دارد که می‌توان به مسائلی از جمله «توجه به ضرورت‌های اصلاح ترتیب‌های نهادی»، «رعایت جهت‌گیری‌ها و خطوط کلی اسناد آمایش سرزمین در بارگذاری جمعیت، فعالیت و زیرساخت در پهنه سرزمین»، «توجه به طراحی و استقرار سازکارهای اثربخش در جهت‌دهی به رفتار بازیگران و کنشگران در هدایت جمعیت و فعالیت به مناطق مستعد» به‌عنوان ۳ نکته مهم برنامه هفتم توسعه نسبت به برنامه ششم در حوزه آمایش سرزمین هستند.

توسعه نامتوازن و نامتعادل مناطق

عباسعلی توکلی، پژوهشگر و زمین در گفت‌وگو با صمت بااشاره به سابقه برنامه‌ریزی برای گسترش معادن در کشور گفت: این سابقه به بیش از ۶ دهه برمی‌گردد. در این مدت، برنامه‌ریزی در مفهوم عام و آمایش سرزمین در مفهوم خاص، تحت‌تاثیر شرایط اقتصادی، اجتماعی و سیاسی همواره با دگرگونی‌هایی همراه بوده است.

توکلی با نظر به موانع و چالش‌های موجود بر سر راه برنامه‌ها گفت: نتایج نشان می‌دهد هرچند تقسیم کار بین مناطق با منابع بالقوه آنها، در تدوین اسناد آمایش سرزمین در قالب نظر صورت گرفته، اما در عمل توجه چندانی به آن نشده است. این امر منجر به توسعه نامتوازن و نامتعادل مناطق کشور شده که خود سبب تشدید نابرابری بین مناطق مختلف کشور شده است. از جمله موانع این فقدان تقسیم کار عملی بین مناطق کشور، می‌توان به ساختار تک‌ساخت اقتصادی، تقسیم‌بندی نامناسب سیاسی ـ اداری، نبود تعریف مناسب از منطقه در کشور، بی‌توجهی به مسئله جمعیت و مهاجرت، فقدان طرح یکپارچه و نظام‌مند، بی‌توجهی به همه ابعاد آمایش سرزمین به یک اندازه، فشارهای سیاسی برای اجرای طرح‌ها و پروژه‌های فاقد توجیه اقتصادی و فنی و فقدان مدل مناسب برای آمایش سرزمین در ایران اشاره کرد. وی ادامه داد: اما واقعیت این است که بیشتر برنامه‌های عمرانی که در کشور انجام گرفته است، نه‌تنها موفق به ایجاد تعادل‌های اقتصادی نشده‌اند، بلکه تشدید نابرابری‌ها، قطبی شدن فرآیند توسعه و عدم‌تعادل‌های اقتصادی ـ اجتماعی را نیز به‌همراه داشته‌اند. تفوق دیدگاه‌های بخشی، برنامه‌ریزی از بالا و تمرکزگرا، رجحان رشد بر توزیع عادلانه، اولویت‌بندی نادرست صنعت و معدن در پروژه‌هایی با مقیاس بزرگ و سرمایه‌بر و محیط‌زیست‌ستیز و در نهایت، راهکارهای نوسازی بدون بهره‌مندی محلی و تشریک مساعی و ارتقای فرهنگی، رویکردهای مسلط این برنامه‌ها محسوب می‌شدند. این کارشناس اقتصاد افزود: رویکردهای یادشده، سبب جابه‌جایی‌های وسیع جمعیتی و تمرکز بالای جمعیت و منابع در پایتخت و کلانشهرهای پیشتاز (اصفهان، مشهد، تبریز و شیراز) شد. به‌دنبال بی‌نظمی‌های فضایی حاصله از رویکردهای تمرکزگرا در برنامه‌های عمرانی به‌ویژه پس از برنامه چهارم، برنامه‌ریزان و تصمیم‌گیرندگان در راستای چاره‌جویی برای مسائل پیش‌آمده برآمدند که در غیاب انگاره‌های منطقه‌ای و نگرش‌های توسعه‌ای حاصل شده بود و اثرات آن در ابعاد مختلف اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی، کالبدی، مدیریتی، سیاست‌گذاری و... مشاهده می‌شد. توکلی ادامه داد: بنابراین مقامات و مدیران در پی یافتن راهکاری برای تحقق عدالت اجتماعی ـ فضایی، به‌عنوان یک هدف کلان و ایده‌آل، حرکت کردند و نتیجه آن تدوین منشور «آمایش سرزمین» بود. مهم‌ترین ابزار آمایش سرزمین در دستیابی به اهداف پیش‌بینی‌شده، توجه به برنامه‌ریزی‌های منطقه‌ای است تا از این طریق به توزیع بهینه افراد و فعالیت‌های اقتصادی در رابطه با منابع‌طبیعی دست یابد، اما باوجود شعارها و مانورهای دولت‌ها هیچ‌گاه آمایش سرزمین محقق نشده است.

مهم‌ترین عنصر توسعه پایدار

عاطفه صمیمی، استاد رشته زمین‌شناسی با تاکید بر اینکه آمایش سرزمین به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر توسعه پایدار، بر توسعه معدن تاثیرگذار است، به صمت گفت: در واقع، آمایش سرزمین به‌عنوان یکی از مباحث چارچوبی در برنامه‌ریزی و توسعه معادن، در قالب تعیین مناطق مناسب برای استخراج معادن، تعیین استراتژی‌های بهره‌برداری و بهبود کیفیت محیط‌زیست در مناطق مورداستفاده قرار می‌گیرد. به‌طورکلی، می‌توان گفت که آمایش سرزمین در توسعه معادن به ۲ صورت تاثیرگذار است؛ اول، تعیین مناطق مناسب برای استخراج معادن و دیگری بهبود کیفیت محیط‌زیست است.وی ادامه داد: آمایش سرزمین به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مباحث در تعیین مناطق مناسب برای استخراج معادن، تاثیرگذار است. به‌عنوان مثال، براساس آمایش سرزمین و ارزیابی محیط‌زیست، مناطقی که دارای منابع‌معدنی هستند،اما به‌دلیل محدودیت‌های محیطی، قابلیت استخراج ندارند، باید از استخراج معدن مستثنا شوند. همچنین، مناطقی که به‌دلیل وجود آثار باستانی و تاریخی، موردحفاظت قرار گرفته‌اند، نباید مورداستفاده قرار گیرند.

صمیمی افزود: ضمن اینکه توسعه معدن در صورتی که به‌صورت پایدار و با رعایت مسائل محیطی انجام شود، می‌تواند باعث بهبود کیفیت محیط‌زیست در مناطق مورداستفاده قرار گیرد. به‌عنوان‌مثال، استفاده از تکنولوژی‌های پاک و پایدار در فرآیند استخراج معدن، می‌تواند باعث کاهش آلودگی هوا و آب و بهبود کیفیت محیط‌زیست در مناطق مورداستفاده قرار گیرد. همچنین، ایجاد برنامه‌های مناسب در زمینه بازسازی و بهبود خاک و منابع آبی، نیز از دیگر راهکارهایی است که می‌تواند در بهبود کیفیت محیط‌زیست در مناطق معدنی موثر باشد.

وی بیان کرد: بنابراین، آمایش سرزمین به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه پایدار، در توسعه معدن نیز تاثیرگذار است و می‌تواند با تعیین مناطق مناسب برای استخراج معادن و بهبود کیفیت محیط‌زیست در مناطق معدنی، به توسعه معدنی پایدار و منطبق با مفهوم توسعه پایدار کمک کند.استاد دانشگاه فردوسی مشهد در پاسخ به این سوال که آیا در تعیین مناطق مناسب برای استخراج معادن، نظر مردم و مسئولان محلی موردتوجه قرار می‌گیرد یا خیر، اظهار کرد: بله، در واقع، آمایش سرزمین باید باتوجه به نیازهای مردم و مسئولان محلی انجام شود و نظر آنها برای تصمیم‌گیری در این زمینه بسیار مهم است. در این راستا، باید به این نکته اشاره کرد که تعیین مناطق مناسب برای استخراج معادن باید با رعایت مسائل محیطی و اجتماعی انجام شود.صمیمی افزود: برای مثال، مناطقی که به‌دلیل وجود جمعیت بومی و اقوام بومی، به‌عنوان مناطق مقدس یا تاریخی شناخته شده‌اند، باید از استخراج معدن مستثنا شوند. همچنین، برای تصمیم‌گیری در این زمینه باید با مشارکت و نظر مستقیم مردم و مسئولان محلی، به‌ویژه در مناطقی که قرار است به‌طورمستقیم تحت‌تاثیر قرار بگیرند، اقدام شود. بنابراین، نظر مردم و مسئولان محلی در تعیین مناطق مناسب برای استخراج معادن بسیار مهم است و باید با رعایت مسائل محیطی و اجتماعی، در تصمیم‌گیری در این زمینه موثر باشد.

وی ادامه داد: ضمن اینکه در تعیین مناطق مناسب برای استخراج معادن، معیارهای خاصی وجود دارد که براساس آنها تصمیم‌گیری می‌شود. این معیارها شامل معیارهای محیطی، اقتصادی، اجتماعی و قانونی است.

معیارهایی که رعایت نمی‌شوند

این پژوهشگر زمین‌شناسی در پاسخ به این سوال که آیا در کشور ما، معیارهای محیطی و اجتماعی در تعیین مناطق استخراج معادن رعایت می‌شود یا خیر، اظهار کرد: این معیارها تاحدودی رعایت می‌شود، اما به‌طور کامل انجام نمی‌شود. در دوره‌های گذشته، به‌دلیل عدم‌رعایت معیارهای محیطی و اجتماعی در تعیین مناطق استخراج معادن، برخی مناطق به‌شدت آسیب دیدند و مشکلاتی مانند آلودگی هوا و آب، خرابی زیست‌محیطی و تاثیرات منفی بر جامعه محلی پدید آمد. صمیمی در پایان اظهار کرد: اما در سال‌های اخیر، به‌سبب افزایش آگاهی و حساسیت بیشتر به مسائل محیطی و اجتماعی، تلاش‌های بیشتری برای رعایت معیارهای محیطی و اجتماعی در تعیین مناطق استخراج معادن انجام شده است. همچنین، قوانین و مقررات مربوط به استخراج معدن نیز به‌طورمداوم بروزرسانی و تجدیدنظر می‌شوند تا با رویکرد پایدار و محیط‌زیستی، استخراج معدن به‌نحو امن و پایدار انجام شود. بنابراین، در کشور ما، تلاش برای رعایت معیارهای محیطی و اجتماعی در تعیین مناطق استخراج معادن انجام می‌شود، اما باید توجه داشت که همچنان نیاز به تلاش بیشتری برای رعایت این معیارها و توسعه پایدار در بخش معدن وجود دارد.

برخی از مسئولان سخن از محیط‌زیست می‌گویند، اما عملکرد غیرمحیط‌زیستی دارند و همین تناقض سبب ایجاد مشکلات می‌شود

سخن پایانی

آمایش سرزمین بخش معدن باید به‌گونه‌ای اجرا شود که همزمان به توسعه اقتصادی، حفاظت از محیط‌زیست و رفع نیازهای اجتماعی بپردازد. برای دستیابی به این هدف، لازم است که راهبردهای مناسبی در زمینه شناسایی مناطق معدنی، توسعه زیرساخت‌ها، حفاظت از محیط‌زیست، استفاده از انرژی‌های متجدد و توجه به جوانب اجتماعی در نظر گرفته شود. همچنین، باید برای مواجهه با چالش‌هایی نظیر نبود اطلاعات کافی، مشکلات مالکیت سرزمین، تعارض منافع، تغییرات اقلیمی و تکنولوژی‌های نوین راهکارهای مناسبی ارائه داد.

باتوجه به این موارد، می‌توان گفت که آمایش سرزمین بخش معدن یکی از ابزارهای کلیدی برای توسعه پایدار در این بخش است.

یادداشت

موانع توسعه صنعت معدن



شهریار خادمی
روزنامه‌نگار

ایران جزو ۱۰ کشور نخست جهان و نخستین کشور خاورمیانه از نظر داشتن ذخایر معدنی است، اما باوجود همه این ظرفیت‌ها نتوانسته‌ایم از این ویژگی‌ها برای رشد اقتصادی کشور استفاده کنیم. این روزها عموم معدنکاران با مشکلات عدیده دست‌وپنجه نرم می‌کنند، در چند سال اخیر بسیاری از معادن بزرگ و کوچک کشور با موانع گوناگونی در بهره‌برداری و استخراج روبه‌رو شده‌اند که این مشکلات موجب تعطیلی بخش قابل‌توجهی از معادن و کاهش شدید فعالیت بسیاری دیگر از معادن شده است. ایران از معدود کشورهایی است که دارای معادن فراوان و ذخایر ارزشمند است و البته به‌دلیل فناوری پایین و تجهیزات قدیمی تا عمق بسیار زیاد اکتشاف معدنی انجام نمی‌گیرد که باید تدابیر لازم برای توجه به این بخش اندیشیده شود. کمبود ماشین‌آلات معدنی مناسب یکی از گلایه‌ها و مشکلات فعالان این حوزه است. درواقع بسیاری از ماشین‌آلات فرسوده هستند و از آنجا که استخراج با تکنولوژی قدیمی و ماشین‌آلات فرسوده انجام می‌گیرد، هزینه‌های این حوزه را افزایش می‌دهد، در نتیجه فعالان این حوزه توان رقابت با سایر کشورها را از دست می‌دهند. معادن به‌عنوان یکی از صنایع اساسی در جامعه، نقش مهمی در توسعه اقتصادی بازی می‌کنند. با این حال، پیشرفت در این صنعت با موانعی همراه است که می‌تواند ضرب روند توسعه را کاهش دهد. به گواه کارشناسان، استخراج معادن می‌تواند به‌طور مستقیم و غیرمستقیم به محیط‌زیست آسیب برساند. این موضوع شامل آلودگی هوا، آب، خاک، از بین رفتن و فرسایش خاک، آلودگی صدا و از بین رفتن مناطق زیستی است. این موانع می‌توانند باعث شکست در توسعه پایدار معادن شوند.

دیگر مشکل پیش‌روی را می‌توان مشکلات اجتماعی قلمداد کرد. استخراج معادن می‌تواند نقض حقوق بشر، از بین رفتن منابع محلی و تعرض به مناطق زندگی جمعیت محلی شود. علاوه بر این، استخراج معادن ممکن است باعث افزایش شدید ترافیک، آلودگی صدا و از بین رفتن فرهنگ و تاریخچه محلی شود. مشکلات فنی دیگر مشکلی است که می‌توان آن را مانع جدی تلقی کرد؛ استخراج معادن نیازمند تجهیزات پیچیده و هزینه‌بر است. همچنین، فرآیند استخراج ممکن است برای کارگران خطرناک باشد و باعث آسیب به سلامت آنها شود. همچنین، فناوری‌های جدید در بسیاری از مواقع ممکن است برای صنعت معدن پذیرفته نشوند و در نتیجه، توسعه صنعت معدن را کند کنند. از دیگر موانع، می‌توان به مشکلات اقتصادی اشاره کرد. توسعه صنعت معدن هزینه‌بر است و نیاز به سرمایه‌گذاری‌های بزرگ دارد. همچنین، برخی منابع معدنی ممکن است کمیاب باشند و در نتیجه، تجدیدپذیری آنها کاهش یابد. این موانع می‌توانند باعث شکست در توسعه صنعت معدن شوند. به‌طورکلی، توسعه صنعت معدن می‌تواند با موانعی مواجه شود که باعث توقف یا کند شدن روند توسعه یا حتی آسیب به محیط‌زیست و جامعه شود. به‌همین‌دلیل، لازم است برای اجتناب از این موانع، توسعه پایدار صنعت معدن در نظر گرفته شود و روی کاهش تاثیرات مخرب آن بر محیط‌زیست و جامعه تمرکز شود. این امر می‌تواند با استفاده از فناوری‌های پیشرفته، توسعه روش‌های استخراج پایدار، اجرای قوانین و مقررات محیط‌زیست و اجتماعی و همچنین ایجاد روابط مثبت با جامعه محلی انجام شود. همچنین، لازم است سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه برای بهبود روش‌های استخراج و کاهش تاثیرات مخرب معادن انجام شود.

همچنین، تحقیق و توسعه در صنعت معدن می‌تواند باعث بهبود روش‌های استخراج و کاهش تاثیرات مخرب آن بر محیط‌زیست شود. برای مثال، استفاده از فناوری‌های جدید و پیشرفته مانند استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر و روش‌های استخراج پایدار می‌تواند باعث کاهش آلودگی هوا و آب، کاهش تولید زباله، آلودگی خاک و بهبود کیفیت محصولات معدنی شود. همچنین لازم است به تجدیدپذیری منابع معدنی توجه شود. برخی منابع معدنی ممکن است کمیاب و غیرقابل‌تجدید باشند. در این شرایط، لازم است روی تحقیق و توسعه برای به‌دست آوردن منابع جایگزین و تجدیدپذیر تمرکز شود. به‌طورکلی، به‌منظور پیشرفت در صنعت معدن و کاهش تاثیرات منفی آن بر محیط‌زیست و جامعه، لازم است روی توسعه پایدار و استفاده از فناوری‌های پیشرفته، کاهش مصرف انرژی و منابع، کاهش تولید زباله و آلودگی‌های معدنی، توسعه روش‌های استخراج پایدار، اجرای قوانین و مقررات محیط‌زیست و اجتماعی، ایجاد روابط مثبت با جامعه محلی و سرمایه‌گذاری در تحقیق و توسعه تمرکز شود. با این کار، می‌توان بهبود قابل‌توجهی در شرایط محیط‌زیست و جامعه ایجاد و به‌نوعی به‌سوی صنعت معدن پایدار حرکت کرد.

چهره

فیلترینگ از عهده من خارج است



وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات اظهار کرد: اینترنت آزاد با مفهومی که شما می‌گویید در هیچ نقطه‌ای وجود ندارد و خط قرمزها رعایت می‌شود. مباحثی مانند فیلترینگ هم از عهده من خارج است. عیسی زارع‌پور در پاسخ به ایلنا درباره محدودیت‌های اینترنتی در کشور گفت: در همه جای دنیا محدودیت اینترنتی حاکم است و هر کشوری خط قرمز خودش را دارد. خط قرمز ما هم متفاوت است. در هر کشوری مثلا پورنوگرافی کودکان ممنوع است. اینترنت آزاد با مفهومی که شما می‌گویید در هیچ نقطه‌ای وجود ندارد و خط قرمزها رعایت می‌شود. مباحثی مانند فیلترینگ هم از عهده من خارج است. وی درباره اختلالات اینترنتی نیز گفت: اگر اختلالی وجود دارد باید ثابت کنید. شما ادعایی در این زمینه دارید و باید ثابت کنید. وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در پاسخ به این سوال که یعنی شما می‌گویید هیچ ایرادی در اینترنت نیست و سرعتش خیلی خوب است، تاکید کرد: بنده نگفتم اینترنت سرعت خوبی دارد، اما نسبت به گذشته وضعیت بهتر شده؛ البته نسبت به آینده خیلی عقبیم. ۱۰ سال است که کشور در زمینه اینترنت ثابت در رتبه ۱۴۰ و ۱۵۰ جهان است و این موضوع مربوط به امروز و دیروز نیست. وی خاطرنشان کرد: افزایش سرعت پروژه فیبر نوری را شروع کرده‌ایم و روز به روز نیز بهتر می‌شود. نسبت به گذشته هم افت نداشتیم. اکنون اگر ادعا دارید مشکل وجود دارد مشکل را به من، به‌عنوان بالاترین مقام جمهوری اسلامی ایران در حوزه ارتباطات نشان بدهید تا حل کنم. زارع‌پور یادآور شد: ممکن است اختلالی در جایی یا محل کارتان باشد، اما اشکال سراسری وجود ندارد. وی گفت: اکنون پروژه فیبر نوری در ۱۰۰ شهر در حال اجرا است. قطعا کاری که ۱۰ سال پیش در کشور نشده و کسی شانه‌اش را زیر بار سنگین آن نگذاشته امروز به‌زودی محقق نمی‌شود.

در گفت‌وگوی صمت با کارشناس حوزه کسب‌وکار تشریح شد

نقش فناوری در اشتغالزایی

امیرمحمد درویش
editor@smtnews.ir

کسب‌وکار، یکی از مهم‌ترین بخش‌ها در هر کشوری است که دولت موظف به ایجاد فضای مناسب برای شکل‌گیری آن برای شهروندان است. به‌نوعی می‌توان گفت اصلی‌ترین وظیفه دولت، حمایت از ایجاد کار و اشتغالزایی است. با گسترش فضای مجازی از یک سو و کمبود اشتغال ازسوی دیگر، در سال‌های اخیر رونق کسب‌وکارهای اینترنتی افزایش یافته است؛ فضای کسب‌وکاری که با فیلترینگ، دچار آسیب‌های فراوانی شد و تعداد زیادی شغل از بین رفت.
بسیاری از کارشناسان بر این باورند که ضربه فیلترینگ به بازار کار بسیار سنگین بوده و تعداد بالایی شغل را نابود کرد. در ادامه گفت‌وگوی صمت با کیاداوود اسفندیاری، کارشناس حوزه کسب‌وکار را می‌خوانید.

◉ در سال‌های اخیر باتوسعه فناوری بسیاری از کسب‌وکارها به سمت استفاده از فضای مجازی رفتند. محدودیت‌های کرونا نیز به این روند دامن زد و ایران نیز وارد عرصه بهره‌برداری از فضای مجازی در راستای اشتغالزایی رفت. به‌نظر شما در این سال‌ها، نقش توسعه فناوری در کسب‌وکارها چگونه بوده است؟

روال توسعه فناوری و اشتغالزایی در جهان دارای تفاوت‌های بسیاری با ایران است؛ به‌عبارتی پیشرفت و استفاده از فناوری در دنیا یک روند متفاوت با ایران دارد. برای مثال در بحث هوش مصنوعی، پیش‌بینی می‌شود با گذشت زمان، ۸۰ درصد انسان‌ها به آدم‌هایی بی‌مصرف تبدیل می‌شوند و دیگر هیچ نیازی به آنها نیست. بحث‌های بسیار جدی در زمینه هوش مصنوعی مطرح می‌شود که شاید قابلیت‌های دیگری غیر از هوش یا به‌خاطر سپردن اطلاعات برای انسان متصور باشد که انسان‌ها به سمت آن بروند. یعنی قابلیت‌های ناشناخته‌ای که شاید در دنیای قدیم وجود داشته و کسی به آن دست پیدا نکرده است. به‌عنوان مثال یکی از ترندهای بزرگی که با آن مواجهیم بحث «فری‌لنسر»های بین‌المللی است. فری‌لنسر بین‌المللی این امکان را به شما می‌دهد که از هر جای دنیا بتوانید کاری را انجام دهید.

برای مثال شما یک کدنویس هستید که تعهدی را به شرکتی داده‌اید. محل اقامت شما می‌تواند در هر جای جهان باشد؛ شما با یک سیستم کامپیوتری به‌راحتی می‌توانید تعهد خود را از هر جا که هستید انجام دهید.

> در نتیجه اتفاقاتی که در سال‌های اخیر افتاده، تمام صنایع اشتغالزا به‌تدریج در حال حذف شدن هستند. برای مثال صنعت دخانیات به‌طور کل از بین رفته است

◉ به این ترتیب باتوجه به الگوهای یادشده، فضای رقابتی کسب‌وکار در کشورهای موفق چگونه است؟

شعاری در امریکا وجود دارد که سبب موفقیت این کشور شد. این شعار می‌گوید: تنها مانع موفقیت تو توانایی‌های تو است. یعنی هر توانایی می‌تواند باعث رشد شود و عامل خارجی مانند دولت و رقیب نقشی در روند رشد یا رکود تو ندارد و در اصل یک شرایط مساوی برای تمام افراد جامعه وجود دارد. در این فضا، عوامل گوناگون مانند ضوابط و روابط تاثیری بر روند فعالیت نداشته و در غیر این صورت، رقابت سالم از بین می‌رود. اینکه نهادها و ادارات با قوانین پیچیده و بروکراسی به‌دنبال باج‌گیری و گیر انداختن کارآفرین بخش خصوصی باشند، در اصل مانعی به‌شمار می‌رود که در حال تشدید نیز هست. بروکراسی و قوانین متعدد و موازی، یکی از چالش‌های جدی توسعه کسب‌وکار در ایران به‌شمار می‌روند. حتی مدیران سطح بالا نیز در صورت انتخاب بدون تخصص و با نگاه رابطه‌ای، چالش جدی در این عرصه هستند.

◉ چه معیارهایی باعث ایجاد شغل در کشور می‌شود؟

شغل تولید کردنی نیست و با پول ایجاد نمی‌شود. این تصور اشتباهی است که در دولت‌ها گفته می‌شود ما تسهیلات داده‌ایم تا شغل ایجاد شود. تا زمانی که فضای کسب‌وکار مساعد وجود نداشته باشد، شغل ایجاد نخواهد شد. زمانی که فضای کسب‌وکار مساعد وجود داشته باشد، جذب سرمایه‌گذار و تشکیل سرمایه اتفاق می‌افتد و فرار سرمایه داخلی اتفاق نخواهد افتاد. برای ایجاد شغل و حفظ آن باید تمام این معیارها وجود داشته باشند و دست به دست هم دهند. در نتیجه اتفاقات سال‌های اخیر، تمام صنایع اشتغالزا به‌تدریج در حال حذف شدن هستند. برای مثال صنعت دخانیات به‌طور کل از بین رفته است. تمام کشاورزان که برای کارخانجات دخانیات کار می‌کردند رها شده‌اند و تولید داخل دخانیات به هیچ رسیده است. قوانین درست و بروکراسی کارآمد نقش بسیار مهمی در توسعه کسب‌وکار دارد. فقط کافی است دولت قانون درست وضع کند و ضمانت اجرایی درستی برای قانون داشته باشد.

◉ روال جذب سرمایه و ایجاد اشتغال در ایران چگونه است؟

سیگنال‌هایی که از طرف دولت‌ها در ایران به سرمایه‌گذاران و بخش خصوصی داده می‌شود، در ۲ سال اخیر به‌شدت منفی شده است. دخالت دولت‌ها در اقتصاد افزایش پیدا کرده و سرمایه‌گذاران احساس می‌کنند دولت در ایران نه‌تنها حامی تولید و سرمایه‌گذاری نیست، بلکه با برخی دخالت‌ها و عدم حمایت واقعی از بخش خصوصی، سیگنال‌های منفی به سرمایه‌گذاران می‌دهد. همچنین در مواردی دیده می‌شود بسیاری از مناسبت‌ها و رویدادهایی که ابداع‌کننده آنها بخش خصوصی بوده، بدون حضور بخش خصوصی برگزار می‌شود. چنین روندی، این سیگنال را به سرمایه‌گذار و کارآفرین می‌دهد که آقای سرمایه‌گذار و آقای کارآفرین، اینجا فضا نامساعد است و شرایط رو به بهبود نیست. به‌طبع برای کسی جذابیتی ندارد در چنین فضایی، سرمایه‌گذاری کند.

◉ روند اشتغالزایی در چند سال گذشته چگونه بوده و چقدر با برنامه‌های هدف‌گذاری شده فاصله دارد؟

طبق آمار در سال ۹۸ تعداد ۲۴میلیون و ۲۷۳ هزار نفر در کشور شاغل بوده‌اند که سال بعد با شیوع کرونا، این تعداد به ۲۳میلیون و ۲۶۳ هزار نفر رسید؛ یعنی به‌دلیل شیوع کرونا حدود یک میلیون نفر از تعداد شاغلان کاسته شد. در سال ۱۴۰۰ این تعداد به ۲۳ میلیون و ۴۳۶ هزار نفر رسید؛ یعنی حدود ۲۰۰ هزار نفر بر تعداد شاغلان افزوده شد.

در سال ۱۴۰۱ این تعداد به ۲۳ میلیون ۴۴۷ هزار نفر رسید که یعنی فقط ۱۱ هزار نفر به تعداد شاغلان افزوده شد. مثل این است که یک میلیون نفر را اخراج و یک میلیون نفر را استخدام کنیم؛ بعد بگوییم که ما شغل ایجاد کرده‌ایم.

در اصل اگر دولت هیچ اقدامی هم انجام نمی‌داد و شرایط اقتصاد ما خیلی فاجعه‌آمیز نبود، قطعا باید شغل‌های ازدست‌رفته دوران کرونا به چرخه اقتصاد بازمی‌گشت. به‌علاوه اینکه تعداد زیادی از کسب‌وکارهای فعال در شبکه‌های اجتماعی مانند تلگرام و اینستاگرام در جریان فیلترینگ از بین رفتند.



عکس: آیدا فریدی

> قوانین درست و همچنین بروکراسی کارآمد نقش بسیار مهمی در توسعه کسب‌وکار دارد. فقط کافی است دولت قانون درست وضع کند و ضمانت اجرایی درستی برای قانون داشته باشد

سخن پایانی

نظریه‌پردازان بزرگ توسعه می‌گویند دولت‌ها عموما در دو سر یک طیف برای توسعه اقتصاد قرار می‌گیرند. دولت‌های توسعه‌خواه بیشتر نقش پرورش‌دهندگی دارند و در راستای خلق یک کسب‌وکار گام برمی‌دارند و در نقطه مقابل دولت‌های چپاول‌گر، بیشتر تولی‌گری می‌کنند. الگوی دیگری نیز می‌گوید دولت‌ها یا فراگیر هستند یا بهره‌کش. اینکه ما در کدام طیف جای می‌گیریم نیازمند بررسی همه‌جانبه است.

نوبت اول

وزارت راه و شهرسازی
اداره کل راه و شهرسازی استان تهران

آگهی مناقصه عمومی شماره ۱۴۰۲/۰۶

اداره کل راه و شهرسازی استان تهران در نظر دارد پروژه‌های ذیل را ازطریق برگزاری مناقصه عمومی یک مرحله‌ای از طریق سامانه تدارکات الکترونیک دولت واگذارنماید.

ردیف	موضوع	شماره مناقصه در سامانه ستاد	تضمین شرکت در فرایند ارجاع کار (ریال)	برآورد اولیه (ریال)
۱	تکمیل عملیات باقیمانده مجتمع فرهنگی و هنری شهرری با ارزیابی کیفی	۲۰۰۲۰۰۳۰۲۹۰۰۰۰۸	۱۰،۵۶۱،۱۸۴،۱۲۸	۲۱۱،۲۲۳،۶۸۲،۵۶۴
۲	تامین کالا شامل خرید تجهیزات، ملزومات و اجرا و نصب سیستم سردخانه‌های زیر صفر و بالای صفر	۲۰۰۲۰۰۳۰۲۹۰۰۰۰۰۹	۵،۴۵۷،۲۵۰،۰۰۰	۱۰۹،۱۴۵،۰۰۰،۰۰۰

کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت اسناد مناقصه تا ارائه پیشنهاد مناقصه گران و بازگشایی پاکتها از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت(ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد. همچنین ارسال فیزیکی پاکت الف مطابق برنامه زمانی زیر به آدرس مناقصه گزار الزامی است. (نوع تضمین یکی از تضامین معتبر در آئین‌نامه تضمین به شماره ۱۲۳۴۰۲ مورخ ۹۴/۹/۲۲ می‌باشد.)

آخرین مهلت زمانی ثبت‌نام و دریافت اسناد: از تاریخ درج آگهی تا ساعت ۰۹:۰۰ مورخ: ۱۴۰۲/۰۴/۲۸
آخرین مهلت زمانی ارسال پیشنهاد در سامانه ستاد و تحویل فیزیکی پاکت الف به دبیرخانه مناقصه گزار: ساعت ۰۹:۰۰ مورخ: ۱۴۰۲/۰۵/۱۱

زمان بازگشایی پاکات مناقصه به ترتیب جدول راس ساعت: ۰۹:۳۰ و ۱۰:۰۰ صبح روز چهارشنبه مورخ ۱۴۰۲/۰۵/۱۱
آدرس مناقصه گزار: تهران، خیابان سپیدبد قرنی، خیابان کلانتری، پلاک ۸۰، ساختمان شماره ۱ اداره کل راه و شهرسازی استان تهران. **تلفن تماس:** ۸۸۹۲۱۵۰۵ داخلی ۲۲۰۶

تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۲/۰۴/۲۱ | تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۲/۰۴/۲۲ | اداره کل راه و شهرسازی استان تهران

نوبت اول
شناسه ۱۵۲۷۰۳۱

آگهی مناقصه عمومی (دو نوبته - یک مرحله‌ای)

سازمان عمران شهرداری قزوین در نظر دارد نسبت **به انتخاب پیمانکار، جهت حمل، پخش و کمپکت آسفالت ماشینی معابر اصلی و فرعی (ماشین رو) سطح منطقه یک و سه و سطح شهر (در صورت لزوم) قزوین از محل اعتبارات داخلی طی مدت ۳ ماه (سه ماه)** بر مبنای قانون برگزاری مناقصات به شرح جزئیات مندرج در اسناد مناقصه و با بهره‌گیری از سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (www.setadiran.ir)، از طریق برگزاری مناقصه عمومی اقدام نماید. متقاضیان می‌توانند پس از انتشار آگهی جهت آگاهی و دریافت اسناد مناقصه به آدرس اینترنتی فوق مراجعه نمایند.

برگزاری مناقصه صرفا از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت می‌باشد و کلیه مراحل فرآیند مناقصه شامل دریافت اسناد مناقصه، پرداخت تضمین شرکت در مناقصه، انصراف از شرکت در مناقصه، ارسال پیشنهاد قیمت، بازگشایی پاکات، اعلام به برنده ، پذیرش برنده بودن، پرداخت تعرفه سامانه و ... در بستر سامانه می‌باشد.

پاکات «الف»، «ب» و «ج» می‌بایست در سامانه بارگذاری و اصل تضمین شرکت در مناقصه (پاکت «الف») به مبلغ ۱/۲۵۰/۱۵۰/۰۰۰ (به حروف یک میلیارد و دویست‌وپنجاه میلیون و صدوپنجاه هزار ریال) به دبیرخانه سازمان عمران شهرداری قزوین تحویل گردد.

هزینه آگهی به عهده برنده مناقصه می‌باشد.

آدرس: قزوین - چهارراه عمران - طبقه فوقانی شهرداری منطقه دو
تلفن تماس: ۳۳۳۶۶۱۳۱-۰۲۸

سازمان عمران شهرداری قزوین

شماره مزایده ۰۲۰۴۰۲

مزایده عمومی
شرکت فولاد هرمزگان جنوب

موضوع مزایده: **تجدید مزایده غبار دیداستینگ**

ردیف	شماره مزایده	شرح کالا	واحد	مقدار	مبلغ ضمانت شرکت در مزایده (ریال)
۱	۰۲۰۴۰۲	غبار دیداستینگ	کیلوگرم	۹۴،۰۰۰،۰۰۰	۲،۸۲۸،۰۰۰،۰۰۰

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 آدرس ایمیل soleimani.m@hosco.ir اسناد را از طریق الکترونیکی دریافت نمایند.
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 تحویل پاکت‌های مزایده	تاریخ گشایش پاکت‌ها
۱۴۰۲/۰۴/۲۰	۱۴۰۲/۰۴/۳۱	۱۴۰۲/۰۵/۰۸ تا ساعت ۱۲:۰۰	۱۴۰۲/۰۵/۱۰

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



پیام‌رسان‌های داخلی مشمول مالیات نمی‌شوند

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات با بیان اینکه پیام‌رسان‌های داخلی مشمول مالیات نمی‌شوند، درباره وضعیت پیامک‌ها، تماس‌های تبلیغاتی و ایجاد مزاحمت برای مردم، گفت: به سازمان تنظیم مقررات دستور دادم که این موضوع را پیگیری کند. عیسی زارع‌پور در گفت‌وگو با موج گفت: هفته قبل اعلام کردم که طبق مصوبه مجلس و آیین‌نامه دولت، پیام‌رسان‌های داخلی اصلا مشمول مالیات نمی‌شوند،در حالی که فالوورهای پیام‌رسان‌های داخلی میلیونی است. وزیر ارتباطات همچنین با رد دسترسی به اطلاعات مردم در شبکه‌های اجتماعی گفت: احدی حق دست‌اندازی به اطلاعات مردم در پیام‌رسان‌ها و شبکه‌های اجتماعی داخلی را ندارد، چون در این زمینه هم قانون وجود دارد و اصل ۲۵ قانون اساسی است و هم به‌گونه‌ای می‌توان گفت بالاتر از آن، فتوای رهبر معظم انقلاب است که اطلاعات کاربران را در پیام‌رسان داخلی مصداق حریم خصوصی دانستند و حتما باید مورداحترام واقع شود. زارع‌پور درباره اظهارات رئیس سازمان امور مالیاتی کشور مبنی بر تعداد کم فالوورهای شبکه اجتماعی داخلی خاطرنشان کرد: ایشان جمله خود را اصلاح و دوباره صحبت کردند که اصلاحیه آن بازتاب نداشته است. ایشان گفت که از من پرسیدند نظرتان درباره شبکه‌های اجتماعی داخلی چیست که من پاسخ دادم پلتفرم‌های خارجی آنهایی است که هر اکانتی بیش از ۵۰۰ هزار فالوور داشته باشد. وی بیان کرد: براساس آمار گوگل، کاربر فعال ماهانه روبیکا بیش از ۴۰ میلیون یعنی ۴۲ میلیون نفر شده است. همه پیام‌رسان‌های داخلی ۴۲ میلیون کاربر فعال ماهانه یکتا و ۲۰ میلیون کاربر فعال روزانه دارند.

صمت دلایل عدم‌توسعه نظام دیجیتالی جهان در ایران را بررسی کرد

لباس گشاد فناوری بر تن اقتصاد بیمار



اقتصاد دیجیتال موضوعی است که در سال‌های اخیر صحبت‌های زیادی درباره آن به‌ویژه از سوی مسئولان شده است. این عبارت، مفهوم جدیدی است که نخستین‌بار در دهه ۹۰ میلادی شکل گرفت و بحث‌های زیادی درباره مفهوم آن مطرح شد. اگر به مقالات علمی و گزارش‌های حرفه‌ای این حوزه در سال‌های ۲۰۱۹ و ۲۰۲۰ نگاهی بیندازیم، خواهیم دید که هنوز در زمینه اینکه اقتصاد دیجیتال چیست و چگونه می‌توان آن را اندازه‌گیری کرد، اختلاف‌نظرهای جدی وجود دارد. در مطالعه‌ای که «هوآوی» و «آکسفورد اکونومیکس» انجام داده‌اند، پیش‌بینی شده است که تا سال ۲۰۲۵، ۲۵درصد اقتصاد جهان دیجیتالی خواهد شد؛ این یعنی عددی در حدود ۲۳ تریلیون دلار. این درصد در سال ۲۰۱۵، ۱۵درصد بوده که نشان‌دهنده رشد ۱۰ درصدی تنها طی ۱۰ سال است. برخی پژوهشگران با نگاهی محدود، اقتصاد دیجیتال را استفاده از فناوری اطلاعات برای مجموعه‌ای از فرآیندهای اصلی اقتصادی مانند برنامه‌ریزی، مدیریت و بازاریابی تعریف می‌کنند. در مقابل، برخی دیگر با نگاهی گسترده، اقتصاد دیجیتال را کاربرد فراگیر فناوری اطلاعات در تمامی ابعاد اقتصادی شامل کارکرد درونی سازمان‌ها، مبادلات میان آنها و مبادلات میان افراد معرفی می‌کنند.

صمت به مناسبت روز ملی فناوری اطلاعات به دلایل عدم‌توسعه اقتصاد دیجیتال در کشور پرداخته است.

مهتاب دمیرچی
editor@smtnews.ir

شمشیر دولبه شبکه جهانی

نیما امیرشکاری، مدیر گروه بانکداری الکترونیک پژوهشکده پولی و بانکی، در گفت‌وگو با صمت درباره الزامات اساسی برای رشد و توسعه اقتصاد دیجیتال گفت: اگر بخواهیم اقتصاد را برپایه فناوری اطلاعات در کشور توسعه دهیم، نیازمند یک‌سری الزامات اولیه از جمله پهنای باند، سرعت اینترنت، زیرساخت‌های مربوط به اینترنت اشیا و فناوری‌های بسیار پیشرفته هستیم. حال کشورهایی که می‌خواهند به‌نوعی تمامیت یک فناوری در خدمت حاکمیت باشد، بسان یک شمشیر دولبه عمل می‌کنند. یعنی اینکه هر کدام از این فناوری‌ها هم می‌تواند مفید واقع شود و مقاصد حاکمیت را پیش ببرد و از طرف دیگر هم، ممکن است برخی از خط قرمزهای حاکمیت را هم تحت‌تاثیر قرار دهد و آنها را نسبت به ورود تکنولوژی به بدنه حکومت نگران و هراسان کند. به‌همین‌دلیل در این کشورها سرعت رشد کاربردهای فناوری اطلاعات کند است.

■ اقتصاد بیمار و دیجیتالی شدنش

وی بااشاره به اینکه برخی مسئولان تاکید جدی در حوزه توسعه اقتصاد دیجیتال دارند، گفت: تاکنون شاهد شعارسازی‌های زیادی در کشور بوده‌ایم؛ گواه دقیق این گزاره تاریخ است. بسیاری از مسئولان درباره توسعه اقتصاد دیجیتال از افعال معکوس استفاده و بیشتر شعارسازی می‌کنند، اما دقیقا خلاف آن عمل می‌کنند. بی‌شک دیجیتالی شدن اقتصاد کشور هم، از همان جنس شعارهایی است که در این برهه تاریخ کشور تکرار می‌شود. اما واقعیت امر آن است که بیشتر از این هدف دور می‌شویم تا اینکه نزدیک شویم. در واقع، هم از واژه اقتصاد به‌معنای واقعی فاصله گرفته‌ایم و هم از فرآیندهای دیجیتالی فاصله زیادی داریم. بنابراین، چگونه می‌توان از اقتصاد دیجیتال حرفی به میان آورد؟به‌گفته این کارشناس، میزان تولید ناخالص ملی در سال‌های اخیر، خبر از اقتصادی بیمار می‌دهد؛ همچنین سرعت اینترنت و فیلترینگ‌های اخیر هم نشان از وضعیت اسفبار فرآیندهای دیجیتالی در کشور می‌دهند، بنابراین توسعه اقتصاد دیجیتالی چیزی جز شعار نیست.

■ توجیه اقتصادی از نظر مسئولان

وی بااشاره به اینکه نباید اقتصاد دیجیتال کشور را به پلتفرم‌های امریکایی تقلیل دهیم، گفت: تا زمانی که چنین دیدگاهی در نگرش مسئولان وجود داشته باشد، صحبت از اقتصاد دیجیتال راه به جایی نمی‌برد. با این اظهارات به نظر می‌رسد برخی درکی از اقتصاد در دنیای مجازی و اقتصاد دیجیتالی ندارند، چرا که این اقتصاد مبتنی بر مقیاس است و هیچ‌گاه یک کشور با جمعیت چند ده میلیونی به‌تنهایی نمی‌توان اقتصاد دیجیتالی را در بطن کسب‌وکارش توسعه دهد. یعنی بدون استفاده از امکانات جهانی و بدون ارتباط با کشورهای پیشرو در این زمینه، صحبت از اقتصاد دیجیتال بی‌معنی است. پلتفرم‌های اجتماعی که بستر و اساس کسب‌وکارهای مجازی هستند، در مقیاس چند صد میلیونی توجیه اقتصادی پیدا می‌کنند.

■ پلتفرم باید سودآور باشد

این کارشناس با تاکید بر اینکه پلتفرم‌های داخلی صرفه اقتصادی کافی را ندارند، گفت: اقتصاد دیجیتال در واقع به‌قدری اکوسیستم وسیعی دارند که یک کشور بدون ارتباطات و همسویی با جهان نمی‌تواند به توسعه آن بپردازد. به‌همین‌دلیل است که هیچ‌یک از پلتفرم‌های داخلی از منظر سودآوری حائزاهمیت نیستند و آن میزان سودی که باید در چرخه اقتصادی آنها در جریان باشد، دیده نمی‌شود.

■ کاربرهای بادآورده

وی افزایش کاربر در پلتفرم‌های داخلی را تنها و تنها حاصل فیلترینگ گسترده در کشور دانست و گفت: اگر پلتفرم‌هایی نظیر تلگرام، واتس‌اپ و اینستاگرام فیلتر نمی‌شدند، پلتفرم‌های داخلی این میزان کاربر را هم نداشتند.شکاری بااشاره به اینکه توان فنی کشور در تولید پلتفرم با زیرساخت قوی تنها در مقیاس آزمایشگاهی وجود دارد، گفت: توان فنی تولید آزمایشگاهی یک پلتفرم با زیرساخت قوی را که بتواند پوشش‌دهی بالایی داشته باشد، داریم، اما توان فنی تولید انبوه را نداریم. این ۲ مولفه فرق زیادی با یکدیگر دارند؛ در دانشگاه‌های کشور افراد نخبه داریم و می‌توانند فناوری‌های روز را پیاده‌سازی کنند، اما وقتی صحبت از تولید انبوه و توان صنعتی می‌شود، نخستین مولفه مهم، مدیریت و بعد اقتصاد پویا است که در هردو ضعف جدی در کشور مشاهده می‌شود.



■ رانت‌خوار، مولد اقتصادی نمی‌شود

وی گفت: در حال حاضر پلتفرم‌هایی وجود دارند که از رانت و یارانه بی‌حساب دولتی سود می‌برند اما هیچ‌گاه به‌عنوان یک مولد اقتصادی شناخته نمی‌شوند. در کل، با این وضعیت اینترنت و تولیدات سخت‌افزاری و موانع صنعتی و مدیریتی و بازار نمی‌توان روی پلتفرم‌های امروزی حسابی باز کرد و تنها چند سالی در این اکوسیستم بقا خواهند داشت، چرا که نه کیفیت و نه زیرساخت پلتفرم‌های جهانی را دارند و اصلا با آنها قابل‌رقابت نیستند.

میزان تولید ناخالص ملی در سال‌های اخیر، خبر از بیمار بودن اقتصاد می‌دهد، همچنین سرعت اینترنت و فیلترینگ‌های اخیر نشان از وضعیت اسفبار فرآیندهای دیجیتالی در کشور می‌دهند؛ بنابراین توسعه اقتصاد دیجیتال چیزی جز شعار نیست

اقتصادی که استارت‌آپش را نمی‌شناسد

در ادامه، محمد قیصری، فعال دانش‌بنیان در زمینه فناوری اطلاعات در گفت‌وگو با صمت بااشاره به اهمیت توسعه اکوسیستم استارت‌آپی در توسعه اقتصاد دیجیتال و در کل هر فرآیند نوین فناورانه گفت: استارت‌آپ‌ها زیربنای توسعه اقتصاد دیجیتال در هر کشوری محسوب می‌شوند و در توسعه هر فرآیند نوآورانه نقش مهمی دارند. وقتی صحبت از اقتصاد دیجیتال می‌شود، قاعدتا باید به‌سمت آن دسته از کسب‌وکارهایی رفت که نوین هستند و مدل‌های استارت‌آپی باید رونق کافی داشته باشند. استارت‌آپ‌ها هم برای رشد نیاز به سرمایه‌گذاری اولیه دارند و متاسفانه این روند در کشور مغفول است. فرق استارت‌آپ با شرکتی که گردش مالی بالایی دارد، زیاد است؛ استارت‌آپ نمی‌تواند حتی پول بیمه خود را متقبل شود.

■ نمی‌توان توفیقی برای استارت‌آپ‌ها متصور بود

وی افزود: رهبران استارت‌آپی تلاش زیادی می‌کنند که به مرحله دانش‌بنیان شدن برسند و بعد از کلی دوندگی آنها می‌توانند دانش‌بنیان نوع ۲ را دریافت کنند، اما در عمل حمایت درخوری از آنها صورت نمی‌گیرد و تسهیلات خاصی به آنها داده نمی‌شود. حتی اگر به مراکزی که برای خدمات‌دهی به دانش‌بنیان‌ها افتتاح شده‌اند، سر بزنید، اجاره این مکان‌ها تفاوتی با یک شرکت غیردانش‌بنیان ندارد.

به‌گفته این فعال استارت‌آپی، بنابراین تا زمانی که اکوسیستم دانش‌بنیان در کشور مغفول است، صحبت از توسعه مولفه‌های اقتصادی برمبنای نوآوری بیشتر شبیه یک رویا است.

قیصری موفقیت استارت‌آپ‌ها در شرایط فعلی کشور را تنها منوط به ایجاد روندی دانست که کمتر فعالی در این عرصه می‌تواند آن را فراهم کند. وی گفت: در واقع باتوجه به شرایط موجود، نمی‌توان توفیقی برای استارت‌آپ‌ها متصور شد. در واقع داشتن سقف مالی بالا یا وصل شدن به برخی نهادهای بالادستی برای دریافت رانت، رمز موفقیت برخی از این استارت‌آپ‌ها یا دانش‌بنیان‌ها در کشور است؛ نه آن دسته از استارت‌آپ‌هایی که متشکل از چند جوان نخبه هستند که تنها دارایی آنها علم و فن آنها است.

■ جای خالی برخی حمایت‌ها

این فعال در عرصه دانش‌بنیان‌ها گفت: برای توسعه اکوسیستم استارت‌آپی در کشور باید مشاوران حقوقی در کنار تیم‌های استارت‌آپی کوچک و خرد قرار بگیرند، چرا که این شرکت‌ها و تیم‌های استارت‌آپی هیچ مشاور حقوقی ندارند و حتی توانایی مالی لازم را هم ندارند که بخواهند هزینه‌های ساعتی دریافت مشاور را پرداخت کنند، اما این یکی از خدماتی می‌تواند باشد که از سوی معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری به شرکت‌های استارت‌آپی تخصیص یابد یا حتی از سوی وزارت کار یا صنعت، معدن و تجارت به استارت‌آپ‌های حوزه‌های گوناگون داده شود. همچنین، برگزاری دوره‌های مختلف از جمله دوره‌های قراردادنویسی می‌تواند به‌شدت به‌کار استارت‌آپ‌ها بیاید. البته ناگفته نماند که رهبران استارت‌آپ و تیم‌های استارت‌آپی نمی‌توانند در ابتدای مسیرشان چنین هزینه‌هایی را متقبل شوند، به‌همین‌دلیل این خدمات باید از سوی نهادهای بالادستی با هزینه‌های اندک و در برخی موارد به‌صورت رایگان در اختیار استارت‌آپ‌ها قرار داده شود.

وی افزود: یک قاعده کلی در استارت‌آپ‌ها و محصولات استارت‌آپی در کل دنیا رعایت می‌شود و آن این است که استارت‌آپ‌ها باید در زمان خود به بازار ورود پیدا کنند و اگر در زمان و مکان نامناسبی باشند، نمی‌توانند محصولات خود را به‌فروش برسانند. زمانی که یک استارت‌آپ می‌خواهد به یک جامعه خدمتی ارائه دهد، باید متناسب با نیاز بازار و آن جامعه باشد و اگر زودتر این خدمات ارائه شود، با شکست و فروپاشی مواجه می‌شود. به‌عبارت دیگر، تولید محصول و خدمات باید در زمان و مکان خود اتفاق بیفتد. در واقع، زمان ورود یک استارت‌آپ به بازار جزو مولفه‌های مهم است. استارت‌آپی که زودهنگام وارد بازار می‌شود، باید توان مقابله با قدرت‌های دولتی و شخصی را داشته باشد.



پلتفرم‌هایی وجود دارند که از رانت و یارانه بی‌حساب دولتی سود برده‌اند و هیچ‌گاه به‌عنوان یک مولد اقتصادی شناخته نمی‌شوند

سخن پایانی

باتوجه به موارد یادشده، می‌توان اقتصاد دیجیتال را اقتصادی معرفی کرد که ایجاد ارزش در آن مبتنی بر فناوری‌های دیجیتال و ستون فقرات آن، ارتباطاتی به‌منظور ساخت اکوسیستمی بین مردم، سازمان‌ها و زیرساخت‌های فناورانه است. برای درک بهتر مفهوم اقتصاد دیجیتالی نگاهی به ۵ شرکت برتر لیست فورچون در سال ۲۰۱۸ بیندازیم. جالب است! هر ۵ شرکت فعال در حوزه فناوری اطلاعات هستند و خبری از غول‌های نفتی، خودروسازی، صنعت غذا و بانکداری نیست، در حالی که حدود ۴۰ سال پیش داستان کاملا متفاوت بود. شاید برای‌تان جالب باشد که سهام شرکت اپل، هم‌اکنون ارزشی چندین برابر ارزش کل بورس برخی کشورها از جمله کشور ما دارد! یک شرکت در مقابل چندین کشور! با همه این اوصاف باید پذیرفت که دنیا وارد اقتصادی جدیدی شده با نام اقتصاد دیجیتال؛ اقتصادی که در آن هسته ارزش‌آفرینی مبتنی بر فناوری‌های دیجیتال است. این اقتصاد ویژگی‌هایی دارد که آن را با نسل‌های قبلی‌اش متفاوت می‌سازد. اما ایران کجای داستان دیجیتالی کردن اقتصادش است؟ اقتصادی که سال‌ها است از سوی مسئولان بالارتبه صحبت از بیماری آن و الزام به جراحی‌اش می‌شود.

یادداشت

اقتصاد دیجیتال رویای دست‌نیافتنی



سجاد عابدی
کارشناس امنیت سایبری

چند سالی می‌شود موضوع استفاده از پلتفرم‌ها و پیام‌رسان‌های داخلی در کشور از سوی مسئولان امر مطرح شده است و امروز از اقتصاد دیجیتال حرف می‌زنند در حالی که در جریان حذف اپ‌های خارجی از مارکت‌های داخلی، اپ‌های داخلی هم از اصلی‌ترین مارکت‌های خارجی نظیر گوگل‌پلی و اپ‌استور حذف شدند. از زمانی که بحث استفاده از پلتفرم‌های بومی مطرح شد، مردم ابراز بی‌اعتمادی کردند. حال اینکه این بی‌اعتمادی از کجا نشأت می‌گیرد، به دلایل گوناگونی برمی‌گردد. فیلترینگ در ابتدای امر برای حمایت از اپ‌های داخلی ایجاد شد، اما با مرور زمان مشخص شد علاوه بر بی‌اعتادی، نبود زیرساخت‌های کافی و نداشتن کارآیی مناسب از دیگر دلایلی است که کاربران ایرانی را از استفاده پیام‌رسان‌های داخلی منصرف می‌کند. ضعیف بودن زیرساخت‌های پلتفرم‌های داخلی برای مخاطبان امری محسوس و آزاردهنده است. برای مثال، در پیام‌رسان‌هایی نظیر ایتا یا روبیکا، پیام‌های صوتی و تصویری به‌درستی ارسال نمی‌شوند و باگ‌های زیادی به‌لحاظ امنیتی دارند.

ضعف اصلی در سرویس‌دهی پیام‌رسان‌های داخلی، باز بودن منبع اطلاعاتی آنان است یا به‌عبارت‌دیگر این اصلاعات «اپن‌سورس» هستند، به‌همین دلیل از امنیت بالایی برخوردار نیستند. باز بودن منبع اطلاعاتی این پیام‌رسان‌ها، باعث شده است هر اطلاعاتی که در آن ذخیره می‌شود، قابل‌دسترس باشد. همچنین برای کدهای پلتفرم‌های داخلی از نمونه خارجی استفاده شده و این خود دلیل دیگری برای بی‌اعتمادی کابران است. اگر جامعه ایران را بخش‌بندی کنیم، بیشتر اقشار مردم از جمله دانشگاهیان از پلتفرم‌های داخلی استفاده نمی‌کنند، شاید این پلتفرم‌ها تنها مورداستفاده درصد بسیار پایینی از کابران قرارگیرندکه به فراخور الزامات شغلی مجبور به استفاده از این پلتفرم‌ها هستند.

بیش از ۹۰ درصد مردم به پلتفرم‌های ایرانی اعتماد ندارد و از آنجایی که مخاطبان از تامین امنیت حریم خصوصی‌شان مطمئن نیستند، ترجیح می‌دهند هزینه‌هایی را به‌صورت ماهانه یا سالانه برای فیلترشکن‌ها پرداخت کنند تا دوباره به فضای واتس‌اپ و اینستاگرام برگردند. نمونه این روند، ۲ تا ۳ سال پیش نیز با فیلتر تلگرام و معرفی گپ تجربه شد، همزمان با فیلتر تلگرام، پلتفرم گپ راهی بازار شد، اما هیچ استقبالی از آن نشد و مردم تلاش کردند با فیلترشکن، دوباره از فضای تلگرام استفاده کنند. در حقیقت استفاده از فیلترشکن و «وی.پی.ان» برای دور زدن هر نوع تحریم و محدودیتی رایج است؛ وقتی یک پلتفرم فیلتر می‌شود، به‌نوعی تحریم انجام گرفته است. براساس گزارش‌ها، ۷۱ درصد ایرانی‌ها از پلتفرم واتس‌اپ و ۵۱ درصد از اینستاگرام و ۴۰ درصد از تلگرام استفاده می‌کنند و میلیون‌ها ایرانی به سرویس‌های مختلف گوگل وابسته هستند. جالب است، بدانید اینستاگرام به‌تنهایی بانی راه‌اندازی بیش از ۳۰۰ هزار کسب‌وکار آنلاین در ایران است. همچنین باوجود گذشت حدود ۴ سال از فیلترینگ تلگرام، امروز درصد کاربران آن چندین برابر پیام‌رسان‌های مشابه داخلی است، برای مثال روبیکا تنها ۷ درصد دنبال‌کننده دارد، این آمار درمورد پیام‌رسان‌های سروش، بله ب و وای‌گپ نیز صادق است. بااینهمه مردم ترجیح می‌دهند از پلتفرم‌های خارجی استفاده کنند. اما تجربه‌های اعمال محدودیت و فیلترینگ نشان داده است که ادامه این روند راه به‌جایی نمی‌برد و جز هدررفت منابع مالی نتیجه دیگری نخواهدداشت. حتی اگر آمارسازی یا تبلیغاتی برای استفاده از پیام‌رسان‌ها یا پلتفرم‌های داخلی انجام گیرد، با استفاده از این فضا در اولویت انتخاب کاربران نخواهد بود. باتوجه به دسترسی آزاد به اطلاعات در جهان، پیش‌بینی اینکه فیلترینگ قرار است تا کجا ادامه پیدا کند، امری دشوار است. از طرفی هم، احتمال بازگشت به شرایط چند ماه گذشته بسیار ضعیف است. باتوجه به روند فکری و شواهد موجود به‌نظر می‌رسد کسب‌وکارها با همان سطح از رونق به گذشته برنمی‌گردند. در حقیقت، آینده کسب‌وکارهای اینترنتی در ابهام بوده و شاید استفاده از پلتفرم‌های داخلی نیز نتواند رونق گذشته را به بازار کسب‌وکاری مجازی بازگرداند.

روی خط خبر

صدای هشدار نشست زمین در یزد درآمد



مدیرعامل شرکت آب منطقه‌ای استان یزد با اشاره به اعلام وضعیت منابع آبی به مصرف‌کنندگان گفت: با توجه به خشکسالی‌های پی در پی و برداشت از منابع آب زیر زمینی لازم است طرحی اجرا شود که وضعیت منابع آبی را به مصرف‌کنندگان اعلام کند بر این اساس طرح اتاق شیشه‌ای در یزد اجرا می‌شود. محمد مهدی جوادیان‌زاده در گفت‌وگو با خبرنگار روزنامه صمت از یزد، درباره اجرای طرح اتاق شیشه‌ای و اهمیت بازخورد در مدیریت مصرف آب، گفت: در اتاق شیشه‌ای تلاش می‌شود وضعیت منابع و مصارف آب زیر زمینی یک دشت برای کلیه مصرف‌کنندگان به طور شفاف و برخط در سامانه ویژه نشان داده شود. وی افزود: در این طرح وضعیت منابع آبی یک دشت بر اساس چاه‌های پیزومتری که وضعیت آب‌های زیر زمینی را می‌سنجند، مشخص می‌شود. جوادیان زاده مدیریت مصرف و صرفه جویی را برای ادامه حیات منابع آب زیر زمینی الزامی دانست و بیان کرد: شفاف بودن وضعیت و وخامت سفره‌های آب زیرزمینی برای مردم در دنیا هم به عنوان یک روش مثبت به کار گرفته می‌شود. وی در ادامه حذف رقابت ناسالم بین مصرف‌کنندگان را از مزیت‌های اتاق شیشه‌ای دانست و گفت: بر اساس نظریه منابع مشترک، زمانی که گمان بی‌عدالتی در مصرف کندگان آب ایجاد شود باعث افزایش رقابت ناسالم در برداشت منابع شده و آبخوان از بین می‌رود.

وی با اعلام اینکه تا پایان سال ۱۴۰۲ فاز اول اتاق شیشه‌ای راه‌اندازی خواهد شد، گفت: دشت پایلوت دشت ابرکوه خواهد بود.

جوادیان زاده با اشاره به برداشت آب از منابع آب زیرزمینی استان و اجرای طرح تعادل بخشی برای متعادل کردن وضعیت منابع آب زیرزمینی، گفت: درصد استفاده از آب تجدید پذیر یزد به علت منابع محدود و مصرف بالا ۱۳۰ درصد است این در حالیست که در دنیا میزان مصرف مجاز از منابع آب تجدید پذیر ۴۵ درصد است و در کشور ایران میزان استفاده مجاز از آب تجدیدپذیر ۷۵ درصد اعلام شده است.

■ نشست در دشت‌های ابرکوه و یزد -اردکان

مدیرعامل شرکت آب منطقه‌ای استان یزد از طرح تعادل بخشی به عنوان راه چاره ناترازی منابع آب زیرزمینی یاد کرد و افزود: در صورتی که این طرح به درستی اجرا نشود در تمام دشتهای استان با افت سطح آبهای زیر زمینی مواجه خواهیم شد به طوری که هم اکنون در دشت‌های ابرکوه و یزد -اردکان نشست زمین را تا حد شدید مشاهده می‌کنیم.

این مقام مسئول از شور شدن آب‌های زیر زمینی که قبلا قابلیت شرب را داشتند خبر داد و درباره اقدامات شرکت آب منطقه‌ای یزد برای مقابله با برداشت‌های غیر مجاز چاه‌های آب، تصریح کرد: سامانه ۳۱۰۷۷، سامانه مردمی پیشنهادات و گزارش‌های مردمی برای دریافت گزارشات برداشت‌های غیر مجاز آب در دسترس مردم قرار دارد.

قرعه‌کشی اراضی طرح جوانی جمعیت در یزد



احسان خواجه رضایی، مدیرکل راه و شهرسازی استان یزد درحاشیه برگزاری جشن قرعه کشی تعداد ۲۰۰۰ قطعه زمین به خانواده‌های مثبت۳فرزند ومثبت۴فرزند زیر ۲۰ سال گفت: در مرحله قبل قرعه کشی اراضی که همزمان با شام ولادت حضرت امام رضا(ع)برگزارشد در شهر یزد صاحبان۱۴۴۱قطعه زمین و در استان ۱۸۹۱ قطعه زمین با قرعه کشی مشخص شدند (۳۰۰۰ قطعه احصاء شده بود) که طی فرآیند اعلامی قرارداد واگذاری با آنها منعقد و اراضی تحویل شان خواهد شد.

به گزارش خبرنگار صمت از یزد، مدیرکل راه و شهرسازی استان یزد ضمن بیان این مطلب افزود: در این مرحله که دومین مرحله درسطح استان است در مجموع تعداد۲۰۰۰قطعه زمین در سطح استان برای خانواده‌های دارای۳فرزند و۴فرزند زیربیست سال احصا که ۱۲۰۷قطعه زمین قرعه کشی و شماره قطعات متقاضیان مشخص گردید.

خواجه‌رضایی خاطر نشان کرد: در این مراسم برای نخستین بار در سطح کشور برای خانواده‌های دارای چهار فرزند زیر بیست سال نیز قرعه کشی وشماره قطعات برای آنها بعد ازمراسم پیامک شد.

وی افزود: قرارداد واگذاری اراضی طرح جوانی جمعیت در هردو مرحله قرعه کشی شده در سطح استان یزد همزمان با عید سعید غدیرخم آغاز و به مروربه تمام متقاضیان اطلاع رسانی خواهد شد؛ تا جهت انعقاد قرارداد به اداره کل راه و شهرسازی یزد مراجعه کنند.

برنج هاشمی رکورددار نشاء

مدیر جهاد کشاورزی بندرانزلی با بیان اینکه در حدود ۵۰۰۰ هکتار از اراضی شالیزاری شهرستان زیر کشت رفته است، گفت: هاشمی بیشترین میزان کشت را به خود اختصاص داده است. رضا نوربخش در گفت‌وگو با ایسنا با اشاره به اینکه امسال در حدود ۵۰۰۰ هکتار در اراضی شالیزاری شهرستان برنج کشت شده، اظهار کرد: نشاء برنج همانند سال‌های گذشته در اردیبهشت ماه انجام و سه ماه بعد از کشت برداشت می‌شود. وی با اشاره به اینکه با توجه به بارش‌های مناسب، تا به امروز مشکل کم آبی در سطح شهرستان وجود نداشت، افزود: امیدواریم تا پایان دوره کشت در این زمینه با مشکلی روبه‌رو نشویم و کشاورزان در خصوص تامین آب مورد نیاز شالیزارها دغدغه نداشته باشند. نوربخش درخصوص ارقام کشت شده برنج در شالیزارهای شهرستان بندرانزلی تصریح کرد: هاشمی بیشترین میزان کشت را به خود اختصاص می‌دهد و پس از آن ارقام پرمحصول دیگر از جمله خزر و شیرودی مورد توجه شالیکاران برای کشت قرار دارد. مدیر جهاد کشاورزی شهرستان بندرانزلی تاکید کرد: از هر هکتار زمین بیش از چهار تن شلتوک و دو تن برنج سفید برداشت می‌شود و امسال در راستای اصلاح ارقام محلی، بذر گواهی شده هاشمی بین کشاورزان توزیع شده است. بسیاری از مسئولان و کارشناسان معتقدند شهرستان بندرانزلی را دارای ظرفیت بالایی در حوزه کشاورزی است و لازم است برای تقویت و ترمیم مشکلات سبدغذایی، جهاد کشاورزی وآب منطقه‌ای کشت محصولات مختلف وبهره‌مندی از زمین‌های کشاورزی را در دستور کار خود داشته باشد.

وی تصریح کرد: به همت کارشناسان ترویج جهادکشاورزی بندر انزلی دوره‌های کاشت، داشت، برداشت، مبارزه با آفات، استفاده بهینه از کود شیمیایی هم‌چنین کاهش مصرف سموم برای شالیکاران برگزار شده است.

دست انداز در مسیر استخراج مرمریت خراسان رضوی

ماشین آلات فرسوده نفس بهره‌برداران را گرفت

گروه استان‌ها
editor@smtnews.ir

مرمریت از جمله سنگ‌های دگرگونی و بعضا رسوبی است که در پوسته زمین به وفور یافت می‌شود و از نظر کیفیت، طرح و رنگ از تنوع بی‌نظیری برخوردار است و کشور ما نیز از این ثروت خدادادی بی‌بهره نمانده چنانکه حدود نیمی از معادن سنگی کشور را به خود اختصاص داده است. یکی از معادن سنگ مرمریت خراسان رضوی، در دل کوه‌های نزدیکی شهر چناران قرار گرفته است که چندین کارگر به مدت هشت تا ۹ ساعت در روز مشغول استخراج و برش سنگ‌های مرمریت این معدن هستند تا آن را به‌دست کارخانه‌های سنگ‌بری برسانند، زیرا هنوز واحد فرآوری (سنگ‌بری) در کنار این معدن تازه تاسیس پا نگرفته است، لذا پس از اینکه سنگ از معدن استخراج شد، کامیون‌ها آن را بار زده و به واحدهای سنگ بری در «تپه سلام» مشهد منتقل می‌کنند. در واقع معدن مرمریت چناران خراسان رضوی که هنوز چند ماه از آغاز بهره‌برداری آن نمی‌گذرد، از همان ابتدای کار درگیر مشکل ماشین‌آلات شده است و نتوانسته به میزان ظرفیت پیش‌بینی شده، از ذخایر خود بهره‌برداری داشته باشد.



عکس: صمت

برخی از ماشین‌آلات معدنی در کشورهایی مانند امارات یا عمان آنقدر فرسوده شده‌اند که دیگر استفاده دوباره از آنها در ایران نمی‌تواند مفید واقع شود

ضعف ماشین‌آلات در معدن و کاهش استخراج

حسین جوادی، بهره‌بردار معدن سنگ مرمریت شهید قاسم سلیمانی درباره نحوه فعالیت این واحد به ایرنا گفت: عملیات اکتشافی برای مرمریت در محدوده این معدن شهریورماه سال گذشته آغاز شد که پس از گذشت چند ماه، گواهی کشف آن توسط اداره کل صنعت، معدن و تجارت در دیماه پارسال صادر شد.

وی اظهارکرد: دریافت گواهی کشف و پروانه بهره‌برداری نیاز به تاییدیه اداره کل منابع طبیعی و آبخیزداری خراسان رضوی داشت که مقاومت زیادی از سوی این دستگاه اجرایی صورت گرفت تا گواهی کشف صادر شود و سپس با مساعدت خانه معدن موفق به دریافت پروانه بهره‌برداری شدیم.

این فعال معدنی بیان کرد: یکی از اقدامات جدیدی که برای استخراج مرمریت از این معدن انجام دادیم، عملیات حفاری مغزه‌گیری بود که در بین معادن استان خراسان‌رضوی، کاری نو به‌شمار می‌رفت، زیرا معمولا این عملیات برای معادن سنگ‌های تزیینی انجام نمی‌گیرد. بهره‌بردار معدن مرمریت چناران، زمان بهره‌برداری از این معدن را ابتدای امسال ذکر و بیان کرد: استخراج اسمی این معدن باید سالانه ۱۰ هزار تن باشد، اما هم اکنون به دلیل کمبود ماشین‌آلات قادر به استخراج این میزان سنگ از معدن نیستیم.

وی اضافه کرد: با این حال استهلاک ماشین‌آلات معادن زیاد است و از آنجا که ماشین‌آلات دست دوم و کهنه است، شدت استهلاک آنها بیشتر است لذا باید تدبیری برای تامین ماشین‌آلات معدنی در این زمینه اندیشیده شود.

وی بیان کرد: از سوی دیگر ماشین‌آلات با سقف ۵سال ساخت وارد ایران می‌شود اما استاندارد سوخت آنها با آنچه در کشورمان مصرف می‌شود، همخوانی ندارد، سوخت ایران یورو ۶ است اما استاندارد سوخت در کشورهای دیگر که مبدا واردات ماشین‌آلات معدنی هستند، با استاندارد سوخت ایران تفاوت دارد لذا در تامین سوخت این ماشین‌آلات با مشکل مواجه هستیم.

بهره بردار معدن مرمریت چناران گفت: بنابر این ما نیاز به تسهیلات ویژه برای واردات ماشین‌آلات به منظور استخراج و باطله برداری هستیم.

به گفته جوادی، مجوز راه‌اندازی واحد فرآوری مرمریت صادر شده و تاییدیه آن نیز از سازمان نظام مهندسی معدن گرفته شده است. هم اینک عمده مرمریت استخراج شده در داخل استان خراسان رضوی مصرف می‌شود اما تلاش می‌کنیم تا با راه‌اندازی واحد فرآوری در کنار معدن، بخشی از تولیدات را نیز صادر کنیم.

■ مشکلی به نام درصدی شدن محاسبه حقوق معدنی

به گفته بهره بردار معدن مرمریت چناران، پیش از این دولت حقوق معدنی را به صورت تناژ محاسبه و از معدنکار دریافت می‌کرد اما اکنون محاسبه حقوق دولتی به صورت درصدی شده است، به این معنا که درصد از فروش خالص معدن به عنوان حقوق دولتی دریافت می‌شود و اگر معدنکار هیچ برداشتی هم از معدن نداشته باشد، ملزم به پرداخت حقوق دولتی است که این رویه مورد رضایت اغلب معدنکاران نیست.

به طور معمول پیش‌بینی درستی از حجم باطله برداری در معادن سنگهای تزئینی نمی‌شود، برآوردهای اولیه با آنچه در زمان برش سنگها انجام می‌شود، تفاوت دارد و حجم باطله‌ها بیش از برآوردها است.

جوادی با اشاره به مشکلات نقدینگی حوزه معدن گفت: اگر بستری فراهم شود که نقدینگی و ماشین‌آلات معدنکار تامین شود، قطعا پرداخت حقوق دولتی بابت فعالیت معدنکار چندان دشوار نیست.

بهره‌بردار معدن مرمریت به مشکل باطله‌برداری مرمریت اشاره و بیان کرد: آنچه خطر کار معدنکاری در حوزه سنگ‌های تزیینی را افزایش می‌دهد، موضوع باطله‌برداری است، حجم زیادی از سنگ‌های تزیینی خرده در کنار معدن می‌ریزد که عملا کاربردی ندارد اما برداشت آن برای بهره‌بردار مستلزم هزینه و وقت زیادی است.

جوادی، نسبت باطله برداری در سنگهای تزیینی را ۷۰ به ۳۰ یا ۶۰ به ۴۰ درصد ذکر و اظهار کرد: به طور معمول پیش‌بینی درستی از حجم باطله‌برداری در معادن سنگ‌های تزیینی نمی‌شود، برآوردهای اولیه با آنچه در زمان برش سنگ‌ها انجام می‌شود، تفاوت دارد و معمولا حجم باطله‌ها بیش از برآوردها است.

وی اضافه کرد: برخی راهکارها برای مدیریت باطله‌ها پیشنهاد شده است اما هنوز اقدام عملیاتی در این خصوص در استان خراسان رضوی انجام نگرفته است.

■ مسئولیت جبران آلودگی‌ها با دولت است

بهره بردار معدن نیز با اشاره به اینکه تلاش کرده است از کارگران بومی برای فعالیت در این معدن بهره بگیرد، گفت: از ۲۰ کارگر فعال ۱۰ نفر از شهرستان چناران و باقی آنان اهل نیشابور و تربت حیدریه هستند و همه آنان زیر پوشش بیمه تامین اجتماعی قرار دارند.

وی در پاسخ به پرسشی مبنی بر جبران آسیب‌هایی که این معادن بر محیط‌زیست دارند، گفت: تلاش کردیم آلایندگی‌های استخراج مرمریت را به صفر برسانیم، زیرا ۹۰ درصد معادن سنگ ساختمانی به صورت خشک بر کار می‌کنند و آلایندگی زیادی به وجود نمی‌آورند. جوادی اضافه کرد: هزینه آسیبی که به محیط‌زیست از محل معدنکاری وارد می‌شود در قالب حقوق دولتی به دولت پرداخت می‌شود، ما برای این کار به سختی توانستیم از اداره کل منابع طبیعی مجوز بگیریم، لذا کار ما غیرقانونی نیست و بابت آسیب‌های معدنی هزینه پرداخت می‌کنیم.

ماشین‌آلات با سقف عمر ۵ سال وارد ایران می‌شود اما استاندارد سوخت آنها با آنچه در کشورمان مصرف می‌شود، همخوانی ندارد

ضرورت بازنگری در ضوابط مربوط به ماشین آلات



استان خراسان به دلیل موقعیت خاص مکانی خود، که محل برخورد پدیده های عمده زمین‌شناسی است شرایط متفاوتی دارند و همین امر موجب موقعیت مناسب این استان از نظر ظرفیت و تنوع ذخایر معدنی شده است. منابع عظیم نفت و گاز شمال استان از ذخایر فراوانی برخوردار است.

محمد توکلی ، معاون معادن و صنایع معدنی اداره کل صنعت، معدن و تجارت خراسان رضوی با اشاره به اجرا نشدن قوانین در حوزه معدن گفت: حوزه معدن قوانینی مترقی دارد اما عمدتا اجرا نمی‌شود، مشکل اصلی در ضوابط و شیوه نامه‌ها است که یکی از آنها مربوط به واردات ماشین‌آلات حوزه معادن است. تولیدات ماشین‌آلات معدنی در کشور به حدی نیست که نیاز معدن‌کاران را تامین کند، لذا شیوه نامه‌ها و ضوابط واردات ماشین‌آلات باید به نحوی تغییر یابد که منجر به آزادی واردات ماشین‌آلاتی نوی شود که در داخل کشور به حد نیاز نیست.

وی برخی از ضوابط و شیوه نامه‌ها را نیازمند اصلاح دانست و افزود: دولت حدود یکسال است که واردات ماشین‌آلات دست دوم (مستعمل) را به کشور آزاد کرده است اما این آزادی مشروط به آن است که نمونه داخلی نداشته باشد، یعنی تولیدکنندگان داخل کشور مشغول ساخت آن نباشند. توکلی گفت: این در حالی است که تولیدات ماشین‌آلات معدنی در کشور به حدی نیست که نیاز معدن‌کاران را تامین کند، لذا شیوه نامه‌ها و ضوابط واردات ماشین‌آلات باید به نحوی تغییر یابد که منجر به آزادی واردات ماشین‌آلات نوی شود که در داخل کشور به حد نیاز نیست. معاون معادن و صنایع معدنی اداره کل صنعت، معدن و تجارت خراسان رضوی تاکید کرد: برخی از ماشین‌آلات معدنی دست دوم در کشورهایی مانند امارات یا عمان آنقدر فرسوده شده اند، که دیگر استفاده دوباره از آنها در ایران نمی‌تواند مفید واقع شود. توکلی با این حال آزاد شدن واردات ماشین‌آلات معدنی دست دوم به خراسان رضوی در چند ماه اخیر را در پاره‌ای از موارد جزو اقدامات خوب دولت خواند و گفت: یکی از معادن استان نزدیک به ۲۰۰ ماشین دست دوم وارد کرده است و انصافا این موضوع نیاز بسیاری از معدنکاران استان به ماشین‌آلات را برطرف کرده است.

پیشنهادهایی برای تسهیل تامین ماشین آلات معدنی



موضوع تامین ماشین‌آلات معدنی، ضرورتی است که بارها به آن اشاره شده است و این موضوع اخیرا در نشست‌های مختلف تشکل‌های بخش خصوصی بحث و بررسی شده و حتی فعالان اقتصادی پیشنهادهایی هم برای تسهیل این موضوع داده‌اند.

علی‌اکبر لبافی، رئیس دبیرخانه شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی استان در این باره گفت: واردات ماشین‌آلات معدنی استیجاری دارای توجیه فنی، مالی و اقتصادی است و در نشست فوق العاده دبیرخانه شورای گفت‌وگوی استان، مصوبات شورا در این ارتباط را برای اجرا، رصد و پیگیری کردیم.

وی اظهارکرد: از آنجا که خرید ماشین‌آلات معدنی نیاز به نقدینگی زیادی دارد و بعضا امکانپذیر نیست، کمیسیون معدن دوره نهم اتاق بازرگانی خراسان رضوی پیشنهاد کرد که طرح واردات ماشین‌آلات اجاره‌ای به ویژه برای معادن کوچک مقیاس به صورت پایلوت در استان اجرایی شود که در نشست روز گذشته، چهارچوب‌ها و ضوابط اجرای کار در ابعاد مختلف مورد ارزیابی قرار گرفت و تمامی حاضران نشست، اعم از مسوولان شبکه بانکی و دستگاه‌های اجرایی، بر اجرای اصل موضوع و ضرورت انجام آن اتفاق نظر داشتند. لبافی ادامه داد: شبکه بانکی با صدور ضمانت نامه‌های ارزی برای واردات ماشین‌آلات معدنی موافق بود، این موضوع از سوی بانک‌ها قابلیت اجرایی دارد، دوم آنکه فعال معدنی می‌تواند تقاضای واردات ماشین‌آلات را به نظام بانکی ارائه کند و پس از بررسی‌های لازم در نهایت صدور مجوز و پرداخت تسهیلات انجام شود. وی اظهارکرد: سومین پیشنهاد این بود که شرکت‌های بزرگ معدنی که دارای گردش نقدینگی هستند، در صورت تمایل می‌توانند متولی واردات شوند و ماشین‌آلات معدنی اجاره‌ای را در اختیار معادن کوچک قرار دهند. به بیان دیگر، شرکت‌های بزرگ معدنی با شبکه بانکی وارد عقد قرارداد می‌شوند تا بتوانند ماشین‌آلات را وارد کرده و آن را در اختیار معادن کوچک مقیاس قرار دهند. در واقع، پیشنهاد شبکه بانکی آن بود که شرکت‌های بزرگ معدنی جایگزین کنسرسیوم معدنی شوند. به گفته لبافی، پیش‌بینی می‌شود حدود ۳۰۰ دستگاه ماشین‌آلات سنگین را بتوان در صورت کمک شبکه بانکی استان خراسان رضوی و رفع موانع مطرح شده و صدور مجوز، از طریق اجاره تامین کرد که به طور میانگین هر یک از این ماشین‌آلات با سقف اجاره دوساله در مراحل تمدید، به ۲ میلیارد تومان تسهیلات بانکی نیاز دارد.

سخن پایانی

معادن خراسان رضوی ۲.۹ درصد از کل مساحت استان را تشکیل می‌دهند که شاخص‌ترین معادن استان، سنگ‌آهن خواف است که جزو ۱۰ معدن بزرگ سنگ آهن دنیا و بزرگترین معدن سنگ آهن ایران شناخته می‌شود. ذخایر مس در شهرستان‌های بردسکن و سبزوار، خاک‌های صنعتی در شهرستان‌های گناباد و تربت‌حیدریه، کرومیت در شهرستان‌های نیشابور، سبزوار و فریمان و سنگ‌های تزیینی به صورت پراکنده در نقاط مختلف استان از بهترین ذخایر معدنی خراسان رضوی است.

گزارش تصویری به‌مناسبت روز ملی فناوری اطلاعات

سود و زیان رستاخیز اطلاعاتی

آیدا فریدی: ۲۲ تیر در تقویم به‌عنوان روز ملی فناوری اطلاعات ثبت شده است. انتخاب این روز به‌دلیل همزمانی آن با زادروز محمدبن موسی خوارزمی، دانشمند شهیر ایرانی و پدر علم انفورماتیک و مبدع الگوریتم بوده است. این روز در راستای فرهنگ‌سازی و گفتمان‌سازی درباره فناوری اطلاعات در تقویم ثبت شده است. هر نوع پیشرفت و تغییر شکل سریع را می‌توان با عناوینی چون نوسازی، انقلاب، رستاخیز یا جنبش تعریف کرد. ما در مقدمه کوتاه گزارش تصویری پیش رو از ترکیب انقلاب اطلاعاتی استفاده کرده‌ایم؛ گزارشی که به‌بهانه ۲۲ تیر، روز ملی فناوری اطلاعات تهیه و تنظیم شده است؛ روزی که از پدیده «فناوری اطلاعات» به‌عنوان ساختاری نوین یاد می‌شود که حتی زیست روزمره انسان‌ها را تغییر داد. اما هر نوع پیشرفت به‌ویژه در حوزه فناوری مانند هر انقلاب و جهشی ابعاد، کارکردها و سود و زیان همزمان با خود می‌آورد. رفاه در زیست مدرن، اندوختن زمان، تسهیل در دریافت خدمات، خرید و فروش، فراهم شدن فرصت‌های بیشتر آموزشی، دسترسی تقریبی به جریان همگانی و آزاد اطلاعات؛ همه اینها ارمغان انقلاب اطلاعاتی به‌واسطه گسترده شدن دنیای فناوری است. اما موج عظیم پیشرفت فناوری اطلاعات و صدمه آن به بر خی کسب‌وکارهای سنتی که سال‌ها پیشه و دکان عده‌ای خاص بود را نمی‌شود کتمان کرد. انقلاب در ذات خود سود و زیان به همراه دارد. این یک مسئله، یک تز یا رساله اجتماعی است که در این کوتاه‌نوشته مجالی برای پرداختن به آن وجود ندارد. نمونه این اتفاق در شبکه بانکداری و انقلاب الکترونیک این بخش دیده می‌شود. تسهیل در امور بانکداری موجب رضایت مشتریان بانکی می‌شود و اگر امروزه از آنها بخواهند میان بانکداری سنتی و بانکداری الکترونیک یکی را برگزینند، بدون‌شک بانکداری الکترونیک انتخاب آنها خواهد بود. انقلاب در فناوری اطلاعات در خود سود و زیانی داشت که باعث ایجاد برخی مشاغل از طرفی و از سوی دیگر حذف برخی مشاغل شد. گزارش تصویری این شماره صمت با محوریت مشاغل فراموش‌شده گردآوری شده است.



























چهارشنبه
۲۱ تیر ۱۴۰۲- ۲۳ ذی‌الحجه ۱۴۴۴ - ۱۲ ژوئیه ۲۰۲۳- شماره ۲۳۵۸-پیاپی ۳۶۷۶

صمت
صنعت معدن تجارت

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

صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی و مطبوعاتی «صمت»

مدیرمسئول: عاطفه خسروی

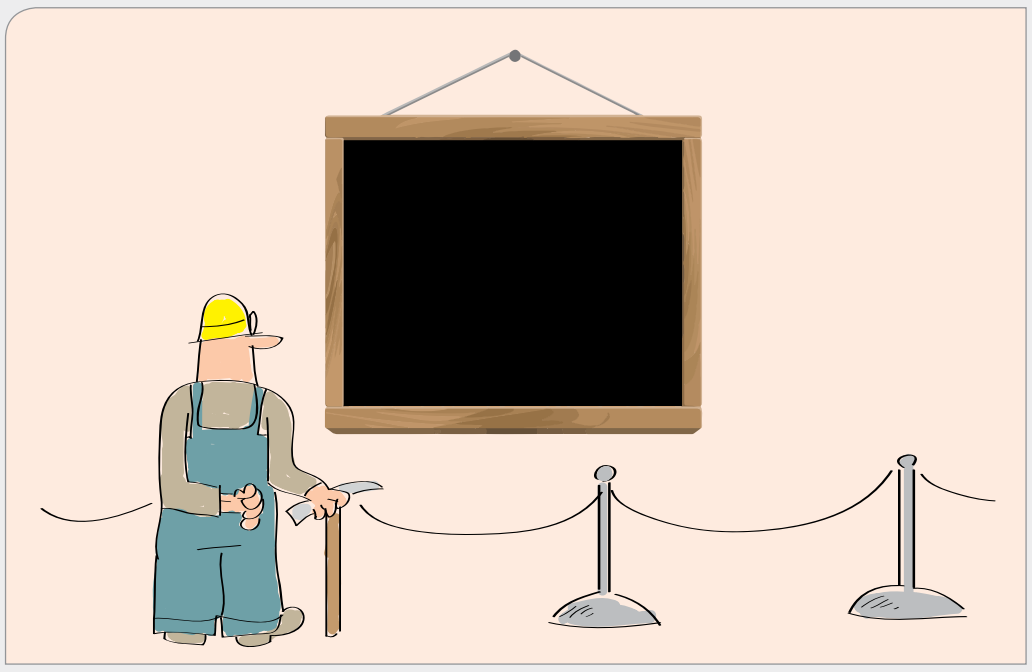
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۷۲۲۷۳۲ - ۰۹۹۹۹۱۹۵۷۶۱
ایمیل آگهی‌ها: ads.smtnews@gmil.com
تلفن: ۸۲۱۹۰ - نمابر:(داخلی-۱۰۴) پیامک: ۳۰۰۰۸۲۱۹۰
امور مشترکین: ۸۸۷۲۲۷۳۵ - روابط عمومی: ۸۸۱۰۵۳۰۹
توزیع و سازمان شهرستان‌ها: ۸۸۷۲۲۷۳۵
تهران، خیابان قائم‌مقام فراهانی - کوچه آزادگان شماره ۲۶ - کد پستی ۱۵۸۶۷۳۳۸۱۱
روابط عمومی: pr@smtnews.ir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

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

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

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

کارتون روز



بدون شرح

طرح: حسین علیزاده

دستاوردسازی اقتصادی به سبک دولت سیزدهم

داده‌ها چه می‌گویند؟

هر چند یکی از راهکارهای بهبود شاخص‌های اقتصادی، ایجاد جو روانی مثبت در جامعه و کنترل انتظارات تورمی است اما به‌طور قطع این اقدام با تحریف آمار و ارقام دولت‌های گذشته امکان‌پذیر نیست. تقریبا نیمی از عمر دولت سیزدهم می‌گذرد و دیگر برای سنجش عملکرد دولت زود نیست. نقطه کلیدی در تحلیل عملکرد دولت‌ها، مقوله اقتصاد است، از همین رو بر اساس عملکرد دولت در حوزه‌های غیراقتصادی و اقتصادی، باید به دستاوردها و چالش‌های آن پرداخت.

یک ماه دیگر نیمی از عمر دولت سیزدهم به پایان می‌رسد اما در این عمر رفته هرچند دولت توفیقاتی در تعدد رفت‌وآمدها با کشورهای همسایه داشته اما در تحقق وعده‌های مهم رئیس‌جمهوری از جمله کاهش تورم، ساخت سالانه یک میلیون مسکن در سال، مبارزه با فساد اقتصادی، از بین بردن فقر مطلق و... نه تنها دستاوردی حاصل نشد بلکه در مواردی از جمله وعده کاهش نرخ ارز، شاهد افزایش دو برابری نرخ دلار از زمان به‌دست گرفتن امور اداره کشور تا به امروز هستیم که به‌تبع آن قیمت‌ها در بازار خودرو، مسکن و سایر کالا و خدمات صعودی شد.

به گزارش ایلنا، در این شرایط، عده‌ای به دنبال این هستند با تحریف عملکرد دولت قبل، توجیهی برای برخی از ناکارآمدی‌ها در دو سال گذشته مطرح کنند که مصداق روشن آن انکار اعداد و ارقام و شاخص‌های اقتصادی در زمان تحویل اداره امور کشور در سال ۱۴۰۰ است.

به عبارت دیگر شاخص‌های اقتصادی واقعی کشور در زمانی که دولت دوازدهم کار به دولت فعلی سپرد، بیان نمی‌شود که از نمونه بارز آن ادعاهای دولت سیزدهم درباره افزایش نرخ رشد اقتصادی است.

■ نرخ رشد ۴ درصدی

فارغ از اینکه طبق گفته کارشناسان اقتصادی، اساسا نرخ رشد ۴ درصدی دستاوردی محسوب نمی‌شود چراکه ارزش اقتصادی ندارد و حاصل از افزایش سرمایه‌گذاری نیست اما دولت سیزدهم برای اینکه این عدد را به دستاورد تبدیل کند، دست به انکار اطلاعات درست از نرخ رشد اقتصادی در دولت گذشته زده است.

برخلاف گفته‌های دولت سیزدهم که اداره امور کشور را با نرخ رشد اقتصادی منفی تحویل گرفته، آمار رسمی کشور می‌گوید؛ در سه ماه اول سال ۱۴۰۰ رشد اقتصادی ۶.۹ درصد بوده و در مدت مشابه در سال ۱۴۰۱ این عدد ۴.۶ درصد بوده است یعنی آنچه که دولت سیزدهم در رشد اقتصادی ۴ درصدی دستاورد خود می‌داند کمتر از عملکرد دولت گذشته است.

■ رشد تشکیل سرمایه

از سوی دیگر رشد تشکیل سرمایه که دولت رئیسی مدعی است در دولت گذشته منفی بوده در سه ماه اول سال ۱۴۰۰ این عدد ۱۱.۳ درصد مثبت بوده و در مدت مشابه در سال ۱۴۰۱ سه دهم درصد بوده است. از دیگر ادعاهای دولت سیزدهم درباره مهار رشد نقدینگی است از این رو اطلاعات غیر واقعی به جامعه تزریق می‌کند اما واقعیت این است که پایه پولی از بهمن سال ۱۴۰۰ تا بهمن ۱۴۰۱ رقم ۲۲۸ هزار هزار میلیارد تومان اضافه شد یعنی رشد ۳۹ درصدی داشته است. همچنین در بهمن ۱۴۰۰ نقدینگی که ۴هزار و ۶۲۷ میلیارد تومان بود در بهمن ۱۴۰۱ به ۶۱۰۳ هزار میلیارد تومان افزایش یافت و بدهی دولت به بانکی مرکزی هم در این مدت از ۵۸۴هزار به ۷۱۶هزار میلیارد تومان افزایش پیدا کرد.

■ کنترل انتظارات تورمی

به‌واقع مهم‌ترین مولفه‌ای که طی سالیان اخیر، مد نظر مردم بوده و معیار ارزیابی دولت‌ها قلمداد می‌شود، عرصه اقتصاد است. دولت‌ها نیز بر همین اساس درصدد برنامه‌ریزی در عرصه اقتصاد برمی‌آیند. هرچند یکی از راهکارهای بهبود شاخص‌های اقتصادی، ایجاد جو روانی مثبت در جامعه و کنترل انتظارات تورمی است اما به‌طور قطع این اقدام با تحریف آمار و ارقام دولت‌های گذشته امکان‌پذیر نیست و نمی‌توان برای القا کردن بهبود فضای اقتصادی به جامعه دست به آمار و ارقام ثبت شده، زد و این اقدام جز ریزش بیشتر اعتماد مردم به دولت و مسئولان، دستاورد دیگری نخواهد داشت.

یادداشت

بساط سفته‌بازی جمع می‌شود؟



نوید قدوسی ـ کارشناس مسائل اقتصادی: تصویب قوانین و مقررات مالیاتی از مهم‌ترین وظایف مجلس هر کشور است، زیرا مالیات یکی از مهم‌ترین منابع درآمد دولت‌هاست. در کشور ایران نیز از دیرباز وصول مالیات انجام می‌شده، اما با تاسیس مجلس شورای ملی و تصویب قوانین مالیاتی متعدد رنگ قانونی و مشروع پیدا کرد. روند تصویب قوانین مالیاتی در ایران فراز و نشیب زیادی را طی کرد تا در نهایت با تصویب قانون مالیات‌های مستقیم در سال ۱۳۴۵ یک نظام به‌نسبت یکپارچه مالیاتی در ایران شکل گرفت.

امروز پرداخت مالیات از جمله وظایف هر شهروند تلقی می‌شود و باتوجه به گستره شمول آن و انواع مختلف مالیات، لازم است سازکارهای تشخیص هرچه بیشتر معرفی و شفاف‌سازی شود. تا مودیان مالیاتی هرچه بیشتر از حقوق و تکالیف خود مطلع شوند. این اطلاعات از طریق توضیح و تفسیر مقررات و بخشنامه‌ها و رویه‌های جاری میسر، موجب می‌شود تا مودیان هرچه بیشتر اقناع وجدانی شوند و به‌صورت داوطلبانه و بدون به کار بردن حربه‌های اجرایی مالیات خود را پرداخت کنند و از سوی دیگر، ماموران مالیاتی راحت‌تر مالیات را به حیطه وصول درآورند تا اینکه مالیات ماخوذه در راه پیشرفت و آبادانی کشور به کار رود.

طبق قوانین مالیاتی از اساس اخذ مالیات در محاسبه ۲ ساختار مالیات‌های تنظیمی و مالیات‌های درآمدی عملیاتی می‌شود. مالیات‌های درآمدی با نرخ کم تعیین می‌شوند و جنبه مشارکت عمومی در مخارج دولت دارند. مالیات‌های تنظیمی نیز جنبه تنظیم‌گری دارند. برای مثال، جریمه رانندگی یا مالیات‌هایی که در حوزه املاک با هدف کنترل بازار وضع می‌شود همانند مالیات بر خانه‌های خالی که جزو این دسته است. مالیات بر عایدی سرمایه البته می‌تواند هر دو نوع را در بر بگیرد. در واقع اگر ما چالشی که در ایران داریم و مالیاتی را بر راه تولیدکننده در کنار ریسک‌ها و چالش‌هایی که دارد، گذاشته‌ایم، اما از طرف دیگر فعالیت‌های بدون ریسکی وجود دارد که مالیاتی از آن اخذ نمی‌شود، به‌طبع مردم سرمایه‌های خود را به این سمت که اتفاقا غیرمولد هستند، می‌برند. حال ما اگر بخواهیم رفتار اصلاحی انجام دهیم، باید بگوییم حداقل به‌اندازه همان مالیات بر تولید از وی مالیات بگیریم تا اگر کسی بخواهد این کار را ادامه دهد، مشمول جریمه شود.

اگر قرار باشد به محصول تورم مالیات تعلق بگیرد، کمی غیرمنصفانه است. کشورهایی که این قانون را اجرا می‌کنند، تورم پایینی دارند و رشد نرخ دارایی در آنها به‌دلیلی غیر از تورم رخ می‌دهد. بنابراین، مالیات باید به آن بخش از دارایی‌ها تعلق گیرد که مازاد بر تورم است.

موضوع دیگری که باید به آن توجه شود، دوره نگهداری یک دارایی توسط افراد است که اگر مدت زمان نگهداری دارایی از یک حدی بالاتر باشد، معافیت مالیاتی یا کاهش نرخ مالیات برایش در نظر گرفته می‌شود تا مالیات بر عایدی سرمایه متوجه دارایی‌های مصرفی مردم نشود. باتوجه به اینکه غالبا ارزش این دارایی همگام با تورم پیش می‌رود، اگر قرار باشد مالیات از بخش تورمی گرفته شود، دیگر این دارایی‌ها خاصیت پوشش تورمی ندارند. در واقع، این قانون باید کمکی برای مهار تورم باشد تا بتواند دست دلالان و سفته‌بازان را از بازار کوتاه کند، نه اینکه خود به عاملی برای افزایش تورم تبدیل شود.

قانون مالیات بر عایدی سرمایه در گام نخست بر بازارهایی که دارای معاملات شفاف هستند، موثر خواهد بود که شامل بازارهای خودرو و مسکن می‌شود. بنابراین، در این بازارها می‌توان منتظر کاهش فعالیت‌های سفته‌بازانه بود.

باتوجه به اینکه بازار سرمایه معاف از مالیات بر عایدی است، پیش‌بینی می‌شود که اجرای قانون مالیات بر عایدی سرمایه بخشی از سرمایه‌های بازارهای خودرو و مسکن را راهی بازار سرمایه کند.

قانون مالیات بر عایدی سرمایه، قانونی است که در بسیاری از کشورهای دنیا اجرا می‌شود. هدف از اجرای این قانون، محدود کردن سفته‌بازی و ایجاد هزینه برای سفته‌بازان است. تفاوت مهم اجرای این قانون در ایران با کشورهای دیگر این است که در ایران، روند صعودی تورم وجود دارد؛ به‌طورطبیعی بازدهی دارایی‌ها در بسیاری از بخش‌ها ناشی از تورم است و به‌همین‌دلیل تا وقتی که مشکلات کلان اقتصادی حل نشوند، انگیزه برای سفته‌بازی و دلالی هم وجود خواهد داشت.

دریچه

سرنوشت فعالیت استارلینک در ایران

به دنبال پیگیری وزارت ارتباطات برای فعالیت قانونی اینترنت ماهواره‌ای در کشور، به تازگی اعلام شد که اتحادیه جهانی مخابرات استارلینک را به رعایت قوانین سرزمینی ایران ملزم کرده است.

به گزارش ایسنا، در تعریف اینترنت ماهواره‌ای گفته شده که امواج از طریق ماهواره ارسال می‌شود و کاربر برای دریافت آن باید از تجهیزات مخصوص آن یعنی دیش و دریافت‌کننده امواج استفاده کند. کارشناسان معتقدند اگر این نوع از اینترنت فراگیر شود، احتمال تولید تجهیزات آن با نرخ کمتر هم ممکن خواهد بود یا حتی سیم‌کارت‌هایی مانند آنچه در تلفن ماهواره‌ای استفاده می‌شود، تولید خواهد شد اما هنوز برای رسیدن به این مراحل زود است.

اما نکته قابل توجه این است اینترنت ماهواره‌ای بیشتر در شرایطی به کار می‌رود که دسترسی معمولی به اینترنت (کابلی، فیبر نوری، دایال-آپ و بی‌سیم) امکان‌پذیر نیست یا از کیفیت پایینی برخوردار است.

ماهواره می‌تواند با توجه به ویژگی‌های ذاتی خود همچون پایداری، انعطاف‌پذیری، تاخیر کم و تامین ظرفیت قابل ملاحظه و ارزان‌قیمت، کمک شایانی در کاهش شکاف دیجیتال در کشور و سیگنال‌رسانی به مناطق محروم و دورافتاده داشته و به‌عنوان بخش مهمی در لایه زیرساخت و خدمات پایه معماری شبکه اینترنت نقش‌آفرین است. در این راستا شرکت فضایی اسپیس‌ایکس پروژه اینترنت ماهواره‌ای «استارلینک» را در سال ۲۰۱۵ با هدف فراهم کردن پوشش گسترده اینترنت آغاز کرد.

در ایران مرکز ملی فضای مجازی در سال‌های گذشته، رویکرد خود را درباره منظومه‌های ماهواره‌ای اینگونه مطرح کرد که اپراتورهای ماهواره‌ای ملزم به فعالیت طبق معاهدات بین‌المللی در حوزه فضایی و اصول و مقررات سازمان ملل و اتحادیه‌های تخصصی مربوطه هستند و باید قوانین و مقررات ملی کشورها را برای حفظ استقلال و حاکمیت دولت‌ها در حوزه ارتباطات و صیانت از گذرگاه‌های رسمی تبادل اطلاعات را به منظور جلوگیری از هرج و مرج و مقابله با جرایم سایبری رعایت کنند.

در نهایت با گذشت زمان، با شروع پاییز در سال گذشته خبرهایی مبنی بر فعالیت اینترنت ماهواره‌ای منتشر شد؛ در واقع مدیرعامل این شرکت اعلام کرد نزدیک به ۱۰۰ استارلینک فعال در ایران دارد. ایران هم به موازات گسترش فعالیت اینترنت ماهواره‌ای در سایر کشورها موضع خود نسبت به این موضوع را اعلام کرده است.

در این راستا وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات درباره امکان فعالیت استارلینک در کشور گفته است که از فعال شدن اپراتورهایی که اینترنت ماهواره‌ای ارائه می‌دهند استقبال می‌کنند و درحال‌حاضر سه اپراتور هستند که اینترنت ماهواره‌ای را در نقاط دورافتاده روستایی ارائه می‌کنند.

او تاکید کرد طبق قواعد بین‌المللی هر اپراتور اینترنت ماهواره‌ای که بخواهد در قلمروی یک کشور سرویس ارائه کند باید قواعد سرزمینی آن کشور را رعایت کند. طبق گفته وی، این قواعد به همه این اپراتورها از جمله استارلینک ابلاغ شده است و اگر این قواعد را بپذیرند، از فعالیت آنها استقبال می‌کنند؛ در واقع ۳هزار روستا وجود دارد که هنوز به اینترنت متصل نیستند که با این اقدام می‌توان آنها را به اینترنت متصل کرد.

اما به تازگی با پیگیری‌های حقوقی بین‌المللی وزارت ارتباطات «استارلینک» ملزم به رعایت قوانین سرزمینی جمهوری اسلامی ایران شده است. درواقع اتحادیه جهانی مخابرات (ITU) اعلام کرد که ارائه خدمات از سوی استارلینک در مرزهای جمهوری اسلامی ایران به دلیل عدم رعایت قوانین سرزمینی، غیرمجاز است.

درباره جزئیات این اتفاق می‌توان گفت مطابق یکی از قطعنامه‌های ITU، ارائه خدمات از سوی یک شرکت خارجی در چارچوب مرزهای کشور دیگر منوط به دریافت مجوز از سوی آن کشور است که در بررسی‌های به عمل آمده مشخص شد استارلینک برای ارائه اینترنت ماهواره‌ای هیچ مجوزی را تاکنون از جمهوری اسلامی ایران دریافت نکرده است. بنابراین مصوبه اخیر اتحادیه بین‌المللی مخابرات زمینه را برای فعالیت قانونی استارلینک در ایران فراهم می‌کند.

خط و ربط

روابط عمومی در ایران؛ مرده یا دل مرده!



منوچهر محمدشمیرانی - کارشناس روابط‌عمومی: چند سالی است که هر از گاهی، حرفی از زنده بودن یا مرده بودن روابط عمومی در ایران پیش می‌آید و به استناد شواهد و قرائنی از شرایط و وضعیت روابط عمومی‌ها و نحوه عملکرد آنان، این نتیجه حاصل می‌شود که با توجه به عدم استفاده از افراد کاردان و تحصیل‌کرده رشته روابط عمومی و ناآشنایی مدیران با ظرفیت‌ها و کارکردهای روابط عمومی در راستای پاسخگویی به مخاطبان و رسیدن به اهداف سازمان، روابط عمومی کشورمان را در حال موت به‌حساب می‌آورند که با دستگاه اکسیژن نفس می‌کشد و حتی، حرکت‌های محدودی هم، که هر از گاهی، یکی از روابط عمومی‌ها به انجام می‌رساند را، جرقه‌ای زودگذر و گذرا توصیف می‌کنند.

■ لزوم همگامی با تحولات

بدون شک، هر پدیده‌ای در جهان، اگر نتواند یا نخواهد و یا نگذارند خودش را با شرایط روز جهان وفق دهد و همپا و همگام تغییرات و تحولات پیش رود به سکون و رکود، دچار شده و پس از آن، درجا زده و پس رفت خواهد کرد و آن گاه است که می‌توان گفت روابط عمومی، سقوط کرده و ناقوس مرگش به صدا درآمده است.

حال، باید دید شرایط روابط عمومی کشور، در چه وضعیتی است؟ آیا، کار از کار گذشته است و با اکسیژن که هیچ، با دم مسیحایی هم نمی‌توان روابط عمومی کشور را، دوباره به صحنه بازگرداند؟ و یا هنوز، جان و رمقی دارد و می‌توان نسخه‌ای برایش پیچید و نجاتش داد تا دوباره، بر روی ریل خدمتگزاری و پاسخگویی به مردم قرار گیرد؟!

تاسیس دانشکده علوم ارتباطات اجتماعی در سال ۱۳۴۶ توسط دکتر مصطفی مصباح زاده و زحمت‌های دکتر حمید نطقی رئیس گروه روابط عمومی این دانشکده (و پدر روابط عمومی ایران) برای شکل‌گیری و افزایش توان و شناخت دانش جویان علاقه‌مند به روابط عمومی و ادامه این مسیر تاکنون (هر چند با فراز و نشیب‌های زیاد)، ظرفیت و بنیه قابل توجهی از تحصیلکرده‌های این رشته را فراهم کرده است که در صورت استفاده از آنان در مجموعه سازمان‌ها و ادارات و شرکت‌ها و وزارتخانه‌ها، به جرات می‌توان گفت حال و روز روابط عمومی کشورمان، جور دیگری بود!

■ ناآشنایی مدیران با روابط عمومی

از سوی دیگر، نقص مشخص و بارزی که در دهه‌های اخیر در سطح کشورمان به چشم می‌خورد ناآشنایی و یا کم آشنایی مدیران ارشد کشور، با روابط عمومی و کارکردهای آن، در جهت پاسخگویی و جلب رضایت مخاطبان و دسترسی سریع‌تر و بهتر به اهداف سازمانی است.

در این میان، شاید اگر نهادی مانند وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با همکاری انجمن‌های موجود روابط عمومی، دست به چنین کاری می‌زدند و مدیران تصمیم‌گیرنده بالای کشور را با ظرفیت‌های روابط عمومی آشنا می‌کردند شرایط، شکل دیگری پیدا می‌کرد و روزگار روابط عمومی‌ها و سازمان‌ها - و در یک کلام، کشورمان - جور دیگری بود.

زمانی که مدیر و رئیس و وزیری، به‌جای استفاده از یک فرد تحصیلکرده و کاردان در جایگاه روابط عمومی، شخصی را به استناد و اتکای آشنایی شخصی و یا معرفی از جای دیگر، در جایگاه روابط عمومی می‌نشاند و انتظار دارد سازمان و مخاطبان را نادیده گرفته، شخص او را بزرگ کرده و در کانون توجه قرار دهد طبیعی است به‌جای کار اصولی روابط عمومی و فعالیت‌های ارتباطی به معنای واقعی، شاهد تلاش برای جلب‌توجه شخص رئیس، تمرکز بر حرف‌ها و کارهای او و بی‌توجهی به وظیفه اطلاع‌رسانی صحیح و عدم طرفداری از خواسته‌های مردم و مخاطبان سازمان خواهیم بود.

■ نتایج منفی دوری از مخاطب

به همین دلیل، در شرایطی که در جهان، تمامی تلاش‌ها و برنامه‌ریزی‌ها، معطوف به رسیدگی به خواسته‌های مخاطبان و جلب‌توجه آنان است در کشور ما، در برنامه‌ریزی بسیاری از واحدهای روابط عمومی سازمان‌ها، مخاطب و خواسته‌های او و حرف‌های او، محلی از اعراب ندارد و توجهی به آن نمی‌شود.

ای کاش، کارشناسان مورد وثوق و اطمینان دستگاه‌ها، در خصوص بحران‌های گوناگون اجتماعی، سیاسی و اقتصادی سال‌های اخیر، دست به یک آسیب‌شناسی همه‌جانبه می‌زدند تا دریابند در صورت وجود افراد مطلع و متخصص در روابط عمومی‌ها و آشنایی مدیران با اهمیت روابط عمومی، بسیاری از مشکلات و بحران‌های چند سال اخیر، یا به وجود نمی‌آمد و یا، شدت کمتری داشت.

به هر حال، چیزی که مشخص است با بها ندادن به روابط عمومی، عدم به کارگیری متخصصان در جایگاه روابط عمومی، انتظارهای نادرست از روابط عمومی برای پوشاندن اشتباه مدیران و به عبارتی مجبور کردن روابط عمومی به» بزک «اقدامات مدیر و سازمان برای عرضه به مخاطبان، می‌توان گفت روابط عمومی در ایران، بیشتر «دل مرده» است که در جایگاه اصلی خود قرار ندارد و نمی‌تواند کارکردهای واقعی خویش را برای بهتر شدن وضع جامعه استفاده نماید.از این رو، بیشتر احتیاج به فضای مناسب، برای فعالیت و شناخت نیازهای مخاطبان و ارائه مشورت برای تصمیم‌گیری مدیران دارد.

فناوری

رقابت تنگاتنگ تردز با توییتر

اپلیکیشن «تردز» اینستاگرام که مبتنی بر متن است، ظرف مدت ۵ روز از زمان عرضه، موفق شد ۱۰۰ میلیون کاربر را جذب کند.

به گزارش ایسنا، این اپلیکیشن که به‌عنوان رقیب توییتر شناخته می‌شود، چهارشنبه گذشته عرضه شد. مارک زاکربرگ، مدیرعامل شرکت متا پلتفرم (شرکت مادر اینستاگرام) در نخستین روز عرضه این اپلیکیشن گفت: در ۲ ساعت اول، ۲میلیون نفر و در مدت ۴ ساعت، ۵میلیون نفر و در مدت ۷ ساعت، ۱۰ میلیون نفر به «تردز» پیوستند. صبح روز بعد، مدیرعامل متا اعلام کرد بیش از ۳۰ میلیون نفر عضو اپلیکیشن جدید شده‌اند.

تاکنون، چت ربات چت‌جی‌پی‌تی شرکت OpenAI رکورددار جذب کاربر بود و در ۴۰ روز نخست عرضه، به ۱۰ میلیون کاربر روزانه و در حدود ۲ ماه پس از آغاز عرضه، به نقطه عطف ۱۰۰ میلیون کاربر ماهانه رسیده است. با توجه به اینکه «تردز» در ماه نخست عرضه است، این اپلیکیشن به رکورد ۱۰۰ میلیون کاربر فعال ماهانه رسیده است و اکنون، حفظ کاربران در این پلتفرم، چالش اصلی خواهد بود.

درحالی‌که بسیاری از افراد تلاش می‌کنند پلتفرم شبکه اجتماعی متنی متا را امتحان کنند، این اپلیکیشن بعضی از ویژگی‌ها را ندارد. به‌خصوص از پروتکل «اکتیویتی پاب» که در شبکه‌های اجتماعی غیرمتمرکز استفاده می‌شود، پشتیبانی نمی‌کند. متا اعلام کرده است سرگرم کار روی این مسئله است اما تا زمان افزوده شدن این پشتیبانی، این اپلیکیشن بخشی از اپلیکیشن‌های غیرمتمرکز نخواهد بود.

بر اساس گزارش وب‌سایت تک کرانچ، بعلاوه، این اپلیکیشن رابط کاربری وب فقط خواندنی دارد و از جست‌وجوی پست، پیام مستقیم، هشتگ پشتیبانی نکرده و فید دنبال کننده، ندارد.