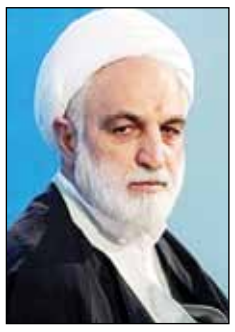
اولین روزنامه سهامداری ایران (خبرنگاران و کارکنان)

صمت
صنعت معدن تجارت

پنجشنبه
• ۳۱ تیر ۱۴۰۰
• ۱۱ ذی‌الحجه ۱۴۴۲
• ۲۲ ژوئیه ۲۰۲۱

• سال سی‌ویکم دوره جدید شماره ۱۸۴۴ • پیاپی ۳۱۶۲ • ۴ صفحه • قیمت: ۲۰۰۰ تومان

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



پیگیری مشکل آب خوزستان از سوی دادستانی کل و سازمان بازرسی

رئیس قوه قضاییه گفت: در برخی بخش‌های بازار نابسامانی‌هایی وجود دارد و در این شرایط که مردم زیر فشار دشمن هستند، برخی بی‌تدبیری‌ها و کم تدبیری‌ها هم اضافه شده است. انصاف نیست بازار و گرانفروشی‌هایی که وجود دارد را رها کنیم و اجازه دهیم افراد فرصت طلب هم با فشار مضاعف به مردم سودجویی کنند. محسنی اژه‌ای با تقدیر از سفر هیات ویژه بررسی مشکلات آب مردم خوزستان به این استان اظهار کرد: بررسی مشکلات آبی خوزستان و ارائه گزارش آن به دولت کار لازمی بود. اگرچه دیر انجام شد، اما پیگیری‌ها نباید محدود به یک سفر و یک گزارش شود. ۲

آمار مرگ و میر ناشی از کرونا دوباره اوج گرفت

شرایط کرونایی کشور در مرز فاجعه

گزارش‌های میدانی و آمارهای وزارت بهداشت نشان می‌دهد شرایط کرونایی کشور در مرز بحران قرار دارد و اگر نخواهیم نسبت به رعایت پروتکل‌ها جدی باشیم، باید منتظر فاجعه در پیک پنجم کرونا باشیم. با نگاهی به وضعیت بیمارستان‌ها به خصوص در کلانشهر تهران، می‌توان متوجه عمق فاجعه کرونایی شد. آن طور که مسئولان بیمارستان امام خمینی (ره) به عنوان بزرگ‌ترین مرکز درمانی کشور عنوان می‌کنند هر شب دو بخش به تعداد بخش‌های کرونایی افزوده می‌شود تا بتوانند پاسخگوی مراجعان کرونایی باشند. در همین حال، سیما سادات لاری، سخنگوی وزارت بهداشت، از افزایش ۱۸.۵ درصد مرگ‌های کرونایی در پیک پنجم خبر داده و گفته است که میزان بستری‌های کرونایی با افزایش ۳۵ درصدی مواجه شده است. تمامی این آمار و ارقام می‌تواند هشداری برای مواجه شدن با فاجعه‌ای ناگوار باشد، اگر نخواهیم نسبت به رعایت پروتکل‌ها و دستورالعمل‌های بهداشتی جدی باشیم. آن طور که سخنگوی ستاد ملی مقابله با کرونا عنوان داشته است، میزان رعایت پروتکل‌ها به طرز بی‌سابقه‌ای کاهش یافته و به عدد ۴۸ درصد رسیده است. ۲



عکس: آیدا فریدی

بررسی میزان توجه به آمایش سرزمین در جانمایی مراکز صنعتی خدماتی

چیدمان صنایع استاندارد نیست

۴

سرمقاله



توجه به محیط‌زیست در آمایش سرزمین

۲

یادداشت‌های امروز



مهاجرت معکوس دستاورد آمایش سرزمین

۳



چیدمان صنعتی و بهره‌وری تولید

۴



آمایش سرزمین و اصلاح ساختار بودجه

۴

گزارش روز

«آمایش» حلقه مفقوده توسعه تجاری

یکی از سوالات اساسی که همیشه برای دولت‌ها مطرح بوده این است که چه زیرساخت‌هایی باید ایجاد، تقویت، تکمیل و یکپارچه شود و مدیریت و بهره‌برداری از آنها به چه طریقی باشد تا تولیدکننده از مزایای حداکثری تولید و تجارت محصولات خود برخوردار شود. در عین حال این موضوع نیز بسیار حائز اهمیت است که تولیدکنندگان خارجی نیز راغب به استفاده از امکانات لجستیکی و تجاری کشور شوند و از آن به‌عنوان یک مرکز واسطه ترانزیتی برای کالاهای صادراتی خود استفاده کنند. این پرسش‌ها درواقع دربرگیرنده اهداف آمایش سرزمین در حوزه تجارت و آمایش تجاری هستند و مشخص می‌کنند که ما در آمایش سرزمین و تجاری به‌دنبال چه اهدافی هستیم. در کشور ما نیز موضوع آمایش سرزمین سال‌هاست مورد توجه بوده اما در سال‌های گذشته کمتر شاهد اثری از آمایش سرزمین در تجارت بوده‌ایم.

۳

نوبت دوم

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای

شماره: ۵۲۴۳۵۴۷۳

شرکت فولاد خوزستان «سهامی عام»

مناقصه‌گزار: شرکت فولاد خوزستان
شرح مناقصه: عملیات خنک‌سازی و پاکسازی و انتقال سرباره
نوع مناقصه: عمومی یک‌مرحله‌ای
مدت زمان: ۳سال
مهلت اعلام آمادگی: تا پایان وقت اداری روز پنجشنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۵/۰۷ (با ارسال ایمیل به نشانی زیر)
داوطلبان شرکت در مناقصه با مراجعه به وب‌سایت pim.ksc.ir ضمن ثبت‌نام و درج کلیه اطلاعات عمومی و تکمیلی خود، مستندات و مدارک لازم خود را پیوست نمایند.
دریافت اسناد مناقصه (پس از تائید کمیته ارزیابی تامین کنندگان) از تاریخ ۱۴۰۰/۰۵/۱۲ به مدت دو روز در قبال واریز مبلغ ۵۰۰،۰۰۰ ریال (غیرقابل استرداد) به صورت آنلاین از طریق آدرس pim.ksc.ir (پس از ورود به سیستم با نام کاربری و رمز عبور/ منوی مناقصات/ عملیات/ خرید اسناد تخصصی)
دریافت الکترونیک فایل اسناد تخصصی مناقصه از طریق آدرس pim.ksc.ir (پس از ورود به سیستم با نام کاربری و رمز عبور/ منوی مناقصات/ عملیات/ اسناد تخصصی)
تاریخ تحویل پیشنهادات: روز دوشنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۵/۲۵
تاریخ گشایش پاکات پیشنهاد قیمت/ فنی: روز سه‌شنبه مورخ ۱۴۰۰/۰۵/۲۶
مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: ۴۹.۵۰۰.۰۰۰.۰۰۰ ریال
نوع تضمین: ۱) ضمانتنامه معتبر بانکی ۲) چک تضمینی و یا واریز مبلغ در وجه شرکت فولاد خوزستان ۳) انجام بلوکه مالی از مطالبات شرکت‌کننده نزد فولاد خوزستان
نشانی شرکت: اهواز- کیلومتر ۱۰ جاده اهواز بندر امام، شرکت فولاد خوزستان. **مدیریت:** خرید خدمات و قراردادها
تلفن: ۳۲۱۳-۶۴۳۵-۰۶۱ **ایمیل:** KO.NARIMANI@KSC.IR
روابط عمومی شرکت فولاد خوزستان
تاریخ انتشار نوبت اول: ۱۴۰۰/۰۴/۲۹ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۱۴۰۰/۰۴/۳۱



در محک عشق مرز ندارد

کودکان مبتلا به سرطان از هر خطه و با هر زبان و فرهنگی فرزند محک‌اند.

این سقف ۳۰ سال است برای آسایش آنها و خانواده‌هایشان در سراسر ایران بنا شده است. محک تا امروز بیش از ۳۵ هزار فرزند از شهرهای مختلف را حمایت کرده، دغدغه هزینه دارو و درمانشان را داشته و تلاش کرده سختی‌های درمان کودک بودن را از یادشان نبرد.

در محک عشق حد و مرزی نمی‌شناسد و اینجا با تمام فرزندانمان از هر جغرافیا و با هر قومیت، با یک زبان حرف می‌زنیم: زبان عشق

یاوران عزیز، در هرگوشه‌ای از ایران عزیزمان که زندگی می‌کنید، برای حمایت از فرزندان کوچک محک از سراسر کشور، همراهمان بمانید.

روش‌های حمایت از کودکان محک:
شماره کارت: ۶۰۳۷-۹۹۱۱-۹۹۵۰-۰۵۹۰
گزینه نیکوکاری اپلیکیشن آپ ۰۲۱ - ۲۳۵۴۰

از اینکه به پیام ما توجه می‌کنید، سپاسگزاریم.

۳۰ سالگی
درمحک، عشق سی ساله شد



سرمقاله

توجه به محیط‌زیست در آمایش سرزمین



شهرام شیرکوند
پژوهشگر و مشاور صنعت

در عصر کنونی بازاریابی براساس برخی ملاحظات محیطی و اجتماعی به‌عنوان یکی از مهم‌ترین فعالیت‌های شرکت‌های تولید کالا و خدمات مطرح است و یکی از حیطه‌های بازاریابی که در مسائل زیست‌محیطی مباحث زیادی به آن اختصاص یافته، بازاریابی سبز یا بازاریابی اجتماعی است. بازاریابی سبز به‌معنای بازاریابی برای کالاها و خدماتی است که استفاده از آنها از نظر سازگاری با محیط‌زیست مطلوب‌تر است. «راسبی گازیر» معتقد است در بازاریابی، اطلاعات تنها به‌عنوان مبنایی برای اتخاذ تصمیمات بهتر نیست، بلکه یک دارایی ارزشمند است که از نظر استراتژیک می‌تواند مزایای رقابتی به‌بار آورد. در شرایطی که تولید محصول، عرضه آن و خدمات پس از فروش معیار اندازه‌گیری میزان توسعه‌یافتگی اقتصادی یک کشور به‌شمار می‌رود، عنصری نقش حیاتی دارد که پایداری این روند را تضمین کند که این عنصر به‌طور حتم مصرف‌کننده است که حق انتخاب دارد؛ از این رو گزینه‌هایی که برای انتخاب پیش روی مشتری قرار دارند و براساس آنها یکی را بر دیگری مقدم می‌دارد، بسیار تعیین‌کننده هستند. کارشناسان معتقدند «مفهوم بازاریابی سبز یک فرآیند تجاری است که نگرانی مصرف‌کنندگان را با حفظ و نگهداری محیط طبیعی در نظر می‌گیرد.» البته بازاریابی سبز در توسعه و بهبود روش‌های قیمت‌گذاری، ارتقا و توزیع محصولاتی کاربرد دارد که به محیط زیان نمی‌رسانند. سالمون و استوارت بازاریابی سبز را چنین تعریف می‌کنند: «یک استراتژی بازاریابی که از طریق ایجاد مزایای قابل‌تشخیص محیطی براساس آنچه مشتری انتظار دارد از محیط‌زیست حمایت می‌کند.» تحقیق و مطالعه پیرامون رفتار مصرف‌کننده سبز از سال‌های ۱۹۷۱ میلادی به‌عنوان یک موضوع اساسی موردتوجه برنامه‌ریزان بازاریابی قرار گرفت و از دهه ۱۹۸۰ میلادی به‌شکلی گسترده در برنامه‌ریزی سازمان‌ها و رفتار خرید مصرف‌کنندگان اثرگذار بوده است. در جوامع پیشرفته و در حال توسعه نیز علاقه روزافزون به محیط‌زیست موجب توجه بسیاری از شرکت‌ها و سازمان‌ها به مفاهیم سبز به‌عنوان منبع اصلی تغییر استراتژیک شده است. هرچند بسیاری از تولیدکنندگان با تولید محصولات دوستدار طبیعت و محیط‌زیست در پی کسب مشروعیت اجتماعی هستند اما مصرف‌کنندگان به‌دنبال تاثیرگذاری در بینش جامعه به مسائل محیط‌زیست هستند. به این لحاظ در چند سال اخیر نگرانی‌هایی درباره وضعیت محیط‌زیست میان صاحب‌نظران حوزه‌های مختلف علمی مطرح شده که پژوهشگران و متخصصان بازاریابی نیز در جهت کاهش این نگرانی تلاش کرده‌اند و این امر منجر به پیدایش مفهوم جدیدی از بازاریابی با عنوان «بازاریابی سبز» شده است. بازاریابی سبز یا بازاریابی پایدار در واقع روندی است که اکنون در کشورهای در حال توسعه نیز مورد اقبال تولیدکنندگان و دولت‌ها قرار گرفته است. در واقع مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها در برابر مسائل زیست‌محیطی یا بازاریابی سبز تبدیل به یکی از استراتژی‌های شرکت‌ها در بازار رقابتی امروز شده است. بازاریابی سبز به‌طور معمول در ۳ سطح استراتژیک، شبه‌استراتژیک و تاکتیکی اتفاق می‌افتد. در سبز شدن استراتژیک، تغییرات زیربنایی استراتژیک در فلسفه شرکت به‌وجود می‌آید. سبز شدن شبه‌استراتژیک شامل تغییرات اساسی شیوه و راه و رسم سازمان‌های تجاری است و در سبز شدن تاکتیکی بعضی از فعالیت‌های وظیفه‌ای مانند ارتقا و ترفیعات، سبز می‌شود. البته فعالیت‌های زیست‌محیطی اغلب در همه معیارهای شرکت نمی‌گنجد. همچنین بیشتر سازمان‌ها و شرکت‌ها از معیارهای سنتی کسب‌وکار برای سنجش و ارزیابی میزان موفقیت نوآوری‌های سبز بهره می‌گیرند. هرچند هر سازمان یا شرکتی برای توسعه بازار از یک استراتژی بازاریابی خاص استفاده می‌کند اما استراتژی 4p بازاریابی سبز همان آمیخته‌های مرسوم بازاریابی هستند و چالش بازاریابان برای تبلیغات تولیدات سبز، استفاده خلاقانه از 4p است که برای بازاریابی این نوع محصولات و خدمات ۳ نوع تبلیغ سبز مورد توجه است: الف) تبلیغی که نشانگر ارتباط میان محصولات، خدمات و محیط‌زیست است. ب) تبلیغی که به‌وسیله برجسته‌سازی یک محصول یا خدمت، سبک و شیوه زندگی سبز را ترویج می‌کند. ج) تبلیغی که تصویر مثبتی از شرکت درباره مسئولیت زیست‌محیطی و اجتماعی شرکت تولیدکننده ارائه می‌کند. امروزه مسائل زیست‌محیطی از حوزه‌های اجتماعی و کسب‌وکار جدایی‌ناپذیر است؛ به این معنی که کسب‌وکار سبز، روش کسب‌وکار در هزاره سوم خواهد بود. موضوع کسب‌وکار سبز و توسعه پایدار، از حیث استراتژی سازمانی، مسئله‌ای است که تا حد زیادی در بیانیه‌های مدیریت کیفیت، تعالی سازمانی، همچنین مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نمود می‌یابد؛ به‌عبارتی بازاریابی سبز یک فرآیند اجتماعی است که افراد جامعه و گروه‌های مختلف در حوزه کسب‌وکار از طریق فرآیند مبادله کالا و ارزش آنها، نیازهای‌شان را با یک شیوه اخلاقی که به لحاظ محیط‌زیست زیانبار نباشد تامین می‌کنند و از آنجا که منابع زیست‌محیطی در هر کشور محدود بوده و توسعه این منابع در کوتاه‌مدت امکان‌پذیر نیست و گاهی حتی غیرممکن است، مسائل زیست‌محیطی بر امنیت ملی کشورها تاثیرگذار است و به تبع کشورهایی امنیت بیشتر دارند که معضلات زیست‌محیطی کمتری دارند و در مناقشات زیست‌محیطی منطقه‌ای و جهانی درگیر نیستند.

آمار مرگ و میر ناشی از کرونا دوباره اوج گرفت

شرایط کرونایی کشور در مرز فاجعه



اگر واکسیناسیون به موقع انجام نشود شاهد خیزهای مجدد کرونا خواهیم بود

گزارش‌های میدانی و آمارهای وزارت بهداشت نشان می‌دهد که شرایط کرونایی کشور در مرز بحران قرار دارد و اگر نخواهیم نسبت به رعایت پروتکل‌ها جدی باشیم، باید منتظر فاجعه در پیک پنجم کرونا باشیم.

به گزارش مهر، با نگاهی به وضعیت بیمارستان‌ها به خصوص در کلانشهر تهران، می‌توان متوجه عمق فاجعه کرونایی شد. آن طور که مسئولان بیمارستان امام خمینی (ره) به عنوان بزرگ‌ترین مرکز درمانی کشور عنوان می‌کنند هر شب دو بخش به تعداد بخش‌های کرونایی افزوده می‌شود تا بتوانند پاسخگوی مراجعان کرونایی باشند. در همین حال، سیما سادات لاری سخنگوی وزارت بهداشت، از افزایش ۱۸.۵ درصد مرگ‌های کرونایی در پیک پنجم خبر داده و گفته است که میزان بستری‌های کرونایی با افزایش ۳۵ درصدی مواجه شده است.

تمامی این آمار و ارقام می‌تواند هشداری برای مواجه شدن با فاجعه‌ای ناگوار باشد، اگر نخواهیم نسبت به رعایت پروتکل‌ها و دستورالعمل‌های بهداشتی جدی باشیم.

آن طور که سخنگوی ستاد ملی مقابله با کرونا عنوان داشته است، میزان رعایت پروتکل‌ها به طرز بی‌سابقه‌ای کاهش یافته و به عدد ۴۸ درصد رسیده است. یعنی اینکه ۵۲ درصد مردم به این نتیجه رسیده‌اند که کرونا وجود ندارد و این خیلی خطرناک است. زیرا، همین ۵۲ درصد می‌توانند زحمات ۴۸ درصد افرادی که پروتکل‌ها را رعایت می‌کنند، به باد بدهند.

آمارهای تکان‌دهنده از رهاسازی پروتکل‌ها

بر اساس اعلام معاونت بهداشت وزارت بهداشت، میانگین رعایت پروتکل‌های بهداشتی در اماکن عمومی استان‌های کشور از ۱۶ تا ۲۳ تیر ۱۴۰۰ بالغ بر ۴۷.۹۵ درصد بوده است. همچنین میانگین رعایت بهداشت فردی مناسب در اماکن عمومی استان‌ها، ۵۰.۸۹ درصد بوده است. در عین حال میانگین رعایت تهویه مناسب در اماکن عمومی استان‌ها ۵۰.۴۲ درصد بوده است.

میانگین درصد موارد استفاده از ماسک در اماکن عمومی از ۱۶ تا ۲۳ تیر ۱۴۰۰ فقط ۴۷.۹۵ درصد بوده است. همچنین میانگین درصد رعایت پروتکل فاصله‌گذاری در اماکن عمومی کشور ۴۸.۴۱ درصد بوده است.

طبق اعلام معاونت بهداشت وزارت بهداشت بر اساس اقدامات ناشی از تشدید بازرسی‌ها از ۱۶ تا ۲۳ تیر ۱۴۰۰، از تعداد ۳ میلیون و ۵۷۷ هزار و ۸۰۷ مراکز تهیه، توزیع و عرضه و فروش مواد غذایی، اماکن عمومی و واحدهای کارگاهی تحت پوشش، ۲۵۲۲۳۱ مرکز مورد بازرسی قرار گرفته‌اند. همچنین طی این مدت، تعداد ۳۲۰۲۴ مرکز از مراکز تهیه، توزیع، عرضه و فروش مواد غذایی، اماکن عمومی و واحدهای کارگاهی اخطار گرفته و به مراجع قضائی معرفی شده‌اند و ۱۷۲۸ مرکز از این مراکز نیز پلمب شده‌اند.

باید توجه کرد که از ۱۶ تا ۲۳ تیر ۱۴۰۰ به ترتیب سوپرمارکت و خواروبار فروشی، نانوایی‌ها و رستوران‌ها رتبه‌های اول تا سوم دریافت اخطار و معرفی به مراجع قضائی را در میان اماکن عمومی را به خود اختصاص داده‌اند و بعد از آن فروشگاه‌های زنجیره‌ای، بانک‌ها، مطب‌ها، ادارات و سازمان‌ها، مراکز ورزشی، پیشخوان و پلیس +۱۰، آرامستان‌ها، داروخانه‌ها، تالارهای پذیرایی، پاساژها، پایانه‌های مسافربری درون شهری و اماکن متبرکه و مساجد قرار دارند.

افزایش مرگ‌های کرونایی



سیما سادات لاری سخنگوی وزارت بهداشت، با عنوان این مطلب که در یک هفته اخیر تعداد بیماران سرپایی کووید ۱۹ در کشور با افزایش ۲۵ درصدی مواجه بوده است، گفت: متأسفانه با افزایش ۳۵ درصدی تعداد بیماران بستری و افزایش ۱۸.۵ درصدی تعداد فوتی‌های کرونا مواجه هستیم.

وی ادامه داد: در هفته گذشته استان‌های ایلام، کرمان، یزد، مازندران و هرمزگان به ترتیب دارای بالاترین میزان بروز موارد بستری مثبت در کشور بودند. همچنین استان‌های سیستان و بلوچستان، یزد، هرمزگان و البرز به ترتیب دارای بالاترین میزان بروز موارد مرگ و میر ناشی از کووید ۱۹ بودند.

لاری افزود: کاهش میزان عمل به توصیه‌های بهداشتی در کشور در حال حاضر در طول ماه‌های اخیر بی‌سابقه بوده و هم اکنون به ۴۸ درصد رسیده و استان‌های گیلان، البرز، یزد، کرمان، فارس، هرمزگان و سیستان و بلوچستان دارای پایین‌ترین میزان عمل به دستورالعمل‌های بهداشتی در کشور هستند.

آمار واردات واکسن



واردات واکسن خارجی در ایران براساس آخرین آمار ارائه شده از سوی گمرک به ۱۲.۱ میلیون دز واکسن رسیده است.

معاون فنی و امور گمرکی در نامه‌ای اعلام‌کرد: بیش از ۱۲ میلیون دز واکسن کرونا در ۶ ماه گذشته به کشور وارد شده است.مهرداد جمالی ارونقی در نامه‌ای به محمدرضا شانه‌ساز، معاون وزیر بهداشت اعلام‌کرد: از ۱۵ بهمن ماه سال ۹۹ تا ۲۷ تیرماه امسال ۱۲ میلیون و ۱۲۲ هزار و ۲۰۰ دز واکسن کرونا در ۲۳ محموله از طریق گمرک فرودگاه امام خمینی(ره) وارد کشور شده و پس از انجام فوری تشریفات گمرکی تحویل نمایندگان وزارت بهداشت شده است.

او افزود: تا تاریخ اعلام شده ۹۲۰ هزار دز واکسن روسی اسپوتنیک، یک میلیون و ۶۵۰ هزار دز واکسن چینی، ۱۲۵ هزار دوز واکسن هندی، هفت میلیون و ۲۷۴ هزار و ۴۰۰ دز واکسن خارجی و ۲ میلیون و ۱۵۲ هزار و ۸۰۰ دوز واکسن کواکس وارد کشور شده است.

چقدر واکسن کرونا تزریق شده است؟



در همین حال کیانوش جهانپور، سخنگوی سازمان غذاودارو در آخرین آمار ارائه شده در مورد مجموع واکسن‌های تحویلی به وزارت بهداشت اعلام کرده تاکنون بیش از ۱۳ میلیون دوز واکسن وارداتی و ایرانی (تولید داخل) به وزارت بهداشت تحویل شده است.

به این ترتیب می‌توان گفت ۱۲ میلیون و ۱۲۲ هزار و ۲۰۰ دز واکسن کرونا واکسن وارداتی و ۷۰۰هزار دوز واکسن کووبرکت تا ۷ روز قبل تحویل وزارت بهداشت شده است که حدود ۱۲ میلیون و ۸۰۰هزار دز واکسن را شامل می‌شود و احتمالا فاصله باقی مانده بین آمار نیز به باقی واکسن‌های تحویلی کووبرکت در این ۷ روز اختصاص دارد.

به گفته جهانپور، از این تعداد واکسن تحویل شده، تا امروز ۲۷ تیرماه ۱۴۰۰، جمعا ۸ میلیون و ۴۴۸هزار و ۷۰ دوز واکسن در سراسر کشور تزریق شده است.

آمار واکسیناسیون کرونا به تفکیک واکسن مورد استفاده تا ۲۷ تیرماه ۱۴۰۰ به شرح زیر است:

اسپوتنیک روسیه نوبت اول :	۴۲۱۴۴۹
اسپوتنیک روسیه نوبت دوم :	۳۴۸۴۴۰
واکسن چینی نوبت اول :	۳۸۴۷۷۳۵
واکسن چینی نوبت دوم :	۱۷۷۰۵۱۱
بهارات هند نوبت اول :	۵۹۰۶۰
بهارات هند نوبت دوم :	۵۳۹۵۰
آسترازنکا نوبت اول :	۱۶۴۵۲۴۵
آسترازنکا نوبت دوم :	۹۵۹۲۵
کووایران برکت نوبت اول :	۲۰۵۷۵۵

به گزارش بورسان، از مجموع واکسن‌های تحویل شده و تزریق شده می‌توان به این نتیجه رسید که کمی بیش از چهار میلیون و ۵۰۰هزار دز واکسن تزریق نشده تا امروز در دست وزارت بهداشت است که به نظر نمی‌رسد برای باقی واکسیناسیون کفایت کند. بنابراین کشور کماکان نیازمند واردات محموله‌های واکسن خارجی و تحویل محموله‌های واکسن داخلی است.

با این وجود فرمانده عملیات مدیریت بیماری کرونای تهران اعلام کرده حدود دو هفته از برنامه واکسیناسیون کشور عقب هستیم. علیرضا زالی در ادامه گفت: امیدواریم با راه‌اندازی حدود ۹۰ مرکز تجمیعی واکسیناسیون بخشی از این تاخیر دو هفته‌ای جبران شود. او هشدار داده که اگر واکسیناسیون به موقع انجام نشود شاهد خیزهای مجدد کرونا خواهیم بود.

رئیس قوه قضاییه خواستار شد

پیگیری مشکل آب خوزستان از سوی دادستانی کل و سازمان بازرسی

رئیس قوه قضاییه گفت: در برخی بخش‌های بازار نابسامانی‌هایی وجود دارد و در این شرایط که مردم زیر فشار دشمن هستند، برخی بی‌تدبیری‌ها و کم تدبیری‌ها هم اضافه شده انصاف نیست بازار و گرانفروشی‌هایی که وجود دارد رها کنیم و اجازه دهیم افراد فرصت طلب هم با فشار مضاعف به مردم سودجویی کنند.

به گزارش قوه قضاییه، محسنی اژه‌ای با تقدیر از سفر هیات ویژه بررسی مشکلات آب مردم خوزستان به این استان اظهارکرد: بررسی مسئله مشکلات آبی خوزستان و ارائه گزارش آن به دولت کار لازمی بود اگر چه دیر انجام شد، اما پیگیری‌ها نباید محدود به یک سفر و یک گزارش شود.

محسنی اژه‌ای به دادستان کل کشور و سازمان بازرسی مأموریت داد موضوع را تا حصول نتیجه روشن و قطعی و حل مشکل و جلوگیری از تکرار مشکلات مشابه پیگیری کنند و گزارش آن را نیز به اطلاع مردم برسانند.

رئیس قوه قضاییه از مردم خوزستان نیز خواست تا اجازه ندهند دشمنان از مطالبات به حق آنها سوءاستفاده کنند و در عین حال به دادستان حوزه قضائی مربوطه مأموریت داد مواردی که منجر به آسیب دیدن یا کشته شدن افراد شده با جدیت و فوریت پیگیری و با عوامل این اقدامات برخورد کند تا موضوع برای همگان روشن شود.



محسنی اژه‌ای به موضوع معطل ماندن مردم در دستگاه‌های اجرایی و قوه قضاییه نیز اشاره کرد و گفت: گاهی مردم بی‌وجه در ادارات معطل می‌شوند و کارشان به تأخیر می‌افتد. رئیس قوه قضاییه گفت: گاهی اوقات مقررات قوانین پیچیدگی‌هایی دارد که باید روند آن طی شود، اما مواردی هست که بدون هیچ ضرورتی موجب تعلل مردم و سرگردانی آنها در ادارات می‌شود که باید با این مسئله برخورد شود.

نظرگاه

چرا خوزستان آب ندارد؟

به گفته یک استاد دانشگاه؛ مفتضح‌ترین طرح در حوزه آب، انتقال از سرشاخه‌های کارون و دز است که از نظر موازین بین‌المللی و یونسکو نیز قابل توجیه نیست.

مهدی قمشی در گفت‌وگو با خبرنگار اقتصادی ایلنا، درباره مشکل آب خوزستان اظهارکرد: خوزستان در حوضه‌های آبریز پایین‌دست‌ترین استان است، حوضه کرخه از استان کردستان آغاز و با عبور از همدان، ایلام، کرمانشاه و لرستان در نهایت به هورالعظیم می‌رسد، از کرخه انتقال بین‌حوضه‌ای آب نداریم اما درون حوضه استان‌های زیادی واقع شده‌اند، بنابراین این استان خود به خود از ترسالی و خشکسالی بیشترین تاثیر را می‌پذیرد، همانگونه که در ترسالی سال ۹۸ بیشترین مشکل به خوزستان منتقل شد و اکنون هم به خاطر خشکسالی با بیشترین لطمه مواجه است.

کسی از حقوق پایین‌دست دفاع نمی‌کند

وی با بیان اینکه مشکل خوزستان می‌توانست با مدیریت درست منابع آب حل شود، افزود: مشکل این است که در کشور مدیریت درستی بر منابع آب نداریم، یعنی در سیستم رودهای کشور هر استانی که بالادست است می‌تواند سهم خود را بردارد و کسی از حقوق پایین‌دست دفاع نمی‌کند، اکنون عدم مدیریت صحیح در جنبه‌های دیگر از جمله انتقال بین حوضه‌ای آب هم بروز کرده و متاسفانه سال‌ها است که به آن دامن زده می‌شود و همچنان در دستور کار وزارت نیرو قرار دارد.

انتقال آب؛ چالش جدی استان‌های مبدأ

استاد دانشگاه شهید چمران اهواز تصریح کرد: علیرغم اینکه همه انتقال آب را بیهوده و خلاف منافع ملی می‌دانند، پروژه‌ها همچنان به جد دنبال می‌شود و توجهی به نظرات دانشگاهیان و کارشناسان خبره نمی‌شود و این قضیه چالش اجتماعی و درگیری ذهنی و روانی برای مردم مبدا انتقال آب ایجاد کرده است.

ورودی آب به خوزستان نصف شد

وی گفت: در گذشته سالانه به طور متوسط ۵.۲ میلیارد متر مکعب آب وارد خوزستان می‌شده اما در ۱۵ سال گذشته این میزان به ۲.۵ کاهش یافته است این رقم به دلیل این است که علاوه بر خشکسالی، مصرف آب بالا رفته و به استان‌هایی که در حوضه قرار دارند سهم بیشتری داده شده بنابراین سهم کمتری به خوزستان رسیده و فشار خشکسالی و کمبود آب استان را دچار آسیب کرده است.

قمشی یادآور شد: این هیجانات ناشی از مدیریت غیرصحیح آب در حوضه کرخه است، در حوضه کارون و دز هم همین مشکلات وجود دارد اما هنوز به نقطه بحرانی و هیجانی نرسیده و چه بسا در مرداد و شهریور این اتفاق بیفتد، در سیلاب سال ۹۸ می‌توانستیم حجم زیادی آب را در سد کرخه ذخیره و بدرستی مدیریت کنیم، اما از ابتدای سال ۹۹ حدود ۴.۲ میلیارد مترمکعب آب پشت سد وجود داشت که ۴ میلیارد مترمکعب آن تا آبان‌ماه ۹۹ رهاسازی شد که بیش از نیاز آبی حوضه بوده و به خاطر پیش‌بینی‌های اشتباه اقلیمی بوده که در نتیجه این رهاسازی اشتباه با خشکسالی مفرط مواجه شدیم.

وی بیان کرد: زمانی که سدها باید آبگیری را به میزان نرمال برسانند(بهمن، اسفند، فروردین و اردیبهشت) در بارندگی نزدیک به صفر بوده و این مشکلات را تابستان ایجاد و به نیازهای اصلی مردم سرایت کرده است.

۱.۲ میلیارد متر مکعب آب به خارج از حوضه می‌رود

این کارشناس حوزه آب در ادامه درباره موضوع انتقال و تاثیراتی که بر معضلات آبی خوزستان گذاشته، گفت: در حوضه کرخه انتقال بین حوضه‌ای نداریم.

اما مدیریت منابع آب درون حوضه دارای اشکال دارد یعنی بخوبی تقسیم آب صورت نگرفته اما در حوزه کارون و دز مشکل داریم، سال‌ها است که ۱.۲ میلیارد متر مکعب انتقال از حوزه کارون بزرگ (کارون و دز) به خارج از حوضه و زاینده‌رود و قم‌رود را داریم.

سرچشمه کارون و دز از کوهرنگ و چشمه‌لنگان است، در بالادست هستند سهم خود را برمی‌دارند و خشکسالی را به پایین‌دست منتقل می‌کنند و متاسفانه این نهضت انتقال آب ادامه دارد و همواره به این طرح‌ها دامن زده می‌شود، این در حالی است که از نظر کارشناسی و علمی هم کاملا واضح و مبرهن است که کار اشتباه است و صرفا با دید منافع منطقه‌ای اجرا می‌شوند.

انتقال آب از کارون و دز؛ افتضاح‌ترین طرح

به گفته وی؛ مفتضح‌ترین طرح در حوزه آب، انتقال از سرشاخه‌های کارون و دز است که از نظر موازین بین‌المللی و یونسکو نیز قابل توجیه نیست.

قمشی در ادامه با اشاره به راه‌حل‌ها اظهارکرد: تنها راه‌حل برای حوضه کرخه این است که ۵۰۰ میلیون متر مکعب از ۱.۳ میلیارد متر مکعب از حجم مرده آب سد سیمره را که استفاده نمی‌شود، از دریچه عمقی رهاسازی کنند، تا حجم مفیدی در سد ایجاد کرده و در ماه‌های آینده بتوانند آب ذخیره کنند، این روال را تا آذر ماه ادامه دهند.

به این ترتیب هورالعظیم هم آبرسانی می‌شود، راه دیگر جلوگیری از کشت شلتوک است که وزارت نیرو، استانداری و وزارت جهاد کشاورزی باید نسبت به انجام آن اقدام کنند تا آب باقیمانده کفاف نیاز حیاتی حوزه را بدهد.

دیدگاه کارشناسان اقتصادی درباره نقش آمایش سرزمین در تجارت

«آمایش» حلقه مفقوده توسعه تجاری

پیمان صفردوست
editor@smtnews.ir



یکی از سوالات اساسی که همیشه برای دولت‌ها مطرح بوده این است که چه زیرساخت‌هایی باید ایجاد، تقویت، تکمیل و یکپارچه شود و مدیریت و بهره‌برداری از آنها به چه طریقی باشد تا تولیدکننده از مزایای حداکثری تولید و تجارت محصولات خود برخوردار شود. در عین حال این موضوع نیز بسیار حائز اهمیت است که تولیدکنندگان خارجی نیز راغب به استفاده از امکانات لجستیکی و تجاری کشور شوند و از آن به‌عنوان یک مرکز واسطه ترانزیتی برای کالاهای صادراتی خود استفاده کنند. این پرسش‌ها درواقع دربرگیرنده اهداف آمایش سرزمین در حوزه تجارت و آمایش تجاری هستند و مشخص می‌کنند که ما در آمایش سرزمین و تجاری به‌دنبال چه اهدافی هستیم. در کشور ما نیز موضوع آمایش سرزمین سال‌هاست مورد توجه سیاست‌گذاران و تصمیم‌گیران اقتصادی بوده اما نکته مهم این است که در سال‌های گذشته کمتر شاهد اثری از آمایش سرزمین در تجارت بوده‌ایم. در این گزارش موضوع تاثیر آمایش سرزمین و آمایش تجاری را با کارشناسان اقتصادی مطرح کرده است که شرح آن را در ادامه می‌خوانید:

برنامه‌ای برای همه بخش‌ها

مهم‌ترین خصوصیات آمایش سرزمین، جامع‌نگری، دوراندیشی، کل‌گرایی، کیفیت‌گرایی و سازماندهی فضای کشور است. هدف آمایش سرزمین، توزیع بهینه جمعیت و فعالیت در سرزمین است، به‌گونه‌ای که هر منطقه متناسب با قابلیت‌ها، نیازها و موقعیت خود از طیف مناسبی از فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی برخوردار باشد و جمعیتی متناسب با توان و ظرفیت اقتصادی خود بپذیرد. به عبارت دیگر، هدف کلی آمایش سرزمین عبارت است از سازماندهی فضا به‌منظور بهره‌وری مطلوب از سرزمین در چارچوب منافع ملی که این بهره‌وری در زمینه‌های تجاری کشور نیز می‌تواند قابل تعریف باشد. آمایش سرزمین، زمینه اصلی تهیه برنامه‌های توسعه اقتصادی و اجتماعی هر منطقه را فراهم می‌آورد و ابزار اصلی تلفیق برنامه‌ریزی‌های اقتصادی و اجتماعی با برنامه‌ریزی‌های فیزیکی و فضایی خواهد بود. از آنجا که برای تحقق اهداف توسعه، باید همه منابع اجتماعی را اعم از انسانی، اقتصادی، فضایی و محیطی به کار گرفت و بکارگیری همه این‌ها مستلزم برنامه‌ریزی است، آمایش سرزمین مبنای طرح‌ها و برنامه‌های جامع توسعه بوده و پیونددهنده برنامه‌ریزی‌های اقتصادی، اجتماعی و فضایی یا مجموع آنها در قالب برنامه‌ریزی جامع و در مقیاس ملی و منطقه‌ای است که می‌تواند تاثیرات مثبت خود را بر مقوله تجارت نیز داشته باشد. در این زمینه شیوه و ترکیب تولید، اولویت‌ها در تخصیص منابع، سیاست‌های وارداتی و صادراتی باعث شکل‌گیری مراکز تولید و مصرف، قطب‌های صنعتی و نواحی کشاورزی و مراکز دادوستد می‌شود که از اصلی‌ترین عوامل شکل‌گیری سرزمین است.

البته در کنار این تعریف، اصطلاح دیگری به نام آمایش تجاری نیز تعریف شده که برخلاف آمایش سرزمین در هدف اصلی خود به‌دنبال استفاده بهینه از ظرفیت‌های سرزمینی و ناحیه‌ای نیست؛ بلکه هدف اصلی آن استفاده بهینه از ظرفیت‌ها و زیرساخت‌های تجاری کشور و به خدمت گرفتن مناسب ظرفیت‌های صنعتی، کشاورزی و طبیعی درجهت توسعه و بهبود تجارت کشور است. آمایش تجاری عبارت است از گسترش و بهره‌برداری بهینه از زیرساخت‌ها و امکانات تجاری کشور برای رسیدن به شکوفایی لازم در امر تجارت و بازرگانی. آمایش تجاری می‌تواند ظرفیت‌های صنعتی، کشاورزی و خدماتی کشور را از بالقوه به بالفعل تبدیل کند. آمایش تجاری، مسیر کامل تجارت خارجی و داخلی شامل تسهیل در تامین منابع و مواد موردنیاز تولید و مصرف کشور، به تحرک درآوردن تولید، ساماندهی توزیع و مدیریت صادرات و واردات را هموار می‌کند.

با قائل شدن این تمایز اصلی بین آمایش تجاری با آمایش سرزمین می‌توان دریافت که در آمایش تجاری، تمرکز بر زیرساخت‌های تجاری کشور و راهبرد توسعه این زیرساخت‌ها است تا با استفاده از این مولفه‌ها ظرفیت‌های تجاری کشور مورد تحلیل و بررسی قرار گیرد. اما همچنان پرسش اصلی در این زمینه این است که آیا آمایش سرزمین یا آمایش تجاری، در کشور ما توانسته تاثیر مطلوب خود را بر اقتصاد در بخش تجارت داشته باشد؟

آمایش سرزمین یک حلقه از زنجیره است



اکبر نیکواقبال- اقتصاددان و استاد دانشگاه:
اگر بخواهیم به صورت کلی درباره آمایش سرزمین و تاثیرات آن بر تجارت کشورها صحبت کنیم، می‌توان گفت که این موضوع می‌تواند در بهبود تجارت و ایجاد بهره‌وری در این بخش، نقش بسزایی داشته باشد و کشورهای پیشرو در حوزه تجارت نیز در سال‌های اخیر از این مولفه به شکل مطلوب بهره برده‌اند.

اما این مولفه و ظرفیت‌های بهره‌گیری از آن شکل متفاوتی دارد.

حقیقت این است که در کشور ما صحبت از موضوعاتی مانند آمایش سرزمین و نقش آن در تجارت زمانی متداول و به اصطلاح مد روز بود و مباحث فراوانی پیرامون آن مطرح می‌شد اما با گذشت زمان این موضوع رفته‌رفته به حاشیه کشیده شد.

درواقع گذشت زمان مشخص کرد مواردی که در بخش‌های مختلف درباره توسعه تجاری و اقتصادی کشور مطرح می‌شود، در نهایت به مسائل ریشه‌ای اقتصاد کشور مانند بروکراسی‌های اداری، ساختار عریض و طویل، فساد و فضای کسب‌وکار منتهی می‌شود.

تجربه در این زمینه ثابت کرده است وقتی این عوامل و موانع عمومی در حوزه اقتصاد و تجارت تا این حد مشکل‌ساز هستند، نه‌تنها آمایش سرزمین بلکه هیچ مورد تکمیلی دیگر در این حوزه قدرت اجرا و تاثیرگذاری نخواهد داشت.

مسئله مهمی که در این باره باید به آن توجه داشت این است که در تجارت همه اجزا با هم در ارتباط هستند و نمی‌توان توقع داشت موضوعی مثل آمایش سرزمین، بدون آنکه مولفه‌های دیگر تجارت در حد مطلوب خود ایفای نقش کنند، بتواند تاثیری چندانی بر ارتقای نظام تجاری ما بگذارد.

وقتی صحبت از تجارت می‌کنیم درواقع روی سخن با صادرات و واردات بین ایران و سایر کشورها است و این یعنی درباره یک کشور تک‌محصولی سخن می‌گوییم که در نیم قرن گذشته نتوانسته تنوع و بهره‌وری و کارایی لازم را در بخش‌های مختلف خود ایجاد کند.

جدا از این موضوعات دست‌کم حدود ۳۰ درصد از مقوله تجارت، به روابط انسانی مطلوب بین خریدار و فروشنده بازمی‌گردد که ما در این بخش نیز نتوانسته‌ایم گام‌های موثری برداریم.

ما وقتی به ترازهای اقتصادی در کشور نگاه می‌کنیم، می‌بینیم که این ترازها نیز تامین‌کننده نیازهای ما در این بخش نبوده‌اند. ما از نظر تراز تجاری، سرمایه کوتاه‌مدت، سرمایه بلندمدت، دارایی‌ها و... شرایط مطلوب را نداشته‌ایم و در این وضعیت باید چه انتظاری از برآیند آمایش سرزمین و تاثیر آن بر تجارت کشور داشت؟!

آمایش سرزمین در شرایطی می‌تواند بر تجارت یک کشور تاثیرات مثبت و قابل‌توجهی داشته باشد که سیستم اقتصادی و تجاری آن در زمینه‌های دیگر به رشد مطلوب رسیده باشند و از چنین مولفه‌هایی برای افزایش بهره‌وری در این حوزه استفاده کنند.

وقتی هنوز در مولفه‌های بنیادی و زمینه‌های اصلی تجارت به حد مطلوب نرسیده‌ایم و نتوانسته‌ایم از این ظرفیت‌ها به شکل قابل قبولی استفاده کنیم، بستر مناسبی برای مباحث تکمیلی مانند آمایش سرزمین وجود نخواهد داشت.

وقتی آمارهای منتشرشده در بخش تجارت بیانگر این نکته است که سالانه حدود ۲۰ میلیارد دلار قاچاق کالا و خدمات در کشور داریم، نمی‌توان انتظار داشت که موضوعی مانند آمایش سرزمین بتواند نقش قابل‌توجهی در بخش تجارت کشور ایفا کند.

فرض کنیم که آمایش سرزمین، موجب شد تا در تولید محصولی مانند زعفران حرکت‌های مثبت و قابل توجه داشته باشیم؛ اما وقتی این محصول به صورت قاچاق به کشورهای دور و نزدیک برود و با بسته‌بندی و ایجاد ارزش افزوده برای آن کشورها وارد بازار شود، تجارت از این آمایش سرزمین ما حائز کدام سود خواهد شد؟

در نهایت اگر بخواهیم در زمینه بهبود تجارت کشور کاری از پیش ببریم و اقدام نتیجه‌بخشی انجام دهیم، باید همه مولفه‌ها را درنظر بگیریم و این زنجیره متصل به هم را به شکل یکپارچه ارتقا دهیم وگرنه پرداختن موضعی و مقطعی به مسائلی مانند آمایش سرزمین جنبه کاربردی پیدا نخواهد کرد و در حد شعار باقی خواهد ماند.

کار جامعی انجام نداده‌ایم



محمدرضا مودودی - کارشناس اقتصاد بین‌الملل:
نگاه آمایش سرزمین در حوزه تولید، تجارت و در کل در همه بخش‌ها این است که کدام منطقه دارای کدام ظرفیت‌ها است تا بتوان برمبنای آن ظرفیت‌ها، بحث سرمایه‌گذاری، امکانات، تسهیلات و... را به آن مناطق معطوف کرد.

درواقع می‌توان از آمایش سرزمین به‌عنوان پیش‌نیازی برای فعالیت‌های تولیدی و توسعه‌ای یاد کرد.

در بحث تجارت نیز مسئله به همین شکل است. ایران کشوری با ۱۵ همسایه و بیش از ۸۰۰۰ کیلومتر مرز زمینی و دریایی است و اگر بخواهیم آمایش سرزمین را در این حوزه انجام دهیم، باید این موضوع را مورد بررسی قرار دهیم. باید ببینیم که هر منطقه‌ای در جغرافیای کشور تا چه حد می‌تواند جغرافیای مستعدی را برای تجارت ایجاد کند. برای مثال، می‌بینیم که منطقه‌ای مانند مکران به دلیل مجاورت با دریا و آب‌های آزاد ظرفیت‌های قابل ملاحظه‌ای را در زمینه شکل‌گیری فعالیت‌های صادراتی و وارداتی دارد و می‌توان امکانات مورد نیاز برای این کار را در این مناطق ایجاد کرد. این موضوع در مناطقی که با کشورهای عراق، افغانستان یا پاکستان هم‌مرز هستند نیز قابل بررسی و سرمایه‌گذاری است.

اما درباره اینکه این آمایش سرزمین در حوزه تجارت در کشور ما تا چه حد انجام شده باید گفت متاسفانه تا امروز طرح چندان جامعی در این باره انجام نشده، در دستور کار هیچ‌کس نبوده و اهمیت این موضوع با درنظر گرفتن این نکته که ایران قصد دارد از اقتصاد متکی به نفت فاصله بگیرد و تجارت خود را برمبنای محصولات غیرنفتی شکل دهد، مورد توجه واقع نشده است.

البته اگر تصمیم بر اجرای چنین برنامه‌ای هم گرفته شود، در مرحله بعد باید برنامه‌ریزی برای اختصاص کدام امکانات به کدام مناطق مورد توجه قرار گیرد تا تجارت در آن مناطق به ظرفیت‌های مورد نظر برسد که این موضوع نیز به نوبه خود زمان‌بر خواهد بود.

علاوه بر اراده ایجاد چنین ساختاری برای شکل‌گیری آمایش سرزمین در حوزه تجارت، ما منابعی را نیز در داخل و خارج از کشور در اختیار نداریم تا نیازهای موجود در این حوزه را به‌درستی بسنجیم و براساس آن برنامه ارائه دهیم.

ما با آمایش سرزمین در حوزه تولید حتی می‌توانیم مناطقی را در مرزها برای فعالیت‌های مشترک اقتصادی با کشورهای دیگر درنظر بگیریم که دو طرف در این حوزه بتوانند در آن مناطق اقدام به سرمایه‌گذاری کنند.

درواقع وقتی درباره چشم‌انداز ۱۴۰۴ صحبت می‌کنیم و هدف خود را برای این سال، تبدیل شدن به قطب صنعتی منطقه درنظر می‌گیریم، برای اینکه بتوانیم به این هدف دست پیدا کنیم، باید آمایش سرزمین را در دستور کار خود قرار دهیم تا جزئیات این هدف‌گذاری و شرایط اجرایی شدن آن در بخش‌های مختلف به طور مشخص مورد ارزیابی قرار گیرد و از پیش‌رفتن کار به صورت جزیره‌ای، منفصل با حداقل بازدهی جلوگیری شود.

به دلیل وجود همین خلأ در بخش آمایش سرزمین و بررسی‌های هم‌راستا با آن است که ما هنوز بعد از گذشت نیم‌قرن از شکل‌گیری تولید صنعتی در کشور، دچار این جنگ تمام‌نشدنی تنظیم بازار داخل، صادرات کالاهای یارانه‌ای و واردات کالاهای لوکس هستیم و این موضوع نشان می‌دهد که دورنمایی که ما برای چشم‌انداز ۱۴۰۴ متصور هستیم با فعالیت‌هایی که در این راستا در کشور صورت می‌گیرد، هم‌خوانی ندارد و موانع جدی مثل همه‌گیری کرونا، تحریم‌های و مشکلات اقتصادی برای انجام شدن این کار نیز به اندازه کافی وجود دارد.

آمایش سرزمین موضوع بسیار قابل اهمیت و قابل اعتنایی در دورنمای تجارت کشور است اما با توجه به زمان از دست رفته و مسیر عقب‌گردی که ما در مسیر تولید و تجارت داریم، نمی‌توان تا سال ۱۴۰۴ به اهداف آن رسید و نیاز به هدف‌گذاری‌های جدی و جدید در این زمینه وجود دارد.

آنچه امروز ما به عنوان دورنمای تجارت در نظر داریم، بیش از اینکه براساس برنامه‌های مبتنی‌بر آمایش سرزمین شکل گرفته باشد، برمبنای امیدواری حاصل شده است. بنابراین بسیار تصادفی در این مسیر پیش می‌رویم.

در کل تا زمانی که آمایش سرزمین در حوزه تجارت صورت نگیرد و ظرفیت‌ها بر مبنای چشم‌انداز تعریف نشوند و ندانیم که کدام منطقه جغرافیایی ایران مستعد کدام فعالیت اقتصادی است و چه نقشی را در تحقق اهداف چشم‌اندازهای ما ایفا خواهد کرد، تمام فعالیت‌های ما معطوف به آزمون و خطا و تصمیمات افراد ارشدی خواهد بود که فعالیت‌های اجرایی را برعهده دارند.

سخن پایانی

با توجه به آنچه گفته شد، به نظر می‌رسد آمایش سرزمین و آمایش تجاری در ساختار تجارت کشور ما بیش از آنکه یک برنامه مدون و اجرایی باشد، در این سال‌ها به شکل یک تعریف کلی و شعار ارائه شده و مولفه‌های مورد نظر آن در عمل کمتر مورد توجه تصمیم‌گیران این حوزه قرار گرفته است؛ یعنی با وجود ذکر دلایل فراوان مبنی‌بر اهمیت این موضوع در ارائه راهکارها، در عمل کمتر به آن توجه شده و ظرفیت‌سنجی‌های حوزه تجارت همچنان مسیر سنتی خود را پیموده است که نتیجه این اختلاف در تئوری و بخش‌های عملیاتی در این سال‌ها اهداف در دسترسی بوده که هنوز به آنها نرسیده‌ایم.

نگاه آمایش سرزمین در حوزه تولید، تجارت و در کل در همه بخش‌ها این است که کدام منطقه دارای کدام ظرفیت‌ها است تا بتوان برمبنای آن ظرفیت‌ها، بحث سرمایه‌گذاری، امکانات، تسهیلات و... را به آن مناطق معطوف کرد

یادداشت

مهاجرت معکوس دستاورد آمایش سرزمین



رامین انتظاری
کارشناس معدن

مهم‌ترین ارکان دانش میان‌رشته‌ای آمایش سرزمین مبتنی‌بر پایه ابعادی مانند فضا، جمعیت، فعالیت و محیط‌زیست به طور همزمان است. نتایج حاصل از تحقیقات در زمینه نظام‌بخشی، سیاست‌گذاری، طرح و برنامه‌ریزی و همچنین ساماندهی به امور اراضی و موقعیت‌های زیست‌محیطی و جغرافیایی و برهم‌کنش این خصوصیات از دستاوردهای آمایش سرزمین به شمار می‌رود. با توجه به جبر موقعیت مکانی ظرفیت‌های معدنی، موضوع آمایش سرزمین می‌تواند در مرحله دوم خود به کار گرفته شود؛ به معنای آنکه پس از مکان‌یابی ظرفیت‌های معدنی و طی فرآیندهایی مانند مکان‌یابی اکتشاف، اکتشافات تفصیلی و استخراج در زمینه پیاده‌سازی آمایش سرزمین در موقعیت مورد نظر، مطالعات را آغاز کرده و نتایج را می‌توان پیاده‌سازی کرد. از دیدگاه جمعیتی طرح آمایش سرزمین برای معادن می‌تواند باعث مهاجرت معکوس و تمرکز بیش از پیش ساکنان مناطق معدنی شود؛ آن‌گونه که با ایجاد یک کارگاه در نزدیکی روستا و اشتغالزایی، افراد بومی مهاجرت کرده به شهرهای بزرگ به روستاها بازگردند. هرچند نمی‌توان تاثیر ایجاد معادن در مهاجرت و ترک روستاها را نادیده گرفت؛ به علت مسائل زیست‌محیطی و آلودگی صوتی یا گرد و غبار حاصل از فعالیت معدنی و تاثیر منفی آن روی محصولات کشاورزی، مهاجرت روستاییان در بعضی از مناطق معدنی شکل گرفته است. از آنجایی که فعالیت معدنکاری می‌تواند مراتع اطراف را تحت تاثیر دهد، می‌تواند باعث بروز مشکلاتی برای دامداران منطقه شود که در صورت ترمیم نشدن بافت و پوشش گیاهی منطقه سبب کوچ دامداران از آن منطقه خواهد شد. با ایجاد طرح آمایش زمین در حوزه معادن، مسائل زیست‌محیطی از دیگر مواردی خواهند بود که به سامان خواهند رسید. مشکلات محیط زیستی ناشی از حضور و بهره‌برداری معادن از طبیعت، گاهی تغییرات ماندگاری را در نواحی معدنی به وجود آورده که با رسیدگی نشدن و کم‌توجهی می‌توانند آثار مخرب ماندگاری بر محیط‌زیست داشته باشند و با مطالعه و بررسی هر مورد در قالب یک برنامه سراسری با عنوان آمایش زمین، به طور تخصصی می‌توان از این آسیب‌ها جلوگیری کرد و میزان خسارت‌ها را کاهش داد. طرح آمایش معادن باید از طریق سازمان برنامه و بودجه تدوین شده و با تعامل و همکاری مشترک بین سازمان صنعت، معدن و تجارت، سازمان حفاظت محیط زیست، منابع طبیعی، میراث فرهنگی و سازمان نظام مهندسی معدن در دست اجرا قرار گیرد. با توجه به قوانین متعدد و متنوع و در عین حال برخی غیرهمسو در این سازمان‌ها و نهادهای مربوطه، اجرای طرح آمایش معادن ایجاد کارگروه‌های مشترک برای رفع مشکلات و موارد متناقض را می‌طلبد. شالوده طرح آمایش سرزمین باید از طریق سازمان برنامه و بودجه تهیه شود و در مرحله بعدی با حضور نمایندگان سازمان‌های نام‌برده درباره موارد مطرح‌شده و بعضی تناقضات، تصمیم‌گیری و ابلاغ شود. مورد بعدی که در کشور با آن روبه‌رو هستیم، کم‌توجهی به ظرفیت‌های دانشگاهی به‌عنوان سرمایه‌های انسانی در حوزه معدن است. در کشورهای پیشرفته دو بخش ظرفیت دانشگاهی و حوزه معدن رابطه تنگاتنگی با یکدیگر دارند به طوری که در اغلب پروژه‌های جدید با کمک بخش دولتی یا شرکت‌های خصوصی به شکل پروژه‌های دانشگاهی و از طریق استادان با همکاری دانشجویان مستعد و با صرف بودجه‌های کلان پیگیری می‌شود و بعد از تکمیل مرحله تئوری در محیط دانشگاهی با انواع و اقسام حمایت‌های مالی دولتی به نام پروژه‌های پژوهشی یا از طریق کمک‌هزینه مالی در قالب بورسیه و... به مرحله فیزیکی و پیش تولید می‌رسد که پس از طی مراحل یادشده به ظهور و بروز رسیده و شاهد ابداعات متنوعی در این زمینه هستیم. متاسفانه درحال‌حاضر شاهد گمرنگ بودن این بخش در ایران هستیم و بسیاری از پروژه‌های دانشگاهی به علت حمایت نکردن دولت و به‌ویژه بخش خصوصی به سرانجام نمی‌رسند. درحالی‌که این‌گونه موارد می‌توانست تحولی در سیستم روابط بین جامعه دانشگاهی و فعالان حوزه معدن ایجاد کرده و راهکاری برای برون‌رفت از شرایط ناشی از تحریم‌های متنوعی باشد که در حوزه‌های مختلف کشور موانع زیادی را ایجاد کرده است.

پنجشنبه
۳۱ تیر ۱۴۰۰- ۱۱ ذی‌الحجه ۱۴۴۲ - ۲۲ ژوئیه ۲۰۲۱-شماره ۱۸۴۴-پیاپی ۳۱۶۲

صمت
صنعت معدن تجارت

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

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

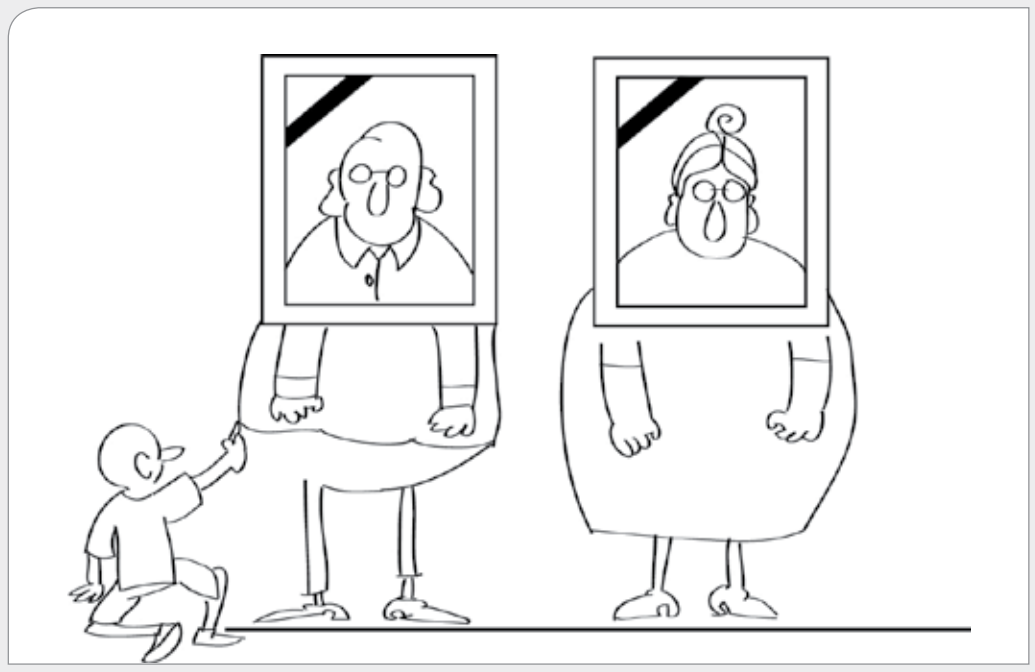
تلفن: ۸۲۱۹۰ - نمابر: ۸۸۷۱۳۷۳۰- پیامک: ۳۰۰۰۸۲۱۹۰
سازمان آگهی‌ها: ۳-۸۸۷۲۲۷۳۲ - نمابر آگهی‌ها: ۸۸۷۲۴۲۱۱-۰۹۱۹۱۲۵۱۴۰۶
امور مشترکین: ۸۸۷۲۲۷۳۵ - روابط عمومی: ۸۸۱۰۵۳۰۹
توزیع و سازمان شهرستان‌ها: ۸۸۷۲۲۷۳۵
تهران، خیابان قائم‌مقام‌فراهانی - کوچه آزادگان شماره ۲۶ - کدپستی ۱۵۸۶۷۳۳۸۱۱
روابط عمومی: pr@smtnews.ir آگهی: ads@smtnews.ir
امور استان‌ها: ostanha@smtnews.ir
چاپخانه: شرکت چاپ رواق روشن‌مهر

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

روزنامه صمت با ۶۳ امتیاز رتبه ۲
در میان روزنامه های تخصصی مقام ۱
در میان روزنامه های اقتصادی مقام ۲

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

کارتون روز



بدون شرح

طرح: حسین علیزاده

بررسی میزان توجه به آمایش سرزمین در جانمایی مراکز صنعتی خدماتی

چیدمان صنایع استاندارد نیست

فاطمه امیراحمدی: جانمایی و چیدمان صنایع در هر کشوری براساس نیاز هر یک از صنایع به یکدیگر است. به‌عنوان مثال، بهترین جانمایی صنعت فولاد در کنار دریا و آب‌های آزاد است، زیرا صنعتی بسیار آب‌بر به‌شمار می‌رود. یا بهترین محل برای راه‌اندازی واحدهای قطعه‌سازی در کنار کارخانه‌های خودروسازی است. برای توسعه و سودآوری در صنایع، کشورها مدیریت ویژه‌ای در چینش صنایع در مرکز استان‌ها دارند و با توجه به ظرفیت‌ها و امکانات هر استان یا شهری کارخانه‌های گوناگون جانمایی می‌شوند. در این‌باره موضوع‌هایی مانند حمل‌ونقل، نزدیکی به بازارهای بزرگ و... هم موضوع‌های مهمی هستند. به‌طور عمده، آمایش سرزمین برای گام نهادن در مسیر تولید از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. این رویکرد به‌طور عمده به روش‌های استفاده شده از سوی بخش خصوصی و عمومی برای اثرگذاری بر توزیع جمعیت و فعالیت‌ها در فضاها با مقیاس‌های گوناگون گفته می‌شود. ژان‌پل لاکاز در این‌باره می‌گوید، منظور از آمایش سرزمین، رسیدن به مطلوب‌ترین توزیع ممکن جمعیت با بهترین وضعیت توزیع فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی در پهنه یک سرزمین است.

صنایع و توسعه پایدار

اگر استراتژی اصلی «توسعه صنعتی» باشد، نگاه آمایش، تصرف سرزمین و توزیع فعالیت در گستره جغرافیایی است اما چنانچه استراتژی به «پساصنعتی» شدن نظر داشته باشد، در نگاه آمایش، پایداری محیط‌زیست و بازگشت به طبیعت اهمیت خواهد یافت.

به‌طور قطع، برای صنایع ایران همان مفهوم نخست یعنی توسعه صنعتی مطرح است اگرچه دولت برای حفظ محیط‌زیست و منابع زیرزمینی ناگزیر باید موضوع توسعه پایدار را در صنایع و تولید مورد توجه قرار دهد. در بحث آمایش سرزمین برخی صنعتگران به راه‌اندازی واحدهای صنعتی بدون در نظر گرفتن نیازمندی‌ها نیز اشاره دارند که این امر سبب شده تولید براساس مقیاس اقتصادی نباشد و تیراژ تولید همراه با سودآوری مورد انتظار و میزان سرمایه‌گذاری انجام نشود.

چرایی راه‌اندازی قطعه‌سازی



بابک کریم‌خان، رئیس انجمن قطعات خودرویی استان کرمانشاه درباره صنعت خودرو و قطعه و اینکه آیا جانمایی و تاسیس آنها در استان‌ها و شهرهای گوناگون درست انجام‌شده یا خیر، به صمت گفت: برای پاسخ به این پرسش به دهه ۴۰ خورشیدی برمی‌گردم، زمانی که صنعت خودرو و کارخانه ایران‌ناسیونال تاسیس شد و به‌واسطه آن صنعت قطعه هم شروع به رشد و نمو کرد. جرقه این کار را محمود خیامی، موسس ایران‌ناسیونال در حوزه قطعه‌سازی در مشهد زد، چون خودش مشهدی بود، قطعه‌سازی را در این شهر توسعه داد و بعدها استان خراسان رضوی یکی از پایگاه‌های قطعه‌سازی کشور شد. با توجه به اینکه ایران خودرو هم در این استان خط تولید دارد و پس از تهران، مشهد دومین کارخانه این خودروساز است؛ قطعه‌سازان بیشتری در این استان فعال شدند. وی افزود: پس از مشهد، تمرکز قطعه‌سازی در اصفهان و تبریز است. در تبریز به‌دلیل پایه‌گذاری صنعت و تولید تراکتور و سایر ماشین‌آلات کشاورزی، راه‌سازی و... بخشی دیگر از قطعه‌سازان در آذربایجان شرقی تمرکز پیدا کردند. فضای صنعتی این استان باعث شد قطعه‌سازان زیادی در شهر تبریز فعال شوند. پس از آن، استان اصفهان به‌دلیل فعالیت کارخانه فولادسازی، مهد صنعت کشور به‌شمار می‌رود؛ بنابراین بخش دیگری از صنعتگران در حوزه ساخت قطعه در این استان شکل گرفتند. تهران، مشهد، تبریز و اصفهان از شهرهای عمده تولید قطعه کشور هستند که به‌دلیل همان فضای صنعتی است که دارند. به علت نزدیکی استان البرز به تهران، این استان هم جزو فعالان قطعه‌سازی است. در نتیجه بیش از ۸۰ درصد قطعات در همین چند استان تولید و تامین می‌شود. وی در این‌باره ادامه داد: با توجه به نزدیکی استان قزوین به کارخانه خودروسازی، این استان هم به صنعت قطعه ورود کرد. باقی استان‌ها هم مانند مازندران و کرمانشاه به‌دلیل پایگاهی که خودروسازان در این استان‌ها دارند در حوزه قطعه‌سازی فعال شدند. برخی از این پایگاه‌ها، سالن رنگ و بدنه هم دارند؛ بنابراین قطعات بدنه به شکل سی کی‌دی به استان‌ها ارسال می‌شود و در همان کارخانه جوشکاری شده و به اتاق رنگ می‌رود. دیگر پایگاه‌های خودروسازی، بدنه به‌طور کامل و رنگ خورده ارسال شده و باقی قطعات روی آن نصب و خودرو مونتاژ می‌شود. رئیس انجمن قطعات خودرویی استان کرمانشاه در ادامه گفت: زمانی که خودروساز مبادرت به تاسیس پایگاهی در شهرستان‌های گوناگون می‌کند، تامین تعدادی از قطعات حجیم مطرح می‌شود که هزینه حمل‌ونقل آنها هم مهم است. در واقع بهتر است این قطعات حجیم مانند صندلی، محورها، جلوبندی و... در همان استان‌ها تولید شوند، چراکه این امر به‌لحاظ اشتغالزایی و نرخ تمام‌شده توجیه اقتصادی دارد. البته فراموش نکنیم تولید برخی از این قطعات نیاز به سرمایه‌گذاری زیادی دارد که به‌لحاظ تیراژ محدود آن استان، راه‌اندازی خط تولید جدید توجیه اقتصادی ندارد. کریم‌خان عنوان کرد: این گونه نیست که فقط به این دلیل که خودروسازی در استانی آغاز به کار کرده، تمام قطعات هم در همان استان ساخته شود، شاید به‌لحاظ مسافت و کاهش هزینه حمل‌ونقل اهمیت داشته باشد اما مقیاس اقتصادی تولید هم بسیار مهم است. رئیس انجمن قطعات خودرویی استان کرمانشاه خاطرنشان کرد: وجود خودروسازی در یک استان نوعی جو روانی مثبت ایجاد می‌کند که به‌لحاظ اجتماعی و اشتغال اهمیت زیادی دارد. سرمایه‌گذار را جذب می‌کند و باعث می‌شود مسئولان استان به توسعه آن شهر توجه بیشتری کنند. علاوه‌بر اینکه می‌توانند امتیازهایی از شرکت‌های خودروساز مادر بگیرند. به‌عنوان مثال، سقف قطعه‌ساز آن استان را در ام‌آرپی (MRP) می‌توانند بالا ببرد؛ یعنی تعداد بیشتری از قطعه‌سازان از آن استان در زنجیره تامین شرکت مادر قرار بگیرد با تیراژ بیشتر؛ بنابراین راه‌اندازی پایگاه خودروسازی و به‌دنبال آن قطعه‌سازی، اهرمی است که مسئولان استان از آن استفاده می‌کنند، چون صنعت قطعه و خودرو اشتغالزاست و می‌تواند اشتغالزایی خوبی به‌همراه داشته باشد. کریم‌خان در پاسخ به این پرسش که توزیع قطعه‌سازان در استان‌ها به‌لحاظ آمایش سرزمین توجیه اقتصادی داشته و سودآور بوده یا خیر، گفت: اگر عامل مسافت و هزینه حمل‌ونقل را در نظر بگیریم، پایگاه‌هایی که از مرکز دورتر هستند، قدرت رقابت کمتری دارند. در این میان، برخی قطعات ممکن است فقط یک درصد ارزش‌افزوده داشته باشند در نتیجه فاصله نقش مهمی در تولید آنها ندارد؛ از این‌رو در این زمینه نمی‌توان حکم کلی داد. با این حال در بحث اقتصادی همه تلاش می‌کنند سهم بیشتری در اشتغالزایی داشته باشند و برای همین هم با ارتباطاتی که با نمایندگان و خودروسازان ایجاد می‌کنند، سعی دارند در حوزه اشتغال و توسعه استان سهمی در صنعت خودرو کشور داشته باشند. رئیس انجمن قطعات خودرویی استان کرمانشاه یادآور شد: مسئولان استانی برای اشتغال نخست باید توجه داشته باشند خودروهای قدیمی، سورس تامین خود را پیدا کرده‌اند و ورود افراد جدید به‌عنوان قطعه‌ساز توجیه اقتصادی ندارد و در سطح کلان به‌لحاظ ملی سودآور برای کشور نیست، درحالی که ممکن است برای خودروساز مطلوب باشد، زیرا با افزایش تعداد سورس‌ها می‌تواند تقاضاهای خود را راحت‌تر پیش ببرد. کریم‌خان در پایان اظهار کرد: در حوزه آمایش سرزمین برای راه‌اندازی یک فعالیت صنعتی و ایجاد اشتغال در یک استان باید دید برای چه قطعه‌ای، کجا و چگونه باید سرمایه‌گذاری کرد. پراکنش قطعه‌سازان در کشور عادلانه نیست و شاید سودآوری مورد انتظار را نداشته باشند.

مکان‌یابی مراکز معاینه فنی خودرو



یکی دیگر از حوزه‌هایی که قرارگیری و فعالیت آنها برای صنعت خودرو دارای اهمیت است، مراکز معاینه فنی هستند. آلایندگی خودروها و نیاز آنها به خدمات‌دهی و تایید سلامت این خودروها اهمیت مراکز معاینه فنی را دوچندان می‌کند. عباس مجیدی‌نژاد، رئیس هیات‌مدیره انجمن صنفی مراکز معاینه فنی خودرو در گفت‌وگو با صمت گفت: علت وجودی مراکز معاینه فنی خودرو را برای رسیدن به اهدافی مانند ایمنی در خودروها و اثرات آلایندگی زیست‌محیطی آن باید برشمرد. با گذشت حدود ۲۰ سال از طول عمر ارائه خدمات معاینه فنی به‌طور مکانیزه نه‌تنها این اهداف محقق نشده، حتی با تغییر دیدگاه‌های ذی‌نفعان در این فرآیند از میسر اصلی جدا شده و مراکز معاینه فنی به بنگاه‌های اقتصادی تبدیل شده و به‌شکل گلوگاهی برای شهروندان درآمده است. وی افزود: رسالت مراکز معاینه فنی برای دستیابی به شرایط مناسب و استاندارد برای حمل‌ونقل عمومی و شخصی برای شهروندان است که این اصل به فراموشی سپرده شده و شهروندان مراجعه به مراکز معاینه فنی را به اجبار انجام می‌دهند.

او ادامه داد: با تدوین و ابلاغ آیین‌نامه‌ها و بخشنامه‌های اجرایی ناقص، مراکز معاینه فنی نیز توان اقناع مراجعه‌کنندگان خود را ندارد و به علت دسترسی نداشتن به منابع آماری، تحلیل اثرات معاینه فنی در فرآیند حمل‌ونقل را نمی‌توان ارزیابی کرد.

رئیس هیات‌مدیره انجمن صنفی مراکز معاینه فنی خودرو یکی از مهم‌ترین مواردی که عامل فساد در مراکز معاینه فنی خودرو بوده را مکان‌یابی آنها دانست و گفت: با تصویب قانون رسیدگی به تخلفات رانندگی در سال ۸۹، فصل دیگری برای فعالیت مراکز معاینه فنی خودرو رقم خورد. در ماده ۹ قانون یادشده در راستای ارائه مدارک به ماموران، معاینه فنی برای خودروهای با بیش از ۵ سال عمر مصوب شد. با راه‌اندازی سایت سامانه یکپارچه معاینه فنی ایران (سیمفا) دیدگاه حاکم در این‌باره تغییر کرد. با تغییر در نگرش حاکم در نهادهای متولی، مناسبات مالی نیز در مراکز معاینه فنی رو به بهبود رفت و فرصتی برای ورود افراد فرصت‌طلب به این عرصه ایجاد شد. شرایط به‌وجود آمده مصدر بسیار مخربی شد برای پیدایش فساد در این فرآیند، چراکه با از بین بردن مکان‌یابی و نیاز نظام‌مند به انجام این فرآیند مبادرت به صدور بی‌رویه مراکز جدید در کنار مراکز قدیم کردند.

او یادآور شد: در تبصره ماده ۲ بخشنامه اجرایی بحث طرح ۵ ساله برای تعدد مراکز و مکان‌یابی آن مطرح شده اما ضابطه‌مندی برای این بخش وجود ندارد. در استان‌های گوناگون هم با به‌کار بستن نظر شخصی و فشارهای سازمانی تعداد مراکز تعیین می‌شود. در بخش خودروهای سبک، ستاد معاینه فنی در شهرهای گوناگون رویه و شاخص‌های گوناگونی را مورد نظر قرار داده که هیچ‌گونه هماهنگی و ضابطه‌ای در آنها وجود ندارد. در استان‌های دارای مراکز معاینه فنی نگرش حاکم بر استانداری‌ها اشتغالزایی بوده و مراکز معاینه فنی مستمسکی برای ارائه آمار اشتغال در همان استان‌ها به‌شمار می‌روند.

رئیس هیات‌مدیره انجمن صنفی مراکز معاینه فنی خودرو تصریح کرد: در بعضی استان‌ها از جمله شهر تهران و اصفهان نیز مراکز معاینه فنی با نگاه انتفاعی برای شهرداری‌های مورد نظر قرار گرفته است و مدیریت ستادی در این بخش با دریافت درصدی از مبلغ معاینه فنی انجام می‌شود.

مجیدی‌نژاد در ادامه با اشاره به مراکز معاینه فنی خودروهای تجاری گفت: در بخش خودروهای سنگین، مراکز معاینه فنی شرایطی از این آشفته‌تر دارند. با آنکه ستاد معاینه فنی سنگین در اداره کل ستاد قرار دارد و تصمیم‌های آن در سطح کشور گرفته می‌شود اما از مسیر اصلی جدا شده و به کژ راهه سوق یافته که جای تامل بسیار دارد. تا یکی، دو سال پیش طرح ۵ ساله تدوین و معیار مورد قبولی را لحاظ کرده بودند. اما در چند سال گذشته رویه توجه به سلیقه‌های شخصی و منافع سازمانی جایگزین منافع ملی شده است.

سخن پایانی

با آمایش سرزمین که نوعی برنامه‌ریزی شهری و منطقه‌ای است علاوه‌بر توسعه پایدار در یک منطقه، اشتغالزایی و رشد برای آن سرزمین رقم می‌خورد؛ از این‌رو با توجه به موقعیت و امکانات موجود هر سرزمین، پروژه و طرح‌های صنعتی‌خدماتی تعریف شده و به‌این ترتیب زیرساخت‌های رشد اقتصادی فراهم می‌شود. یکی از ضعف‌های ایران در توسعه و رشد اقتصادی به همین امر برمی‌گردد. به‌نظر می‌رسد بدون در نظر گرفتن مولفه‌ها توسعه پایدار صنایع در استان و شهری شکل گرفته‌اند و حال بهره‌وری مورد انتظار را ندارند. آمایش سرزمین یکی از فرمول‌های نجات مناطق محروم از توسعه‌نیافتگی است که ضرورت دارد تصمیم‌گیران و برنامه‌ریزان اقتصادی به این موضوع توجه ویژه داشته باشند.

یادداشت

چیدمان صنعتی و بهره‌وری تولید



امید رضایی- کارشناس صنعت خودرو: برخی سرمایه‌گذاری در دولت‌های گوناگون به‌شکل دستوری بوده که پیامدهای منفی برای خودروسازی کشور داشته است. به‌عنوان مثال، درباره سایت‌هایی که خارج از کشور راه‌اندازی شده‌اند، در صورت محاسبه بهره‌وری سایت‌ها نسبت‌به هزینه‌ها، متوجه می‌شویم که هزینه کردها بیشتر بوده است. در دوره سکانداری و هنگام پایان مدیریت هر دولت، باید درباره عملکرد و خروجی آن کنکاش کرد. باید وقتی سرمایه‌ای از کشور خارج می‌شود، از دولت‌ها خواست به روشنی آن را مشخص و درباره آن اطلاع‌رسانی کنند. به‌عنوان مثال، سایت خودروسازی در فلان کشور راه‌اندازی شده، نتیجه به‌دست آمده چه بوده است. حتی کارخانه‌های خودروسازیی که در سطح کشور (سایت‌های داخلی) فعالیت دارند، چه کمکی به اقتصاد و صنعت کرده‌اند؟ هر نماینده استانی تلاش کرده سایتی در استان بومی خود راه‌اندازی کند. با صدور مجوز برای یک نماینده، نماینده دیگر هم برای عقب نماندن خواهان پروانه بهره‌برداری می‌شود. یا مدیرعامل خواهان راه‌اندازی سایتی در شهر زادگاهش می‌شود بدون اینکه توجهی به آمایش سرزمینی داشته باشد. این موضوع از چالش‌های اصلی صنعت کشور است. برای همین بدنه رنگ شده از تهران به فلان شهر منتقل و خودرو در شهری دیگر، مونتاژ می‌شود. منطق این کار چیست؟ گفتنی است راه‌اندازی خط رنگ در صنعت خودرو، نیاز به سرمایه‌گذاری بالایی دارد و باید تولید در مقیاس اقتصادی باشد تا راه‌اندازی آن را توجیه‌پذیر کند. این در حالی است که در روند فعلی تولید فقط هدف‌گذاری می‌شود، فلان مدل در فلان شهر مونتاژ شود و خودرو دیگر در استان دیگر. گویا بازدهی و تولید سودده به فراموشی سپرده شده است. درباره چیدمان قطعه‌سازان در کشور باید بگویم تهران، خراسان، مرکزی، قزوین و تبریز بیشترین آمار قطعه‌سازان را به خود اختصاص داده‌اند. حال قطعه از مثلا تبریز یا خراسان برای سایت بابل ارسال می‌شود. یا در برخی برهه‌های زمانی برای اینکه خط تولید سایتی تعطیل نشود، مثلا رودری خودرو که قطعه‌ای دارای وزن است، هوایی ارسال می‌شود. هزینه‌های لجستیک اینچنینی چقدر در میزان سوددهی سایت‌ها تاثیر دارد؟ این قطعات های‌تک نیستند که هزینه‌کردها برای آنها توجیه‌پذیر باشد. یکی از سایت‌های زیانده قرار بود به یکی از خودروسازان خارجی فروخته شود که اگر این‌طور می‌شد این خودروساز ناگزیر به ماندن و ادامه فعالیت در کشور حتی در دوره تحریم بود، اما به‌دلایلی فروخته نشد. درباره این مسائل، کدام یک از مدیرعاملان و مدیران دولتی پیشین پاسخگو هستند؟ برای رسیدن به سوددهی و بهره‌وری در صنعت خودرو باید به‌دنبال ریشه‌ها و عوامل اصلی بود، بخشی از ضرر تولید شاید مربوط به نیروهای تحمیلی و مازاد باشد اما بخشی دیگر که آمار بالایی دارد در نحوه فعالیت سایت‌های خودروسازی و چالش آمایش سرزمینی نهفته است که باید پیگیری و رسیدگی شود. باید نتایج گزارش تحقیق و تفحص مجلس شورای اسلامی به اطلاع مردم برسد و هزینه کردهای بالا در سایت‌های خارجی مورد بررسی و رسیدگی قرار گیرد. اگر پول‌های خوابیده در سایت‌های خارجی به کشور برگردد، بخش بزرگی از مشکلات صنعت خودرو برطرف می‌شود. موضوع آمایش سرزمین در بازدهی و بهره‌وری صنایع و نیز چیدمان هر صنعتی در موفقیت آن در بازار داخل و خارج تاثیر زیادی دارد. هزاران گره را می‌توان با دست باز کرد، به‌شرط اینکه بخواهیم و یک فرد متخصص و بااهلیت مدیریت کند.

یادداشت

آمایش سرزمین و اصلاح ساختار بودجه



وحید شقاقی- کارشناس اقتصادی: مسئله آمایش سرزمین و رفع موانع و نابرابری‌های منطقه‌ای از همان ابتدای انقلاب جزو سیاست‌ها و اصول نظام جمهوری اسلامی بوده است. این امر تا آنجا اهمیت داشته که حتی در قانون اساسی هم به این موضوع اشاره و بر آن تاکید ویژه شده است. در شرایط فعلی کشور که نابرابری اقتصادی به مشکل جدی تبدیل شده، هم رفع نابرابری‌های منطقه‌ای را با ضرورتی دوچندان مواجه کرده است. به این ترتیب، آمایش سرزمین و حرکت به سمت استفاده از ظرفیت‌های مناطق اهمیتی بیش از سال‌های ابتدای انقلاب هم پیدا کرده است. برای اینکه بتوان یک طرح و برنامه مناسب را برای این مسئله فراهم کرد ابتدا باید شرایط ویژه استان‌ها و مناطق را تبیین کرد و براساس ظرفیت‌ها باید برنامه توسعه‌ای مناسب و همه‌جانبه را ترتیب داد. چنانچه آمایش سرزمین انجام شود، حتی در نظام بودجه‌ریزی کشور هم تحولات اساسی ایجاد خواهد شد. اهمیت این مسئله تا جایی است که در سال‌های اخیر دائم بر ضرورت اصلاح ساختار بودجه تاکید شده اما هنوز از این مسیر طرفی بسته نشده و سرانجام حتی بودجه امسال نتوانست از مجلس رأی لازم را کسب کند. چنانچه نظام بودجه‌ریزی کشور با آمایش سرزمین هماهنگ و همراه شود، با شناسایی ظرفیت‌های خالی مناطق و ظرفیت‌های بالقوه می‌توان پروژه‌های مناسب‌تری برای هر منطقه تعریف کرد و راه توسعه را گشود. از قضا نبود آمایش سرزمین سبب شده تا برنامه‌ریزی و بودجه‌ریزی دچار مشکل شود زیرا این مشخص است که هر استان یا منطقه توانایی‌های خاص خود را دارند و براساس این قابلیت‌ها اگر توجه کافی صورت بگیرد، شکوفایی در کشور شکل خواهد گرفت. به این ترتیب، در آمایش سرزمین قبل از هر چیز باید مشخص شود که هر استان یا هر منطقه چه شرایط و توانایی‌هایی دارد تا از این طریق اعتبار به درستی تخصیص یابد. اینکه برای همه مناطق کشور به یک شکل برنامه‌ریزی شود و اعتبارات تخصیص یابد نه روشی عقلانی است و نه عادلانه. در حالی که این مهم باید بر پایه ظرفیت‌های منطقه‌ای انجام شود تا براساس قابلیت‌های هر منطقه امکانات فراهم شود و بتوان فرصت‌های بالقوه را به‌سرعت به فرصت‌های بالفعل تبدیل کرد. با این حال، نبود آمایش سرزمین در کشور موجب شده تا خیلی از پروژه‌هایی که اجرا شدند عقلانی به نظر نرسند و حتی به توسعه و بهبود وضعیت آن منطقه هم کمک نکنند. این درواقع ناشی از همان نشناختن قابلیت‌ها و فرصت‌های هر منطقه است. درواقع در شرایطی که آمایش سرزمین وجود ندارد، نگرشی حاکم می‌شود که تنها می‌تواند به تقسیم اعتبارات منجر شود که در عمل توسعه را ممکن نمی‌کند. بدون داشتن آمایش سرزمین ممکن است اجرای پروژه‌ها در مناطق نه‌تنها به پیشرفت کشور یا آن منطقه کمک نکند بلکه به آن آسیب هم بزند و موجب به‌هم ریختن توازن استانی و منطقه‌ای در کشور شود. متاسفانه با وجود اهمیت این مسئله و تاکید قانون اساسی بر آن، تا همین جا هم زمان زیادی تلف شده و فرصت‌های بسیاری از دست رفته است. از این رو، می‌توان گفت در کشور این مسیر را تاکنون اشتباه پیموده‌اند. هنگامی که یک کشور سند آمایش سرزمین خود را دارد، با مشخص کردن توانایی‌های هر منطقه و البته روشن کردن اهداف و چشم‌اندازهای منطقه‌ای می‌توان بهتر متوجه شد نیاز هر منطقه چیست و چگونه می‌توان مردم را در مسیر پیشرفت و بهبود قرار داد. به این ترتیب، برنامه‌های کلان اقتصادی و توسعه اقتصادی و اجتماعی نیز هم‌راستا خواهند شد و می‌توانند راه بهبود را باز کنند. متاسفانه هنگامی که این اتفاق نمی‌افتد در عمل با وجود توزیع گسترده منابع که در چند دهه اخیر صورت گرفته اما چون به فراخور ظرفیت‌ها و نیازهای منطقه‌ای این مهم رخ نداده، در عمل نه‌تنها به شکوفایی دست پیدا نکردند بلکه مشکلات فراوان و عقب‌ماندگی‌های گسترده در کشور شکل گرفته و با فشاری که تحریم‌ها و تنش‌های سیاسی به وجود آوردند در عمل چشم‌انداز مبهمی را برای آینده ترسیم کرده است. باید از مسئولان کشور به‌طور ویژه درخواست کرد که هر چه زودتر این طرح را آماده کنند و برای اجرا آن را به نهادهای متولی ارائه دهند. این ضرورتی است که اگر محقق شود می‌توان با حداقل منابع و جلوگیری از ریخت و پاش منابع، راه توسعه را با شتاب بیشتری پیمود. تا هم‌اکنون نیز فرصت زیادی از کف رفته و مصلحت این است که سریع‌تر این طرح آماده شود.