

دستیابی به صلح پایدار با حفظ اقتدار



صمد حسن‌زاده، رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران در نخستین نشست هیات نمایندگان اتاق ایران در سال ۱۴۰۵ با محکوم نمودن تجاوز نامتقارن و

وحشیانه دشمن آمریکایی - صهیونی وی با بیان اینکه کشورمان در جنگ رمضان، سرمایه‌های بسیار بزرگ ملی را از دست داد، افزود: کشورهای متجاوز به نتیجه اعمال زشت خود رسیده‌اند. دنیا متوجه شده است که آمریکا و اسرائیل کار بسیار غیرقانونی و غیرمنطقی در دنیا انجام می‌دهد و خسارت‌هایی که جنگ تحمیلی اخیر به اقتصاد دنیا وارد کرده، خیلی بیشتر از خسارت‌هایی است که به ایران وارد شده است. جمهوری اسلامی ایران تا امروز جایگاه بسیار خوبی در دنیا برای خود فراهم نموده و بیشتر کشورها در راستای رفع این تجاوزهای جنگی، در کنار ایران قرار گرفته و جبهه مخالف آمریکا و صهیونیسم در دنیا شکل گرفته است.

رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران از تمام بنگاه‌های اقتصادی که در دوران جنگ از سرمایه‌ها و تجربیات خود مایه گذاشتند قدردانی کرد و گفت: فعالان اقتصادی کشور در این شرایط سخت، در تمامی صحنه‌های اقتصادی کشور حضور پیدا کردند و با وجود خسارت‌های بزرگی که به تاسیسات زیربنایی و زیرساختی وارد شده بود، جریان تولید کالاها را اساسی و محصولات مورد نیاز کشور را بی‌وقفه ادامه دادند.

او افزود: ملت نجیب ایران مخصوصاً فعالان اقتصادی و اصناف در جریان جنگ تحمیلی، طوری رفتار کردند که به کمک پروردگار، مسئولان کشور توانستند نهایت تلاش خود را انجام دهند و رسالت و تکلیف مسئولیت‌های خود را برای معیشت مناسب مردم انجام دهند.

حسن‌زاده با ابراز امیدواری نسبت به اینکه «با تصمیم‌گیری‌ها و برنامه‌هایی که برای رفع تجاوزات در نظر گرفته می‌شود، بتوان با یک صلح پایدار که اقتدار جمهوری اسلامی ایران در آن لحاظ می‌شود، به مصیبت بزرگ جنگ خاتمه داده شود؛ خاطر نشان کرد: ما هیچ وقت در برابر زورگویی‌های غیرمنطقی و غیرقانونی تسلیم نمی‌شویم. امیدواریم مسئولان نظام با تدبیر کارشناسی شده در تمامی مسائل مخصوصاً مذاکرات عمل کنند تا بتوانیم برای کشور به یک آرامش خاطر و صلح پایدار با حفظ اقتدار جمهوری اسلامی ایران دست یابیم و ملت ما با آرامش خاطر و امیدواری بیشتر در سایه صلح و امنیت بتوانند در رشد و پیشرفت ایران عزیز مشارکت نمایند.

حمایت از بنگاه‌های اقتصادی آسیب‌دیده

رئیس اتاق ایران از فعالان اقتصادی خواستار استمرار تولید و حفظ ظرفیت تولید و اشتغال بنگاه‌های اقتصادی شد و تأکید کرد: تبادل نظرهایی در هیات رئیسه و شورای روسای اتاق‌های سراسر کشور مطرح شده است تا در این شرایط سخت اقتصادی، یک اهرم حمایتی برای حمایت از بنگاه‌های اقتصادی آسیب‌دیده داشته باشیم.

حسن‌زاده به برگزاری جلسات با مسئولان در وزارت صمت، وزارت اقتصاد، وزارت جهاد کشاورزی و سازمان برنامه و بودجه، برای رفع آسیب‌ها و کمیودها اشاره کرد و در بخش دیگر سخنانش گفت: بسته‌های حمایتی نیز هم در جنگ ۱۲ روزه هم در جنگ رمضان، در نظر گرفته شده است اما تا به امروز تأثیرگذاری این بسته‌ها را در برنامه‌های اقتصادی بنگاه‌ها ملاحظه نکرده‌ایم.

بسته‌ای که تا به امروز باز نشده است
رئیس اتاق ایران تأکید کرد: این بسته‌های حمایتی نشانگر بسته‌های است که تا به امروز باز نشده است. در جلسات با مسئولان مطرح کردیم که درباره ۷۰۰ همتی که قرار بود به بنگاه‌ها ارائه شود، در استان‌ها هیچ گزارشی نداریم که واقعاً به بنگاه‌ها کمک شده باشد.

تسهیلات‌دهی برای حفظ اشتغال
حسن‌زاده در ادامه افزود: این برای فعالان اقتصادی، توهین‌آمیز است که برخی مسئولان می‌گویند برای بنگاه‌های زیر ۵۰ نفر به ازای هر نیروی کار که مشغول به کار کنند برابر ۴۴ میلیون تومان و برای بنگاه‌های بالای ۵۰ نفر، به ازای هر نیروی کار ۲۲ میلیون تومان کمک و تسهیلات تعلق می‌گیرد. این در حالی است که مسئولان می‌دانند که حقوق یک کارگر ساده، بالای ۶۰ میلیون تومان است.

او به کمیودهای پلیمرهای پلاستیکی بخاطر آسیب به پتروشیمی‌ها اشاره کرد و گفت: گفت‌وگوهایی با کشورهایی که تامین‌کننده مواد اولیه هستند صورت گرفته است و قرار شده است که به صورت مدت‌دار، مواد اولیه را در اختیار فعالان اقتصادی ایران بگذارند که امیدواریم بانک مرکزی بتواند برای بهره‌گیری از این فرصت‌ها اقدامات لازم را در زمان مناسب انجام دهد.

رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران در نشست خود بر فرماندهی متمرکز برای تصمیم‌گیری در زمینه مسائل اقتصادی کشور تأکید کرد.

شروین اشیدری
editor@smtnews.ir



دکته‌های مطبوعاتی سال‌ها بخشی جدایی‌ناپذیر از زندگی شهری در ایران بودند؛ کیوسک‌هایی کوچک اما تأثیرگذار که نه‌فقط محل فروش روزنامه و مجله، بلکه بخشی از حافظه فرهنگی شهرها به شمار می‌رفتند. هر صبح، مردم در مسیر محل کار یا دانشگاه، مقابل دکته‌ها توقف می‌کردند، تیتیر روزنامه‌ها را می‌خواندند و از مهم‌ترین اخبار کشور و جهان مطلع می‌شدند. دکته‌ها محل عبور جریان اطلاعات بودند؛ جایی که سیاست، فرهنگ، ورزش و اقتصاد در صفحه اول روزنامه‌ها به خیابان می‌آمد. در سال‌هایی نه‌چندان دور، فروش روزنامه

رئیس اتحادیه دکته‌داران تهران در ابتدای این گفت‌وگو، بر اهمیت فرهنگی دکته‌های مطبوعاتی تأکید کرد و گفت: این واحدها نباید صرفاً به چشم یک مرکز فروش کالا دیده شوند. هویت اصلی دکته‌ها با فروش روزنامه و نشریات تعریف شده و همین مسئله باعث می‌شود که نقش فرهنگی آن‌ها همچنان اهمیت داشته باشد.

آقازاده با اشاره به سیاست اتحادیه در باره حفظ هویت مطبوعاتی دکته‌ها گفت: هویت این دکته‌ها، یک هویت فرهنگی است که به داشتن و فروش روزنامه بستگی دارد. با این حال، در عمل حدود هشتاد درصد از فروش این واحدها به کالاهای سوپرمارکتی اختصاص یافته که بخش عمده آن را سیگار تشکیل می‌دهد.

وی ادامه داد: اگرچه دکته‌ها همچنان روزنامه عرضه می‌کنند، اما فروش مطبوعات دیگر پاسخگوی هزینه‌های جاری نیست. به همین دلیل، دکته‌داران برای ادامه فعالیت اقتصادی خود ناچار شده‌اند به سمت فروش کالاهای پررونق که سود بیشتری دارند و مشتریان روزانه بیشتری برای آن‌ها وجود دارد.

در شمال شهر تهران که فروش بهترین را شاهد هستیم، حدود ۵۰ درصد روزنامه‌ها برگشت می‌خورد

رئیس اتحادیه فروشندگان جراید، فضای مجازی را مهم‌ترین عامل کاهش فروش روزنامه می‌داند. او معتقد است با گسترش اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، شیوه دریافت اخبار در جامعه کاملاً تغییر کرده و مردم دیگر مانند گذشته منتظر انتشار نسخه چاپی روزنامه نمی‌مانند.

آقازاده در این باره گفت: این موضوع دلایل مختلفی دارد. یکی از دلایل اصلی، گسترش فضای مجازی است؛ چرا که مردم اخبار را از طریق اینترنت و شبکه‌های اجتماعی دنبال می‌کنند. از سوی دیگر، افزایش قیمت روزنامه‌ها نیز باعث شده خرید آن برای برخی

رئیس اتحادیه دکته‌داران تهران در ادامه سخنانش خود، بر ضرورت حمایت از این صنف تأکید می‌کند و معتقد است اگر قرار است دکته‌ها همچنان نقش فرهنگی خود را حفظ کنند، باید سیاست‌های حمایتی مشخصی برای آن‌ها در نظر گرفته شود.

وی در این باره گفت: ما باید به دنبال راهکارهایی باشیم تا برای دکته‌داران انگیزه ایجاد کنیم که روزنامه بیشتری بفروشند. به عنوان مثال، می‌توان سوبسیدهایی را برای فروش روزنامه در نظر گرفت.

آقازاده توضیح می‌دهد که سود فروش روزنامه بسیار ناچیز است و در شرایط فعلی، دکته‌داران انگیزه اقتصادی چندانی برای تمرکز بر فروش جراید ندارند. به همین دلیل، اگر حمایت یا مشوقی وجود

فروش سیگار در دکته‌ها، در کنار نقش اقتصادی، همواره با حاشیه‌هایی درباره قیمت‌گذاری و گران‌فروشی همراه بوده است. وی در این رابطه توضیح داد: ما گزارش‌هایی در این زمینه دریافت کرده‌ایم و بازرسان اتحادیه به صورت مستمر از دکته‌ها بازدید می‌کنند. در صورت مشاهده هرگونه گران‌فروشی، با واحد متخلف برخورد قانونی صورت می‌گیرد. آقازاده همچنین تأکید کرد: باید در نظر داشت که قیمت برخی از انواع سیگار توسط خود شرکت‌های تولیدکننده و از مبدأ افزایش یافته است. با این حال ما تمام تلاش خود را برای مقابله با گران‌فروشی در سطح عرضه به کار می‌گیریم. به گفته او، بخشی از افزایش قیمت دخانیات مربوط به شرکت‌های تولیدکننده و شبکه توزیع است و همه افزایش قیمت‌ها را نمی‌توان به دکته‌داران نسبت داد.

طرح ساماندهی و زیباسازی دکته‌ها

رئیس اتحادیه دکته‌داران تهران در پایان به برنامه‌های مربوط به ساماندهی وضعیت ظاهری دکته‌ها اشاره کرد و از اجرای طرحی مشترک با شهرداری خبر داد.



دکته‌هایی که با سیگار زنده مانده‌اند!

شده‌اند. این تغییر، تنها یک تحول اقتصادی نیست؛ بلکه نشانه‌ای از دگرگونی عمیق در فرهنگ رسانه‌ای جامعه و کاهش جایگاه مطبوعات چاپی در میان مردم است. در همین رابطه، گفت‌وگویی با فضایل آقازاده رئیس اتحادیه دکته‌داران تهران انجام داد که در آن، وی به تشریح وضعیت امروز دکته‌های مطبوعاتی، مشکلات اقتصادی این صنف، کاهش شدید فروش روزنامه‌ها، نقش سیگار در بقای اقتصادی دکته‌ها، گرانی مطبوعات، گران‌فروشی دخانیات و برنامه‌های ساماندهی دکته‌ها پرداخته است.

دکته‌ها؛ از نماد فرهنگ تا فروشگاه‌های کوچک شهری

به گفته رئیس اتحادیه دکته‌داران، فروش سیگار در حال حاضر اصلی‌ترین منبع درآمد بسیاری از دکته‌ها محسوب می‌شود و بدون آن، بخش قابل‌توجهی از این واحدها امکان ادامه فعالیت نخواهند داشت. این در حالی است که دکته‌های مطبوعاتی در گذشته بیشتر با روزنامه، مجله و محصولات فرهنگی شناخته می‌شدند تا دخانیات. **کاهش شدید فروش روزنامه؛ زنگ خطر برای مطبوعات چاپی** یکی از مهم‌ترین بخش‌های این گفت‌وگو، مربوط به وضعیت بحرانی فروش روزنامه در تهران است؛ مسئله‌ای که به گفته آقازاده، در سال‌های اخیر شدت بیشتری پیدا کرده و بسیاری از دکته‌داران را با مشکلات اقتصادی مواجه کرده است.

رئیس اتحادیه دکته‌داران تهران با اشاره به آمار بالای برگشتی جراید اظهار داشت: وضعیت فروش روزنامه به موقعیت جغرافیایی دکته بستگی دارد. به عنوان مثال، در شمال شهر تهران که فروش بهتری را شاهد هستیم، حدود ۵۰ درصد روزنامه‌ها برگشت می‌خورد. اما متأسفانه در جنوب شهر، این آمار تا ۹۰ درصد هم می‌رسد و دکته‌داران تنها موفق به فروش ۱۰ درصد از جراید دریافتی خود می‌شوند.

وی در ادامه گفت: این آمار نشان‌دهنده کاهش شدید مخاطبان مطبوعات چاپی در کشور است. در گذشته، بخش زیادی از مردم اخبار روزانه را از طریق روزنامه دنبال می‌کردند و بسیاری از دکته‌ها در ساعات ابتدای صبح، بخش عمده‌ای از روزنامه‌های خود را می‌فروختند. اما حالا شرایط به‌گونه‌ای تغییر کرده که در برخی مناطق، حتی تعداد محدودی از روزنامه‌ها نیز مشتری ندارند.

به گفته آقازاده، تفاوت فروش در مناطق مختلف شهر نیز به شرایط اقتصادی و فرهنگی شهروندان مرتبط است. در برخی مناطق شمالی تهران هنوز بخشی از مردم به خرید روزنامه عادت دارند، اما در بسیاری از مناطق دیگر، این عادت تقریباً از بین رفته است.

قیمت مطبوعات باعث شده بسیاری از مردم دیگر توان یا تمایل خرید روزنامه را نداشته باشند. به گفته او، بالا رفتن هزینه‌های چاپ، افزایش قیمت کاغذ و مشکلات توزیع، قیمت روزنامه‌ها را افزایش داده و در شرایطی که مردم با فشار اقتصادی روبه‌رو هستند، خرید روزنامه از اولویت بسیاری از خانواده‌ها خارج شده است.

او تأکید می‌کند که مردم وقتی می‌توانند اخبار را به‌صورت رایگان در اینترنت دنبال کنند، کمتر حاضر می‌شوند برای نسخه چاپی هزینه کنند. این مسئله باعث شده تیراژ روزنامه‌ها کاهش یابد و دکته‌داران نیز درآمد کمتری از فروش جراید داشته باشند.

قابل توجهی است. آقازاده در پاسخ به سوالی درباره هزینه راه‌اندازی دکته جدید بیان کرد: در حال حاضر، یک فرد برای راه‌اندازی یک دکته فروش جراید به حدود ۳۰۰ میلیون تومان سرمایه اولیه نیاز دارد که این هزینه شامل خرید سازه دکته، اخذ مجوزهای لازم و تأمین کالاهای اولیه است.

او معتقد است افزایش هزینه‌ها باعث شده بسیاری از افراد توان ورود به این حرفه را نداشته باشند. در گذشته، دکته‌داری یکی از مشاغل کم‌هزینه‌تر محسوب می‌شد، اما امروز هزینه‌های مربوط به مجوز، تجهیزات و تأمین کالا، فعالیت در این حوزه را دشوار کرده است.

سخن پایانی

دکته‌های مطبوعاتی را با ابهام روبه‌رو کرده‌اند. در چنین شرایطی، بسیاری معتقدند اگر حمایت جدی و برنامه‌ریزی مشخصی برای حفظ این صنف انجام نشود، دکته‌های مطبوعاتی به تدریج آخرین نشانه‌های هویت فرهنگی خود را نیز از دست خواهند داد. شاید امروز هنوز در برخی خیابان‌های شهر بتوان تیتیر روزنامه‌ها را روی پیشخوان دکته‌ها دید، اما واقعیت این است که دکته‌های مطبوعاتی دیگر آن نقش و جایگاه گذشته را ندارند. آن‌ها اکنون در میانه یک تغییر بزرگ ایستاده‌اند؛ تغییری که سرنوشت فرهنگ مکتوب و آینده مطبوعات چاپی را نیز تحت تأثیر قرار خواهد داد.

رئیس اتحادیه دکته‌داران تهران در ابتدای این گفت‌وگو، بر اهمیت فرهنگی دکته‌های مطبوعاتی تأکید کرد و گفت: این واحدها نباید صرفاً به چشم یک مرکز فروش کالا دیده شوند. هویت اصلی دکته‌ها با فروش روزنامه و نشریات تعریف شده و همین مسئله باعث می‌شود که نقش فرهنگی آن‌ها همچنان اهمیت داشته باشد.

آقازاده با اشاره به سیاست اتحادیه در باره حفظ هویت مطبوعاتی دکته‌ها گفت: هویت این دکته‌ها، یک هویت فرهنگی است که به داشتن و فروش روزنامه بستگی دارد. با این حال، در عمل حدود هشتاد درصد از فروش این واحدها به کالاهای سوپرمارکتی اختصاص یافته که بخش عمده آن را سیگار تشکیل می‌دهد.

وی ادامه داد: اگرچه دکته‌ها همچنان روزنامه عرضه می‌کنند، اما فروش مطبوعات دیگر پاسخگوی هزینه‌های جاری نیست. به همین دلیل، دکته‌داران برای ادامه فعالیت اقتصادی خود ناچار شده‌اند به سمت فروش کالاهای پررونق که سود بیشتری دارند و مشتریان روزانه بیشتری برای آن‌ها وجود دارد.

فضای مجازی؛ رقیب اصلی دکته‌های مطبوعاتی

رئیس اتحادیه فروشندگان جراید، فضای مجازی را مهم‌ترین عامل کاهش فروش روزنامه می‌داند. او معتقد است با گسترش اینترنت و شبکه‌های اجتماعی، شیوه دریافت اخبار در جامعه کاملاً تغییر کرده و مردم دیگر مانند گذشته منتظر انتشار نسخه چاپی روزنامه نمی‌مانند.

آقازاده در این باره گفت: این موضوع دلایل مختلفی دارد. یکی از دلایل اصلی، گسترش فضای مجازی است؛ چرا که مردم اخبار را از طریق اینترنت و شبکه‌های اجتماعی دنبال می‌کنند. از سوی دیگر، افزایش قیمت روزنامه‌ها نیز باعث شده خرید آن برای برخی

رئیس اتحادیه دکته‌داران تهران در ادامه سخنانش خود، بر ضرورت حمایت از این صنف تأکید می‌کند و معتقد است اگر قرار است دکته‌ها همچنان نقش فرهنگی خود را حفظ کنند، باید سیاست‌های حمایتی مشخصی برای آن‌ها در نظر گرفته شود.

وی در این باره گفت: ما باید به دنبال راهکارهایی باشیم تا برای دکته‌داران انگیزه ایجاد کنیم که روزنامه بیشتری بفروشند. به عنوان مثال، می‌توان سوبسیدهایی را برای فروش روزنامه در نظر گرفت.

آقازاده توضیح می‌دهد که سود فروش روزنامه بسیار ناچیز است و در شرایط فعلی، دکته‌داران انگیزه اقتصادی چندانی برای تمرکز بر فروش جراید ندارند. به همین دلیل، اگر حمایت یا مشوقی وجود

نداشته باشد، طبیعی است که فروشندگان به سمت کالاهایی بروند که درآمد بیشتری دارند.

به گفته او، حفظ دکته‌های مطبوعاتی تنها یک مسئله صنفی نیست، بلکه به حفظ فرهنگ مطالعه و رسانه‌های چاپی نیز ارتباط دارد. او معتقد است اگر حمایت لازم صورت نگیرد، دکته‌ها به تدریج کارکرد فرهنگی خود را از دست خواهند داد.

هزینه ۳۰۰ میلیونی برای ورود به شغل دکته‌داری

موضوع دیگری که رئیس اتحادیه فروشندگان جراید به آن اشاره کرد، افزایش هزینه‌های راه‌اندازی دکته‌های جدید است. او می‌گوید در شرایط فعلی، راه‌اندازی یک دکته مطبوعاتی نیازمند سرمایه