

منعت معدن تجارت

منشور اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در روزنامه منعت معدن تجارت www.smtnews.ir/about.html	
صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی و مطبوعاتی « منعت »	
مدیرمسئول: عاطفه خسروی	
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۱۰۵۲۸۸ - ۰۹۱۹۱۲۵۱۴۰۶	
ایمیل آگهی‌ها: ads.smtnews@gmail.com	
تلفن: ۸۲۱۹۰ (داخلی -۱۰۸)	
توزیع و سازمان شهرستان‌ها: ۸۸۱۰۵۲۸۸	
تهران، خیابان قائم مقام فراهانی - کوچه آزادگان شماره ۲۶ - کدپستی ۱۵۸۶۷۳۳۸۱	
روابط عمومی: pr@smtnews.ir	
چاپخانه: صمیم	
www.smtnews.ir telegram.me/smtnews tozi.smtnews@gmail.com	info@smtnews.ir instagram.com/smtnewspaper http://etiaa.com/smtnews
https://ble.ir/smtnews	
عضو انجمن مدیران روزنامه‌های غیردولتی عضو انجمن مدیران رسانه عضو تعاونی مطبوعات	

فرمولی که همچنان محل مناقشه است

پرونده بازار قیمت‌گذاری خودرو

افزایش اخیر قیمت خودروهای داخلی در هفته‌های اخیر بار دیگر نحوه تعیین قیمت در این صنعت را به کانون توجه برده است؛ سازوکاری که بر پایه صورت‌های مالی خودروسازان انجام می‌شود و همچنان با انتقاد مواجه است.
اتکای صرف به صورت‌های مالی یکی از نقاط محل اختلاف در سازوکار قیمت‌گذاری فعلی است که به گفته کارشناسان، این روند یکی از نقاط محل اختلاف در این سازوکار است.

افزایش قیمت خودروهای داخلی در هفته‌های اخیر بار دیگر نحوه تعیین قیمت در این صنعت را به کانون توجه آورده است؛ سازوکاری که همچنان بر پایه صورت‌های مالی خودروسازان و چارچوب‌های مصوب شورای رقابت اجرامی می‌شود و هم‌زمان با

افزایش قیمت خودروهای داخلی در هفته‌های اخیر بار دیگر نحوه تعیین قیمت در این صنعت را به کانون توجه برده است؛ سازوکاری که بر پایه صورت‌های مالی خودروسازان انجام می‌شود و همچنان با انتقاد مواجه است.
اتکای صرف به صورت‌های مالی یکی از نقاط محل اختلاف در سازوکار قیمت‌گذاری فعلی است که به گفته کارشناسان، این روند یکی از نقاط محل اختلاف در این سازوکار است.

افزایش قیمت خودروهای داخلی در هفته‌های اخیر بار دیگر نحوه تعیین قیمت در این صنعت را به کانون توجه آورده است؛ سازوکاری که همچنان بر پایه صورت‌های مالی خودروسازان و چارچوب‌های مصوب شورای رقابت اجرامی می‌شود و هم‌زمان با

افزایش قیمت خودروهای داخلی در هفته‌های اخیر بار دیگر نحوه تعیین قیمت در این صنعت را به کانون توجه آورده است؛ سازوکاری که همچنان بر پایه صورت‌های مالی خودروسازان و چارچوب‌های مصوب شورای رقابت اجرامی می‌شود و هم‌زمان با

مصرف‌کننده؛ ضلع کمتر دیده‌شده معادله

با وجود تمرکز سازوکار فعلی بر صورت‌های مالی و چارچوب‌های تنظیم‌گری، یکی از انتقادهای جدی این است که نتیجه نهایی قیمت‌گذاری برای مصرف‌کننده شفاف و قابل پیش‌بینی نیست. در حالی که افزایش قیمت خودرو معمولاً با استناد به هزینه‌های تولید توجیه می‌شود، جزئیات محاسبات و نحوه اعمال تعدیل‌ها به‌صورت عمومی منتشر نمی‌شود. در نتیجه، مصرف‌کننده نهایی عملاً کمترین قدرت اثرگذاری را در این چرخه دارد؛ در حالی که افزایش‌های مقطعی قیمت خودرو به‌طور مستقیم بر قدرت خرید خانوارها اثر گذاشته و فاصله میان درآمد و قیمت خودرو را بیشتر کرده است.

در سوی دیگر ماجرا، نگرانی سیاست‌گذاران از تبعات آزادسازی قیمت‌ها قرار دارد. تجربه سال‌های گذشته نشان داده است که هرگونه افزایش قیمت خودرو می‌تواند آثار روانی گسترده‌ای بر بازار داشته باشد و به رشد انتظارات تورمی دامن بزند. از همین رو، نهادهای تنظیم‌گر همچنان بر حفظ نظارت بر بازار خودرو تأکید دارند. در مجموع، با

یک مقام مسئول در سازمان استاندارد اعلام کرد: خودروهای وارداتی باید گواهی‌نامه بین‌المللی داشته باشند و در گمرک نیز به‌صورت تصادفی بازرسی می‌شوند و در صورت عدم انطباق، اجازه ورود ندارند. عیسی باقرزاده همایی مدیرکل دفتر ارزیابی کیفیت کالاهای صادراتی و وارداتی سازمان ملی استاندارد ایران در گفت‌وگو با خبرنگار مهر درباره روند واردات خودرو اظهار کرد: واردات خودرو مطلق معیارهای تعیین‌شده در حال انجام است و بدیهی است خودروهایی که وارد کشور می‌شوند باید حتماً دارای گواهی‌نامه‌های استاندارد بین‌المللی باشند.

عکس روز



شکوه مهاجرت در دریاچه مهارلو



ویژه قیمت‌گذاری قرار دارد. دلیل اصلی این موضوع، نگاه نهاد تنظیم‌گر رقابت است که بازار خودروهای داخلی را همچنان انحصاری تلقی می‌کند و به همین دلیل، آن را مشمول ضوابط خاص قیمت‌گذاری می‌داند.

مبنای محاسبه قیمت خودرو

عمل یکی از حساس‌ترین نقاط تصمیم‌گیری در بازار خودرو محسوب می‌شود؛ زیرا نتیجه آن به‌طور مستقیم بر درآمد خودروسازان، سطح قیمت بازار و قدرت خرید مصرف‌کنندگان اثر می‌گذارد.

در فرمول فعلی، مبنای اصلی محاسبه قیمت‌ها صورت‌های مالی شرکت‌های خودروساز است. شرکت‌ها باید اسناد مالی، هزینه‌های تولید و سایر مدارک را به

مهلت یک‌ماهه و نقش سازمان حمایت

بندی که کمتر مورد توجه افکار عمومی قرار گرفته است. بر اساس این مقرره، سازمان حمایت پس از دریافت مدارک خودروسازان تنها یک ماه فرصت دارد تا درباره قیمت‌های پیشنهادی اعلام نظر کند.

زارعی در این‌باره گفته است: اگر سازمان حمایت ظرف یک ماه در خصوص قیمت‌های

دوگانه حمایت از تولید و فشار بر تقاضا

در این بین، اختلاف‌نظر درباره فرمول قیمت‌گذاری همچنان ادامه دارد. فعالان صنعت خودرو معتقدند روش فعلی قادر به پوشش کامل هزینه‌های تولید نیست و همین مسئله فاصله میان قیمت‌های پیشنهادی و قیمت‌های نهایی را افزایش می‌دهد. در مقابل، نهادهای تنظیم‌گر تأکید دارند که هدف از مداخله قیمتی، جلوگیری از فشار بر مصرف‌کننده در بازاری است که رقابت کامل در آن وجود ندارد. این دوگانه، یعنی حمایت از تولید و حفاظت از مصرف‌کننده، همچنان یکی از چالش‌های اصلی سیاست‌گذاری در بازار خودرو محسوب می‌شود. این دو گانه، یعنی حمایت از تولید و حفاظت از مصرف‌کننده، همچنان یکی از چالش‌های اصلی سیاست‌گذاری در بازار خودرو محسوب می‌شود. در همین رابطه، سخنگوی وزارت صمت نیز با اشاره به محدودیت‌های قانونی گفت: ممکن است روش‌های

آینده قیمت‌گذاری خودرو به کدام سمت می‌رود؟

وجود همه این مباحث، پرسش اصلی همچنان بی‌پاسخ مانده است؛ آیا فرمول فعلی قیمت‌گذاری توانسته اهداف مورد نظر سیاست‌گذار را محقق کند؟ بازار خودرو همچنان با شکاف قیمتی، نارضایتی مصرف‌کنندگان و اعتراض خودروسازان مواجه است. از همین رو بسیاری از کارشناسان معتقدند ادامه اجرای سازوکار فعلی بدون بازنگری در شاخص‌ها

واردات خودرو مشروط شد!

وی افزود: این گواهی‌نامه‌ها باید از مبدأ ارائه شده باشد و علاوه بر آن، ما به‌صورت تصادفی نیز در داخل کشور و در گمرکات، خودروها را مورد بازرسی فیزیکی قرار می‌دهیم. این مقام مسئول ادامه داد: برای خودروها زمان زیادی برای ارزیابی نیاز نیست و به‌محض اظهار خودرو در گمرک، شرکت‌های بازرسی مورد تأیید سازمان ملی استاندارد ایران، خودرو را مورد ارزیابی قرار می‌دهند. اگر گواهی‌نامه و تأییدیه لازم را داشته باشد، بازرسی فیزیکی انجام می‌شود و در غیر این صورت باید خودرو برگشت داده شود.

باقرزاده با اشاره به ضوابط اجرایی تأکید کرد: روش‌های اجرایی مشخص است و

تولد و سر نوشت اینترنت پرو

پس از بازگشایی اینترنت بین‌الملل، کاربران اینترنت پرو میان غیرفعال‌سازی کامل یا موقت این سرویس بلا تکلیف بودند و نمی‌دانستند آیا هزینه‌ای که جهت فعال‌سازی پرداخت شده، بازمی‌گردد یا خیر؟ تا اینکه با اظهارات معاون وزیر ارتباطات، تکلیف این موضوع تقریباً مشخص شد.

به گزارش ایسنا، در دوران جنگ تحمیلی سوم (جنگ رمضان) به دلیل ملاحظات امنیتی و شرایط جنگی اینترنت بین‌الملل قطع شد. عدم دسترسی به اینترنت باعث شد کسب و کارهایی که از طریق فضای مجازی امرار معاش و کسب درآمد می‌کردند، دچار مشکل شوند. البته جامعه دانشگاهی نیز به دلیل عدم دسترسی به منابع علمی و تحقیقاتی نیز با مشکلات عدیده‌ای مواجه شدند.

در این شرایط سخنگوی دولت اعلام کرد طرحی با عنوان «اینترنت پرو» با مصوبه شورای عالی امنیت ملی در شرایط بحرانی تصویب شده و هدفش این بوده است که کسب و کارها دسترسی به اینترنت داشته باشند و بعد از برگشتن وضعیت به حالت عادی، این موضوع نیز بر طرف می‌شود. در نتیجه با اجرای این طرح و ارائه سرویس اینترنت پرو، یکی از بحث‌برانگیزترین موضوعات در حوزه سرویس‌های ارتباطی کشور شکل گرفت؛ سرویسی که به گفته طراحان آن با هدف ارائه اینترنت پایدار تر و دسترسی بهتر برای کسب و کارها تعریف شده و به همین دلیل از آن به عنوان اینترنت پایدار کسب و کارها نیز نام برده می‌شد.
آنطور که گفته می‌شد پرو، امکان دسترسی گسترده‌تر به اینترنت بین‌الملل را فراهم می‌کرد و کاربران شرکت‌ها، کسب و کارهای آنلاین و فریلنسرهارا شامل می‌شد. برخی کاربران اینطور تصور می‌کردند که اینترنت پرو یک بسته اینترنتی عادی است که می‌تواند از طریق اپلیکیشن اپراتور خود آن را خریداری کنند در حالی که اینطور نبود و ارائه این سرویس احراز هویت شغلی، تأیید نهادهای صنفی مربوطه و مراحل اداری خاص خود را داشت؛ این یعنی اینکه پس از تأیید نهاد متولی دسترسی افراد به این سرویس فعال می‌شود. پشتیبانی اینترنت پرو توسط اپراتورهای اصلی کشور و نهادهای بالادستی انجام می‌شد.

❑ **چه کسانی اینترنت پرو گرفتند؟**

شرکت‌ها و کسب‌وکارهای ثبت شده یا شناسه ملی، کسب و کارهای آنلاین، شرکت‌های فعال در تجارت الکترونیک، شرکت‌های فناوری و دانش بنیان و استارت‌آپ‌ها به دلیل نیاز به ارتباط پایدار با سرویس‌های خارجی و سیستم‌های بین‌المللی از جمله در یافت‌کنندگان اصلی اینترنت پرو بودند. در همین حال فعالان حوزه حمل‌ونقل و لجستیک، شرکت‌های حمل‌ونقل داخلی و بین‌المللی و سیستم‌های مدیریت بار به دلیل نیاز به هماهنگی لحظه‌ای، ارتباط با شرکای اجتماعی و سیستم‌های ردیابی، فعالان صادرات و واردات و شرکت‌های تجاری بین‌المللی از جمله اتاق‌های بازرگانی و اصناف به دلیل ارتباط با بازار جهانی، مشتریان خارجی و سیستم‌های تجارت بین‌الملل، جامعه دانشگاهی، اساتید دانشگاه، دانش‌جویان تحصیلات تکمیلی و پژوهشگران به دلیل دسترسی به پایگاه‌های علمی مثل مقالات بین‌المللی و ژورنال‌ها و خبرنگاران و فعالان رسانه‌ای به دلیل دسترسی به منابع خارجی، شبکه‌های اجتماعی جهانی و ارتباط خبری سریع از دیگر گروه‌های مشمول بودند. اما به اعتقاد کارشناسان، ایجاد بازار سیاه و رانت گسترده در فروش سیم‌کارت‌های پرو، عدم دسترسی فعالان اقتصادی و کسب و کارها به فضای مجازی و خسارت عظیم قطعی طولانی مدت مت‌موجبات نارضایتی اجتماعی از این طرح را فراهم کرد؛ به نحوی که تنها در یک نمونه تعرفه‌های اعلام شده برای اینترنت پرو برای خرید ۵۰ گیگ اینترنت مبلغی معادل ۸ میلیون تومان طلب می‌کرد که البته با رواج بازار سیاه تا مرز ۷ و ۸ میلیون تومان هم رفت و مورد انتقاد شدید کاربران قرار گرفت؛ زیرا با تعرفه‌های معمول اینترنت عادی تفاوت بسیاری داشت و اینگونه بود که اینترنت پرو به لایایی لوکس تبدیل شد. کار به جایی رسید که وزیر ارتباطات هم در اظهار نظر خود درباره این طرح به این موضوع اشاره کرد و گفت که اینترنت پرو در اجزای اهداف خود فاصله گرفت در حالی که در اصل یک طرح یا خدمت با ماهیت تجاری بود؛ مسئله اصلی این بود که تلاش شد مدل BYC، یعنی ارائه خدمت مستقیم به مصرف‌کننده نهایی، با مدل BYB، یعنی ارائه خدمت به کسب‌وکارها، جایگزین شود؛ در حالی که این دو مدل کار کردها و مخاطبان کاملاً متفاوتی دارند. سیدستار هاشمی ادامه داد: بر همین اساس، برداشتی شکل گرفت که شاید دیگر نیازی به ارتباط مستقیم با کاربران عمومی نیست و ارائه خدمات در قالب کسب‌وکاری کافی است؛ نگاهی که از اساس محل اشکال بود، چنین تغییر مسیری باعث شد طرح از فلسفه وجودی و اهداف ابتدایی خود فاصله بگیرد و به دلیل همین انحرافات در نحوه ارائه سرویس، قوه قضاییه نیز به‌درستی به موضوع ورود کرد. در همین چارچوب، جلسه‌ای با حضور مسئولان مرتبط برگزار شد و توضیحاتی درباره فلسفه شکل‌گیری این خدمت، مسیر طی شده و انحرافاتی که در اجرای آن رخ داده بود، ارائه شد. به‌صورت کلی مسئله اینترنت پرو نشان داد که در طراحی و اجرای خدمات ارتباطی، باید تفاوت میان مدل‌های تجاری، مخاطبان هدف و پیامدهای اجتماعی و حکمرانی با دقت در نظر گرفته شود؛ زیرا تغییر نادرست مسیر یک خدمت می‌تواند آن راز هدف اصلی خود دور کند و نیازمند مداخله نهادهای نظارتی شود. با تداوم قطع اینترنت بین‌الملل، علاوه بر خسارات سنگین و جبران‌ناپذیر به اقتصاد دیجیتال، تجار، کارشناسان و فعالان اقتصادی نسبت به این مساله و درآمدهای نجومی آن هشدار دادند. در همین حال اکثر کاربران در تماس با پشتیبانی اپراتورها، خواستار دریافت وجه پرداختی خود و پس‌دادن سرویس شدند، این در حالی بود که اپراتورها در ابتدا اعلام کردند امکان استرداد وجه با این استناد که اعتبار یکساله است و پس از فعال‌سازی بسته یکساله، وجود نداشته و مبالغ غیر قابل بازگشت است. اما چهارم خردادماه

امسال که ستاد راهبری و ساماندهی فضای مجازی به ریاست دکتر عارف - معاون اول رئیس‌جمهور تشکیل جلسه داد، بازگشت اینترنت به وضعیت قبل از دی ماه ۱۴۰۴ مصوب شد. بر همین اساس مصوبه ستاد راهبری و ساماندهی فضای مجازی توسط رئیس‌جمهور جهت اجرا به وزارت ارتباطات ابلاغ شد و اینترنت به شرایط عادی بازگشت. بر این اساس اینترنت کشور پس از سه ماه محدودیت و خاموشی، به تدریج در برخی شهرها و استان‌ها برقرار و هم‌زمان با گشایش اینترنت، دسترسی به عموم سرویس‌ها و پلتفرم‌های بین‌المللی میسر شد و البته این سوال بوجود آمد که تکلیف کاربرانی که اینترنت پرو را فعال کرده‌اند چه خواهد شد؟ آیا مبالغی که برای فعال‌سازی پرداخت شده قابل بازگشت است؟ در همین راستا، حمید فتاحی - رئیس سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی، از بازگشت مبالغ اضافه اینترنت پرو خیر داد و اعلام کرد که مصوبه اینترنت پرو مربوط به شرایط بحران امنیتی بود و اکنون که نیازی به آن نیست، باید متوقف شود؛ اما در صورت نیاز به ادامه فعالیت، حتماً باید اصلاحات لازم در چارچوب قانون و تعرفه‌های رسمی سازمان انجام گیرد.

برگزاری مجمع عمومی عادی

انجمن شرکتهای مشاور سرمایه‌گذاری و نظارت بر طرحها

هیات‌مدیره انجمن شرکتهای مشاور سرمایه‌گذاری و نظارت بر طرحها، طبق ماده ۱۲ اساسنامه، بدینوسیله از مدیران عامل یا نمایندگان رسمی شرکت‌های عضو انجمن دعوت می‌کند، در نشست **مجمع عمومی عادی** که روز **سه‌شنبه ۳۰ تیر ۱۴۰۵** از ساعت **۱۴ تا ۱۶** در ساختمان شماره ۳ اتاق بازرگانی تهران به نشانی خیابان قائم‌مقام فراهانی- کوچه میرز احسنی- پلاک ۱۸ - طبقه اول، سالن اجتماعات امین‌ضرب برگزار می‌شود شرکت فرمایند .

❑ **دستور جلسه مجمع:**

- گزارش عملکرد و مالی هیات‌مدیره، خزانه‌دار و بازرس
- تصویب گزارش هیات‌مدیره و صورت‌های مالی منتهی به ۱۴۰۴/۱۲/۲۹
- تصویب برنامه و بودجه و دستورالعمل‌ها و آیین‌نامه‌های پیشنهادی در سال مالی جدید (۱۴۰۵)
- انتخابات بازرس اصلی و علی‌البدل
- تعیین روزنامه کثیرالانتشار برای درج آگهی

رضاپیدار – رئیس هیات‌مدیره