گزارش خبری

قیمت‌گذاری دستوری لزوما به نفع مصرف‌کننده نیست

به گزارش مهر، روح‌الله رهبرپور رئیس کمیسیون قوانین و مقررات انجمن تجارت الکترونیک تهران با اشاره به ابطال دستورالعمل نرخ‌گذاری خدمات پلتفرمی در دیوان عدالت اداری، یکی از چالش‌های مداخلات دولتی در بازارهای دیجیتال را انتخاب ابزار نامتناسب با مسئله عنوان کرد و گفت: پایین آوردن اجباری قیمت‌ها الزاما منفعتی برای مشتری ایجاد نمی‌کند و حتی ممکن است با محدود کردن فعالیت عرضه‌کنندگان، دسترسی به خدمات را دشوارتر کند یا کیفیت آنها را کاهش دهد.

وی با بیان اینکه نمی‌توان استمرار فعالیت کسب‌وکارها را در تقابل با منافع مصرف‌کنندگان قرار داد، اظهار کرد: هر دو موضوع باید در چارچوب یک سیاست تنظیم‌گری دنبال شوند و اختلاف دیدگاه‌ها نیز عمدتاً درباره چگونگی تحقق این اهداف است.

رهبرپور تأکید کرد: ارزیابی حمایت از مصرف‌کننده نباید به مقایسه قیمت‌های مصوب محدود شود؛ بلکه باید بررسی کرد مردم تا چه اندازه به خدمات موردنیاز خود دسترسی دارند، چه کیفیتی دریافت می‌کنند، هزینه‌ها تا چه حد شفاف است و آیا امکان انتخاب میان عرضه‌کنندگان مختلف برای آنها وجود دارد.

این مقام مسئول همچنین با اشاره به ماده ۴۸ قانون برنامه هفتم توسعه توضیح داد: قانون‌گذار در این ماده دامنه مداخلات دولت در قیمت‌گذاری را محدود کرده و مواردی را نیز به‌عنوان استثنا در نظر گرفته است. کالاهای اساسی و یارانه‌ای، خدمات دولتی و کالاها و خدمات انحصاری در زمره این استثناها قرار دارند.

رهبرپور در ادامه با تشریح پیامدهای احتمالی نرخ‌گذاری غیرمتناسب با شرایط بازار اظهار کرد: مشتری صرفاً به دنبال خرید یک خدمت با قیمت پایین‌تر نیست؛ بلکه باید بتواند خدمت موردنظرش را پیدا کند، میان گزینه‌های موجود دست به انتخاب بزند، از کیفیت قابل‌قبولی برخوردار شود، هزینه‌ها را پیش از دریافت خدمت بداند و در صورت بروز مشکل امکان پیگیری داشته باشد.

وی افزود: تعیین تعرفه‌ای که با واقعیت‌های اقتصادی ارائه خدمت تناسب ندارد، ممکن است به کاهش تعداد عرضه‌کنندگان، افت کیفیت یا انتقال بخشی از هزینه‌ها به مشتری منجر شود.

رئیس کمیسیون قوانین و مقررات انجمن تجارت الکترونیک تهران توضیح داد: ممکن است در ظاهر، قیمت یک خدمت با تعیین تعرفه کنترل شده باشد، اما مصرف‌کننده برای پیدا کردن ارائه‌دهنده مناسب، رفت‌وآمد بیشتر، تعمیر مجدد یا دریافت دوباره همان خدمت متحمل هزینه شود.

به گفته وی، محاسبه هزینه تمام‌شده برای مشتری نباید فقط به مبلغ پرداختی در فاکتور محدود بماند؛ زمان صرف‌شده برای یافتن خدمت، هزینه رفت‌وآمد، اتلاف وقت و مخارج ناشی از استفاده مجدد از خدمت نیز بخشی از هزینه واقعی مصرف‌کننده است.

رهبرپور با تأکید بر اینکه نوع مداخله باید متناسب با منشأ مشکل باشد، گفت: اگر مسئله اصلی کاهش قدرت خرید خانوارهاست، حمایت هدفمند می‌تواند راهکار مناسبی باشد؛ اما در شرایطی که افزایش قیمت از تبانی یا سوءاستفاده از قدرت بازار ناشی می‌شود، باید رفتار ضدرقابتی را هدف قرار داد.

وی ادامه داد: در مواردی که هزینه‌های پنهان به مصرف‌کننده تحمیل می‌شود، شفافیت قیمت‌ها اهمیت دارد و اگر محدودیت ورود فعالان جدید یا کمبود عرضه عامل افزایش قیمت باشد، باید موانع رقابت برطرف و ظرفیت عرضه تقویت شود. البته ممکن است چند عامل هم‌زمان در شکل‌گیری یک مشکل نقش داشته باشند، اما نمی‌توان بدون شناسایی آنها یک راهکار ثابت را برای همه بازارها به کار گرفت.

رئیس کمیسیون قوانین و مقررات انجمن تجارت الکترونیک تهران اظهار کرد: کسب‌وکارهای اینترنتی از نظر نقش، مسئولیت، شیوه درآمدزایی و هزینه‌های عملیاتی شرایط یکسانی ندارند و نمی‌توان همه آنها را با یک فرمول واحد ارزیابی کرد.

وی افزود: پیش از هرگونه مداخله قیمتی باید مشخص شود هر بازیگر چه مسئولیتی بر عهده دارد و تا چه اندازه در تعیین قیمت نهایی اختیار دارد. در غیر این صورت، ممکن است از یک کسب‌وکار درباره بخشی از هزینه مطالبه پاسخگویی شود که اساساً تصمیم‌گیرنده آن نیست.

رهبرپور با اشاره به تفاوت الگوهای درآمدی سکوها بیان کرد: برخی پلتفرم‌ها از یک گروه از کاربران وجهی دریافت نمی‌کنند و درآمد خود را از گروه دیگری به دست می‌آورند. در مقابل، بعضی سکوها برای ایجاد اعتماد میان کاربران، مقابله با تقلب، رسیدگی به شکایت‌ها و توسعه زیرساخت‌های فنی هزینه‌های قابل‌توجهی متحمل می‌شوند.

وی تأکید کرد: اگر این تفاوت‌ها در تعیین تعرفه لحاظ نشود، ممکن است خدماتی با سطح تعهد، کیفیت و ارزش متفاوت، مشمول نرخ یکسان شوند.

رهبرپور برای توضیح ایرادهای فرمول محاسبه تعرفه، دو پلتفرم نیازمندی آنلاین را مثال زد و گفت: فرض کنیم هر دو پلتفرم در ماه یک میلیارد تومان هزینه دارند، اما یکی به دلیل برخورداری از کاربران بیشتر، ماهانه یک میلیون آگهی منتشر می‌کند و دیگری که فعالیت محدودتری دارد، تنها ۱۰ هزار آگهی در ماه ثبت می‌کند.

وی افزود: اگر هزینه کل بر تعداد آگهی‌ها تقسیم شود، سهم هزینه هر آگهی در پلتفرم نخست هزار تومان و در پلتفرم دوم ۱۰۰ هزار تومان خواهد بود.

رئیس کمیسیون قوانین و مقررات انجمن تجارت الکترونیک تهران با طرح این پرسش که آیا چنین محاسبه‌ای می‌تواند مبنای منصفانه‌ای برای تعیین قیمت باشد، اظهار کرد: نتیجه این فرمول آن است که پلتفرم کوچک‌تر می‌تواند برای انتشار هر آگهی هزینه‌ای تا ۱۰۰ برابر بیشتر از پلتفرم بزرگ‌تر مطالبه کند؛ در حالی که تقسیم ساده هزینه‌های ثابت بر تعداد آگهی‌ها، به‌تنهایی معیار مناسبی برای ارزش‌گذاری خدمات این کسب‌وکارها نیست.

سخنگوی دولت در اختتامیه نهمین جشنواره فرهنگی امین‌الضرب:

رسانه‌ها یکی از ارکان تاب‌آوری جامعه در شرایط بحران هستند

شهناز صفایی
editor@smtnews.ir

جشنواره فرهنگی امین‌الضرب، رویدادی با محوریت پیوند اقتصاد، فرهنگ و رسانه است که با ابتکار اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران و با هدف ترویج فرهنگ کارآفرینی، برجسته‌سازی نقش بخش خصوصی در توسعه اقتصادی و تقویت ارتباط میان فعالان اقتصادی و رسانه‌ها طی سال‌ها نقشی تاثیرگذار ایفا کرده است. در همین راستا روز گذشته یکشنبه ۱۰ آبان ۱۴۰۵ اختتامیه نهمین دوره این جشنواره در محل اتاق بازرگانی تهران برگزار شد. فاطمه مهاجرانی، سخنگوی دولت در این مراسم با تأکید بر نقش رسانه‌ها در تقویت تاب‌آوری اجتماعی و اقتصادی، عملکرد بخش خصوصی در حفظ فعالیت بنگاه‌ها و تداوم تولید در شرایط دشوار را شایسته توجه دانست. این رویداد در ۹ بخش شامل گزارش توصیفی، گزارش تحلیلی و خبری، سرمقاله و یادداشت، مصاحبه، ویدیوژورنال، پادکست، کتاب و انیمیشن، طرح و کاریکاتور برگزار و در پایان با اهدای لوح تقدیر از آثار برگزیده و فعالان رسانه‌ای اثرگذار در بازتاب مسائل اقتصادی و کارآفرینی قدردانی شد.



رسانه‌ها باید در کنار انعکاس دغدغه‌های مردم، اقدامات مثبت و واقعی دولت و بخش خصوصی را نیز به اطلاع جامعه برسانند

راهکار بس است، به دنبال حل مشکلات باشیم



سخنگوی دولت گفت: اتاق بازرگانی در ایام جنگ تحمیلی تلاش ارزشمندی برای آموزش تاب‌آوری به بخش‌های گوناگون اقتصادی داشت و موضوعاتی همچون تداوم کسب‌وکار و چگونگی حفظ پایداری فعالیت‌های اقتصادی در شرایط بحرانی را موردتوجه قرار داد. به گزارش صمت فاطمه مهاجرانی در نهمین جشنواره فرهنگی امین‌الضرب با اشاره به شرایط دشوار کشور در سال ۱۴۰۴ اظهار کرد: این سال با فشارها و چالش‌های بی‌سابقه‌ای همراه بود و جمهوری اسلامی ایران با تهدیدهایی از جمله تلاش برای از بین بردن نظام و تجزیه کشور مواجه شد، اما مردم ایران، نیروهای نظامی و فعالان اقتصادی با ایستادگی و تاب‌آوری در برابر این تهدیدها مقاومت کردند. وی افزود: کشور هر سه ضلع جنگ، از رویارویی نظامی تا خشونت خیابانی و فشارهای اقتصادی را تجربه کرده است، امروز هیچ‌کس فارغ از دغدغه‌های اقتصادی و معیشتی نیست و همه اقشار جامعه، از صاحبان کسب‌وکارهای بزرگ تا حقوق‌بگیران، با فشارهای اقتصادی مواجه‌اند.

مهاجرانی با تاکید بر ضرورت عبور از مرحله بیان مشکلات و حرکت به سمت ارائه راهکارها تصریح کرد: بیان سختی‌ها به‌تنهایی کافی نیست و اگرچه می‌تواند تا حدی از دردها بکاهد، اما برای عبور از بحران باید اقدامات موثر و راهکارهای عملی نیز به جامعه منتقل شود. سخنگوی دولت نقش رسانه‌ها را در این زمینه مهم دانست و گفت: رسانه‌ها باید در کنار انعکاس دغدغه‌های مردم، اقدامات مثبت و واقعی دولت و بخش خصوصی را نیز به اطلاع جامعه برسانند؛ چراکه هیچ جامعه‌ای بدون امید نمی‌تواند از بحران‌ها عبور کند.

مهاجرانی خاطرنشان کرد: در جنگ رسانه‌ای امروز، ابزارهایی مانند هوش مصنوعی ظرفیت قابل‌توجهی برای انتقال هدفمند پیام‌ها و متناسب‌سازی محتوا با نیاز و ذائقه مخاطبان دارند. رسانه‌های کشور نیز باید خود را به این ابزارها مجهز کنند تا بتوانند در کنار سایر ارکان تاب‌آوری کشور نقش مؤثرتری ایفا کنند.

وی با اشاره به پیشینه تاریخی و فرهنگی ایران اظهار کرد: ایران ملتی است که حتی از دل حمله مغول نیز توانسته دستاوردهای بزرگی همچون رصدخانه مراغه را پدید آورد. ملت ایران همواره توانسته است از دل دشواری‌ها ظرفیت‌های فرهنگی و تمدنی خود را شکوفا کند و از این بزنگاه تاریخی نیز عبور خواهد کرد.

سخنگوی دولت گفت: ما شاهد هم دلی در بخش خصوصی هستیم یکی از کارآفرینان برای جلوگیری از تعدیل نیرو، به کارکنان خود پیشنهاد داده بود که به‌جای اخراج تعدادی از همکاران، همه با کاهش بخشی از حقوق خود موافقت کنند. چنین اقدامی جلوه‌ای از شکوه انسانیت و همبستگی اجتماعی است.

مهاجرانی تاکید کرد: رسانه یکی از ارکان اصلی تاب‌آوری جامعه است و باید در کنار یکدیگر بایستیم. وی ضمن قدردانی از اتاق بازرگانی تهران برای برگزاری جشنواره امین و توجه به رویکرد فرهنگی و نقش اصحاب رسانه، گفت: هر خبر مثبت و واقعی از اتفاقات امیدبخش در جامعه، به‌ویژه در حوزه کسب‌وکارها، می‌تواند مانند چراغی مسیر عبور جامعه از تاریکی را روشن کند.

مداخلات دولت، نفس کسب‌وکارها را گرفته است



افزایش مقررات و بخشنامه‌های اقتصادی در شرایطی که بنگاه‌ها با پیامدهای جنگ، تورم، کمبود نقدینگی و محدودیت‌های تجاری دست‌وپنجه نرم می‌کنند، به یکی از موانع جدی فعالیت بخش خصوصی تبدیل شده است. بررسی‌های اتاق بازرگانی تهران نشان می‌دهد تنها در شهریورماه بیش از ۱۰۰ بخشنامه از سوی نهادهای اجرایی صادر شده؛ روندی که از نگاه فعالان اقتصادی، امکان پیش‌بینی و برنامه‌ریزی را کاهش می‌دهد و هزینه فعالیت تولیدکنندگان را بالا می‌برد. به گزارش صمت محمود نجفی‌عرب، رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران، در نهمین دوره جشنواره امین‌الضرب با انتقاد از گسترش مداخلات دولتی، بر ضرورت اصلاح محیط کسب‌وکار، توجه به خسارت‌های واردشده به بنگاه‌ها و نقش‌آفرینی رسانه‌ها در تبدیل مشکلات بخش خصوصی به مطالبه عمومی تأکید کرد.

نجفی‌عرب با اشاره به بررسی‌های انجام‌شده در اتاق بازرگانی درباره حجم مقررات و دستورالعمل‌های اقتصادی صادرشده از سوی نهادهای اجرایی گفت: همکاران ما در جریان رصدی که در طول شهریورماه انجام دادند، تعداد بخشنامه‌ها و آیین‌نامه‌های صادرشده از سوی نهادهای حکمرانی کشور را بررسی کردند و به اعداد و ارقام قابل‌توجهی رسیدند. فقط در همین یک ماه، بیش از ۱۰۰ بخشنامه از سوی نهادهای مختلف اجرایی در موضوعات و حوزه‌های گوناگون اقتصادی صادر شده است.

وی با بیان اینکه دشوارتر شدن شرایط کشور با افزایش مداخلات در فعالیت‌های اقتصادی همراه شده است، افزود: هرچه شرایط کشور سخت‌تر می‌شود، حجم صدور بخشنامه‌ها و آیین‌نامه‌ها و مداخلات نهادهای حکمرانی در حوزه اقتصاد نیز بیشتر می‌شود. این وضعیت برای فعالان اقتصادی مشکلات فراوانی ایجاد می‌کند و امکان برنامه‌ریزی، پیش‌بینی آینده و تصمیم‌گیری بلندمدت را از بنگاه‌ها می‌گیرد. در شرایطی که تولیدکنندگان با مشکلات ناشی از جنگ، تورم، کمبود نقدینگی و محدودیت‌های بازار مواجه هستند، تعدد مقررات و تغییرات مکرر تصمیمات می‌تواند دشواری فعالیت آنها را افزایش دهد.

رئیس اتاق بازرگانی تهران با اشاره به خسارت‌های اقتصادی ناشی از دو جنگ اخیر اظهار کرد: در جریان این دو جنگ، خسارت‌های بسیاری به کشور وارد شد و جان و مال مردم مورد هدف قرار گرفت. بخش خصوصی نیز از چند منظر با آسیب‌های جدی مواجه شد و آثار و پیامدهای این خسارت‌ها همچنان بر فعالیت بنگاه‌های اقتصادی سایه انداخته است.

به‌گفته وی، نخستین آسیب به حمله مستقیم به تعدادی از صنایع بزرگ و کوچک و کارخانه‌های مستقر در شهرک‌های صنعتی مربوط می‌شود؛ واحدهایی که در جریان این حملات تخریب شدند و جبران خسارت‌های آنها به‌سادگی امکان‌پذیر نیست. بازسازی ظرفیت‌های تولیدی آسیب‌دیده به زمان و منابع مالی قابل‌توجهی نیاز دارد و در شرایطی که دسترسی بنگاه‌ها به منابع مالی نیز دشوار شده، بازگشت این واحدها به چرخه تولید با موانع بیشتری روبه‌روست.

نجفی‌عرب ادامه داد: دومین مسئله، دشوار شدن دسترسی به بازارهای صادراتی و وارداتی به دلیل شرایط خاص جنگی است. در چنین وضعیتی، دسترسی به سرمایه در گردش نیز دشوار یا حتی ناممکن می‌شود و جذب سرمایه‌گذاری خارجی با موانع بیشتری مواجه خواهد شد. علاوه بر این، مشکلات داخلی محیط کسب‌وکار تشدید شده و تورم فزاینده نیز موجب افزایش چندبرابری موجودی انبارها و تحمیل هزینه‌های بیشتر به بنگاه‌های اقتصادی شده است.

▣ بخش خصوصی در میدان تأمین و بازسازی اعتماد

این مقام صنفی با تأکید بر ضرورت بازتاب دقیق مشکلات اقتصادی در رسانه‌ها خاطرنشان کرد: رسانه‌ها باید این مسائل را با دقت منعکس کنند تا امکان آسیب‌شناسی و شناسایی راهکارهای رفع مشکلات فراهم شود. بخش خصوصی به‌تنهایی و بدون همراهی مردم و دولت نمی‌تواند از شرایط دشوار کنونی عبور کند و حل مشکلات موجود به همکاری و همدلی همه بخش‌ها نیاز دارد.

وی با اشاره به نقش‌آفرینی فعالان اقتصادی در دوره جنگ تصریح کرد: به تأیید رئیس‌جمهور، بخش خصوصی در این دوره بیشترین کمک را به دولت ارائه کرد و حتی اجازه نداد جریان تأمین و توزیع کالا در کشور برای یک روز دچار اختلال شود. فعالان اقتصادی با احساس مسئولیت، همدلی و فداکاری در کنار کشور ایستادند و تلاش کردند نیازهای مردم بدون وقفه تأمین شود.

نجفی‌عرب با بیان اینکه این نقش‌آفرینی باید برای جامعه به‌درستی تبیین شود، افزود: متأسفانه همچنان گاهی تصویری که از فعالان اقتصادی در جامعه ارائه می‌شود، تصویری نادرست و برساخته از جریان‌های فکری گذشته است؛ به‌گونه‌ای که کارآفرین و فعال اقتصادی به‌عنوان فردی منفعت‌طلب معرفی می‌شود که تنها به منافع شخصی خود می‌اندیشد. رسانه‌ها می‌توانند با مرور زندگی کارآفرینان و بررسی منصفانه دشواری‌ها و زحماتی که برای ایجاد و توسعه بنگاه‌های اقتصادی متحمل شده‌اند، در اصلاح این تصویر نقش مؤثری ایفا کنند.

رئیس اتاق بازرگانی تهران با اشاره به اهمیت ایجاد مطالبه عمومی برای اصلاح سیاست‌های اقتصادی گفت: تجربه نشان داده تا زمانی که یک موضوع به مطالبه عمومی تبدیل نشود، حاکمیت برای اصلاح آن به‌طور جدی وارد عمل نخواهد شد. بنگاه‌های اقتصادی باید متناسب با توانمندی، ظرفیت و تلاش خود امکان رشد داشته باشند. رسانه‌ها نیز باید مشکلات این بنگاه‌ها را از سطح گلایه‌های پراکنده فعالان اقتصادی فراتر ببرند و آنها را به مطالبه‌ای عمومی برای اصلاح سیاست‌ها تبدیل کنند.

وی همچنین نقش رسانه‌ها را فراتر از انعکاس مسائل داخلی دانست و اظهار کرد: رسانه‌های قدرتمند حتی می‌توانند پیامدهای ادامه درگیری‌ها را به طرف‌های متخاصم و افکار عمومی جهان منتقل کنند. باید این پیام به مردم دنیا منتقل شود که ادامه درگیری در منطقه به زیان کشورهای مختلف جهان است و هزینه‌های سیاست‌های جنگی آمریکا را در نهایت مردم این کشور و سایر جوامع در زندگی روزمره خود پرداخت می‌کنند. به گفته نجفی‌عرب، به غیر از رسانه‌ها و نیروهای اجتماعی، نهادهای دیگری نمی‌توانند به این شکل افکار عمومی جهان را نسبت به پیامدهای اقتصادی و اجتماعی درگیری‌ها آگاه کنند. از این رو، رسانه‌ها باید از ظرفیت ارتباطی و اثرگذاری خود برای تبیین هزینه‌های جنگ و ضرورت صلح و ثبات استفاده کنند.

▣ شفافیت اقتصادی؛ خط قرمز دوران بحران

نجفی‌عرب با تأکید بر اینکه شرایط خاص نباید به تضعیف شفافیت اقتصادی منجر شود، خاطرنشان کرد: ممکن است شرایط جنگی اقتضا کند برخی تصمیمات و رفتارها در چارچوب محرمانگی قرار گیرند، اما این مسئله نباید بهانه‌ای برای حرکت اقتصاد ایران به سمت عدم شفافیت باشد. رسانه‌ها باید شرایط حاکم بر کشور را به‌دقت رصد کنند و اجازه ندهند شفافیت اقتصادی تحت‌تأثیر شرایط خاص از بین برود. نظارت رسانه‌ای و اطلاع‌رسانی مسئولانه در چنین وضعیتی اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

وی با اشاره به مسئولیت رسانه‌ها در انتشار اخبار و اظهارنظرهای کارشناسی اظهار کرد: در شرایط جنگی نباید با انتشار هر خبر و نقل هر اظهارنظری موجب نگرانی و ناامیدی مردم شد. هر نقل‌قولی معتبر و مبتنی بر آگاهی نیست و برخی افراد نیز تصور می‌کنند می‌توانند با موج شهرت‌سازی همراه شوند و از این مسیر برای خود اعتبار کسب کنند.

رئیس اتاق بازرگانی تهران در ادامه بر ضرورت اعتبارسنجی منابع خبری تأکید کرد و گفت: رسانه‌ها باید میان افراد دلسوز، متخصص و معتبر با افراد فاقد اعتبار و صلاحیت کارشناسی تفاوت قائل شوند و به هر فردی تریبون ندهند. اعتبارسنجی منابع خبری و اظهارنظرهای کارشناسی از مسئولیت‌های مهم رسانه‌هاست.

رسانه‌ها باید شرایط حاکم بر کشور را به‌دقت رصد کنند و اجازه ندهند شفافیت اقتصادی تحت‌تأثیر شرایط خاص از بین برود

برگزیدگان نهمین جشنواره فرهنگی امین‌الضرب

در ادامه این مراسم، برگزیدگان نهمین دوره جشنواره فرهنگی امین‌الضرب در بخش‌های مختلف معرفی شدند و مورد تجلیل قرار گرفتند. در بخش یادداشت و مقاله، محمدعلی دیانتی‌زاده از سرمایه ملی رتبه نخست را کسب کرد، فرشته فریادرس از اعتماد در جایگاه دوم قرار گرفت و حسین دلیر از سلام آبادان رتبه سوم را به دست آورد. همچنین مهران ابراهیمیان از عصر اقتصاد شایسته تقدیر شناخته شد. در بخش مصاحبه، سهیلا روزبان از دنیای انرژی رتبه نخست را کسب کرد و مونا روشندل و بهاره بوذری، هر دو از رسانه ترابران، به ترتیب رتبه‌های دوم و سوم را به خود اختصاص دادند. در بخش گزارش خبری ـ تحلیلی، شکوفه حبیب‌زاده از پیام ما رتبه نخست را به‌دست آورد، زینب غضنفری از عصر اقتصاد رتبه دوم را کسب کرد و نوید خیرخواه از شرق در جایگاه سوم قرار گرفت. همچنین مهفام سلیمان‌بیگی از شرق شایسته تقدیر شناخته شد. در بخش گزارش توصیفی نیز نیره خادمی از اعتماد رتبه نخست، فریبا نباتی از هفت صبح رتبه دوم و سمانه سمیع از پیوست رتبه سوم را کسب کردند. زهرا اکرمی از آتیه آنلاین نیز در این بخش شایسته تقدیر شناخته شد. در بخش ویژه جنگ و تاب‌آوری، لیلا لطفی از اعتماد رتبه نخست و بمانجان ندیمی از روزنامه ایران رتبه دوم را به دست آوردند. در بخش کتاب نیز بهزاد یعقوبی شایسته تقدیر شناخته شد و پویا بهزادنیا، محمدسعید کرم‌زاده و همچنین علی‌اکبر عبدالرشیدی و محمدمهدی ملک‌قاسمی به‌عنوان برگزیدگان این بخش معرفی شدند.