پلتفرم‌های فروش طلا باید از اتحادیه طلا مجوز بگیرند

رییس اتحادیه طلا و جواهر تهران از واگذاری صدور مجوز پلتفرم‌های فروش آنلاین طلا به اتحادیه تخصصی خبر داد و گفت: فروش گسترده طلای آب‌شده تولید را تا ۵۵ درصد کاهش داده است.

نادر بذرافشان، رییس اتحادیه سازندگان و فروشندگان طلا و جواهر تهران، در گفت‌وگو با خبرنگار مهر با اشاره به پیامدهای گسترش فروش طلای آب‌شده از طریق پلتفرم‌های آنلاین در دو سال گذشته گفت: طی دو سال گذشته، همزمان با گسترش تبلیغات و فروش گسترده طلای آب‌شده از طریق پلتفرم‌های مجازی در سطح کشور، بارها نسبت به تبعات این روند برای صنعت طلا هشدار دادیم. در همین راستا، جلسات متعددی برگزار و مکاتباتی با دستگاه‌های مرتبط از جمله پلیس امنیت اقتصادی، ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز و وزارت صنعت، معدن و تجارت انجام شد.

رییس اتحادیه طلا و جواهر تهران با بیان اینکه فروش گسترده طلای آب‌شده در بستر پلتفرم‌های آنلاین می‌تواند در بلندمدت تهدیدی جدی برای این صنعت باشد، افزود: این شیوه فعالیت، تعادل چرخه تولید و توزیع را برهم زده و مشکلات متعددی برای فعالان صنف ایجاد کرده است؛ به‌طوری که طی دو سال گذشته میزان تولید در این بخش بین ۳۵ تا ۵۵ درصد کاهش یافته و بسیاری از همکاران نیز متحمل خسارت‌های مالی سنگینی شده‌اند.

بذرافشان ادامه داد: پیگیری‌های انجام‌شده در نهایت به طرح موضوع فعالیت کسب‌وکارهای مجازی در جلسه ۲۷ مهرماه ۱۴۰۵ هیات عالی نظارت وزارت صمت منجر شد. در این جلسه، بر اساس مصوبه ۱۳۸ مقرر شد از این پس فعالان صنف و صنعت طلا و حتی سایر صنوفی که در بستر فضای مجازی فعالیت می‌کنند، مجوز فعالیت خود را از اتحادیه تخصصی مربوطه دریافت کنند، نه اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی. وی با تاکید بر اینکه این مصوبه هنوز به‌صورت رسمی ابلاغ نشده است، گفت: بر اساس تصمیم اتخاذشده، صدور مجوز فعالیت پلتفرم‌های مجازی حوزه طلا بر عهده اتحادیه تخصصی طلا و جواهر خواهد بود و این اتحادیه با تدوین دستورالعمل‌ها و ضوابط مشخص، نظارت دقیق‌تری بر عملکرد این کسب‌وکارها اعمال خواهد کرد. رییس اتحادیه طلا و جواهر تهران درباره زمان اجرای این مصوبه نیز اظهار کرد: پیش‌بینی می‌شود مصوبه مذکور حداکثر طی یک ماه آینده ابلاغ شود و پس از آن، فرآیند صدور مجوز و نظارت بر فعالیت پلتفرم‌های آنلاین مطابق ضوابط تعیین‌شده از سوی اتحادیه تخصصی انجام خواهد شد.

واردات ۲۰۰ میلیون دلاری مسافری موبایل در ۶ ماه

ارزش واردات تجاری موبایل در ۶ ماه نخست سال جاری به بیش از ۲۹۰ میلیون دلار و مسافری به ۲۰۰ میلیون دلار رسید. به گزارش خبرگزاری تسنیم، بر اساس آخرین آمارهای تجارت خارجی در ۶ ماه نخست سال جاری بیش از ۲۹۰ میلیون دلار انواع تلفن همراه به شیوه تجاری وارد کشور شده است. در همین مدت، ارزش واردات تلفن همراه به شیوه مسافری نیز به حدود ۲۰۰ میلیون دلار رسیده است؛ رقمی که از سهم قابل توجه این مسیر در ورود تلفن همراه به کشور حکایت دارد.

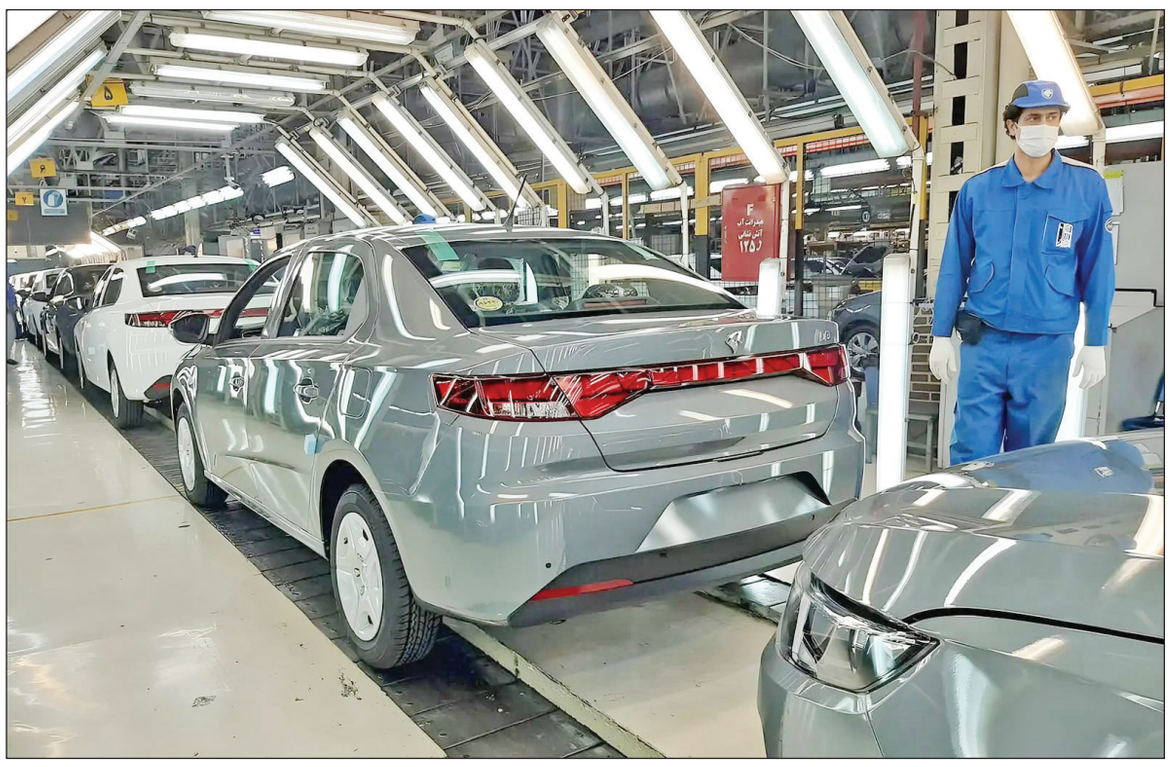
برای بررسی دقیق‌تر روند واردات، آمار ۵ ماهه گمرک نیز نشان می‌دهد ارزش واردات تجاری تلفن همراه در این مدت حدود ۲۱۰ میلیون دلار بوده است؛ این رقم در مقایسه با ۶۸۰ میلیون دلار واردات تجاری در ۵ ماه نخست سال ۱۴۰۴، کاهش حدود ۷۰ درصدی را نشان می‌دهد. از سوی دیگر، آمارهای سال گذشته نیز بیانگر افزایش سهم مسیر مسافری در واردات تلفن همراه است. در مجموع سال ۱۴۰۴ حدود یک میلیارد و ۶۰۰ میلیون دلار تلفن همراه به شیوه تجاری و ۴۹۰ میلیون دلار به شیوه مسافری وارد کشور شده بود. ارزش واردات مسافری در سال ۱۴۰۴ نسبت به سال ۱۴۰۳ حدود ۷۰ درصد افزایش داشت. به این ترتیب، آمارهای واردات تلفن همراه از یک سو کاهش قابل توجه واردات تجاری در ماه‌های ابتدایی سال جاری و از سوی دیگر تداوم ورود قابل توجه موبایل از مسیر مسافری را نشان می‌دهد؛ موضوعی که تغییر ترکیب مسیرهای واردات این کالا را به یکی از محورهای قابل توجه در بررسی بازار تلفن همراه تبدیل کرده است.

جهش ۵۶ درصدی صادرات ایران به ترکیه زیر سایه جنگ

گزارش تحلیلی تحولات تجارت ایران با ترکیه در ۶ ماهه ۱۴۰۵ نشان می‌دهد در شرایط سخت بعد از جنگ و محاصره اقتصادی، صادرات ایران به ترکیه رشد کرده و تراز تجارت دوجانبه به نفع کشورمان مثبت شده است. بر اساس گزارش معاونت امور بین‌الملل اتاق ایران از تجارت با ترکیه در ۶ ماهه سال جاری که مبتنی بر آمار گمرک ایران تهیه شده، ارزش مبادلات تجاری ایران و ترکیه در نیمه نخست امسال با رشد ۱۰،۳ درصدی نسبت به دوره مشابه سال قبل به حدود ۷ میلیارد و ۹۱۴ میلیون دلار رسیده؛ در حالی که ارزش کل تجارت خارجی ایران در همین دوره ۲۳،۵ درصد کاهش یافته است. در این بازه زمانی صادرات ایران به ترکیه با افزایش ۵۶،۱ درصدی به ۴ میلیارد و ۲۸۴ میلیون دلار رسیده و واردات از این کشور با ۱۸ درصد کاهش به ۳ میلیارد و ۶۳۰ میلیون دلار تنزل یافته است؛ درنتیجه، کسری تجاری ۱ میلیارد و ۶۸۵ میلیون دلاری نیمه نخست سال ۱۴۰۴ به مازاد ۶۵۴ میلیون دلاری تبدیل شده است. سهم ترکیه از کل صادرات ایران از ۱۰،۶ در سال گذشته به ۲۲ درصد در ۶ ماهه امسال افزایش یافته و این کشور به نخستین مقصد صادراتی و (پس از امارات متحده عربی) دومین شریک تجاری ایران ارتقا یافته است. همچنین وزن مبادلات دو کشور ۲۶،۵ درصد و تردد وسایل نقلیه در مرز بازرگان ۳۳،۹ درصد افزایش داشته که اهمیت ظرفیت‌های گمرکی و حمل‌ونقلی را برجسته می‌کند. این گزارش تاکید دارد که بخشی از افزایش سهم ترکیه ناشی از کاهش صادرات به سایر مقاصد عمده بوده و پایداری این روند مستلزم بررسی ترکیب کالاهای صادراتی، تنوع‌بخشی و استمرار تقاضا در بازار ترکیه است.

خودروسازان در سراشیبی تولید؛ افت ۳۲ درصدی در هفت ماه

رکود به خطوط تولید خودرو رسید



تعادل |

صنعت خودرو در حالی هفت‌ماهه امسال را با افت ۳۲ درصدی تولید پشت سر گذاشته که افزایش قیمت محصولات، هدف‌گذاری یک‌میلیونی وزارت صمت و وعده‌های رشد تولید نیز نتوانسته‌اند مانع عقب‌گرد خودروسازان شوند. کاهش تیراژ سه خودروساز بزرگ به ۳۳۲ هزار و ۸۵۷ دستگاه، بیش از آنکه یک نوسان مقطعی در آمار تولید باشد، نشانه‌ای از عمیق‌تر شدن مشکلاتی است که از تامین ارز و قطعات تا کمبود نقدینگی و بدهی به زنجیره تامین امتداد یافته‌اند. اکنون پرسش اصلی این است که صنعتی با چنین سطحی از محدودیت، چگونه قرار است در پنج ماه باقیمانده سال، بیش از دو برابر تولید هفت‌ماهه خود را به بازار عرضه کند؟

فاصله با هدف‌گذاری تولید

آمار تولید خودرو در هفت ماه نخست امسال از تعمیق رکود در صنعت خودروسازی کشور حکایت دارد. سه خودروساز بزرگ ایران از ابتدای سال تا پایان مهرماه در مجموع ۳۳۲ هزار و ۸۵۷ دستگاه خودرو تولید کرده‌اند؛ رقمی که در مقایسه با تولید ۴۸۹ هزار و ۷۲۴ دستگاهی مدت مشابه سال گذشته، کاهش ۳۲ درصدی را نشان می‌دهد. این آمار بیانگر تداوم روند نزولی تولید در صنعت خودرو است؛ روندی که حتی رشد نسبی تولید در شهریور ماه نیز نتوانسته تغییری در مسیر کلی آن ایجاد کند. بررسی عملکرد شرکت‌ها نشان می‌دهد هر سه خودروساز بزرگ کشور با کاهش تیراژ مواجه شده‌اند، هرچند شدت افت تولید در آنها متفاوت بوده است. پارس خودرو با کاهش ۵۸ درصدی تولید، بیشترین افت را در میان سه خودروساز بزرگ ثبت کرده است. سایپا نیز در هفت‌ماهه امسال با کاهش ۴۴ درصدی تولید روبه‌رو شده و ایران خودرو با افت ۲۴ درصدی، کمترین میزان کاهش را در این گروه تجربه کرده است. افت تولید در شرایطی رخ داده که وزارت صنعت، معدن و تجارت تولید یک‌میلیون دستگاه خودرو را برای سال جاری هدف‌گذاری کرده است. بر این اساس، سه خودروساز بزرگ کشور برای تحقق این هدف باید در پنج ماه باقیمانده از سال ۶۶۷ هزار و ۱۴۳ دستگاه خودرو تولید کنند. به عبارت دیگر، از آبان تا پایان اسفند، متوسط تولید ماهانه این شرکت‌ها باید به حدود ۱۳۴ هزار دستگاه برسد؛ هدفی که با توجه به عملکرد هفت‌ماهه خودروسازان، فاصله قابل توجهی با ظرفیت عملیاتی فعلی آنها دارد. در مقابل، اگر روند تولید در پنج ماه باقیمانده مطابق میانگین ماهانه هفت ماه نخست ادامه پیدا کند، مجموع تولید سالانه سه خودروساز بزرگ به حدود ۶۰۰ هزار دستگاه خواهد رسید؛ رقمی که فاصله زیادی با هدف یک‌میلیونی وزارت صمت دارد.

افزایش قیمت‌ها هم به داد تولید نرسید

افت تولید خودرو را نمی‌توان به یک عامل مشخص محدود کرد. تشدید تحریم‌ها و دشواری نقل‌وانتقال پول، محدودیت دسترسی به منابع ارزی، مشکلات تامین مواد اولیه و قطعات وارداتی، افزایش هزینه‌های تولید و کمبود نقدینگی، مجموعه‌ای از موانعی هستند که فعالیت خودروسازان را تحت فشار قرار داده‌اند. در کنار این عوامل، محدودیت‌های انرژی و اختلال در تامین برق و گاز صنایع نیز در ماه‌های گذشته بر برنامه تولید شرکت‌ها اثر گذاشته است. از سوی دیگر، بدهی خودروسازان به زنجیره تامین و مطالبات معوق قطعه‌سازان، توان تامین‌کنندگان برای تحویل به‌موقع قطعات را کاهش داده است. در چنین شرایطی، حتی وجود ظرفیت اسمی در خطوط تولید نیز لزوما به معنای امکان بهره‌برداری کامل از آنها نیست. نکته قابل توجه در کارنامه امسال خودروسازان، ناکامی افزایش قیمت محصولات در تحریک تولید است. شرکت‌های خودروساز در ماه‌های گذشته چندین مرحله افزایش قیمت را تجربه کرده‌اند، اما این تغییرات نتوانسته به بهبود تیراژ تولید منجر شود. این وضعیت نشان می‌دهد چالش صنعت خودرو فراتر از مساله قیمت‌گذاری و فاصله قیمت کارخانه و بازار است. محدودیت‌های مالی، مشکلات تامین قطعات و مواد اولیه و اختلال در زنجیره تولید، از جمله عواملی هستند که حتی افزایش درآمد اسمی ناشی از رشد قیمت‌ها نیز نتوانسته آنها را برطرف کند.

حلقه فشار بر قطعه‌سازان و بازار خودرو

کاهش تولید خودرو تنها به عملکرد خودروسازان محدود نمی‌شود و آثار آن به سایر حلقه‌های زنجیره ارزش این صنعت نیز سرایت می‌کند. قطعه‌سازان به عنوان یکی از مهم‌ترین بخش‌های تامین‌کننده صنعت خودرو، به‌طور مستقیم از افت تیراژ تولید تاثیر می‌پذیرند. کاهش سفارش خودروسازان، در کنار تاخیر در پرداخت مطالبات و افزایش هزینه تامین مواد اولیه، شرایط فعالیت این واحدها را دشوارتر می‌کند. در واقع، زنجیره تامین خودرو در شرایطی بامحدودیت نقدینگی مواجه است که بخش قابل توجهی از قطعه‌سازان برای ادامه فعالیت به دریافت به‌موقع مطالبات خود از خودروسازان وابسته‌اند. انباشت بدهی‌ها می‌تواند توان مالی این واحدها را برای خرید مواد اولیه، پرداخت دستمزد و سرمایه‌گذاری در تجهیزات جدید کاهش دهد. این مساله در نهایت به کاهش ظرفیت تامین قطعات و ایجاد اختلال در برنامه تولید خودروسازان منجر می‌شود؛ چرخه‌ای که خروج از آن بدون اصلاح روابط مالی میان خودروسازان و تامین‌کنندگان دشوار خواهد بود. از سوی دیگر، کاهش عرضه خودرو در شرایطی که تقاضا در بازار همچنان وجود دارد، می‌تواند به تداوم ناترازی میان عرضه و تقاضا منجر شود. هرچند قیمت خودرو تحت تاثیر عوامل مختلفی از جمله سیاست‌های فروش، انتظارات تورمی و شرایط اقتصادی قرار دارد، اما افت تولید می‌تواند از مسیر محدودکردن عرضه، زمینه افزایش فشار بر بازار را فراهم کند. به‌این ترتیب، کاهش تیراژ نه‌تنها اهداف تولیدی وزارت صمت را تحت تاثیر قرار می‌دهد، بلکه می‌تواند پیامدهای مستقیمی برای مصرف‌کنندگان نیز داشته باشد. در این میان، مساله مهم‌تر آن است که افزایش قیمت محصولات به‌تنهایی نمی‌تواند جایگزین اصلاح ساختار تامین مالی و تولید شود. صنعت خودرو برای بازگشت به مسیر رشد، به مجموعه‌ای از اقدامات هماهنگ نیاز دارد؛ از تسهیل دسترسی به منابع ارزی و تامین پایدار مواد اولیه گرفته تا تعیین تکلیف بدهی خودروسازان به قطعه‌سازان و کاهش موانع تولید. بدون حل این مسائل، افزایش قیمت‌ها ممکن است صرفا هزینه بیشتری را به مصرف‌کننده تحمیل کند، بی‌آنکه به افزایش متناسب عرضه در بازار منجر شود.

بازگشت به تجربه افت تولید در دهه ۹۰

بررسی روند تولید خودرو در دهه ۹۰ نیز نشان می‌دهد صنعت خودرو پیش‌تر دو دوره مهم کاهش تیراژ را تجربه کرده است. نخستین دوره به سال ۱۳۹۲ بازمی‌گردد که تولید خودرو به ۶۲۴ هزار و ۷۶۰ دستگاه رسید. دومین دوره نیز در سال ۱۳۹۸ و همزمان با تشدید تحریم‌های اقتصادی رقم خورد؛ به‌طوری که تولید خودرو به ۶۲۴ هزار و ۷۵۰ دستگاه کاهش یافت. اکنون افت ۳۲ درصدی تولید در هفت‌ماهه امسال بار دیگر نگرانی‌ها درباره تکرار دوره‌های رکودی در صنعت خودرو را افزایش داده است. در شرایطی که تحقق هدف یک‌میلیون دستگاهی تولید به رشد قابل توجه تیراژ در ماه‌های پایانی سال نیاز دارد، تداوم موانع ارزی، مالی و تامین قطعات می‌تواند فاصله میان برنامه‌ریزی و عملکرد واقعی خودروسازان را بیش از پیش افزایش دهد.

مهاجرانی، سخنگوی دولت در نهمین جشنواره فرهنگی امین‌الضرب:

بخش خصوصی مانع اختلال در تامین کالا شد



تعادل |

نهمین جشنواره فرهنگی امین‌الضرب با تاکید بر نقش رسانه‌ها در تقویت تاب‌آوری اقتصادی و اجتماعی برگزار شد. در این مراسم، سخنگوی دولت با اشاره به تجربه همزمان سه ضلع جنگ، یعنی رویارویی نظامی، خشونت خیابانی و جنگ اقتصادی، فشارهای معیشتی را دغدغه مشترک مردم و فعالان اقتصادی دانست. رییس اتاق بازرگانی تهران نیز با تاکید بر نقش بخش خصوصی در تداوم تامین و توزیع کالا در دوران جنگ، خواستار تبدیل مشکلات بنگاه‌ها به مطالبه عمومی و اصلاح سیاست‌های مداخله‌گرانه دولت در اقتصاد شد. فاطمه مهاجرانی، سخنگوی دولت، در این مراسم با اشاره به اهداف دشمن از جنگ علیه ایران اظهار کرد: هدف نخست، از بین بردن جمهوری اسلامی ایران و هدف دوم، تجزیه کشور بود؛ اما مقاومت مردم مانع تحقق این اهداف شد. به گفته او، نیروهای نظامی، فعالان اقتصادی، صاحبان کسب‌وکار و مردم با وجود فشارهای گسترده اقتصادی در کنار یکدیگر ایستادند. مهاجرانی با بیان اینکه کمتر کسی را می‌توان یافت که فارغ از دغدغه‌های اقتصادی و معیشتی باشد، افزود: از صاحبان بنگاه‌های بزرگ تا افرادی که با حقوق‌های معمولی زندگی می‌کنند، همگی از شرایط موجود تاثیر پذیرفته‌اند.

رسانه‌ها؛ بازوی تاب‌آوری اقتصادی

به گزارش «تعادل»، سخنگوی دولت با تاکید بر مسوولیت رسانه‌ها در شرایط بحرانی گفت: صرف بازتاب مشکلات برای عبور از بحران کافی نیست و رسانه‌ها باید در کنار انعکاس دشواری‌ها، اقدامات مثبت و موثر دولت و بخش خصوصی را نیز به جامعه معرفی کنند. او همچنین استفاده از فناوری‌های نوین و هوش مصنوعی را فرصتی برای انتقال موثرتر پیام‌ها دانست و بر ضرورت بهره‌گیری رسانه‌ها از این ابزارها تاکید کرد. مهاجرانی با قدردانی از عملکرد اتاق بازرگانی در دوران جنگ اظهار کرد: اتاق بازرگانی به عنوان پارلمان بخش خصوصی تلاش کرده است مفهوم تاب‌آوری را به بخش‌های مختلف اقتصادی منتقل کند و محتوایی درباره چگونگی مقاومت در شرایط بحرانی و تداوم فعالیت کسب‌وکارها تهیه کرده است. او با اشاره به نمونه‌هایی از همبستگی اجتماعی در محیط‌های کاری، از همراهی کارکنانی یاد کرد که برای جلوگیری از اخراج همکاران خود پذیرفته بودند با حقوق کمتری به فعالیت ادامه دهند. به گفته مهاجرانی، چنین رفتارهایی جلوه‌ای از مسوولیت‌پذیری و همدلی در شرایط دشوار است. وی رسانه‌ها را یکی از ارکان اصلی تاب‌آوری جامعه دانست و تاکید کرد: بازتاب واقعیت‌های مثبت و امیدبخش، به‌ویژه در حوزه کسب‌وکار، می‌تواند به عبور جامعه از بحران کمک کند. در ادامه مراسم، محمود نجفی عرب، رییس اتاق بازرگانی تهران با اشاره به عملکرد فعالان اقتصادی در جنگ‌های اخیر گفت: به تایید رییس جمهور، بخش خصوصی بیشترین کمک را به دولت ارایه کرد و اجازه نداد روند تامین و توزیع کالا حتی برای یک روز مختل شود. او با اشاره به خسارت‌های وارد شده به صنایع بزرگ، کوچک و متوسط اظهار کرد: برخی کارخانه‌های مستقر در شهرک‌های صنعتی مستقیما هدف حملات قرار گرفتند و تخریب شدند؛ خسارت‌هایی که جبران آنها به‌سادگی امکان‌پذیر نیست. به گفته نجفی عرب، شرایط جنگی دسترسی بنگاه‌ها به بازارهای صادراتی و وارداتی را دشوار کرده و تامین سرمایه در گردش نیز با محدودیت‌های جدی روبه‌رو شده است. همچنین تورم فزاینده، هزینه نگهداری موجودی انبارها را افزایش داده و جذب سرمایه‌گذاری خارجی را دشوارتر کرده است. وی با تاکید بر ضرورت انعکاس کارشناسی مشکلات بخش خصوصی گفت: بنگاه‌ها به تنهایی و بدون همراهی دولت و مردم نمی‌توانند از شرایط کنونی عبور کنند. رسانه‌ها باید مشکلات فعالان اقتصادی را از سطح گلایه‌های پراکنده فراتر ببرند و به مطالبه‌ای عمومی برای اصلاح سیاست‌ها تبدیل کنند. وی همچنین خواستار اصلاح تصویر منفی از فعالان اقتصادی در افکار عمومی شد و گفت: رسانه‌ها می‌توانند با معرفی کارآفرینان، نوآوری‌های صنعتی، شرکت‌های دانش‌بنیان و بنگاه‌های صادرات‌محور، نقش موثری در تقویت فرهنگ تولید و کارآفرینی ایفا کنند. نجفی عرب یکی از موانع جدی فعالیت اقتصادی را مداخلات دولت و قیمت‌گذاری دستوری دانست و اظهار کرد: اقتصاد ایران طی ۴۸ سال گذشته با دخالت دستگاه‌های اجرایی مواجه بوده و این رویکرد به بخش‌های صنعت، خدمات و سایر کسب‌وکارها آسیب وارد کرده است. او از رسانه‌ها خواست پیامدهای مداخلات دولت در اقتصاد را با جدیت دنبال کنند و افزود: اتاق بازرگانی تهران تلاش می‌کند از رسانه‌هایی که در تبیین آثار مخرب اقتصاد دستوری و قیمت‌گذاری دستوری عملکرد موثری دارند، تقدیر کند. رییس اتاق تهران همچنین با اشاره به بررسی‌های انجام‌شده در شهریورماه، از افزایش قابل توجه بخشنامه‌ها و آیین‌نامه‌های اقتصادی انتقاد کرد و گفت: هرچه شرایط کشور دشوارتر می‌شود، حجم بخشنامه‌ها و میزان مداخلات دستگاه‌های اجرایی نیز افزایش می‌یابد. او با تاکید بر ضرورت حفظ شفافیت اقتصادی در شرایط جنگی تصریح کرد: محرمانگی برخی تصمیم‌ها نباید بهانه‌ای برای کاهش شفافیت در اقتصاد باشد. رسانه‌ها نیز باید در انتشار اخبار، اعتبار منابع و صلاحیت کارشناسی افراد را در نظر بگیرند. نجفی عرب همچنین پیگیری وعده‌های مسوولان و انتشار گزارش‌های دوره‌ای درباره میزان پیشرفت اصلاحات اقتصادی را از وظایف مهم رسانه‌ها دانست. او با اشاره به آسیب‌های رسانه‌ها در دوره جنگ، از جمله افزایش هزینه‌ها، کاهش مخاطبان در پی محدودیت‌های اینترنتی و تعدیل نیرو، بر ضرورت حمایت بنگاه‌های اقتصادی از پایداری مالی رسانه‌ها تاکید کرد.

معرفی برگزیدگان نهمین جشنواره امین‌الضرب

در بخش پایانی مراسم، برگزیدگان نهمین دوره جشنواره فرهنگی امین‌الضرب معرفی شدند. در بخش یادداشت و مقاله، محمدعلی دیانتی‌زاده از سرمایه ملی رتبه نخست، فرشته فریادرس از اعتماد رتبه دوم و حسین دلیر از سلام آبادان رتبه سوم را کسب کردند. مهران ابراهیمیان از عصر اقتصاد نیز شایسته تقدیر شد. در بخش گزارش خبری - تحلیلی، شکوفه حبیب‌زاده از پیام ما، زینب غضنفری از عصر اقتصاد و نوید خیرخواه از شرق به ترتیب رتبه‌های اول تا سوم را به دست آوردند. مهفام سلیمان بیگی از شرق نیز شایسته تقدیر شناخته شد. در بخش گزارش توصیفی، 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 شایسته تقدیر شد. در بخش ویژه جنگ و تاب‌آوری، بمانجان ندیمی از روزنامه ایران رتبه نخست و لیلا لطفی از اعتماد رتبه دوم را به دست آوردند. در بخش کتاب نیز بهزاد یعقوبی شایسته تقدیر شناخته شد و پویا بهزادنیا، محمد سعید کرمزاده، علی‌اکبر عبدالرشیدی و محمدمهدی ملک‌قاسمی به عنوان برگزیدگان معرفی شدند.

محدودیت ساعتی در فروش آنلاین طلا حذف شد

رییس اتحادیه کسب‌وکارهای مجازی از حذف محدودیت ساعت فعالیت پلتفرم‌های فروش آنلاین طلا خبر داد. رضا الفت نسب با اشاره به اصلاحات صورت گرفته در دستورالعمل معاملات برخط طلا در مصوبه اخیر هیات وزیران اظهار داشت: یکی از مهم‌ترین تغییرات اعمال‌شده در دستورالعمل جدید، حذف محدودیت ساعت فعالیت سکوهاست. این موضوع می‌تواند شرایط فعالیت کسب‌وکارهای فعال در حوزه معاملات برخط طلا را تحت تاثیر قرار دهد و امکان فعالیت آنها را بدون محدودیت زمانی پیشین فراهم کند. به گزارش ایرنا، وی افزود: همچنین در این اصلاحات بازطراحی سامانه نظارتی معاملات برخط طلا بر عهده بانک مرکزی قرار گرفته و راهبری آن نیز طبق دستورالعمل بر عهده وزارت اطلاعات است. تعدادی از کسب‌وکارها به این سامانه متصل شده‌اند، اما همچنان منتظریم در سریع‌ترین زمان ممکن تعداد بیشتری از سکوها امکان اتصال به سامانه نظارتی را پیدا کنند. الفت نسب با بیان اینکه کمتر کسی را می‌توان یافت که فارغ از دغدغه‌های اقتصادی و معیشتی باشد، افزود: از صاحبان بنگاه‌های بزرگ تا افرادی که با حقوق‌های معمولی زندگی می‌کنند، همگی از شرایط موجود تاثیر پذیرفته‌اند.

رسانه‌ها؛ بازوی تاب‌آوری اقتصادی

به گزارش «تعادل»، سخنگوی دولت با تاکید بر مسوولیت رسانه‌ها در شرایط بحرانی گفت: صرف بازتاب مشکلات برای عبور از بحران کافی نیست و رسانه‌ها باید در کنار انعکاس دشواری‌ها، اقدامات مثبت و موثر دولت و بخش خصوصی را نیز به جامعه معرفی کنند. او همچنین استفاده از فناوری‌های نوین و هوش مصنوعی را فرصتی برای انتقال موثرتر پیام‌ها دانست و بر ضرورت بهره‌گیری رسانه‌ها از این ابزارها تاکید کرد. مهاجرانی با قدردانی از عملکرد اتاق بازرگانی در دوران جنگ اظهار کرد: اتاق بازرگانی به عنوان پارلمان بخش خصوصی تلاش کرده است مفهوم تاب‌آوری را به بخش‌های مختلف اقتصادی منتقل کند و محتوایی درباره چگونگی مقاومت در شرایط بحرانی و تداوم فعالیت کسب‌وکارها تهیه کرده است. او با اشاره به نمونه‌هایی از همبستگی اجتماعی در محیط‌های کاری، از همراهی کارکنانی یاد کرد که برای جلوگیری از اخراج همکاران خود پذیرفته بودند با حقوق کمتری به فعالیت ادامه دهند. به گفته مهاجرانی، چنین رفتارهایی جلوه‌ای از مسوولیت‌پذیری و همدلی در شرایط دشوار است. وی رسانه‌ها را یکی از ارکان اصلی تاب‌آوری جامعه دانست و تاکید کرد: بازتاب واقعیت‌های مثبت و امیدبخش، به‌ویژه در حوزه کسب‌وکار، می‌تواند به عبور جامعه از بحران کمک کند. در ادامه مراسم، محمود نجفی عرب، رییس اتاق بازرگانی تهران با اشاره به عملکرد فعالان اقتصادی در جنگ‌های اخیر گفت: به تایید رییس جمهور، بخش خصوصی بیشترین کمک را به دولت ارایه کرد و اجازه نداد روند تامین و توزیع کالا حتی برای یک روز مختل شود. او با اشاره به خسارت‌های وارد شده به صنایع بزرگ، کوچک و متوسط اظهار کرد: برخی کارخانه‌های مستقر در شهرک‌های صنعتی مستقیما هدف حملات قرار گرفتند و تخریب شدند؛ خسارت‌هایی که جبران آنها به‌سادگی امکان‌پذیر نیست. به گفته نجفی عرب، شرایط جنگی دسترسی بنگاه‌ها به بازارهای صادراتی و وارداتی را دشوار کرده و تامین سرمایه در گردش نیز با محدودیت‌های جدی روبه‌رو شده است. همچنین تورم فزاینده، هزینه نگهداری موجودی انبارها را افزایش داده و جذب سرمایه‌گذاری خارجی را دشوارتر کرده است. وی با تاکید بر ضرورت انعکاس کارشناسی مشکلات بخش خصوصی گفت: بنگاه‌ها به تنهایی و بدون همراهی دولت و مردم نمی‌توانند از شرایط کنونی عبور کنند. رسانه‌ها باید مشکلات فعالان اقتصادی را از سطح گلایه‌های پراکنده فراتر ببرند و به مطالبه‌ای عمومی برای اصلاح سیاست‌ها تبدیل کنند. وی همچنین خواستار اصلاح تصویر منفی از فعالان اقتصادی در افکار عمومی شد و گفت: رسانه‌ها می‌توانند با معرفی کارآفرینان، نوآوری‌های صنعتی، شرکت‌های دانش‌بنیان و بنگاه‌های صادرات‌محور، نقش موثری در تقویت فرهنگ تولید و کارآفرینی ایفا کنند. نجفی عرب یکی از موانع جدی فعالیت اقتصادی را مداخلات دولت و قیمت‌گذاری دستوری دانست و اظهار کرد: اقتصاد ایران طی ۴۸ سال گذشته با دخالت دستگاه‌های اجرایی مواجه بوده و این رویکرد به بخش‌های صنعت، خدمات و سایر کسب‌وکارها آسیب وارد کرده است. او از رسانه‌ها خواست پیامدهای مداخلات دولت در اقتصاد را با جدیت دنبال کنند و افزود: اتاق بازرگانی تهران تلاش می‌کند از رسانه‌هایی که در تبیین آثار مخرب اقتصاد دستوری و قیمت‌گذاری دستوری عملکرد موثری دارند، تقدیر کند. رییس اتاق تهران همچنین با اشاره به بررسی‌های انجام‌شده در شهریورماه، از افزایش قابل توجه بخشنامه‌ها و آیین‌نامه‌های اقتصادی انتقاد کرد و گفت: هرچه شرایط کشور دشوارتر می‌شود، حجم بخشنامه‌ها و میزان مداخلات دستگاه‌های اجرایی نیز افزایش می‌یابد. او با تاکید بر ضرورت حفظ شفافیت اقتصادی در شرایط جنگی تصریح کرد: محرمانگی برخی تصمیم‌ها نباید بهانه‌ای برای کاهش شفافیت در اقتصاد باشد. رسانه‌ها نیز باید در انتشار اخبار، اعتبار منابع و صلاحیت کارشناسی افراد را در نظر بگیرند. نجفی عرب همچنین پیگیری وعده‌های مسوولان و انتشار گزارش‌های دوره‌ای درباره میزان پیشرفت اصلاحات اقتصادی را از وظایف مهم رسانه‌ها دانست. او با اشاره به آسیب‌های رسانه‌ها در دوره جنگ، از جمله افزایش هزینه‌ها، کاهش مخاطبان در پی محدودیت‌های اینترنتی و تعدیل نیرو، بر ضرورت حمایت بنگاه‌های اقتصادی از پایداری مالی رسانه‌ها تاکید کرد.

معرفی برگزیدگان نهمین جشنواره امین‌الضرب

در بخش پایانی مراسم، برگزیدگان نهمین دوره جشنواره فرهنگی امین‌الضرب معرفی شدند. در بخش یادداشت و مقاله، محمدعلی دیانتی‌زاده از سرمایه ملی رتبه نخست، فرشته فریادرس از اعتماد رتبه دوم و حسین دلیر از سلام آبادان رتبه سوم را کسب کردند. مهران ابراهیمیان از عصر اقتصاد نیز شایسته تقدیر شد. در بخش گزارش خبری - تحلیلی، شکوفه حبیب‌زاده از پیام ما، زینب غضنفری از عصر اقتصاد و نوید خیرخواه از شرق به ترتیب رتبه‌های اول تا سوم را به دست آوردند. مهفام سلیمان بیگی از شرق نیز شایسته تقدیر شناخته شد. در بخش گزارش توصیفی، 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 شایسته تقدیر شد. در بخش ویژه جنگ و تاب‌آوری، بمانجان ندیمی از روزنامه ایران رتبه نخست و لیلا لطفی از اعتماد رتبه دوم را به دست آوردند. در بخش کتاب نیز بهزاد یعقوبی شایسته تقدیر شناخته شد و پویا بهزادنیا، محمدسعید کرمزاده، علی‌اکبر عبدالرشیدی و محمدمهدی ملک‌قاسمی به عنوان برگزیدگان معرفی شدند.

منتظر گرانی ماکارونی باشید!

نرخ گندم مخصوص تولید ماکارونی ۶۰ هزار تومان تعیین شد. تغییری که احتمالا سبب افزایش قیمت این محصول در بازار خواهد شد. قیمت گندم مخصوص تولید ماکارونی با تصمیم ستاد تنظیم بازار از ابتدای آبان افزایش پیدا کرد و از ۲۳ هزار و ۸۵۰ تومان به ۶۰ هزار تومان در هر کیلوگرم رسید. به گزارش فرارو؛ شرکت بازرگانی دولتی ایران از ابتدای آبان نرخ ۶۰ هزار تومانی را مبنای عرضه گندم ماکارونی به کارخانه‌های تولیدکننده و واحدهای صنف و صنعت قرار داده است. بر اساس این تصمیم گندم مورد نیاز واحدهای تولید ماکارونی، نان صنعتی و نان‌های حجیم و نیمه‌حجیم با قیمت جدید در اختیار آنها قرار می‌گیرد. این افزایش قیمت می‌تواند هزینه تمام‌شده تولید ماکارونی را تحت تاثیر قرار دهد. معمولا نیمی از هزینه تولید ماکارونی به گندم مخصوص ماکارونی ارتباط دارد و جهش ۲،۵ برابری قیمت‌ها در این بخش می‌تواند در قیمت تمام‌شده ماکارونی تاثیر داشته باشد.

انتقاد از عدم پرداخت مطالبات واردکنندگان

یک مسوول صنفی با انتقاد از عملکرد دولت در پرداخت مطالبات واردکنندگان کالاهای اساسی معتقد است، گره کار در پرداخت بیش از ۴ میلیارد یورو، ناشی از کمبود منابع نیست، بلکه ناشی از عدم اراده است. داود رنگی، رییس هیات‌مدیره اتحادیه واردکنندگان نهاده‌های دام و طیور ایران در گفت‌وگو با خبرنگار مهر در اظهاراتی صریح، ابهام در مورد مدیریت بحران مطالبات ارزی را عامل اصلی فشار بر بخش واردات دانست و با اشاره به رقم ۴۰۷ میلیارد یورو مطالبات معوقه تصریح کرد: از این مبلغ، نزدیک به ۲ میلیارد یورو فقط مربوط به نهاده‌های دامی است و باقی مربوط به اقلامی نظیر برنج، کالاهای پزشکی، برنج، گوشت و... است. این حجم از مطالبات، مستقیما بر امنیت غذایی و زنجیره تامین کالاهای اساسی اثر گذار