گزارشی از ماجرای تغییر کاربری زمین‌های کشاورزی که می‌تواند تهدیدی جدی برای امنیت غذایی باشد

زمین در خاک

شرق: فقط حدود ۳.۵ درصد از خاک ایران حاصلخیز است و کیفیت مناسبی برای کشاورزی دارد و ۱۰.۶ درصد از خاک کشور از نظر امکان کشت و کار وضعیت متوسطی دارد. این گزارشی است که نزدیک به چهار سال پیش در مجله نیچر منتشر شده است و حالا وضعیت آب و خاک ایران سال به سال بحرانی‌تر می‌شود.

چندی پیش هم در تیر امسال عباسعلی نوبخت، سرپرست سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری کشور، از افزایش ۶۶ درصدی مساحت استان‌های بیابانی خبر داد و در مراسم معارفه خود گفت که تعداد استان‌های بیابانی ایران از ۱۴ استان در آغاز برنامه چشم‌انداز ۲۰ساله به ۲۱ استان افزایش داشته است.

حسن وحید، معاون آبخیزداری مراتع و امور بیابان سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری کشور، دیروز در نشست کارگروه ملی مدیریت چرا، کنترل پروانه دام و ساماندهی کوچ اعلام کرد که در سطح کشور حدود ۸۴ میلیون هکتار مرتع وجود دارد که ۵۰ میلیون هکتار آن فقیر هستند. با وجود تمام این آمارهای هشداردهنده تغییر کاربری زمین‌های حاصلخیز کشاورزی و تبدیل آن به ساختمان همچنان ادامه دارد. غلامرضا مرحبا، سخنگوی کمیسیون اقتصادی مجلس و نماینده استان گیلان، به «شرق» می‌گوید که تغییر کاربری حاصلخیزترین مناطق ایران در شمال کشور به‌شدت شایع است و این مسئله به‌زودی امنیت غذایی کشور را دچار بحران می‌کند.

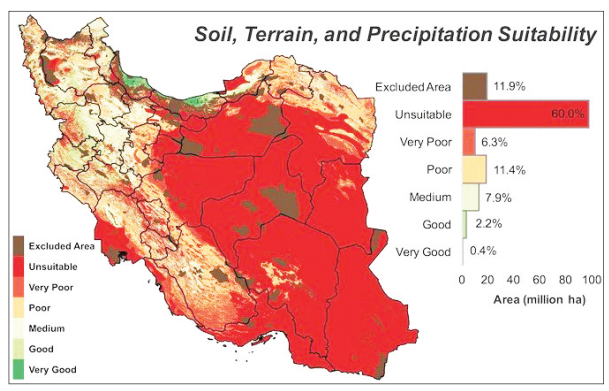
تغییر کاربری زمین‌های حاصلخیز ادامه دارد

تنها دو لکه کوچک در سواحل غربی و مرکز دریای خزر خاک حاصلخیز و مرغوب برای کشاورزی دارند. همان ۳.۵ درصدی که در گزارش نیچر روی نقشه ایران مشخص شده؛ اما درست در همین منطقه تغییر کاربری زمین با ترفندهای گوناگون رایج است و ظاهرا وزارت کشاورزی هم قدرت لازم برای ایستادگی مقابل زمین‌خواران را ندارد.

در همین زمینه اسنادی به دست «شرق» رسیده است که یک مزرعه ۱۰ هکتاری در استان گیلان و در محور آستانه اشرفیه به بندر کیاشهر و روستای دهسر با وجود مخالفت مکرر سازمان جهاد کشاورزی گیلان توانسته است مجوز تغییر کاربری را دریافت کند و این قطعه زمین حاصلخیز به مجتمع خدماتی رفاهی تبدیل شود. بررسی اسناد موجود نشان می‌دهد که اداره راه و شهرسازی این استان با وجود مخالفت سازمان جهاد کشاورزی گیلان، کتبا درخواست داده است که این زمین را در محدوده طرح هادی گزارش دهد و با این ترفند مجوز تغییر کاربری آن را صادر کنند و در نهایت این اتفاق رخ داده و برای کاربری جدید سند صادر شده است. غلامرضا مرحبا، سخنگوی کمیسیون اقتصادی مجلس و نماینده استان گیلان، به «شرق» می‌گوید که این دست اتفاقات در استان‌های شمالی ایران که حاصلخیزترین خاک ایران را دارند، بسیار رایج است و این مسئله در آینده منجر به بحران امنیت غذایی در ایران می‌شود. او تأکید می‌کند که شهروندان می‌توانند گزارش تخلفات سازمانی درباره تغییر کاربری زمین‌های کشاورزی را به دست سازمان بازرسی کل کشور و کمیسیون اصل ۹۰ مجلس برسانند.

جنگل‌های زاگرس ۴۰ درصد آب کشور را تأمین می‌کنند

تغییر کاربری زمین‌های کشاورزی در ایران در شرایطی رخ می‌دهد که حالا کشور نه‌تنها گرفتار بحران آب است بلکه بحران بزرگ‌تر؛ یعنی فرسایش خاک و ازدست‌رفتن خاک حاصلخیز آن را تهدید می‌کند. براساس گزارش مجله نیچر فقط حدود ۳.۵ درصد از خاک ایران حاصلخیز است و کیفیت مناسبی برای کشاورزی دارد و ۱۰.۶ درصد از خاک کشور از نظر امکان کشت و کار وضعیت متوسطی دارد و تغییر کاربری زمین‌های کشاورزی و ساختمان‌سازی، قطع درختان و نابودی جنگل‌ها و پوشش گیاهی سرعت بیابان‌زایی در ایران را افزایش داده است. بنا بر اعلام عباسعلی نوبخت، سرپرست سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری کشور، مساحت استان‌های بیابانی ایران افزایش ۶۶ درصدی داشته و تعداد استان‌های بیابانی ایران از ۱۴ استان در آغاز برنامه چشم‌انداز ۲۰ساله به ۲۱ استان افزایش یافته است. او در مراسم معارفه خود گفته که از ۳۰ میلیون هکتار عرصه‌های زاگرس، نزدیک به شش میلیون هکتار آن جنگل است و این جنگل‌ها تأمین‌کننده ۴۰ درصد آب کشور هستند. با این حال سرعت نابودی جنگل‌ها در ایران تکان‌دهنده است. در ۲۱ آبان سال ۹۷ هادی کیادلیری، رئیس وقت انجمن جنگل‌بانی ایران، گفته بود که عمر جنگل‌های شمال ایران تا ۳۰ سال آینده تمام می‌شود. او به این رسانه توضیح داد که درحال‌حاضر ۴۲ درصد از جنگل‌های شمال در معرض نابودی است، بهره‌برداری بی‌رویه در مدت طولانی باعث شد موجودی جنگل‌ها به‌سرعت کم شود. در گفت‌وگوی دیگری که این رسانه در ۲۳ مرداد ۹۸ با مسعود مولانا، عضو شورای هماهنگی شبکه ملی محیط زیست و منابع طبیعی انجام داده، قید شده است که از ۴۰ سال قبل تاکنون حدود سه‌میلیون‌و ۶۰۰ هزار هکتار از جنگل‌های هیرکانی به حدود یک‌میلیون‌و ۸۰۰ هزار هکتار رسیده و این به معنای این است که نیمی از جنگل‌های شمال دود شده است. این وضعیت درباره جنگل‌های زاگرس هم صدق می‌کند و براساس گفت‌وگویی که تسنیم در دوم آذر سال گذشته با مدیر کل حفاظت محیط زیست لرستان داشته، تقریبا یک‌پنجم جنگل‌های زاگرس هم از بین رفته‌اند. براساس این گزارش از شش میلیون هکتار جنگل‌های زاگرس بیش از یک‌میلیون‌و ۲۰۰ هزار هکتار با خشکیدگی و زوال مواجه شده است.



۵۰ میلیون هکتار از مراتع ایران فقیر هستند

همچنین حسن وحید، معاون آبخیزداری مراتع و امور بیابان سازمان منابع طبیعی و آبخیزداری کشور، دیروز در نشست کارگروه ملی مدیریت چرا، کنترل پروانه دام و ساماندهی کوچ اعلام کرد که در سطح کشور حدود ۸۴ میلیون هکتار مرتع وجود دارد که ۵۰ میلیون هکتار آن فقیر هستند. او ادامه داد: مهم‌ترین معضلی که درحال‌حاضر وجود دارد، بحث مراتع بوده و با توجه به شرایطی که درحال‌حاضر در سطح کشور داریم، بیش از ۵۰ میلیون هکتار از مراتع ما فقیر محسوب می‌شوند که عدد بالایی است.

با تمام این اوصاف تغییر کاربری اراضی حاصلخیز و جنگل‌ها و منابع پایه همچنان ادامه دارد و این حد دخالت بی‌رویه در اقلیم به بحران آب در ایران و بحران خاک منجر شده است. بحران آب در تابستان امسال شماری از شهرهای ایران را با کمبود آب آشامیدنی مواجه کرد و حالا با این حجم چشمگیر تغییر کاربری اراضی کشاورزی پیش‌بینی می‌شود که ایران در آینده با ناامنی غذایی هم مواجه شود.

جوابیه

واکنش وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات به گزارش «شرق»

سرعت اینترنت کم نشده است

در تاریخ هفتم شهریور مطلبی تحت عنوان مهاجرت مجازی منتشر شده که متأسفانه نه تنها فاقد آمار صحیح و درستی نیست بلکه از همان ابتدا نویسنده دچار تناقض در نوشتار شده است.

نویسنده در بخش اول در میان‌تیتر «صیانت چراغ خاموش در ایران» آورده است: «کاربران ایرانی از اختلال گسترده شبکه اینترنت خبر می‌دهند». نویسنده مطلب پس از این ادعا در بخش دیگری بدون درنظرگرفتن اصل مهم روزنامه‌نگاری یعنی پرسشگری و بی‌طرفی به نقل از عضو انجمن کسب‌وکارهای اینترنتی آورده است: «متخصصان صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات از کشور محل سکونت خود برای شرکت‌های بین‌المللی کار می‌کنند».

آیا برای یک روزنامه‌نگار و پرسشگر این سؤال پیش نمی‌آید آن‌گونه که نویسنده مدعی شده و در گزارش خود آورده که کاربران از اختلال گسترده!!!! خبر می‌دهند چگونه است که با این اختلال گسترده کاربران می‌توانند کارهای شرکت‌های بین‌المللی را انجام دهند اما برای فعالیت‌های داخلی اینترنت کند است، سرعت پایین است، اختلال گسترده پهنای باند بین‌الملل کم و صیانت چراغ خاموش در حال اجرا.

به روزنامه‌نگار محترم یادآور می‌شود که کاش اندکی تأمل می‌فرمودند و از آقای الفت‌نسب می‌پرسیدند که مهاجرین مجازی چگونه با اینترنت با اختلال گسترده فعالیت‌های در سطح بین‌المللی انجام می‌دهند و برای صاحبان مشاغل ارسال می‌فرمایند؟

آقای کرمی سخنگوی بنیاد ملی نخبگان یک بار در پاسخ به فضاسازی‌های انجام‌شده گفت که «آمار مهاجرتی منتشرشده در فضای مجازی کذب است و ۶۲ درصد برگزیدگان المپیادهای جهانی در کشور هستند».

باید بدانیم آنچه در پدیده مهاجرت نگران‌کننده است سفر و عدم بازگشت مهاجرین و نخبگان است. اگر مهاجرین به زعم شما مجازی از داخل کشور خودشان به برکت اینترنت با سرعت مناسب که این توانایی را برای نخبگان ایجاد می‌کند که فعالیت‌های بین‌المللی را به سرانجام برسانند و ارسال هم بنمایند آن را حتما باید به فال نیک گرفت و چنین مهاجرتی منفی نیست.

در آخر خوشحال می‌شویم برای آگاهی بیشتر ما و خوانندگان محترم شرق از جناب آقای الفت‌نسب آماری شفاف دریافت کنید که در حوزه مربوطه چه تعداد مهاجرت بدون بازگشت صورت گرفته که موجبات نگرانی ایشان را فراهم آورده و روزنامه محترم آن را در حد تیتر یک مهم دانسته‌اند. اگرچه برای این وزارتخانه جای بسی خوشبختی است که سرعت اینترنت و پهنای باند در حد موردنیاز نخبگان برای فعالیت‌های بین‌المللی فراهم است.

خبر ویژه

قیمت منصفانه «ریسپکت» نشانه احترام به مشتری است

قیمت ریسپکت به‌عنوان تازه‌ترین محصول گروه بهمن در دسته سدان ۷۳۷ میلیون تومان اعلام شد.

شرکت بهمن‌موتور صبح دیروز در نشست خبری آنلاین خود زمان عرضه و قیمت سدان لوکس ریسپکت را اعلام کرد. در این نشست خبری امیر میرمنصف، مدیر سازمان فروش و خدمات پس از فروش گروه بهمن، قیمت سدان ریسپکت را ۷۳۷ میلیون تومان و زمان عرضه آن را اواخر مهرماه اعلام کرد؛ البته قیمت این خودرو با احتساب همه هزینه‌ها اعلام شده است و شامل یک سال رایگان و پنج سال یا ۱۵۰ هزار کیلومتر گارانتی است.

طبق گفته مدیران این خودروسازی پیش‌بینی کرده‌اند تا پایان سال ۱۴۰۱ تعداد پنج هزار دستگاه از خودروی ریسپکت راهی بازار شود. به نظر می‌رسد مزیت نسبی این خودرو نسبت به سایر همتایان خود در بازار، کیفیت و قیمت مناسب آن باشد.

مدیران این پروژه درخصوص خدمات پس از فروش ریسپکت اعلام کردند که این خودرو قرار است با پنج سال گارانتی یا ۱۵۰ هزار کیلومتر به دست مصرف‌کننده برسد.

ریسپکت تازه‌ترین محصول بهمن با موتور ۱۵۰۰ توربو شارژ و با سطح آلایندگی یورو ۶، مصرف سوخت ۷.۶، فرمان برقی EPS و همین‌طور سیستم ترمز ABS+EBD و شش کیسه هوای راننده و جانبی است.

قیمت مقرون به صرفه ریسپکت در شرایطی است که این خودرو دارای امکاناتی نظیر صندلی برقی، شارژر وایرلس، گرمکن صندلی سرنشین با قابلیت تنظیم جهت، صندلی برقی راننده، سانروف، برف‌پاک‌کن ژله‌ای، آینه داخلی ضد تابش نور، چراغ LED و چراغ مه‌شکن، دوربین ۳۶۰ درجه 3D و 4K و... است.

تیک‌تک

گزارش کامل را اینجا بخوانید

جذابیت برندها برای استخدام

امیر ناظمی، آزیتا تقوایی: مصاحبه استخدامی نماد و نمایشگر وضعیتی است که در آن کارفرما در بالادست نشسته و از همان‌جا سرنوشت انبوه کارجویان را برای استخدام در دست گرفته است. به این ترتیب ما عادت کرده‌ایم که این شرکت‌ها باشند که به انتخاب کارجویان دست می‌زنند. اما واقعیت آن است که کارجویان نیز پیش از ارسال فرم تقاضای کار و پیش از کارفرما، او را انتخاب کرده‌اند. کارجویان پیش از کارفرما و با همان ارسال رزومه و فرم درخواست، انتخاب خود را انجام داده‌اند.

به این ترتیب هر فرایند همکاری و استخدام ترکیب دو انتخاب است:

انتخاب ۱: انتخاب شرکتی که کارجو دوست دارد در آن کار کند

انتخاب۲: انتخاب کارجو توسط شرکت

این وضعیت تصمیم‌گیری نیز مانند هر وضعیت تصمیم‌گیری دیگری همواره به صورت متقارن نیست. واقعیت آن است که قدرت کارجو و شرکت کارفرما، بر اساس شرایط کلان اقتصادی-اجتماعی-سیاسی تغییر می‌کند. در زمانی که بی‌کاری افزایش می‌یابد، شرکت دست بالاتر را در انتخاب می‌یابد، چون کارجویان به دنبال یک کار هستند و خواسته‌ها و علایق خود را قربانی داشتن کار می‌کنند. در حالی که هرچه میزان اشتغال افزایش می‌یابد، این کارجوست که دست بالاتر را می‌یابد.

اما این قدرت در حوزه‌های تخصصی شرایط متفاوتی از حوزه‌های عمومی دارد. در این روزها و با افزایش تمایل به مهاجرت میان گروه‌های خبره و متخصص، با وجود نرخ بالای بی‌کاری، کارجوی متخصص و خبره همچنان دست بالاتر را دارد. با مهاجرت گسترده متخصصان فناوری اطلاعات و نیاز شرکت‌های فعال در اقتصاد دیجیتال، این عدم‌تقارن میان قدرت کارجو و کارفرما کاهش می‌یابد و کارفرمایان نیز به دنبال بهترین نیروهای متخصص هستند که منجر به رقابت میان آنها می‌شود.

گزارش برند کارفرمایی ۱۴۰۱: دیجی‌کالا محبوب‌ترین برند برای استخدام

ایران‌تلنت به عنوان یکی از بزرگ‌ترین پلتفرم‌های کاریابی و کارجویی ایران که بیش از سایر پلتفرم‌ها بر مشاغل تخصصی و حرفه‌ای تمرکز دارد، گزارش ۱۴۰۱ را براساس پیمایشی با ۲۲ هزار پرسش‌شونده درباره سه شرکتی که کارجویان تمایل به کار در آنها دارند، انجام داده است. نتایج این گزارش منجر به شناسایی فهرستی از کارفرمایان محبوب شده است.

در این پیمایش دیجی‌کالا به عنوان برترین شرکت کارفرمایی انتخاب شده است. انتخاب دیجی‌کالا در کنار شرکت‌های بزرگ اقتصاد متداول مانند مپنا یا ایران‌خودرو نشان‌دهنده تغییرات کلان در جایگاه اقتصاد دیجیتال در کشور است. نگاهی به فهرست برندهای برتر کارفرمایی ایران (۳۰ برند نخست) نشان می‌دهد که برندها را می‌توان در سه دسته زیر تقسیم کرد:

۱. شرکت‌های اقتصاد دیجیتال: برترین برندها مربوط به این حوزه است. در میان ۱۲ برند نخست، ۷ برند متعلق به اقتصاد دیجیتال است.

۲. شرکت‌های خارجی: هرچند اندازه و سهم شرکت‌های خارجی در ایران بسیار ناچیز و محدود است، اما این برندهای محدود خارجی در میان کارجویان و شاغلان بسیار پرطرفدار هستند. شرکت‌های Nestle, JTI, Unilever, BAT و Novo Nordisk از جمله برترین‌ها در میان ۳۰ برند نخست هستند.

۳. برندهای میراثی: بسیاری از برندهای خوش‌نام گذشته همچنان در میان فهرست آرزوهای کارجویان قرار دارد. شرکت‌هایی مانند مپنا، ایران‌خودرو، شرکت نفت، کاله یا کیسون از جمله آنها هستند. این برندها اگرچه روز به روز جایگاه گذشته خود را از دست می‌دهند، اما همچنان در میان برندهای پرطرفدار هستند.

درحقیقت انتخاب کارجویان که برآمده از عوامل مختلفی مانند پرداختی‌ها یا خوش‌نامی است و عوامل بلندمدتی مانند پایداری شرکت را نیز شامل می‌شود، به صورت جدی در حال تغییر نگاه به شرکت‌های اقتصاد دیجیتال است و در این میان می‌توان دیجی‌کالا را پیشتاز بقیه در نظر گرفت.

البته اینکه کدام برند به چه دلیل توسط کارجویان انتخاب شده است، در گزارش ایران‌تلنت به آن اشاره نشده و مجموعه‌ای از دلایل به صورت کلی و براساس یک هرم مشخص شده است. بر این اساس میزان دریافتی حقوق بالاترین رتبه را دارد و موضوعاتی مانند امنیت شغلی و امکان پیشرفت نیز در رتبه‌های بعدی که همگی نشان‌دهنده اهمیت موضوعات اقتصادی است و در دوران رکود اقتصادی قابل درک است. اما شاید عواملی مانند «کار با مدیران شناخته‌شده» یا «محیط کاری جوان و پرانرژی» که در رتبه‌های انتهایی و میانی قرار دارند؛ برای شرکت‌های اقتصاد دیجیتال مهم‌تر باشد. به عنوان نمونه و براساس گزارش سرمایه انسانی دیجی‌کالا این برند مهم‌ترین عوامل جذابیت خود را عوامل وابسته به فرهنگ سازمانی می‌داند؛ عواملی مانند توسعه فرهنگ قدردانی یا رویدادهای ارتباط سازمانی.

اهمیت برند کارفرمایی برای اقتصاد دیجیتال

شرکت‌های نوآور و فعال در حوزه صنایع خلاق بیش از هر صنعت دیگری وابسته به نیروی انسانی باکیفیت هستند. مزیت رقابتی این شرکت‌ها برآمده از جذب بهترین نیروهاست. بالابودن نرخ مهاجرت میان متخصصان IT در کنار اهمیت سرمایه انسانی، منجر به رقابت شدیدتر شرکت‌ها برای جذب بهترین‌های بازار شده است. از سوی دیگر تمایل برخی از متخصصان برای راه‌اندازی استارت‌آپ‌های خود نیز دلیل افزون دیگری برای رقابت در جذب نیروها شده است. در این حوزه برخلاف سایر حوزه‌های اقتصاد متداول، رقابت بر سر سرمایه انسانی هم حیاتی‌تر از سایر حوزه‌هاست و هم رقابتی شدیدتر بر سر منابع کم‌یاب‌تر.

برند کارفرمایی موفق‌تر شانس بیشتری برای جذب نیروهای کارآمدتر و باکیفیت‌تر بازار دارد. گزارش ایران‌تلنت به خوبی نشان می‌دهد که کدام شرکت‌ها شانس بیشتری برای جذب نیروهای باکیفیت‌تر دارند. توان جذب نیروهای باکیفیت‌تر می‌تواند این شرکت‌ها را برای توسعه خدمات و محصولات خود در وضعیت رقابت‌پذیری‌تر نسبت به سایر شرکت‌ها قرار دهد.

این تحلیل کاری است از رسانه تحلیلی تیک‌تِک که بر اساس گزارش دومین گزارش ۱۴۰۱ ایران‌تلنت «محبوب‌ترین برند کارفرمایی در ایران» تحلیل و تدوین شده است.