

نگاه

چند پیشنهاد از جنس کار



حمید حاج اسماعیلی
کارشناس بازار از کار

● وعده‌هایی که آقای حسن روحانی در مناظره‌ها و سخنرانی‌های خود تا قبل از انتخابات مطرح کرد، بیشتر جنبه تبلیغاتی داشت و با شرایط انتخاباتی هم همخوانی داشت اما هر اقلدیی که قرار است در حوزه کار در دولت منتخب در پیش گرفته شود، باید در جهت بودجه سالانه، برنامه‌های میان‌مدت پنج‌ساله توسعه و سند چشم‌انداز ۲۰ساله تدوین شود. با این حال از همان آغاز مناظره‌ها مشخص شد که روحانی نگاه ویژه‌ای به تولید دارد و این نقطه مثبت دولت آتی است. اقتصاد کشور در سال‌های گذشته همواره خدماتی بوده و رشد بانکها و موسسات مالی و اعتباری که در جرگه بنگاه‌های خدماتی قرار می‌گیرند، این مدعا را تأیید می‌کند. اما اگر بخواهیم اقتصاد به یادگیری لازم برسد، باید تولید را تقویت کرد. در این ۴ساله که از انقلاب اسلامی می‌گذرد متأسفانه اقدام خاصی در بخش تولید انجام نشده است. برنامه‌ها دست کم در چهار دولت گذشته تولیدمحور نبودند. در دولت‌های خامنی توزیع کالا و خدمات به نحو مطلوب انجام شد اما محمود احمدی‌نژاد به طرح‌هایی پرداخت که اگر چه توجه ویژه‌ای به بنگاه‌ها و واحدهای تولیدی داشت، اما در عمل فقط به پرداخت تسهیلات به این واحدها اکتفا کرد و به همین دلیل طرح‌های اخیر هم نقش حمایتی از بنگاه‌های تولیدی نداشتند. طرح بنگاه‌های زودبازده در دور اول دولت احمدی‌نژاد به صورت جدی و البته لبر دنبال شد و در دوره بعدی رها شد بی آنکه ثمری داشته باشد. در طول ۲۰ سال گذشته برخورد با تولید بسیار سطحی بود و فقط مشکلات این بخش منحصر به ارائه تسهیلات دانسته شد در حالی که بازار کار با دلالت و واسطه‌ها فعالی عمل می‌کند و همین موضوع هم باعث شد که قسمت اعظم تسهیلات بنگاه‌های زودبازده از مسیر اصلی خود منحرف شود. مشاغل خانگی هم در دولت‌های نهم و دهم بیشتر جنبه تبلیغاتی داشت و در عمل به جایی نرسید. در دولت اصلاحات هم طرح خوداشتغالی و کارآفرینی به عنوان طرحی برای حمایت از تولید و اشتغال دنبال و طی آن تسهیلاتی به متقاضیان داده شد اما این هم نفع‌تها منجر به ایجاد اشتغال نشد بلکه بیکاران را بدعکار کرد و بعد از مدتی بی‌هیچ نتیجه‌ای متوقف شد. اما کاری که دولت منتخب باید انجام دهد تمرکز بر تولید است که با توجه به چند نکته این مهم تحقق می‌یابد: در اولین گام، نظام مالی باید اصلاح شود. در حال حاضر هزینه پول بسیار بالاست و بانک‌ها با دریافت سود بالا از تولیدکنندگان در بازار کار دلالی می‌کنند. صاحبان واحدهای تولیدی برای گسترش فعالیت خود یا حتی ادامه حیات نیاز به نقدینگی و سرمایه در گردش دارند اما با نرخ‌های فعلی این امر امکان‌پذیر نیست. دولت آتی در گام دوم باید نظام مالیاتی را اصلاح و در جهت حمایت از تولید بازنگری مجدد کند. سوسمن گام دولت، توجه به بیمه است که این مورد نیز باید در جهت حمایت از تولید و تولیدکننده اصلاح شود. چهارمین گام کوچک‌شدن دولت است. از ابتدای انقلاب تاکنون هم دولت فربه‌تر شده و هم هزینه‌هایش افزایش یافته است. دولت باید مداخله خود در اقتصاد را کاهش دهد و امکان ورود بخش خصوصی به اقتصاد را فراهم آورد. در سال‌های اخیر که قرار بود دولت با واگذاری شرکت‌ها و بنگاه‌های خود کوچک‌تر شود، اما عملاً این اتفاق نیفتاد و مالکیت‌ها از دولت به شبه‌دولتی‌ها منتقل شد. در واقع شبه‌دولتی‌ها نقش مثبتی در اقتصاد ندارند. در گام بعدی دولت منتخب نباید سهم تولید را از هدفمندی برنامه‌ها فراموش کند و در آخر اجازه واگذاری شرکت‌ها و بنگاه‌های دولتی به خارجیان داده شود تا از این طریق رونق به اقتصاد بازگردد و ما را از اقتصاد خدماتی، توزیعی و نفتی جدا کند. در واقع تا زمانی که این اصول مورد توجه دولت قرار نگیرد، نباید انتظار داشت تحولی جدی در اقتصاد رخ دهد. حتی اگر با آموّن روحانی آرامش سیاسی بر کشور حاکم شود و تا حدودی مشکلات اقتصادی بهبود یابد، اما چون تولید همچنان با مشکلات ساختاری دست و پنجه‌نرم می‌کند، هر اتفاق دیگری می‌تواند فضای اقتصادی کشور را مه‌الود کند.

نگر

شکایت خودروسازان به دیوان عدالت اداری

● فارس: دبیر انجمن خودروسازان با اشاره به سه دلیل اصلی عدم عرضه خودرو پیورو ۴ گفت: عدم عرضه سراسری سوخت، افزایش هزینه تولید و ایجاد وابستگی شدید ارزی، سه عامل عدم عرضه این خودروهاست. احمد نعمت‌بخش همچنین با اشاره به اینکه در رابطه با عدم اجرای یک قانون پس از پایان دولت خامنی و آغاز دولت احمدی‌نژاد در دیوان عدالت اداری شکایت‌نامه‌ای تنظیم کرده‌ایم، توضیح داد: امیدوارم هر چه زودتر به این شکایت‌نامه رسیدگی شود. وی با اشاره به اینکه هسولان نفت از ۳۰ جایگاه عرضه سوخت اعلام شده درخصوص توزیع بنزین پیورو ۴، یکی را معرفی کند، گفت: هنوز سوخت پیورو ۴ در هیچ کدام از جایگاه‌ها عرضه نشده چه برسد به آنکه سراسری شود. نعمت‌بخش با تأکید بر اینکه تا سوخت پیورو ۴ توزیع نشود موتور خودروهای پرتیراژ را از پیورو ۲ به پیورو ۴ تغییر نخواهیم داد. افزود: سال گذشته، ما به دلیل اعتمادی که به سازمان حفاظت از محیط‌زیست کردیم، اسمال در برخی خودروها تولید را به موتور استاندارد پیورو ۴ تغییر دادیم.

شرق، فرانزه طهرانی: با وجود آنکه محصول ارگانیک، به دلیل فرآیند بسیار پیچیده، هنوز در کشور ما امکان تولید ندارد، اما به تازگی یک شرکت در تهران و شرکتی مشابه در مشهد با استفاده از کم‌اطلاعی مصرف‌کنندگان، اقدام به عرضه مرغ و ماهی با عنوان محصول ارگانیک (سالم و بدون دخالت هر گونه مواد شیمیایی) کرده و از این رهگذر دو تا سه‌برابر نرخ واقعی آن محصول، از خریداران پول می‌گیرند. جالب آنکه در شرایطی که طراحان طرح محصول ارگانیک تقلبی، از محل ابتکار خود سود کلان به جیب می‌زنند اما معاون بهداشت، پیشگیری و درمان سازمان دامپزشکی در گفت‌وگو با خبرنگار «شرق» می‌گویند: تاکنون اقدامی برای مقابله با سوءاستفاده‌کنندگان از عنوان ارگانیک در این سازمان انجام نشده است.بر اساس مستنداتی که خبرنگار «شرق» به دست آورده و در دفتر روزنامه موجود است، این شرکت فعال در تهران، تنها با دادن یک شماره تلفن و آدرس سایت، محصولاتی مانند مرغ، ماهی، برنج و ... را تحت عنوان محصولات طبیعی (ارگانیک) با قیمت‌های گزاف به فروش می‌رساند. این شرکت پس از دریافت سفارش کالا، محصول مورد نظر را به وسیله آژانس یا پیک‌های مورد اطمینان خود به دست مشتری رسانده و از دو طریق دریافت حضوری یا واریز به شماره حساب صاحب شرکت، مبلغ را اخذ می‌کنند؛ آنجا که همواره گفته می‌شود محصولات ارگانیک از محصولات مشابهی که هورمون یا کود شیمیایی دریافت می‌کنند، کوچک‌تر هستند، این شرکت مرغ‌های ریز در بازار را خریداری کرده و پس از قطعه‌کردن و بسته‌بندی، آن را به عنوان تولید طبیعی به فروش می‌رساند.

سوءاستفاده از عنوان ارگانیک

اما شرکتی که در مشهد محصول به اصطلاح ارگانیک می‌فروشد؛ اقدام دیگری هم کرده است. مدیریت این واحد فعال در مشهد چند سال پیش، شرکت خود را با نام «ارگانیک» به ثبت رسانده است. او اکنون بدون نگرانی و پنهانکاری محصولات خود را با بسته‌بندی ارگانیک عرضه می‌کند و آسوده‌خاطر است که اگر به محصولات او اعتراضی شود؛ او با این دلیل که اسم تجاری شرکت «ارگانیک» است، تیرنه خواهد شد. این شرکت که عرضه‌کننده مرغ و ماهی است، روی برچسب محصولات خود عناوینی نظیر «ارگانیک»، IPM، فراسودمند و سالم درج کرده است.

همچنین متولیان این شرکت در تبلیغات نصب شده در سطح شهر و محل‌های توزیع محصولات خود، مدعی هستند که بنیانگذار تولید مرغ بدون آنتی‌بیوتیک در کشور بوده و موفق به دریافت نشان ارگانیک اتحادیه اروپا و آمریکا شده‌اند. این در حالی است که نشان ارگانیک برای هر کشور، به صورت خاص به‌وسیله شرکت‌های خصوصی یا دولت، با توجه به شرایط آن کشور، تدوین می‌شود. متولیان این شرکت از کم‌اطلاعی جامعه و تبلیغات در برخی رسانه‌ها، سوءاستفاده کرده و با درج انواع برندهای روی برچسب محصولات پروتئینی خود، به مصرف‌کننده القا می‌کنند که سالم‌ترین مواد پروتئینی را با مجوز اداره کل دامپزشکی خراسان رضوی به جامعه عرضه می‌کنند. حال آنکه IPM یا روش‌های مدیریت تلفیقی آفات، به معنی آن است که در مزارع، سم و کود به شکل کنترل شده و در حد مجاز استفاده شود. بنابراین حتی اگر شرکت تولیدکننده، غذای مورد نیاز مرغ و ماهی تولیدی خود را از مزارعی که طرح مدیریت تلفیقی آفات در آن اجرا شده است، تهیه کرده باشد، نمی‌توان محصول نهایی چنین شرکتی را ارگانیک نامید زیرا برای تولید مرغ ارگانیک، حتی در تولید خوراک دام هم نباید از سم و کود استفاده شود، در

اقتصاد

در بی‌خبری سازمان دامپزشکی، محصولات ۳برابر قیمت اصلی فروخته می‌شود

ارگانیک تقلبی در بازار مرغ و ماهی



حالی که در روش‌های مدیریت تلفیقی آفات، کود و سم در حد مجاز مورد استفاده قرار می‌گیرد. به گفته کارشناسان، با وجود آنکه تولید ماهی ارگانیک فرآیند بسیار پیچیده‌تری دارد؛ اما این شرکت، مدعی است ماهی ارگانیک هم تولید می‌کند.

ایران فقط مرغ سبز در حجم اندک دارد

مرغ سبزا طرحی متعلق به یک شرکت خصوصی و اداره دامپزشکی قزوین بود. این را محسن مشکلات، معاون پیشگیری و بهداشت سازمان دامپزشکی می‌گوید. «مرغ سبز به معنی تولید مرغ بدون استفاده از آنتی‌بیوتیک است. تولید این محصول هم مدت کمی است که آغاز شده و به صورت نمونه در استان قزوین کلید خورده است.» مشکلات می‌گوید: «برای تولید مرغ سبز، مر غدار مجبور به هزینه اضافه نیست تنها باید دستوره‌ای بهداشتی دامپزشکی را با دقت تمام اجرا کند.» او به اختلاف قیمتی که بین مرغ سبز و مرغ معمولی در بازار وجود دارد اشاره کرده و می‌افزاید: «این اختلاف قیمت هم، تنها با سیاست ترویج تولید مرغ سبز لحاظ شده است و به معنی هزینه بالاتر تولید این مرغ نیست.» مرغ ۴۲ روزه هم یکی دیگر از نقشه‌هایی است که برای تولید مرغ سالم و عاری از پسمندهای دارویی کشیده‌اند. بنا به گفته یوسف جلوخانی معاون بهبود تولیدات دامی چهارکشواری قزوین: «مرغ ۴۲ روزه مرغ سبکی است با حدود ۱۱/۵کیلوگرم وزن که همان‌طور که از عنوانش هم پیداست در ۴۲ روزگی به کشتارگاه فرستاده می‌شود.» او ادامه می‌دهد: «بیماری‌های مرغ معمولاً بعد از این سن بروز می‌کند و برای جلوگیری از رسیدن پرند به سن بیماری و قبل از انباشت چربی اضافه در بدن جانور، آن را به کشتارگاه می‌فرستند. از این لحاظ می‌توان این مرغ کم‌وزن را مرغی سالم به شمار آورد. مشکلات نیز تأکید می‌کند که مرغ سبز همان مرغ ۴۲ روزه نیست و با وسواس بیشتری عدمصرف آنتی‌بیوتیک توسط پرند بررسی و کنترل می‌شود و وزن و عمر مرغ سبز، وزن و عمر معمولی است.»

سازمان دامپزشکی: تاکنون بر خوردی با متخلفان نکرده‌ایم!

معاون بهداشت، پیشگیری و درمان سازمان دامپزشکی در خصوص توزیع مرغ ارگانیک در بازار می‌گوید: «سازمان دامپزشکی تاکنون برخورد خاصی با متخلفان انجام نداده است.» محسن مشکلات با بیان اینکه «بحث‌های مربوط به ارگانیک در ایران، جدید بوده و در سال‌های اخیر مطرح شده است.» می‌افزاید: «برخی افراد، دستگاه‌ها و سازمان‌ها از عنوان ارگانیک سوءاستفاده کرده و چمبسا به شکل غیرمجاز، به واحدهای تولیدی تاییدیه توزیع محصول با عنوان ارگانیک می‌دهند.»

وی تأکید کرد: «این افراد نه صلاحیت دارند و نه مجاز هستند که مجوز توزیع محصول ارگانیک صادر کنند. بنابراین باید اقداماتی انجام شود که تولیدکنندگان، مجاز نباشند از این عنوان بدون نظارت‌های کافی استفاده کنند.»

تولید محصول ارگانیک شش سال نیاز دارد

چند سالی است تب مصرف محصولات ارگانیک به دلیل اطلاع رسانی وسیع در رسانه‌ها بالا گرفته است. با توجه به آنکه باقیمانده آنتی‌بیوتیک‌ها و سایر داروها باعث ایجاد اختلال در سیستم ایمنی و سلامت بدن می‌شود؛ بنابراین مصرف محصولاتی که بدون مواد شیمیایی و سالم تولید می‌شود؛ در کشورهای پیشرفته رواج پیدا کرده است. هرچند هزینه پرداختی برای این محصولات بالاست اما تعداد افرادی که حاضرند هزینه سلامت‌ماندن خود را بپردازند هم کم نیست. اگر چه تولیدات ارگانیک با طبیعی در جهان، طرفداران پروپا قرصی دارد اما به دلیل پیچیده‌بودن فرآیند تولید این محصولات، امکان دستیابی به آن در کشور ما فراهم نشده است. به گفته کارشناسان در صورتی که دستورالعمل تولید این محصولات ابلاغ و از همین امروز اجرایی شود؛ تولید یک محصول ارگانیک مانند مرغ یا ماهی، بالغ بر شش سال زمان خواهد برد.

ارگانیک در اصل به معنی تولید محصولی سالم بدون دخالت هیچ ماده شیمیایی است. بنا بر این تعریف، مرغی که آنتی‌بیوتیک یا هورمون نخورده باشد؛ ارگانیک محسوب نمی‌شود. برای ارگانیک یا طبیعی‌بودن باید تمام دان و خوراک‌ی که مرغ استفاده می‌کند هم ارگانیک بوده و بدون کود و سم، تولید شده باشد؛ یعنی چرخه تولید از مزرعه کشت ذرت و آرزن تا حلقه نهایی یعنی کشتارگاه باید بدون دخالت مواد شیمیایی باشد. به این ترتیب مرغی که آنتی‌بیوتیک دریافت نمی‌کند به عنوان مرغ سبز نام‌گذاری شده و به فروش می‌رسد.

محسن سنسور، رئیس سازمان دامپزشکی کشور با تأکید بر آنکه «هنوز به مرحله تولید محصولات ارگانیک نرسیده‌ایم» می‌گوید: «از سه سال پیش تولید مرغ بدون آنتی‌بیوتیک در کشور آغاز شده هرچند که حجم قابل‌توجهی از این محصول تولید نشده اما در ۱۳ استان این موضوع در حال پیگیری است.»

متخلف مشهدیه به فعالیت خود ادامه می‌دهد

رئیس نظارت بر بهداشت عمومی دامپزشکی خراسان‌رضوی در پاسخ به پرسشی درباره توزیع مرغ با برند ارگانیک در این استان اظهار می‌کند: مدیران یک مجموعه، نام «ارگانیک» را برای شرکت خود انتخاب کرده بودند که این تخلف محسوب می‌شود. جعفر عطارباشی با اشاره به اینکه به‌هیچ‌وجه مجوز توزیع مرغ ارگانیک در استان صادر نشده است، افزود: «سوءاستفاده‌ای از عنوان ارگانیک در خراسان رضوی صورت گرفته بود اما حدود یک ماه قبل شرکت مربوطه ملزم شد لیبسل خود را تغییر دهد.» وی با بیان اینکه «صدور مجوز توزیع مرغ ارگانیک از مسوولیت‌های رئیس نظارت بر بهداشت عمومی دامپزشکی است» در خصوص رسیدگی به این تخلف نیز می‌گوید: «اقدامتا اگر تخلفی صورت گرفته باشد، مرجع رسیدگی یوقضاییه است.» با وجود اظهارات رئیس نظارت بر بهداشت عمومی دامپزشکی خراسان رضوی، اخبار رسیده از خراسان رضوی حاکی از آن است که هنوز عنوان «ارگانیک» از تبلیغات این شرکت متخلف، حذف نشده است. رئیس نظارت بر بهداشت عمومی دامپزشکی همچنین صحبت‌های متقاضیان تولید ماهی ارگانیک را در حد ادعا دانسته و می‌افزاید: در گوشه و کنار استان، افرادی پیدا می‌شوند که مدعی تولید ماهی ارگانیک هستند.

لونا تضمین زیبایی و آرامش محیط کار شما

مبلمان اداری لونا

مستقلانه دخالت و تصمیم‌سازی می‌کند.

– فرهنگ و محصولات فرهنگی امروز جامعه ما، بیشتر بازتاب‌دهنده نگرش و تصمیمات دولت است تا نهادهای خصوصی به‌همین دلیل کم‌تاثیر، غیررقابتی، تک‌گفتمانی و تک‌صدایی و فاقد محرک شور و شوق فرهنگی و ایجاد فضای تضارب آرا و افکار و رونق‌بخشیدن به خلاقیت و کثتر فرهنگی است.

– به غیر از مطبوعات، در سایر بخش‌های فرهنگی مانند کتاب، سینما، موسیقی، تئاتر و هنرهای تجسمی، قانون مدون و شفاف وجود ندارد و حد و قدر دخالت و نظارت دولت معلوم و مشخص نیست.

– دستگاه نظارت در برابر توسعه رشد کمی محصولات فرهنگی و هنری مانند کتاب، موسیقی و... به دلیل اتکابه نیروی انسانی و فرآیندهای نظارتی اداری و بوروکراتیک توان پاسخگویی ندارد و قادر به روزآمدشدن نیست، هرچند شاید مدیران و کارکنان اخلاق چنین نتیجه‌ای رانندسند.

– دو ابزار اساسی دولت در حوزه فرهنگ یعنی حمایت و نظارت، تعریف مدیریتی و راهبردی مشخصی ندارند و برای دستگاه اداری وزارت ارشاد هر دو به لحاظ منابع و مراجع تصمیم‌گیری و سیاستگذاری یکسان‌اند. در حالی که مرجع سیاستگذاری و تصمیم‌سازی در حوزه نظارت فقط باید قوانین و مقررات مصوب و شفاف باشد و مرجع تصمیم‌سازی در حوزه حمایت باید نظرات کارشناسی با رویکرد عادلانه، غیرتبعیض‌آمیز، شفاف و غیرمستقیم باشد. مرزهای این دو حوزه به دلیل فقدان نگرش راهبردی در حوزه مدیریت کلان فرهنگی تاکنون درهم تنیده و یکسان تلقی شده‌اند.

– چگونگی و نوع حمایت‌های فرهنگی ناقانونمند و بیشتر سلیقه‌ای است. هر وزیر و معاونی بر اساس تمایلات سیاسی و فرهنگی و شخصی خود برخی را در متن و برخی را در حاشیه حمایت خود قرار می‌دهد. محذوفان و مطرودان از حمایت دولت به تناسب دوره و زمان متفاوت و جابه‌جا می‌شوند.

– میزان کمی برخورداری از حمایت تولیدات و محصولات فرهنگی غالباً تابعی است از قدرت چانه‌زنی اهالی فرهنگ و هنر و میزان ارتباطات شخصی آنها با مدیران در سطوح مختلف. این روش نپایین حمایتی در هر دورای نتیجه‌ای جز رانت‌خواری و پرورش کارگزاران کم‌صلاحیت یا تولید کالای فرهنگی کم‌تاثیر یا بی‌تاثیر و فاقد جذابیت فروش دربر نداشته است. سیاست حمایتی متکی بر مناسبات و روابط چهره به چهره، حتی اگر به تولید آثار محصولات فرهنگی شایسته‌ای هم منجر شود، مدیران بخش خصوصی را رانت‌خوار و وابسته به دولت و متزلزل تربیت می‌کند که با تغییر مدیریت کلان فرهنگی شیرازه نهادهای بخش خصوصی وابسته را دگرگون می‌کند

تلفن: ۷۷۷۷۲۴۸۱۷-۷۷۷۷۲۴۸۰۶-۷۷۷۷۲۴۷۶۴

فکس: ۷۷۷۷۲۴۷۶۶

مدیریت: (اکبر الباسی) ۰۹۱۲۸۴۸۴۶۳- -۰۹۱۲۱۲۷۲۸۰۹

info@lona-co.com