یادداشت

## خطر پنهان مالیات بر سوداگری!

وحید عظیم‌نیا
دبیر گروه اقتصادی

قیمت خانه، ماشین، طلا، ارز و الخ به بهانه‌های مختلف و متأثر از رویدادهای مختلف، غالباً هم بدون منطق خاصی افزایش می‌یابد. وقتی کسی چندین خانه، خودرو یا مقدار زیادی ارز نه برای استفاده، بلکه صرفاً برای گران‌تر فروختن می‌خرد، نتیجه‌اش بر هم خوردن بازار و فشار بر مصرف‌کننده واقعی است. خانوارهایی که نیاز واقعی به مسکن یا خودرو دارند، از بازار کنار زده می‌شوند. این همان گلوگاه «سوداگری» است که باعث می‌شود کالاها از دسترس عموم خارج و تبدیل به ابزار سرمایه‌گذاری عده‌ای محدود شوند، بنابراین سوداگری یعنی خرید و فروش کالا، نه برای مصرف یا تولید، بلکه فقط برای کسب سود از تغییر قیمت. از سوی دیگر، سوداگران هیچ نقشی در ارزش‌آفرینی واقعی ندارند. آنها بازیگران اقتصاد نیستند، بلکه تماشاگرانی هستند که با پیش‌بینی نتیجه مسابقه، سود خود را از حرکت دیگران درمی‌آورند. همین رفتارها باعث می‌شود خانه از سرپناه به دارایی سرمایه‌ای تبدیل شود، ماشین از وسیله نقلیه به ابزاری برای کسب سود و ارز از وسیله مبادله به ابزاری برای درآمد بادآورده تبدیل شود.

در چنین شرایطی، نقش حاکمیت چیست؟ آیا باید بی‌تفاوت بماند؟ پاسخ قانونگذاران به این پرسش، طرحی بود به نام «مالیات بر سوداگری و سفته‌بازی» که پس از رفت‌وبرگشت بین مجلس شورای اسلامی و شورای نگهبان، روز شنبه با اعلام سخنگوی شورای نگهبان، تأیید شد. این قانون ساده می‌گوید: اگر کسی دارایی خاصی مثل مسکن، خودرو یا طلا را خرید و در مدت کوتاهی دوباره فروخت، باید مالیات بیشتری بپردازد. هدف این نیست که مردم را از خرید و فروش منع کند، بلکه هدف این است که بازار از حالت بی‌ثبات خارج شود و فعالیت‌های غیرمولد کاهش یابد. کسانی که واقعاً برای مصرف یا تولید خرید می‌کنند، از این قانون متأثر نمی‌شوند، اما آنها که با هدف سود کوتاه‌مدت وارد بازار می‌شوند، باید مالیات بدهند. با اجرای این قانون، سرمایه‌ها به سمت فعالیت‌های مولد هدایت می‌شوند. براساس این قانون، خرید و فروش‌های مکرر املاک، خودرو و دیگر دارایی‌های قابل سفته‌بازی شناسایی و مشمول مالیات ویژه خواهند شد. این مالیات نه بر اصل معامله، بلکه بر سود حاصل از آن وضع می‌شود، به عبارتی، کسی که خانه‌ای می‌خرد برای زندگی یا ماشین خود را بعد از چند سال می‌فروشد، تحت فشار نخواهد بود، اما اگر فردی در طول یک سال چند ملک یا خودرو خرید و فروش کند، ملزم است بخشی از سود این معاملات را به عنوان مالیات پرداخت کند.

اما قانون مالیات بر سوداگری با تمام اهمیت و ظرفیت اصلاحی‌اش، در خطر تکرار همان خطایی قرار دارد که در سایر سیاست‌های عمومی به چشم خورده است: تبدیل ابزار بازدارنده به منبع درآمد. این پدیده، اگرچه در ظاهر کمک می‌کند دولت منابع مالی تازه‌ای به دست آورد، اما در عمل به بی‌اثر شدن ابزار قانون، تخریب اعتماد عمومی و انحراف از هدف اصلی منجر می‌شود. دو نمونه روشن از این خطا، تجربه‌های تلخ جریمه‌های رانندگی و طرح ترافیک هستند. در ابتدا، فلسفه جریمه رانندگی چیزی جز حفظ جان و کاهش تصادف نبود. قرار بود مردم با ترس از جریمه، تخلف نکنند، نظم حاکم شود و امنیت ترافیکی ارتقا یابد، اما وقتی نگاه درآمدی به این جریمه‌ها غلبه کرد، همه‌چیز معکوس شد. دیگر تخلف، «اشتباه» نبود، بلکه به یک معامله تبدیل شد: هر کس بخواهد حق عبور ویژه، سبقت غیرمجاز یا سرعت بالا داشته باشد، فقط کافی است جریمه‌اش را بدهد. به‌تدریج، خود نهاد مجری هم بر مبنای درآمد جریمه‌ها برنامه‌ریزی مالی کرد. وقتی جریمه نشود، یعنی درآمدی نیست. این یعنی، در نقطه‌ای از مسیر، کاهش تخلف دیگر به نفع سیستم نیست! نتیجه این نگاه معیوب را امروز در رفتارهای بی‌محابا در خیابان‌ها و بزرگراه‌ها می‌بینیم: جریمه‌ها وجود دارند، اما بازدارندگی کجاست؟ مثال دوم، طرح ترافیک است. آغاز آن با نیت درست بود: کاهش آلودگی هوا، کاهش تردد غیرضروری و ساماندهی عبور و مرور شهری، اما امروز، تنها چیزی که باقی مانده، پرداخت پول است. آلودگی و ازدحام بیشتر شده است، اما به‌جای اینکه ورود به مناطق پرتراکم سخت‌تر شود، راحت‌تر شده و تنها کافی است هزینه‌اش را بپردازید. مجوز ورود، به کالایی فروشی تبدیل شده است. پیام این رویکرد برای شهروندان چیست؟ اگر پول دارید، قانون مانع شما نیست. هدف طرح، به‌جای بهبود کیفیت زندگی، به کسب درآمد تبدیل شده است.

اکنون که قانون مالیات بر سوداگری در آستانه اجرا قرار گرفته است، نباید اجازه داد همین مسیر انحرافی تکرار شود. هدف این قانون، باید تنها یک چیز باشد: کاهش و توقف سوداگری. سوداگر کسی نیست که صرفاً می‌خرد و می‌فروشد، بلکه کسی است که با خرید بی‌هدف، بدون نیاز مصرفی یا انگیزه تولیدی، به دنبال بهره‌برداری از نوسانات بازار است. او به جای آنکه ارزشی خلق کند، با احتکار، معاملات پی‌درپی و بازی با قیمت‌ها، بازار را دچار التهاب و سایر بازیگران اقتصادی را دچار ضرر می‌کند. حالا اگر اجرای قانون مالیات بر سوداگری، صرفاً به شکل درصدی از سود انجام شود و دولت به آن به چشم منبع درآمد نگاه کند، چه می‌شود؟ پاسخ روشن است: سوداگری از حالت پنهان به حالت رسمی درمی‌آید. دلال فقط سهم دولت را پرداخت می‌کند و با خیال راحت‌تری به فعالیتش ادامه می‌دهد. دقیقاً همان اتفاقی که در جریمه‌های رانندگی افتاد. اینجا هم، اگر هدف فقط «پرداخت مالیات» باشد، نه «تغییر رفتار»، عملاً هیچ اتفاق مثبتی رخ نمی‌دهد. بلکه وضعیت بدتر می‌شود، چون قانونی که باید جلوی سوءاستفاده را بگیرد، آن را رسمیت بخشیده است.

مسئله اصلی در اینجاست: دولت نباید روی درآمد این قانون حساب باز کند. در واقع، موفقیت این قانون زمانی است که درآمد حاصل از آن هر سال کمتر شود، نه بیشتر. اگر درآمد این قانون رشد کند، به معنای شکست آن است، یعنی سوداگری نه‌تنها متوقف نشده، بلکه گسترش یافته و فقط هزینه‌اش بالا رفته است. این دقیقاً همان کژکارکردی‌ای است که در سیاست‌های بازدارنده وقتی به منبع درآمد تبدیل می‌شوند، اتفاق می‌افتد. برای جلوگیری از این وضعیت، باید چند نکته مهم رعایت شود. اول، مالیات باید طوری تعیین شود که رفتار سوداگرانه را اقتصادی نکند، یعنی پرداخت مالیات برای سوداگر به‌صرفه نباشد. دوم، باید از ابتدا شفاف اعلام شود که این قانون، ابزاری برای تنظیم بازار و نه تأمین بودجه است. سوم، سیستم اجرا نباید فقط بر جمع‌آوری عددی مالیات متمرکز باشد، بلکه باید مبتنی بر تحلیل رفتار و شناسایی معاملات غیرمولد باشد و مهم‌تر از همه، درآمد این قانون نباید وارد بودجه عمومی شود به نحوی که وابستگی ایجاد کند. مالیات بر سوداگری اگر ابزار بازدارنده باشد، می‌تواند تعادل را به بازارها برگرداند و نقش اصلاحی ایفا کند، اما اگر همان مسیر جریمه و طرح ترافیک را طی کند، به زودی فقط به معنای «حق قانونی دلالی» خواهد بود و جامعه نه‌تنها از سوداگری رها نمی‌شود، بلکه شاهد شکل‌گیری نسخه‌ای قانونی، گسترده‌تر و بی‌پرواتر از آن خواهد بود.

جان کلام آنکه اصل مالیات بر سوداگری، گامی درست برای مقابله با فعالیت‌های غیرمولد، کنترل قیمت‌ها و بازگرداندن تعادل به بازار است. این قانون می‌تواند سوداگران را از حاشیه امن خارج و فرصت را برای تولید و مصرف واقعی باز کند، اما خطر پنهان در نحوه اجرای آن نهفته است، اگر این مالیات به منبع درآمد بدل شود، سوداگری نه‌تنها متوقف نمی‌شود بلکه به‌صورت رسمی و قانونی ادامه می‌یابد. موفقیت این قانون در کاهش سوداگری است، نه در افزایش درآمد. اجرای آن باید با دقت، شفافیت و پرهیز از رویکرد درآمدمحور همراه باشد.

گزارش

بهناز قاسمی

### کاهش ۵۰درصدی متقاضیان خودرو طی ۴ ماه گذشته

# گران‌فروشی ایران‌خودرو مشتریان را فراری داد!

**در طرح اخیر فروش محصولات ایران‌خودرو تنها ۵۲۰هزار نفر اقدام به ثبت‌نام کرده‌اند**

**این در حالی است که در اسفندماه سال گذشته یک‌میلیون‌و۶۲هزارو۱۰۵ نفر در طرح فروش این خودروساز شرکت کرده بودند**

**زمانی بود که مردم ماه‌ها در انتظار آغاز ثبت‌نام کارخانه‌ای خودروهای داخلی و قرعه‌کشی می‌ماندند و اگر موفق به ثبت‌نام می‌شدند و در قرعه‌کشی شانس داشتند، باز هم یک‌سال تا ۱/۵سال باید انتظار می‌کشیدند تا خودرویی با نرخ روز کارخانه تحویل‌شان داده شود، اما اکنون تسهیل قوانین واردات خودروهای نو و کارکرده از مرزهای شمالی و جنوبی کشور از یک سو و افزایش قیمت خودروهای داخلی برخلاف ارتقای کیفیت‌شان از سوی دیگر موجب کاهش رغبت مردم به مشارکت در طرح‌های پیش‌فروش خودروهای داخلی شده است، به طوری که بررسی اعداد و ارقام ثبت‌نام‌کنندگان در طرح اخیر فروش محصولات ایران‌خودرو (هفته دوم تیر ۱۴۰۴) نشان می‌دهد تنها ۵۲۰هزار نفر در این مرحله اقدام به ثبت‌نام کرده‌اند، این در حالی است که در اسفندماه سال گذشته، یک‌میلیون‌و۶۲هزارو۱۰۵نفر در طرح فروش این خودروساز شرکت کرده بودند. صاحبنظران معتقدند کاهش استقبال از طرح‌های فروش کارخانه‌ای در صورت تداوم می‌تواند نشانه‌ای از ورود بازار به یک مرحله رکود باشد. آنها تأکید می‌کنند که خودروسازان باید با اصلاح سیاست‌های فروش، ارتقای کیفیت محصولات، تنوع‌بخشی به تولیدات و ارائه مشوق‌های واقعی به مصرف‌کنندگان نهایی، برای بازگرداندن اعتماد و تقاضا در بازار تلاش کنند.**

■■■

بعد از پنج دهه حمایت بی‌چون و چرای دولت‌ها از دو خودروساز بزرگ کشور، همچنان خودروسازان به جای خودروهای ارزان‌قیمت و باکیفیت، زیان انباشته تولید می‌کنند. در همه این سال‌ها مردم و متقاضیان خودروها بیشترین بازنده بوده‌اند، زیرا در قراردادی نابرابر و ناعادلانه خودروسازان تولیدشان را قطره‌چکانی عرضه می‌کردند و متقاضیان نیز با رعایت دهها شرط و شروط سازنده اگر موفق به ثبت‌نام در سامانه ثبت‌نام و در قرعه‌کشی هم برنده می‌شدند، خوش‌شانس‌ترین شهروند ایرانی بودند که شاید بعد از ۱۲ تا ۲۴ماه با نرخ روز کارخانه خودروی‌شان را تحویل می‌گرفتند. آخرین پیش‌فروش‌های خودروسازان در هفته دوم تیر امسال نشان می‌دهد متقاضیان خودرو حدود ۵۰درصد کاهش یافته است.

با توجه به زیان انباشته خودروسازان در بهار امسال و افت متقاضیان خرید خودرو، می‌توان پیش‌بینی کرد که زنگ خطر برای صنعت خودروی کشور به صدا درآمده و خروج از این بحران نیازمند تدبیر جدید است، به ویژه آنکه در هفته‌های اخیر قوانین واردات خودروهای نو و کارکرده از مناطق آزاد کیش و انزلی نیز تسهیل شده است. آمار نشان می‌دهد خودروسازان طی بهار امسال حدوداً ۸/۵ همت زیان عملیاتی داشته‌اند، البته سایپا در این مدت‌زمان سود عملیاتی ثبت کرده اما رشد زیان عملیاتی در ایران‌خودرو و پارس‌خودرو به قدری بوده که در نهایت ۱۲۲درصد رشد زیان عملیاتی برای خودروسازان طی سه ماه ابتدایی سال ثبت شده است.

**■ کاهش رغبت مردم به مشارکت در طرح‌های پیش‌فروش خودروسازان**

در شرایطی که بازار خودرو با تغییرات قیمتی و نوسانات اقتصادی همراه شده، آمارهای منتشرشده از جدیدترین طرح فروش ایران‌خودرو نشان‌دهنده کاهش محسوس تقاضای مردم برای خرید خودرو از کارخانه است؛ موضوعی که زنگ هشداری برای خودروسازان داخلی به‌ویژه ایران‌خودرو محسوب می‌شود. بررسی اعداد و ارقام ثبت‌نام‌کنندگان در طرح اخیر فروش محصولات ایران‌خودرو (هفته دوم تیر ۱۴۰۴) نشان می‌دهد تنها ۵۲۰هزار نفر در این مرحله اقدام به ثبت‌نام کرده‌اند و از این تعداد تنها ۹۵هزار نفر متقاضی شرکت در طرح عادی بوده‌اند، این در حالی است که در اسفندماه سال گذشته، یک‌میلیون‌و۶۲هزارو۱۰۵نفر در طرح فروش این خودروساز شرکت کرده بودند که ۲۴۰هزارو۸۹۲ نفر از آنها ثبت‌نام‌کنندگان طرح عادی بودند. این کاهش قابل توجه، به‌ویژه در بخش متقاضیان عادی، بیانگر افت علاقه مردم به خرید خودرو از کارخانه است؛ تغییری که می‌توان آن را به چند عامل کلیدی نسبت داد.

به گزارش تسنیم، مهم‌ترین عامل، کاهش اختلاف قیمت خودرو بین کارخانه و بازار آزاد است. در ماه‌های گذشته، این تفاوت قیمتی که پیش‌تر عامل اصلی هجوم خریداران به ثبت‌نام در طرح‌های فروش بود، به‌طور محسوسی کاهش یافته و در برخی مدل‌ها تقریباً از بین رفته است. این موضوع موجب شده است انگیزه‌های سوداگرانه برای خرید خودرو از کارخانه کاهش یابد، از سوی دیگر کاهش قدرت خرید خانوارها، افزایش هزینه‌های نگهداری خودرو، افت اعتماد عمومی به کیفیت خودروهای داخلی و تداوم رکود اقتصادی از جمله دلایل دیگر افت تقاضا در بازار خودرو عنوان شده‌اند. برخی تحلیلگران همچنین معتقدند سیاست‌های قیمت‌گذاری دستوری نیز به کاهش جذابیت طرح‌های فروش فوری دامن زده است.

کارشناسان صنعت خودرو معتقدند کاهش استقبال از طرح‌های فروش کارخانه‌ای، در صورت تداوم می‌تواند نشانه‌ای از ورود بازار به یک مرحله رکود باشد. آنها تأکید می‌کنند که خودروسازان باید با اصلاح سیاست‌های فروش، ارتقای کیفیت محصولات، تنوع‌بخشی به تولیدات و ارائه مشوق‌های واقعی به مصرف‌کنندگان نهایی، برای بازگرداندن اعتماد و تقاضا در بازار تلاش کنند.

**■ ابلاغ تسهیلات جدید زیست‌محیطی برای واردات خودرو**

در هفته‌های اخیر با تصمیم مدیران عامل مناطق آزاد کیش و انزلی، واردات خودروهای نو و کارکرده با قوانین آسان‌تری کلید خورده است، به طوری که گفته می‌شود با افزایش سرعت واردات خودروهای نو به مناطق آزاد کیش، قیمت خودرو در امارات افزایش یافته است؛ همچنین از دادگستری هرمزگان نیز خبر می‌رسد که آزمون‌های زائد محیط زیستی برای خودروهای نو وارداتی حذف شده است.

مجتبی قهرمانی، رئیس کل دادگستری هرمزگان در تشریح جزئیات این خبر می‌گوید: انجام آزمون‌های زائد و غیرموجه برای کالاهای نو و پرتکرار وارداتی به ویژه خودرو یکی از اعتراض‌های مطرح شده از سوی تجار و فعالان اقتصادی بوده است، بر این اساس دستگاه قضایی استان هرمزگان با تشکیل کارگروه ویژه‌ای رفع موانع موجود در این خصوص را در دستور کار خود قرار داده است.

به گزارش میزان وی می‌افزاید: در نتیجه بررسی‌ها مشخص شد، در فرایند جاری برای چند خودروی نو و همسان از یک مدل تولیدشده از یک کارخانه در سال که در کشورهای مبدأ و در بازارهای جهانی به لحاظ شاخص‌های استاندارد و محیط زیست مورد تأیید بوده‌اند، پس از ورود به کشور صدها آزمایش مشابه تکراری صورت می‌گیرد که موجب رسوب بیش از حد این کالاها، افزایش هزینه نهایی و بعضاً تخریب و تضییع آنها می‌شود.

رئیس کل دادگستری هرمزگان تصریح می‌کند: با پیگیری‌های دستگاه قضایی مقرر شده است آن دسته از خودروهای وارداتی که در کشور خارجی مبدأ از طریق بررسی مدارک به همراه بازرسی فیزیکی مطابق ضوابط فنی، واردات خودرو مورد تأیید قرار گرفته و گواهینامه محیط زیستی از شرکت بازرسی دریافت کرده‌اند، پس از ورود به کشور نیاز به بازرسی مجدد ندارند و بدون هیچ آزمونی بلافاصله پس از اظهار در گمرکات ایران، گواهینامه انطباق با محیط زیست دریافت کنند.

قهرمانی می‌گوید: همچنین ۵۰درصد از خودروهایی که پس از دریافت گواهینامه صحه‌گذاری از سازمان محیط زیست برای نخستین بار از یک مدل، یک نشان تجاری و یک کشور سازنده وارد ایران می‌شوند، به صورت تصادفی مورد بازرسی قرار خواهند گرفت و در صورت انطباق با استانداردها و مقررات فنی برای آنها گواهینامه محیط زیستی صادر می‌شود و برای گمرک و پلیس راهور فراجا ارسال خواهد شد. وی تأکید می‌کند: تنها ۲۰درصد خودروهای دارای سابقه واردات قبلی نیز که از یک مدل و نشان و کشور سازنده بوده یا دارای گواهینامه انطباق با محیط زیست هستند، پس از اظهار در گمرک به صورت تصادفی مورد بازرسی قرار می‌گیرد و در صورت انطباق با استانداردها و مقررات فنی برای آنها گواهینامه محیط زیستی صادر می‌شود و برای گمرک و پلیس راهور فراجا ارسال خواهد شد.

قهرمانی همچنین می‌افزاید: بر اساس مصوبه سازمان محیط زیست، آن گروه از واردکنندگانی که به صورت مستمر، خودروهایی با مدل و نشان تجاری خاص از یک کارخانه مشخص و از یک کشور معین وارد می‌کنند و دارای حداقل سه سابقه ورود کالا مطابق استانداردها و مقررات فنی به صورت متوالی به کشور، در کمتر از سه سال گذشته بوده‌اند و هر سه محموله وارداتی آنها مطابق استانداردها و مقررات فنی مربوط تشخیص داده شده است، می‌توانند با ارائه تعهد تضمین انطباق با استانداردهای آلایندگی اجباری کشور در سربرگ رسمی شرکت و با امضای صاحبان مجاز ممهور به مُهر شرکت، گواهی محیط زیستی را جهت ترخیص و شماره‌گذاری دریافت کنند. رئیس کل دادگستری هرمزگان خاطرنشان می‌کند: در تمامی پیگیری‌های دستگاه قضایی از مسئولان مربوط خواسته شده علاوه بر اتخاذ تدابیر قانونی برای جلوگیری از عوامل ایجاد رسوب کالا که مخالف سیاست‌های تسهیل تجارت است، شاخص‌های محیط زیستی به ویژه مفاد قانون هوای پاک را به صورت جدی رعایت کنند.

به نظر می‌رسد در کنار این قوانین آسان برای واردات خودروهای نو و کارکرده، باید تصمیم‌گیران داشتن خدمات پس از فروش را برای وارداتی‌ها در نظر بگیرند تا در سال‌های آتی ایران مخروبه‌ای از خودروهای وارداتی نشود.

مالیات

## فرمول جدید مالیات بر سوداگری

**قانون جدید مالیات بر سوداگری با هدف اصلی «کاهش معاملات کوتاه‌مدت سوداگرانه» طراحی شده است. یکی از کلیدی‌ترین بخش‌های آن، فرمول دریافت مالیات بر دارایی‌ها بر اساس مدت زمان نگهداری آنهاست، به این معنا که اگر فردی دارایی‌ای مانند خانه، خودرو، طلا یا ارز را برای مدت کوتاهی نگه داشته باشد و سریع بفروشد، باید مالیات بیشتری بپردازد، اما هر چه مدت زمان نگهداری دارایی بیشتر شود، مالیات کمتری برای فروش آن پرداخت خواهد کرد. مالیات بر سود حاصل از فروش دارایی‌ها به این صورت تعیین می‌شود:**

-اگر دارایی طی سال اول پس از خرید فروخته شود، بیشترین میزان مالیات بر آن اعمال می‌شود.

-اگر دارایی بعد از سال اول نگهداری و سپس فروخته شود، نرخ مالیات به تدریج کاهش می‌یابد.

نرخ‌های مالیات در این قانون برای دارایی‌های مختلف به شرح زیر است:

- **املاک و مستغلات (مسکن و زمین):** مالیات ۳۰درصد در سال اول فروش
- **خودرو:** مالیات ۲۰درصد در سال اول فروش
- **طلا:** مالیات ۱۵درصد در سال اول فروش
- **ارز:** مالیات ۲۰درصد در سال اول فروش.

قانون تأکید دارد که هر چه فرد دارایی‌اش را مدت بیشتری نگه دارد، مالیات پرداختی کمتر خواهد بود. این کار به دو دلیل مهم است:

- **تشویق به نگهداری دارایی:** وقتی مالیات فروش کاهش پیدا می‌کند، افراد ترغیب می‌شوند دارایی‌شان را به سرعت نفروشند و به بازار فشار کوتاه‌مدت وارد نکنند.
- **کاهش نوسان بازار:** با کاهش معاملات کوتاه‌مدت، قیمت‌ها آرام‌تر شده و از افزایش بی‌رویه جلوگیری می‌شود.

هر دارایی در اقتصاد ویژگی‌ها و کارکرد خاص خود را دارد و میزان تأثیر سوداگری در آنها متفاوت است، بنابراین برای اثرگذاری بهتر قانون، نرخ مالیات بر هر نوع دارایی به تناسب تنظیم شده است.

**علی‌رغم محدودیت‌ها و افزایش نرخ حامل‌های انرژی حاصل شد؛**

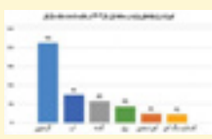
**درآمد عملیاتی شرکت فولاد مبارکه به رشد ۹ درصدی رسید**

درآمد عملیاتی شرکت فولاد مبارکه اصفهان در سه‌ماهه نخست سال ۱۴۰۴ به ۸۰۴ هزار و ۶۸۹ میلیارد ریال افزایش یافته و نسبت به مدت مشابه سال گذشته، رشد ۹ درصدی را نشان می‌دهد ، معاون اقتصادی و مالی فولاد مبارکه در مصاحبه با خبرنگار فولاد ضمن تأیید این خبر گفت: عملکرد فروش محصولات این شرکت در بازارهای صادراتی با رشد قابل توجه ۱۹۶ درصدی همراه بوده؛ به‌نحوی که بیش از ۳۲۶ هزار تن انواع محصولات به بازارهای هدف صادر شده است. این در حالی است که در مدت مشابه سال قبل، میزان صادرات ۱۱۰ هزار تن بوده است. در بازار داخلی نیز بالغ بر یک‌میلیون و ۸۷۵ هزار تن انواع محصولات فولادی به فروش رسیده است.

**رشد ۳۶ درصدی بهای تمام‌شده درآمدهای عملیاتی در اثر افزایش نرخ حامل‌های انرژی و مواد اولیه**

بنا بر اظهارات حامدحسین ولی‌بیک، بهای تمام‌شده درآمدهای عملیاتی فولاد مبارکه در سه‌ماهه نخست سال ۱۴۰۴ بالغ بر ۵۸۱ هزار و ۹۵۹ میلیارد ریال بوده که نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۳۶ درصد افزایش یافته است. این امر عمدتاً ناشی از افزایش نرخ حامل‌های انرژی و مواد اولیه است. بر این اساس، شرکت موفق به تحقق سود ناخالص معادل ۲۲۲ هزار و ۷۳۰ میلیارد ریال شد که حاشیه سود ناخالص در این بازه، به ۲۸ درصد بالغ گردید.

بررسی عملکرد مالی شرکت نشان می‌دهد که با وجود رشد فروش و درآمد حاصل از آن، افزایش چشمگیر هزینه‌های تولید، به‌ویژه در بخش انرژی، روند آینده سودآوری را با چالش مواجه می‌کند؛ اما با اتکا بر دانش، تجربه و تلاش کارکنان و مدیران شرکت، مدیریت مؤثر هزینه‌ها و کنترل بهای تمام‌شده، سودآوری میسر خواهد بود.



**معاون اقتصادی و مالی فولاد مبارکه** با اشاره به اینکه در نهایت سود خالص شرکت در سه‌ماهه اول سال ۱۴۰۴ به ۱۶۱ هزار و ۸۲۴ میلیارد ریال رسیده است ادامه داد:

با توجه به سرمایه ۱۵۰۰ هزار میلیارد ریالی (۱۵۰ هزار میلیارد تومان) شرکت، سود هر سهم (EPS) معادل ۱۰۸ ریال محاسبه شده است. این در حالی است که عملکرد سود سه‌ماهه ۱۴۰۴ شامل درآمدهای سرمایه‌گذاری نبوده و این درآمدها معمولاً در پایان سال مالی و پس از برگزاری مجامع شرکت‌های فرعی گروه شناسایی خواهد شد.

**تقویت جایگاه فولاد مبارکه با استراتژی خود تأمینی انرژی**

وی در بخش دیگری از سخنان خود افزود: فولاد مبارکه اصفهان در راستای رفع چالش ناترازی انرژی، استراتژی خودتأمینی را در پیش گرفته و در این مسیر، نیروگاه سیکل ترکیبی به ظرفیت ۹۱۴ مگاوات را در محل کارخانه راه‌اندازی کرده است. همچنین، پروژه احداث نیروگاه خورشیدی ۶۰۰ مگاواتی آفتاب شرق فولاد مبارکه را در شهرستان کوهپایه اصفهان در دست راه‌اندازی دارد که فاز نخست آن با ظرفیت ۱۲۰ مگاوات، هفته گذشته با حضور برخط رئیس جمهوری به بهره‌برداری رسید. این اقدامات، جایگاه شرکت را از منظر تأمین پایدار انرژی برق موردنیاز خود به‌طور قابل توجهی تقویت کرده است. با این حال، افزایش نرخ گاز مصرفی صنایع فولادی بدون بررسی پیامدهای زنجیره‌ای آن بر بهره‌وری و ثبات مالی این صنایع، می‌تواند چالش‌های جدی در مسیر تولید و رقابت‌پذیری آن‌ها ایجاد کند.

**ولی‌بیک :** در بخش پایانی سخنان خود تصریح کرد: روند قیمتی سهام تحت‌تأثیر ریسک‌های سیستماتیک بازار، با نوسانات قابل توجهی همراه بوده است و در حال حاضر، ارزش بازار فولاد مبارکه ۴,۷۵۰ هزار میلیارد ریال (۴ هزار و ۷۵۰ میلیارد ریال) بوده که با توجه به حجم سرمایه‌گذاری‌های انجام‌شده و ظرفیت درآمدزایی شرکت، پتانسیل رشد قیمتی نزدیک به ارزش ذاتی خود دارد؛ بنابراین انتظار می‌رود با بهبود شرایط بازار سرمایه، ارزش بازار شرکت به سطح واقعی خود نزدیک‌تر شود.

نگاه

هادی اسماعیلی

## رسالت بی‌اغماض قلم

رسانه اقتصادی، پلی میان جامعه و ساختار تصمیم‌گیری است، نه فقط مخابره‌کننده عددها که شکل‌دهنده به ادراک عمومی از وضعیت امروز و چشم‌انداز فرداست. برای بسیاری از مردم، آنچه در روزنامه‌ها می‌خوانند یا در گزارش‌های تلویزیونی می‌بینند، بیش از آمارهای رسمی و سخنرانی‌های مسئولان، واقعیت اقتصادی را شکل می‌دهد، از همین رو است که رسانه، اگر بخواهد در خدمت کشور باشد، باید تصویر را دقیق، متوازن و مسئولانه ترسیم کند.

نقد یکی از مهم‌ترین وظایف رسانه‌هاست، اما نقدی که ریشه در دانایی داشته باشد، نه هیجان. نویسنده‌ای که نقد می‌کند، پیش از هر چیز باید بداند از چه چیزی سخن می‌گوید و عوامل درونی و بیرونی را از هم تمییز دهد و بداند کدام سیاست‌ها در چه دوره‌هایی کارآمد یا ناکارآمد بوده‌اند. تنها در این صورت است که قلم او به جای افزودن بر سردرگمی مردم، به افزایش آگاهی عمومی کمک می‌کند.

نوشتن درباره وضعیت دشوار اقتصادی آسان است. تیترهای پرطمطراق و واژه‌های ناامیدکننده، خواننده را جلب می‌کند، اما نویسنده مسئول، خود را جای مخاطب می‌گذارد. اگر کسی که این متن را می‌خواند، جوانی جویای کار یا پدری با درآمد محدود باشد، چه احساسی پیدا می‌کند؟ آیا بعد از خواندن این یادداشت، اندکی امید، اندکی درک یا اندکی اعتماد به آینده در او زنده می‌شود یا تنها فشار بیشتری احساس می‌کند؟

وظیفه ما این نیست که چشم بر حقیقت ببندیم، بلکه آن است که حقیقت را با همه‌ابعادش ببینیم. کشور ما بی‌تردید با چالش‌های جدی اقتصادی روبه‌رو است: از رشد پایین اقتصادی و بیکاری جوانان تا تورم مزمن و کاهش ارزش پول ملی، اما در کنار این مشکلات، ظرفیت‌های عظیمی نیز وجود دارد. جوانان خلاق، شرکت‌های دانش‌بنیان، منابع طبیعی، بازارهای منطقه‌ای و زیرساخت‌های گسترده از جمله این ظرفیت‌هاست. وقتی رسانه‌ای تنها مشکلات را می‌بیند و امید را نادیده می‌گیرد، در واقع بخشی از واقعیت را حذف کرده است. این حذف، نوعی تحریف است، هرچند با نیت خیر انجام شود. روایت منصفانه، یعنی دیدن تمام تصویر: هم ضعف‌ها و همه قوت‌ها.

در سال‌های اخیر، مفهوم «جنگ روایت‌ها» بیش از گذشته مورد توجه قرار گرفته است. کشورها می‌کوشند روایت خود را از واقعیت‌ها به جهانیان و حتی به مردم خود تحمیل کنند. در چنین میدانی، آن‌که تصویر دقیق‌تر، جذاب‌تر و باورپذیرتری ارائه می‌دهد، برنده است. رسانه‌های داخلی اگر روایت خود را رها کنند، رسانه‌های خارجی، چه دوست و چه دشمن، این خلأ را پر خواهند کرد. در بسیاری از موارد، آنچه از اقتصاد ایران در رسانه‌های بین‌المللی منتشر می‌شود، بر پایه اغراق، یک‌سویه‌نگری یا حتی سوءنیت است. اگر نویسندگان داخلی، روایت ریشه‌دار، دقیق و متعهدانه‌ای ارائه نکنند، این تصویر نادرست به واقعیت ذهنی مردم و سرمایه‌گذاران خارجی تبدیل می‌شود.

مسئولیت رسانه تنها نسبت به مخاطبان داخلی نیست. هر گزارش اقتصادی می‌تواند به یک سند در حافظه جهانی تبدیل شود. تحلیلگران خارجی، شرکت‌های بین‌المللی و نهادهای مالی جهانی، در ارزیابی‌های خود از ایران، به آنچه در رسانه‌های داخلی گفته می‌شود، توجه دارند. اگر در گزارش‌های داخلی، تصویری ناامید، بدون چشم‌انداز، پر از بحران و فاقد ظرفیت ترسیم شود، آیا می‌توان انتظار داشت سرمایه‌گذاری خارجی جذب شود یا حتی نگاه مثبتی به اقتصاد ایران شکل گیرد؟

در کنار تصویرسازی خارجی، نباید از مهم‌ترین سرمایه داخلی یعنی «اعتماد عمومی» غافل شد. مردم کشورمان در طول دهه‌های اخیر، بارها شرایط سخت اقتصادی را پشت سر گذاشته‌اند. آنچه آنان را ایستاده نگه داشته، امید به آینده و باور به توان ملی بوده است. رسانه‌ها، به‌ویژه در شرایط سخت، باید این سرمایه روانی را حفظ کنند. نه با دروغ‌پردازی یا بزک واقعیت، بلکه با بازتاب دادن امیدهای واقعی، ظرفیت‌های بالفعل و روایت تلاش‌های مثبت. مثال‌های زیادی از گزارش‌های رسانه‌ای وجود دارد که در آنها کارآفرینان جوان، ایده‌پردازان خلاق یا تولیدکنندگان پرتلاش به تصویر کشیده شده‌اند. این گونه گزارش‌ها، نه فقط یک داستان موفقیت، بلکه سندی برای وجود مسیرهای ممکن در دل بحران هستند. مشکلات واقعی هستند، اما راه اصلاح از مسیر شناخت دقیق، تحلیل حرفه‌ای و نقد مسئولانه می‌گذرد. نه از مسیر ناامیدی، تحقیر یا تخریب. واقعیت این است که مردم، حتی در اوج بحران، اگر احساس کنند که کسی آنان را می‌فهمد و برای حل مشکلات‌شان فکر می‌کند، همچنان امیدوار می‌مانند. این امید، با هیچ بسته حمایتی جایگزین نمی‌شود. امید، محصول رابطه‌ای انسانی و متعهدانه است میان رسانه و مخاطب.

قلم اقتصادی نباید صرفاً ابزار انتقاد یا ستایش باشد، بلکه باید چراغی برای دیدن بهتر واقعیت و قطب‌نمایی برای یافتن مسیر اصلاح باشد. باید بتواند فاصله میان واقعیت تلخ و آینده ممکن را ترسیم کند. باید بتواند بگوید: «اینجا ایستاده‌ایم، این مشکلات را داریم، اما اگر این تصمیم‌ها را بگیریم، این ظرفیت‌ها را فعال کنیم و این مسیر را برویم، می‌توانیم به نقطه بهتری برسیم. این «می‌توانیم» همان دیدن نیمه پر لیوان است و نشان می‌دهد با اتکا بر توان داخلی تاکنون طی طریق کرده‌ایم و از این به بعد نیز با قدرت ادامه مسیر خواهیم داد. روزنامه‌نگار اقتصادی باید خود را بخشی از روند اصلاح بداند، نه تماشاگر صحنه بحران، بلکه بازیگری فعال در راستای عبور از بحران. نقش او، گاه از بسیاری از مدیران رسمی نیز مؤثرتر است، زیرا او با افکار عمومی سخن می‌گوید و افکار عمومی، بزرگ‌ترین نیروی حرکت جامعه است. هیچ یادداشتی نباید با ناامیدی پایان یابد، حتی اگر سراسر آن درباره بحران باشد، باید در پایان، روزنه‌ای از امید، کورسویی از امکان یا دعو