کوتاه از جامعه

افزایش ۲۰ تا ۳۰ درصدی هزینه سرویس مدارس

نورعلی عباسپور، مدیرکل انجمن اولیا و مربیان وزارت آموزش و پرورش با اشاره به افزایش ۲۰ تا ۳۰ درصدی قیمت سرویس‌های ایاب و ذهاب دانش‌آموزان گفت: «برای ثبت‌نام سرویس‌های مدارس با شرکت‌های حمل و نقل هماهنگی شده و خانواده‌ها می‌توانند در مناطقی که بازگشایی مدارس آغاز شده است، برای ثبت‌نام اقدام کنند.» وی همچنین درباره واکسیناسیون رانندگان افزود: «هر راننده باید کارت واکسن داشته باشد و مدیر مدرسه باید کارت واکسن آنها را حتما رویت کند.»/ایرنا

هر سال یک سد امیرکبیر خاک می‌شود

مسعود منصور، رئیس سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری کشور ضمن اشاره به این‌که کشور در بحران جدی فرسایش بادی و آبی است، گفت: «سالانه بیش از ۱۵/۴ تن در هکتار فرسایش آبی در کشور اتفاق می‌افتد که با حجم سد امیرکبیر برابری می‌کند. بدین معنا که سالانه به اندازه یک سد امیرکبیر رسوب وارد سدها می‌شود.» منصور ادامه داد: «عملیات آبخیزداری می‌تواند کمک شایانی به جلوگیری از فرسایش آبی و خاکی کند. لذا ایجاد مرکز پایش مخاطرات منابع طبیعی می‌تواند با مدیریت سه عامل آب، خاک و پوشش گیاهی تاثیر شگرفی بر مدیریت منابع طبیعی کشور داشته باشد.»/سازمان جنگل‌ها

ثبت‌نام وام‌های دانشجویی آغاز شد

دانشجویان تمامی مقاطع تحصیلی اعم از کاردانی، کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری می‌توانند برای دریافت انواع وام‌های دانشجویی در نیم‌سال تحصیلی ۱۴۰۰-۱۴۰۱ به پورتال صندوق رفاه دانشجویی وزارت علوم مراجعه کنند. پیش از این پایان زمان ثبت نام وام‌های دانشجویی ۲۵ مهرماه اعلام شده بود که به دلیل اعمال افزایش وام‌ها و برخی موانع و ملاحظات فنی؛ با بازگشایی پورتال امکان ثبت‌نام مجددا فعال شد و تا یکم دی سال جاری فرآیند ثبت‌نام ادامه خواهد داشت. دانشجویان شاغل به تحصیل در مقاطع مختلف تحصیلی دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی، دولتی، پیام نور، علمی کاربردی، غیرانتفاعی و غیردولتی و آزاد اسلامی می‌توانند پس از مطالعه شرایط و ضوابط دریافت وام‌ها در آیین‌نامه پرداخت و بازپرداخت وام‌های دانشجویی، جهت ثبت درخواست خود از طریق پورتال دانشجویی صندوق رفاه اقدام کنند./وزارت علوم

دستور رئیس جمهور برای بررسی مصوبه اصلاح کنکور

علی امرایی، عضو کمیسیون آموزش دیده‌بان شفافیت و عدالت کشور گفت: «درپی نامه اخیر دیده‌بان شفافیت و عدالت، رئیس‌جمهور به دبیر شورای‌عالی انقلاب فرهنگی برای بررسی مجدد مصوبه کنکوری شورای‌عالی انقلاب فرهنگی دستور داد.» امرایی با اشاره به نبود قدرت تفکیک داوطلبان با امتحانات نهایی سال دوازدهم در پی این مصوبه، افزود: «در نظر گرفتن تأثیر «مستقیم» به هر اندازه برای این سوابق، ایرادات آماری و ریاضی لاینحل دارد.»/فارس

انتشار مقاله علمی واکسن برکت در نشریه معتبر جهانی

اصغر عبدلی، فناور پروژه واکسن برکت گفت: «مقاله پیش‌بالینی واکسن کووایران برکت در مجله مدیکال وایرولوژی با ضریب تأثیر ۶/۹۸۹ و در رده نشریات Q1 منتشر شد.» وی افزود: «دغدغه ستاد اجرایی فرمان امام و مدیران پروژه واکسن برکت از ابتدا این بود که مقالات مربوط به تلاش دانشمندان نخبه کشور برای تولید نخستین واکسن ایرانی کرونا در معتبرترین مجلات بین‌المللی منتشر شود که البته مقالات متعددی از واکسن کووایران برای مجلات معتبر ارسال شده و در مرحله داوری است.»/فارس

خزر ۱/۵ متر آب رفت

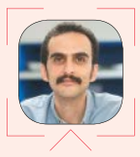
بهزاد لایقی، مدیر کل مرکز علوم جوی و اقیانوسی سازمان هواشناسی کشور از کاهش ۱/۵ متری تراز آب این دریاچه طی ۲۶ سال اخیر خبر داد و گفت: «داده‌های ایستگاه‌های پایش دریای خزر از سال ۱۳۷۴ تاکنون روندی کاهشی در تراز آب دریای خزر را نشان می‌دهد.» به گفته وی از سال ۷۴ تاکنون به‌طور متوسط سالانه حدود شش سانتی‌متر تراز آب دریای خزر کاهش پیدا کرده است. لایقی مهم‌ترین عامل کاهش تراز آب این دریاچه را کاهش بارندگی در حوضه آبریز دریای خزر و کم شدن دِبی رودخانه‌های این حوضه به‌ویژه رودخانه ولگا - که بیش از ۸۵ درصد آب دریای خزر را تامین می‌کند- عنوان کرد و افزود: «شدت تابش خورشید بر دریای خزر و تبخیر آب در نتیجه کاهش ابرناکی و بارندگی، افزایش می‌یابد و موجب کاهش هرساله تراز این دریاچه می‌شود.» وی ادامه داد: «علل کاهش بارندگی در منطقه دریای خزر از جهات مختلفی قابل بررسی است اما نباید فراموش کنیم که از طرفی به تغییر اقلیم ناشی از فعالیت‌های بشری نیز ارتباط دارد.»/ایسنا

افزایش یکباره کرایه تاکسی‌های اینترنتی پس از ایجاد اختلال در سیستم سوخت‌رسانی به مشکلات شهروندان دامن زد

عکس: جام جم

دربست سودجویی

پس از ایجاد اخلال در سیستم سوخت‌رسانی برخی تاکسی‌های اینترنتی بهای خدمات‌شان را افزایش دادند



میثم اسماعیلی

جامعه

پس از حمله سایبری به سیستم سوخت‌رسانی کشور بهای خدمات تاکسی‌های اینترنتی افزایش یافت؛ اتفاقی که موجب خشم بسیاری از مسافران و کاربران شد؛ آنقدر که حتی بسیاری از آنها با انتشار هشتگ‌هایی در فضای مجازی خواهان ورود قوه قضاییه به این موضوع شدند و حتی از وزارت صمت خواستند برای جریمه این دو شرکت خاطی اقدام کند. انتشار برخی از این قیمت‌ها در فضای مجازی هم نشان از حقانیت عصبانیت کاربران دارد. برخی از این کرایه‌ها تا بیش از دو برابر افزایش قیمت داشته است. برخی از کاربران معتقدند این رفتارها ناشی از انحصار بی‌حد و حصر این شرکت‌ها در بازار است و وقتی مردم چاره‌ای جز انتخاب یکی از این دو شرکت نداشته باشند به‌ناچار باید با هر تصمیمی ازسوی آنها کنار بیایند. در مقابل این شرکت‌ها همان توجیه همیشگی را در برابر گرانی گاه به گاه قیمت‌ها دارند. آنها می‌گویند الگوریتم قیمت‌گذاری‌شان هوشمند است! و مؤلفه‌هایی در افزایش قیمت‌ها موثر است که همیشه بوده، ترافیک و حجم تقاضا برای سفر ازجمله مهم‌ترین این مؤلفه‌ها هستند. به این مفهوم که هر زمان میزان تقاضا بالا برود و ترافیک بیشتر شود به همان نسبت قیمت‌ها هم افزایش خواهد داشت! کاربران اما معتقدند این مصداق ماهی گرفتن از آب گل‌آلود است. آنها می‌گویند نتیجه هر اتفاقی نباید به زیان مردم بینجامد و با هر اتفاقی نباید اولین واکنش جبران این زیان‌ها از جیب مردم باشد. آنها این رفتار را بی‌رحمانه و سوداگرانه تلقی می‌کنند. مهم‌ترین استدلال آنها در این رابطه این است که مسؤولیت اجتماعی این شرکت‌ها اگر در چنین برهه‌هایی به کار نیاید پس کجا باید کارایی داشته باشد؟ جالب این‌که تعریف این شرکت‌ها از مسؤولیت اجتماعی ظاهرا رانندگی یک‌روزه مدیران این شرکت به جای یکی از سفیران به‌صورت نمادین است یا نهایتا کمک به یک سازمان مردم‌نهاد محیط زیستی یا پشتیبانی مالی از یک مسابقه فوتبالی است. آنچه اتفاق دو روز پیش آشکار کرد این است که حداقل دو شرکت اسنپ و تپسی در برابر این حمله سایبری در کنار مردم نماندند و اتفاقا خشنود از این اتفاق به درآمد بیشتر یک‌روزه خود مشغول شدند.

کرایه‌ها چقدر افزایش داشت؟

هر چند حالا با توجه به اوضاع نابسامان اقتصادی اتفاق تلخی همچون تورم و گرانی هم دارد آرام‌آرام به یک رویه معمول و عادی تبدیل می‌شود، خواه این تورم در مورد اقلام خوراکی باشد که ۶۱ درصد نسبت به سال گذشته افزایش داشته، خواه نسبت به حوزه‌هایی همچون مسکن و ارز باشد که حتی درصدش به‌واسطه تغییرات بسیار از دست مردم خارج شده است. اما افزایش چندبرابری کرایه تاکسی‌های اینترنتی آن هم در فاصله چند ساعت چیزی نیست که نتوان به‌راحتی از کنار آن گذشت.

روایت‌های بسیاری از این افزایش قیمت‌ها وجود دارد؛ به‌عنوان مثال درحالی که در روز دوشنبه کرایه مسیر خیابان قائم‌مقام تا دریاچه شهدای خلیج‌فارس در زمان اوج ترافیک حدود ۶۰ هزار تومان بوده است که در روز سه‌شنبه از سوی شرکت اسنپ ۱۲۳ هزار تومان قیمت داده شده است.

در مورد دیگری هزینه سفر از خیابان قائم‌مقام تا میدان آزادی در زمان اوج ترافیک روز دوشنبه ۳۷ هزار تومان بوده و بعد از حمله سایبری به سیستم سوخت‌رسانی ۸۴ هزار تومان شده است.

کرایه سفر از خیابان مفتح تا فلکه چهارم تهرانپارس در زمان اوج ترافیک روز دوشنبه ۴۰ هزار تومان بود و سه‌شنبه ۷۴ هزار تومان شده است و بالاخره در روز سه‌شنبه بهای سفر از خیابان بهار تا میدان تجریش در زمان اوج ترافیک ۵۵ هزار تومان بود که این سفر در روز سه‌شنبه ۱۰۶ هزار تومان هزینه داشته است.

تاکسی‌های اینترنتی چه می‌گویند؟

واکنش ثابت شرکت‌های ارائه‌کننده تاکسی اینترنتی همان دستفرمان همیشگی و ثابت است، این‌که قیمت‌گذاری‌ها هوشمند است و ترافیک و تقاضا میزان آن را افزایش می‌دهد و افزایش کرایه‌ها ارتباطی به حمله سایبری نداشته است! اولین واکنش رسمی به این اتفاق از سوی اسنپ ظهر دیروز در اطلاعیه‌ای کوتاه صورت گرفت.

در این اطلاعیه اعلام شد که ناوگان اسنپ هم به‌واسطه این اتفاق با مشکل سوختگیری مواجه شده و به همین دلیل تعداد خودروهای فعال به‌منظور ارائه خدمت به کاربران و انجام سفر کاهش پیدا کرده است و از طرفی استفاده از خودروهای شخصی نیز کاهش یافت و همین موضوع منجر به افزایش تقاضای سفر از سوی کاربران مسافر شده است.

این شرکت در اطلاعیه‌اش نوشت: «از آنجایی که قیمت‌گذاری در اسنپ پویاست و به‌عنوان اهرمی برای متعادل کردن میزان عرضه و تقاضا عمل می‌کند، برای مقطعی با افزایش غیرمتعارف قیمت مواجه بودیم تا درخواست‌ها به سفر تبدیل شوند.» درست در ساعت‌هایی که وزارت نفت و دیگر مسؤولان کشور آرام آرام خبر از به راه افتادن سیستم سوخت‌رسانی می‌دادند، شرکت اسنپ با برگزاری جلسه‌ای تصمیم گرفته است «باتخصیص بخشی از منابع مالی اسنپ در قالب طرح‌های تشویقی، کاربران راننده را تشویق به فعالیت» کند!

این ماجرا دیروز چهارشنبه به نوعی دیگر حل شده بود که این شرکت اعلام کرد: «از ساعت ۱۲ ظهر روز چهارشنبه (مورخ ۵ آبان‌ماه ۱۴۰۰) لغایت ۱۲ شب کمیسیون دریافتی اسنپ در شهر تهران را به میزان بیش از ۵۰ درصد کاهش داده و به ۷ درصد رسانده است» تا از این طریق بتواند «کمک موثری در ساماندهی حمل‌ونقل شهروندان» داشته باشد.

شرکت تپسی هم در پاسخ به سؤالات جام‌جم اعلام کرد با اتخاذ تصمیماتی توانسته است سرویس‌دهی را در این شرایط حفظ و به شرایط عادی برگرداند. روابط‌عمومی این شرکت برای جام‌جم نوشته است، «پرداخت ما به التفاوت هزینه بنزین دولتی و آزاد به رانندگان فعال تپسی، کنترل دستی قیمت سفرها برای جلوگیری از افزایش غیرمتعارف، فعال کردن طرح‌های تشویقی برای رانندگان پاره‌وقت و غیرفعال برای افزایش تعداد رانندگان فعال و اطلاع‌رسانی درباره جایگاه‌های فعال سوخت» ازجمله این اقدامات بوده است. البته که آنها گفته‌اند این تصمیمات تا روز چهارشنبه هم کارایی داشته است.

احقاق حق مردم؛ برخورد با شرکت‌ها؟

در این میان بسیاری از کاربران معتقدند نه‌تنها اقدام این شرکت‌ها سوءاستفاده از شرایط موجود بوده بلکه از مسوولان می‌خواهند با این رفتارها برخوردهای قانونی شود. پرتکرارترین خواسته میان گفته‌های آنها، اتکا به موضوع «احقاق حقوق عامه» بوده است.

موردی که اتفاقا در دوره کوتاه حضور ابراهیم رئیسی در قوه‌قضاییه روی آن تاکید بسیاری شده بود. برای نمونه او تاکید کرده بود: «قوه‌قضاییه در رابطه با حقوق عامه ساکت نمی‌نشیند.»

از بهروز مهاجری، قاضی دادگستری تهران می‌پرسیم قانون احقاق حقوق عامه که حالا یکی از رسالت‌های اصلی دستگاه قضا هم عنوان شده است، چیست؟

او به جام‌جم می‌گوید: «قانون احیای حقوق عامه، قانون ارزشمندی است که اجازه نمی‌دهد کسی بتواند حق بیت‌المال را تضییع کند.

در اصل حقوق عامه، حقوقی است که در قانون اساسی یا سایر مقررات لازم‌الاجرا ثابت است و عدم اجرا یا نقض آن، افراد یک جامعه را در معرض آسیب یا خطر قرار می‌دهد یا موجب فوت منفعت یا تضرر یا سلب امتیاز آنان می‌شود.» اما موضوع افزایش افسارگسیخته کرایه‌های شرکت‌های تاکسی اینترنتی آیا می‌تواند جزو این قانون باشد یا خیر؟ مهاجری می‌گوید: «مسؤول تشخیص تضییع حقوق عامه دادستان به عنوان مدعی‌العموم است و اگر مشخص شود شرکت‌های تاکسی اینترنتی از وضعیت پیش‌آمده سوءاستفاده کرده‌اند می‌توان با آنها برخورد قانونی‌کرد.» با توجه به نظر این کارشناس می‌توان گفت عملکرد شرکت‌های تاکسی‌های اینترنتی نیاز به بررسی بیشتر دارد.

مهاجری: مسؤول تشخیص تضییع حقوق عامه دادستان به‌عنوان مدعی‌العموم است و اگر مشخص شود شرکت‌های تاکسی اینترنتی از وضعیت پیش‌آمده سوءاستفاده کرده‌اند می‌توان با آنها برخورد قانونی کرد

مسوولیت گمشده اجتماعی

مردم می‌گویند رفتار برخی مدیران تپسی و اسنپ مصداق سوءاستفاده از وضعیت پیش‌آمده بوده است. آنها اما می‌گویند تغییر قیمت‌ها از عهده تصمیمات‌شان خارج بوده و به صورت هوشمند اجرا شده است.

در این میان اما بحثی شکل گرفته که کمتر به آن پرداخته شده است، مفهوم «مسوولیت اجتماعی شرکت‌ها» که بسیاری معتقدند در ارتباط با اغلب شرکت‌های ایرانی کارکردی تزئینی دارد، درست مثل بسیاری از باشگاه‌های ورزشی که نامشان همواره با پیوست باشگاه فرهنگی ورزشی عنوان می‌شود اما دریغ از انجام یک فعالیت در حوزه ارتقای فرهنگ در این باشگاه‌ها.

خلأ مسوولیت اجتماعی شرکت‌ها درست در چنین بزنگاه‌هایی آشکار می‌شود. مسوولیت اجتماعی شرکتی، مجموعه وظایف و تعهداتی است که شرکت‌ها باید در جهت حفظ، مراقبت و کمک به جامعه‌ای که در آن فعالیت می‌کنند، انجام دهند. بر اساس این تعریف، یعنی دقیقا همان چیزی که تپسی و اسنپ انجام نداده‌اند. مصداق‌های بسیاری هم وجود دارد بر انجام گرفتن چنین مسوولیت‌هایی از سوی شرکت‌ها و نهادها، به عنوان مثال بسیاری از بانک‌های ایرانی پس از زلزله کرمانشاه تصمیم گرفتند به جای انتشار سررسیدهای معمول خود در نوروز، هزینه آن را به زلزله‌زدگان غرب کشور اختصاص دهند، فراگیری کرونا هم این حوزه را پررنگ‌تر کرد و شاهد مصداق‌های بیشتری در این حوزه از سوی شرکت‌های مختلف بودیم.

در خلال بحران فراگیری کرونا، یکی از بزرگ‌ترین واحدهای صنفی تولید پوشاک در کهریزک تهران اقدام به تغییر کاربری خطوط تولیدی خود کرد و با تولید دستکش، ماسک و لباس مراقبت پزشکی مسوولیت‌پذیری خود در قبال بحران به وجود آمده را نشان داد.

جای خالی اخلاق

از زاویه دیگری هم می‌توان به این اتفاق نگاه کرد. برخی باور دارند چنین رویکردهایی می‌تواند نشانه‌های دیگری از افول اخلاق اجتماعی باشد. کارشناسان هم معتقدند هنوز مسوولیت اجتماعی شرکت‌ها، اولویتی در بدنه مدیریتی آنها ندارد. آنها معتقدند مسوولیت اجتماعی شرکت‌ها در پیوند با مسوولیت شرکت در برابر جامعه، انسان‌ها و محیطی است که شرکت در آن فعالیت می‌کند و این مسوولیت معمولا از فعالیت‌های اقتصادی و مالی فراتر می‌رود.

احد فرامرز قراملکی، عضو هیات علمی دانشگاه تهران معتقد است مسوولیت اجتماعی شرکت‌ها فعالیت‌هایی است که پیش‌برنده سود و منفعت اجتماعی بوده و فراتر از منافع سازمان و آن چیزی است که قانون بایسته می‌دارد. این استاد فلسفه اخلاق معتقد است نظام مدیریتی در ایران همواره بر این مبنا بوده که نگاهی عمودی به شهروندان داشته و همین نگاه در شرکت‌های خصوصی هم بسط داده شده است. او به جام‌جم می‌گوید: «اخلاق حرفه‌ای پایبندی به حقوق است و به نوعی نحوه مواجهه و تعامل با دیگران و بر اساس رعایت حقوق دیگران است. اخلاق چیزی نیست جز مسوولیت‌پذیری و مسوولیت در قبال دیگران بنابراین آنچه در اخلاق حرفه‌ای مهم است اخلاق سازمانی است.»

قراملکی معتقد است برای این‌که یک سازمان یا شرکت موفق باشد باید یک سری عوامل از جمله، رضایت مشتری، انگیزش کارکنان، جذب نیروی انسانی حرفه‌ای، افزایش توان فناوری، رشد منابع مالی، ارتقای بهره‌وری و مشارکت را افزایش داده و برخی عوامل مانند تنش‌های سازمانی، تهدیدهای محیط و انرژی منفی را کاهش دهد تا بتواند در عرصه رقابت حضور فعال داشته باشد. او ادامه می‌دهد: «در اخلاق حرفه‌ای آمده است عملکرد امروز را به گونه‌ای بهینه کنیم که بازار فردا تضمین شود. منظور از اخلاق حرفه‌ای مسوولیت‌های اخلاقی سازمان در قبال حقوق محیط است. لذا سازمانی اخلاقی عمل می‌کند که حقوق محیط را بشناسد و آن را رعایت کند. سازمان باید بداند در قبال چه کسانی و چه نهادهایی مسوولیت دارد و این افراد و نهادها چه اولویت‌هایی دارند.» به این ترتیب با توجه به گلایه‌های شهروندان و نظرات کارشناسان باید گفت، بهتر است دستگاه‌های مسؤول نظارت بهتری روی عملکرد شرکت‌های تاکسی اینترنتی داشته باشند، زیرا این شرکت‌ها به دلیل نبود بازار رقابتی، سود سرشاری به دست می‌آورند اما در مواقعی که شهروندان نیاز به همراهی آنها دارند، بیش از همه چیز به سود خود می‌اندیشند و حاضر نیستند برای حل مشکلات شهروندان، قدم‌هایی هر چند کوچک بردارند. فراموش نکنیم بسیاری از شهروندان از این شرکت‌ها توقع کاهش قیمت خدماتشان را ندارند آنها از افزایش بهای این خدمات و کاهش آن گلایه دارند.