

نوع ماست مصرفی را تغییر دهند.»

«نوع محصول لبنی‌ای که مردم این محله انتخاب می‌کنند، به‌دلیل افزایش قیمت تغییر کرده‌است؟

«لبنیات هر چقدر گران شود، باز هم می‌خرند، ولی تغییراتی هم اتفاقی افتاده است مثلاً کسانی که قبلاً ماست ۱۰۰ هزار تومانی می‌خریدند، الان بیشتر ماست تنظیم بازار با قیمت ۴۳ هزار تومان می‌خرند. مشتری مجبور است پنیر کوچکتر بخرد و با یک سنگک بخورد. اگر یک نوع شیر گران باشد، نوع ارزان‌تر را برمی‌دارند. مشتری کم نشده، نوع مصرفش تغییر کرده است. البته شاید بتوانم بگویم، نسبت به قبل ۲۰ درصد هم کاهش فروش داشته‌ایم، باین‌حال چندان زیاد نیست. سیگار تنها چیزی است که قیمت، روی فروشش هیچ تاثیری ندارد، ولی بیشترین تاثیر روی کیک، کلوچه و بیسکویت است.»

«تغییری در میزان سفارشات داشته‌اید؟

«وزینتورها برای سفارش لبنیات سه‌بار در هفته می‌آیند و میزان سفارش ما هم کم شده؛ چون بازار آشفته است. قبلاً در هر نوبت ۶ ماست سفارش می‌دادیم، الان شده ۴ تا ماست. دلیل آن هم تورم است. پارسال لبنیات انقدر در یخچال نمی‌ماند، همان روز اول که بار می‌رسید، فروش می‌رفت. الان حدود سه‌روز در یخچال می‌ماند و ممکن است خراب‌شود. هر دو‌ماه یک‌بار، تغییر قیمت می‌دهند. کسی هم نمی‌گوید دلیلش چیست؟»

▼ بزرگراه نواب: محصول ارزان‌تر، پر فروش‌تر

فروشگاه «ح» در حاشیه بزرگراه نواب جنوب و چسبیده به همان مجتمع‌های قهوه‌ای رنگ این محدوده است و فاصله سوپرمارکت‌ها با هم زیاد نیست، وقت پُر کردن یخچال‌های مغازه و ساعت خلوتی است. مثل همه فروشگاه‌های قبلی، میزان سفارش او هم کمتر شده و محصولات لبنی، اقتصادی‌تر انتخاب می‌شوند. فروشنده همان اول می‌گوید، محصولی که قیمتش پایین‌تر باشد، فروش بیشتری دارد. مثلاً این ماست (یکی از ماست‌های پرچرب و گران رانام می‌برد)، قیمتش رسید به ۱۱۹ هزار تومان و فروشش کم شد. کارخانه مجبور شد قیمتش را کم کند، همین که میزان فروش کمی بالا رفت، دوباره قیمت را افزایش داد.

«وضعیت فروش محصولات لبنی چطور است؟

«مشتری‌ها اینجا بیشتر محصولات پرچرب می‌خرند، چون به نظرشان محصولات کم چرب مزه آب می‌دهد و قیمتش هم چندان با پرچرب تفاوتی ندارد. گران‌ترین پنیری که داریم ۶۰ هزار تومان است و در کل، مردم به‌سمت خرید پنیرهای ارزان‌تر آمده‌اند که وزن مشابهی با نمونه‌های گران‌تر دارد ولی ارزان‌تر است. کسی که ماست می‌برد هم ماست ارزان‌تر را انتخاب می‌کند. معمولاً در شیر، قیمت‌ها اختلاف زیادی ندارد و فروش آن هم نوسان چندان‌ی نداشته است.»

«میزان سفارش هم تغییری داشته یا مثل روال سابق است؟

«میزان سفارشی که به کارخانه‌های لبنی می‌دهیم نسبت به سال‌های قبل کمتر شده است، مثلاً قبلاً یک کارتن شیر از یکی از برندها سفارش می‌دادم، الان نصف آن را سفارش می‌دهم. قبلاً به غیر از موجودی یخچال، یک جعبه هم بیرون می‌گذاشتم، الان پیش می‌آید که فقط نصف یخچال پر می‌شود. پیش آمده که مشتری حجم محصول لبنی‌ای که می‌خواهد را تغییر دهد و کوچک‌تر و ارزان‌تر را بردارد.»

«محصولات گران‌تر هم فروش دارند؟

«معمولاً مشتری‌های خاص داریم که بخواهند جنس درجه یک بخرند و تغییر قیمت برای شان چندان مهم نیست. فروش نوعی از محصول لبنی، کم شده؛ ولی متوقف نشده است. مثلاً پارسال آمار فروش یکی از برندها به‌دلیل تحریم کم شد، ولی باز هم قطع نشد. قیمت یک نوع ماست ۶۰ هزار تومان بود که شاید هفته‌ای یک‌نفر می‌خرید، بنابراین دیگر سفارش ندادیم.»

▼ خیابان آذربایجان: کسی که لازم دارد، محصول ارزان‌تر می‌خرد

حوالی عصر است و مغازه‌ای که به‌قول صاحبش جنس‌های گران آن محله را می‌فروشد، شلوغ نیست. بعدفروش یکی، دو قلم جنس و خالی شدن مغازه، فرصت گفت‌وگو پیدا می‌کند. آمار دقیق‌تری درباره تغییرات فروشش نسبت به سال‌های قبل دارد و همان اول کار می‌گوید: «کسی که پول دارد، جنس را می‌خرد، کسی که ندارد، دیگر نمی‌خرد. فروش ماست و پنیر کلاً کم شده است. کسانی که توان مالی دارند، هنوز هم همان ماست‌های قبلی را می‌خرند. کسی که لازم داشته باشد، محصول ارزان‌تر را می‌برد. بعضی از مشتری‌ها هم اصلاً دنبال پنیرهای جدید نمی‌روند و همان پنیر ارزان قدیمی را می‌خرند.»

«وضعیت فروش محصولات لبنی، نسبت به سال‌های قبل تغییر کرده‌است؟

«میزان سفارش به کارخانه‌ها کم شده؛ یعنی هرسال حدود ۱۰ تا ۲۰ درصد آمار سفارش به کارخانه‌ها، کم می‌شود. اینجا کره و پنیر بیشتر می‌رود؛ شیر نمی‌خرند ولی این دو جنس را می‌خرند. کارخانه‌ها هم محصولاتی با وزن‌های پایین‌تر زده‌اند، کاری که همیشه انجام می‌دهند و سعی می‌کنند قیمت آنها را هم کمی پایین بیاورند. بعضی از شرکت‌ها وزن محصول را کم می‌کنند و مشتری معمولاً متوجه آن نمی‌شود. فقط باید ظرف قبلی را داشته باشی که متوجه شوی، وزن محصول را کم کرده‌اند.»

«هر چندوقت یک‌بار، محصولات را با قیمت بالاتری سفارش می‌دهید؟

«در این دو، سه سال اصلاً روال تغییر قیمت‌ها مشخص نیست و هر چندوقت یک‌بار گران می‌کنند؛ هر دو‌ماه، سه‌ماه، حتی ممکن است در یک‌ماه، دوبار قیمت یک‌محصول را تغییر بدهند. پیش

آمده دوروز یک‌محصول را فروختیم و بعد گران شده، کارخانه‌ها هم سعی می‌کنند قیمت یک سری محصولات ـ مثل شیرهای معمولی و کم‌چرب را پایین‌تر نگه‌دارند.»

▼ فروشگاه‌های کوچک، فروش بیشتر

بین مغازه‌هایی که از فروش کمتر محصولات لبنی می‌گویند، فروشگاه‌هایی هم پیدا شدند که وضعیت متفاوتی داشتند و مشتریان‌شان فقط خریدار یک محصول خاص با هر قیمتی بودند؛ مثل آن مغازه کوچکی که در خیابان ۱۷ شهریور بود و حتی آمار فروشش هم کمی بالاتر رفته بود؛ چون مشتری صبر می‌کرد تا شیر و ماست یک‌برند خاص برسد و بخرد. یا آن فروشگاه کوچک خیابان مهدیه که دوتنفر به‌سختی هم‌زمان در آن جامی شدند، ولی می‌گفت تازگی یک ماست سنتی برایش رسیده که ۵۰ هزار تومان است و در هر نوبت، پنج تا شش عدد از آن سفارش می‌دهد.

▼ کاهش مستمر مصرف شیر در یک‌دهه اخیر

کاهش سرانه مصرف لبنیات، هم در گزارش‌های مرکز آمار تایید شده، هم مرکز پژوهش‌های مجلس و انجمن صنایع لبنی. یکی از بررسی‌های این مرکز نشان می‌دهد که مصرف شیر در دهه ۹۰ به‌صورت مستمر کاهش یافته است و میانه و میانگین مصرف در سال ۱۴۰۰ نسبت به سال ۹۰ به‌ترتیب به ۵۱/۷ و ۴۶/۸ درصد کاهش یافته که مقدار بسیار چشمگیری است. در گزارش مرکز پژوهش‌ها نوشته شده که کاهش رفاه خانوار در این دهه به‌حدی بوده است که خانواده مجبور شد، کیفیت کالری دریافتی را کاهش دهد. در دهه ۹۰، مصرف کالاهای اساسی کاهش یافته و بیشترین مصرف در گوشت قرمز و شیر بوده است. انجمن صنایع لبنی هم این موضوع را تایید می‌کند و می‌گوید که سرانه مصرف شیر در ایران به حدود ۷۰ کیلوگرم رسیده است. محمدرضا بنی‌طبا، سخنگوی انجمن صنایع لبنی، به پیشرو بودن ایران در اجرای طرح توزیع شیر در مدارس در دوره‌های قبل و بعد از انقلاب اشاره می‌کند: «سرانه مصرف لبنیات، یکی از شاخ‌های توسعه‌یافتگی کشورهاست، چون سیاست‌گذاری‌های بهداشت و درمان، متمرکز بر پیشگیری است. در این کشورها سرانه مصرف لبنیات بیش از ۲۰۰ کیلوگرم در سال است، اما در ایران در خوشبینانه‌ترین حالت حدود ۷۰ کیلوگرم است. قبل و بعد از انقلاب، در توزیع شیر در مدارس پیشرو بودیم. در دوران ریاست جمهوری آقای خاتمی، هم طرح شیر رایگان در مدارس اجرا می‌شد، هم شیر یارانه‌ای خانوار وجود داشت؛ همین روند باعث شد که درنهایت با افزایش سرانه مصرف شیر خانوار روبه‌رو شویم که به حدود ۱۰۰ کیلوگرم رسیده بود. با اجرای طرح هدفمند یارانه‌ها، یارانه شیر حذف شد و سرانه مصرف این محصولات کاهش پیدا کرد.» او ادامه می‌دهد: «وزارت جهاد کشاورزی میزان تولید شیر خام در سال

را سالانه ۱۲ میلیون تن و مرکز آمار حدود ۹ میلیون تن اعلام کرده است. مسئولیت تولیدکننده، تامین کالای اساسی کشور است که در حال انجام است، اما مسئولیت نظام سیاست‌گذاری کشور، حراست از قدرت خرید مصرف‌کننده و کاهش هزینه‌های تولید برای تولیدکننده است. هزینه‌های تولید ماه‌به‌ماه افزایش پیدا می‌کند و از طرف دیگر قدرت خرید مردم کمتر می‌شود، اما باز سراغ قیمت‌گذاری دستوری می‌رویم که از جیب تولیدکننده یارانه بدهیم.» بنی‌طبا کاهش سرانه مصرف لبنیات را ناشی از چند عامل می‌داند: «همه این مشکلات، به کاهش قدرت خرید مردم برنمی‌گردد؛ چون کالاهای آسیب‌رسان مثل چیپس، پنک، نوشابه و... بیش از محصولات لبنی، با افزایش قیمت روبه‌رو شدند، ولی میزان مصرف آنها کاهش پیدا نکرد. مثلاً قیمت نوشابه ۱۰۰ درصد افزایش قیمت داشت ولی میزان مصرف سرانه آن تغییری نکرد؛ یعنی برای بخشی از خانواده‌ها هنوز خرید محصولات لبنی در اولویت نیست. سخنگوی انجمن صنایع لبنی، به اطلاعات غیرکارشناسی درباره تاثیرات منفی مصرف لبنیات هم اشاره می‌کند و آن را بخشی از دلایل کاهش مصرف لبنیات می‌داند.

▼ کاهش مصرف لبنیات، یعنی حذف منبع دریافت پروتئین
ناصرکلانتری، مشاور اسبق معاونت بهداشت وزارت بهداشت و متخصص تغذیه، به‌هم‌میهن توضیح می‌دهد که با کاهش دریافت لبنیات، احتمال شیوع پوکی استخوان بیشتر می‌شود؛ به‌ویژه برای جامعه‌ای که در سال‌های گذشته میزان فعالیت بدنی آن افزایش نداشته است. او به مشاهدات بالینی خودش هم اشاره می‌کند و می‌گوید: «میزان دریافت لبنیات در همه گروه‌های سنی به‌دلیل افزایش قیمت به‌صورت نسبی کاهش پیدا کرده است، ولی خانواده‌ها سعی می‌کنند با همان میزان خرید لبنیات، کودکان‌شان را در اولویت قرار دهند. به‌دلیل فرهنگی، مادران ایرانی روی میزان دریافت کلسیم توسط فرزندان‌شان، حساسیت زیادی دارند و می‌توانیم بگویم، سهم گروه کودکان در این موضوع نسبت به سنین بالاتر معمولاً کمتر است.» او به دو پژوهش درباره میانگین مصرف لبنیات در ایران هم اشاره می‌کند: «ما این موضوع را در دو‌بازه زمانی بین ۸ هزار خانوار ایرانی بررسی کردیم؛ اولین بازه بین سال‌های ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۲ بود که نتایج آن نشان می‌داد میانگین مصرف لبنیات در خانوار ایرانی حدود ۱۸۰ گرم در روز بود، اما تا بین سال‌های ۹۷ تا ۹۹، این رقم به ۱۵۸ گرم رسید. در دوسال اخیر که نرخ تورم افزایش بیشتری داشته و یارانه غذایی در تولید و مصرف دچار اختلال شده، میانگین مصرف احتمالاً از این رقم هم کمتر شده است. این کاهش دریافت قطعاً بر سلامت مردم اثرات منفی خواهد داشت؛ چون یک منبع مهم پروتئین، ویتامین، املاح و کلسیم از دسترس مردم خارج می‌شود.»

خبرسازان



درخواست شکایت از بیمارستان گاندی

رئیس کمیته ایمنی شورای اسلامی شهر تهران با بیان اینکه سازمان آتش‌نشانی پنج‌خطار و شهرداری منطقه ۳ نیز دو خطار به بیمارستان گاندی ابلاغ کرده بودند، گفت: «رئیس بیمارستان قطعاً از ناایمن بودن ساختمان مطلع بوده است.» به گزارش ایلنا، مهدی بابایی در واکنش به اظهار بی‌اطلاعی رئیس بیمارستان گاندی از خطارهای صادرشده، با بیان اینکه منطقه ۳ باید در اسرع‌وقت علیه بیمارستان گاندی تشکیل پرونده دهد، افزود: «خطارها به رئیس بیمارستان ابلاغ شده بود و در این شک و تردیدی نیست. سازمان آتش‌نشانی پنج خطار و شهرداری منطقه‌نیز دو خطار به بیمارستان صادر شده بود.» او با تأکید بر اینکه رئیس بیمارستان مطلع بوده که ساختمان ناایمن است، یادآور شد: «سیستم اعلام حریق و سیستم اطفای‌فعال نبوده‌اند. کپسول هم به‌اندازه کافی در بیمارستان وجود نداشته است. تمام این موارد نشان‌دهنده اهمال کاری است.» رئیس کمیته ایمنی شورای اسلامی شهر تهران ادامه داد: «براساس مصوبه شورا، منطقه ۳ باید در مراجع قضایی از بیمارستان شکایت کند. فرآیند رسیدگی به شکایت در مرحله اول اطلاع‌رسانی، سپس قطع اشعاب آب، برق و گاز و درنهایت پلمب است.»

بازتاب

پاسخ آموزش و پرورش به یک گزارش:

مجوزی برای مدارس مسجدمحور صادر نشده

در پی انتشار گزارشی در صفحه اجتماعی روزنامه هم‌میهن با تیتز: «مدارس خودمختار»، روابط عمومی وزارت آموزش و پرورش، واکنش نشان داد و جوابیه‌ای از سوی سازمان مدارس و مراکز غیردولتی و توسعه مشارکت‌های مردمی این وزارتخانه ارسال کرد. در متن این جوابیه آمده: «انتشار گزارش‌های مندرج در رسانه‌های مختلف با عنایون فعالیت مدارس مسجدمحور توأم با تحلیل‌های گزارشگران رسانه‌ها و اینکه آن گزارشگران محترم برای حفظ حقوق مردم و رعایت قانون دغدغه دارند، قابل تکریم است. این سازمان نیز با احترام و استناد به قانون و مصوبات مجلس شورای اسلامی، در راستای پیشبرد اهداف نظام تعلیم و تربیت، از هیچ تلاشی فروگذار نخواهد کرد، لذا نقد منصفانه در قالب طرح چالش‌ها و تبیین اطلاعات را امری پسندیده و مورد احترام می‌داند تا در جهت تنویر افکار عمومی، به نشر اخبار صحیح بپردازد.

شکل‌گیری و آموزه‌های تربیتی فرزندان این سرزمین با نقش آفرینی خانواده شروع می‌شود و سایر نهاد‌های اجتماعی و فرهنگی نیز هریک حسب شرایط ذاتی و اجرایی خویش در عرصه آموزش و تربیت نسل آینده، نقش بسزایی ایفا می‌کنند. ازاین‌رو مساجد به‌عنوان یکی از پایگاه‌های اجتماعی و نهاد‌های مردمی از دوران پیش از انقلاب با اجرای برنامه‌های مذهبی، همواره در تلاش برای نشر آثار دینی و ترویج شاعر اسلامی بوده‌اند و پس از انقلاب هم این نهاد مبارک در کنار سایر فعالیت‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی خویش در تکمیل فرآیند برنامه‌های آموزش و تربیتی اجرایی در مدارس دولتی و غیردولتی و برای اشاعه امور مذهبی و دینی برای نسل نوجوان و جوان، به انجام امور پرورشی پرداخته‌اند که این اقدام به نوبه‌ی خود قابل تکریم است. حسب منویات مقام معظم رهبری (مدظله‌العالی) پیرامون نقش آفرینی و تأثیرگذاری آموزش و پرورش و اهمیت جایگاه اجتماعی مساجد، بیانگر آن است که این دو نهاد در انجام فعالیت‌های پرورشی و تربیتی، مکمل هم هستند و این سازمان هم بر تعامل و نقش سازنده هر دو نهاد در راستای تربیت آینده‌سازان ایران در تراز انقلاب اسلامی واقف است. لکن سازمان مدارس و مراکز غیردولتی و توسعه مشارکت‌های مردمی وزارت آموزش و پرورش بر این مهم نیز تأکید دارد که تاکنون هیچ‌گونه مجوزی مبنی بر فعالیت مدارس با عنوان مسجدمحور صادر نشده است.»

روابط عمومی، جذب و نگهداری اهداکنندگان سازمان انتقال خون ایران

م الف: ۴۲۷۳ شناسه آگهی: ۱۶۵۶۳۴۶