امین کلاهدوزان، رئیس مرکز توسعه تجارت الکترونیکی در گفت‌وگو با «فرهیختگان» تشریح کرد

گردش مالی تجارت الکترونیکی به ۳۱۰۰ همت رسید

مهدی عبداللهی
دبیر گروه اقتصاد

امروزه به دلیل پیشرفت‌های فناوری، کسب‌وکارها دگرگون شده و به سمت الکترونیکی شدن پیش می‌رود. تجارت الکترونیکی و کسب‌وکار الکترونیکی یکی از مشهودترین تمایلات در اقتصاد دیجیتال است. تجارت الکترونیک شامل خرید و فروش، بازاریابی و خدمت‌رسانی برای محصولات، خدمات و اطلاعات از طریق اینترنت و سایر شبکه‌هاست.

براساس قانون، مرکز توسعه تجارت الکترونیکی (مرکز تنا) مسئولیت توسعه این حوزه ازجمله ارتقای سطح کاربرد فناوری و نوآوری‌های جدید، توسعه زیرساخت‌های فنی و انسانی، بهبود فضای قانونی و حمایت از شکل‌گیری بازارهای جدید در داخل و خارج از کشور در حوزه‌های سرمایه‌های انسانی، لجستیک، تامین مالی و زیرساخت‌های فیزیکی را برعهده دارد. یکی از مهم‌ترین اقدامات مرکز تنا، چشم‌اندازسازی صحیح برای مسئولان و صاحبان کسب‌وکار و فعالان اقتصادی برای فعالیت در این حوزه است. «فرهیختگان» برای ترسیم آخرین وضعیت حوزه تجارت الکترونیکی کشور گفت‌وگوی مفصلی با امین کلاهدوزان، رئیس مرکز توسعه تجارت الکترونیکی کشور انجام داده است. به گفته وی، گردش مالی تجارت الکترونیکی کشور در سال ۱۴۰۲ به ۳۱۰۰ همت رسیده است، رقمی که ۵۴۰ همت از مجموع بودجه عمومی دولت در سال ۱۴۰۳ بیشتر است.

به‌عنوان اولین سوال بفرمایید که واژه تجارت الکترونیکی به چه معنایی است و چه مصادیقی از معاملات و خدمات کالا را شامل می‌شود؟

مرزی که باید برای بحث تجارت الکترونیکی تعریف کنیم جایی است که از فعل معامله یا داد و ستد استفاده می‌شود. هر نوع تعامل قراردادی یا مالی میان دو نفر در فضای مجازی یعنی اینترنت، مصداق تجارت الکترونیکی است؛ به‌عنوان مثال اگر از طریق اپلیکیشن یک کالا را سفارش دهید و پس از آنکه به دست‌تان رسید در محل هزینه را با اپلیکیشن پرداخت کنید، مصداق تجارت الکترونیکی است. باید توجه داشت که خرید حضوری و پرداخت پول مصداق آن نیست و تجارت فیزیکی یا سنتی محسوب می‌شود. به بیان بهتر، انجام عملیات معامله و تبادل کالا در بستر فضای مجازی شرط اصلی تجارت الکترونیکی است. هم کالا و هم خدمات مشمول این نوع می‌شوند. حمل‌ونقل هوشمند مثل سرویس‌های حمل‌ونقل هوشمند درون‌شهری که الان وجود دارد اعم از اسنپ، تپسی و امثال آن ذیل تجارت الکترونیکی تعریف می‌شوند. کلاس‌های آنلاین هم جزء تجارت الکترونیکی هستند.

در چند سال اخیر دو اتفاق مهم یعنی شیوع پاندمی کرونا و فیلترینگ ازجمله نقاط عطف این حوزه بود. این اتفاقات چه تاثیری بر حجم تجارت الکترونیکی کشور بر جای گذاشت؟

مورد اول نه‌فقط در ایران بلکه در کل دنیا تجارت الکترونیکی را به‌شدت افزایش داده است. شیوع کرونا، در کل دنیا باعث شد جهش‌های چندبرابری را در آمار تجارت الکترونیکی شاهد باشیم. این امر درباره ایران نیز صدق می‌کرد، به‌گونه‌ای که جهش بالغ بر صددرصدی میزان تجارت الکترونیکی را در آمارها مشاهده کردیم. خوشبختانه این رشد تاکنون نیز به میزان قابل توجهی کاهش نیافته و به روند صعودی خود ادامه می‌دهد. شیوع پاندمی کرونا سبب شد مردم بیش از پیش با ظرفیت‌های حوزه تجارت الکترونیکی آشنا شوند و اصطلاحا ذائقه آنها بیشتر آماده شود. شبکه‌های اجتماعی ابزار بسیار مهمی در حوزه تجارت و فضای مجازی به شمار می‌رود که کسی نمی‌تواند آن را نفی کند، اما کارکرد این ابزار مربوط به حوزه‌های مشخصی است. اکثر شرکت‌ها و بنگاه‌هایی که کار تجارت الکترونیکی رسمی و استاندارد انجام می‌دهند، حتما در شبکه‌های اجتماعی داخلی و خارجی صفحاتی دارند و از این صفحات برای ارتباط با مخاطب و همچنین برای تبلیغ کالاها و خدمات جدید خود استفاده می‌کنند. باید اشاره کرد که حجم معاملات در این بستر در مقایسه با حجم کل در سطح کشور عدد قابل توجهی نیست. البته تعداد زیادی از شرکت‌ها از این بستر استفاده می‌کنند و ما هم معتقدیم این ابزار باید ساماندهی شده باشد و در راستای تبلیغ و توسعه در اختیار شرکت‌ها قرار بگیرد.

با توجه به فیلتر شدن اینستاگرام، آمار یا گزارشی از وضعیت شرکت‌ها و کسب‌وکارهای کوچک پس از فیلترینگ دارید؟ آیا این کسب‌وکارها به شبکه‌های اجتماعی داخلی کوچ کردند یا خیر؟

آمار شبکه‌ها و پلتفرم‌های ارتباطی و شبکه‌های اجتماعی مثل اینستاگرام، تلگرام، واتساپ و امثال آن طبق تقسیم‌بندی مرکز ملی فضای مجازی، در حیطه کاری وزارت ارتباطات است. ما در وزارت صمت خیلی درگیر وجه ارتباطی موضوع نیستیم. جایی درگیر می‌شویم که عملیات تجاری انجام شود. آمار پیامرسان‌های داخلی و خارجی باید از سوی وزارت ارتباطات منتشر شود. قطعا رشد وجود داشته اما حیطه رصد ما میزان استفاده از اینکه از چه ابزاری استفاده می‌شود نیست، بلکه فعل تجارت است.

در شبکه‌ها و پیامرسان‌های داخلی عملیات تجاری انجام می‌شود؟ برخی کسب‌وکارها و خدمات در این بسترها تبلیغات دارند. در این زمینه آمار و داده‌ای از وضعیت کسب‌وکار داشتید؟

ما سالیانه چند شاخص اصلی را در حوزه حاکمیت کلان اقتصاد دیجیتال و تجارت الکترونیکی کشور پایش می‌کنیم و گزارش می‌دهیم. اولین شاخص و مهم‌ترین شاخص حجم ریالی معاملات است. این گزارش مبتنی‌بر آمار درگاه‌های پرداخت اینترنتی بانک مرکزی رصد و منتشر می‌شود. شاخص دومی که روی آن تمرکز داریم تعداد این تراکنش‌ها است. به بیان بهتر فارغ از اینکه مقدار عددی تراکنش‌ها کم یا زیاد شده، خود تعداد تراکنش‌ها را به‌عنوان شاخصی برای بررسی میزان استقبال مردم از تجارت الکترونیکی رصد می‌کنیم. این دو شاخص در سال گذشته رشد چشمگیری را تجربه کردند. شاخص سوم تعداد شرکت‌هایی است که پرونده تشکیل دادند و نماد تجارت الکترونیکی یعنی اینماد را دریافت کردند. این شاخص مبنای بررسی فعالان رسمی و اقتصادی تجارت الکترونیکی به شمار می‌رود. خوشبختانه براساس گزارش‌های سالانه همه این شاخص‌ها رشد را ثبت کردند؛ به این ترتیب آمارها در سال ۱۴۰۱ نسبت به ۱۴۰۰ و سال ۱۴۰۲ نسبت به ۱۴۰۱ افزایش قابل توجهی داشتند. انتظار می‌رود این روند صعودی همچنان ادامه پیدا کند.

گزارش تجارت الکترونیکی سال ۱۴۰۲ آماده شده و امسال در نیمه دوم خرداد ماه رونمایی می‌شود. این موعد ارائه گزارش سه ماه زودتر از سال‌های گذشته است. امسال حجم تجارت الکترونیکی ما در سال ۱۴۰۲ به بیش از ۳ هزار و ۱۰۰ هزار میلیارد تومان رسیده است. این عدد از رشد ۷۴ درصدی در مقایسه با سال قبل حکایت دارد. تعداد تراکنش‌ها نیز در مقایسه با میزان ۳ میلیارد تراکنش با افزایش ۳۰ درصدی به ۳۹ میلیارد تراکنش رسید. جزئیات بیشتر تجارت الکترونیکی را در رونمایی نیمه دوم خرداد ماه اعلام خواهیم کرد.

به نظر می‌رسد یکی از دغدغه‌های اصلی کسب‌وکارها، موضوع حمل‌ونقل و پست و در یک کلمه، توزیع کالاست. واقعیت این است که نارضایتی از عملکرد شرکت‌های پستی هم در بخش دولتی هم بخش خصوصی وجود دارد. این موضوع چالشی در حوزه تجارت الکترونیکی ایجاد نکرده است؟

این موضوع فقط شامل حال ما نمی‌شود. چالش لجستیک به صورت کلی وجود دارد؛ این موضوع به حمل‌ونقل کالا محدود نیست و کل فرآیند بسته‌بندی، انبارداری، توزیع و رساندن کالا و تحویل‌دهی به مصرف‌کننده را شامل می‌شود. لجستیک به گلوگاه توسعه تجارت الکترونیکی در تمام دنیا بدل شده است. پایه ثابت توسعه تجارت الکترونیکی در تمام دنیا، توسعه لجستیک است. مساله این است که شرکت ملی پست یک پتانسیل بالا و ارزشمند برای کشور محسوب می‌شود، اما یک انحصار برای شرکت ملی پست ایجاد شده که نسبت به آن نقد داریم. معتقدیم وقتی امسال به نام جهش تولید با مشارکت مردم نامگذاری شده، حرکت به سمت بزرگ کردن بنگاه‌های دولتی یک اشتباه استراتژیک است. این بحث را به‌طور جدی در سطح کمیسیون‌های هیات دولت مطرح کردیم. وزیر محترم ارتباطات نسبت به این موضوع رویکرد بسیار روشن و مثبت دارد. باید سعی کنیم در حین اجرا و نوشتن دستورالعمل‌ها در قوانین و مقررات این موضوع در نظر گرفته شود. ما معتقدیم کارهایی که بخش خصوصی و بخش مردمی اقتصاد می‌تواند انجام دهد باید واگذار شود و نباید دست‌انداز برای آنها ایجاد و کار را سخت کرد! مجوزهای تودرتو و پیچیده فقط باعث می‌شود از فعالیت اقتصادی جلوگیری شود. در مرکز به دنبال این هستیم این انحصارها شکسته شود و بتوانیم موانع را برطرف کنیم. قطعا از نظر حمل‌ونقلی یک سری مشکلات داریم که باید حل شود، اما هیچ یک از مواردی که به آن اشاره شد به‌منظور زیر پا گذاشتن ارزشمندی کار شرکت ملی پست نیست. شرکت ملی پست یک سرمایه ملی است، بسیار ارزشمند است و خدمات خیلی خوبی به شرکت‌های تجارت الکترونیکی ارائه می‌دهد، اما این خدمات کافی نیست، نوآوری لازم در آن نیست و مطابق با نیازمندی‌های روز نیز تنظیم نشده است. نارضایتی موجود نیز به همین موارد بازمی‌گردد. به بیان بهتر می‌بینیم وزارت ارتباطات همزمان هم نقش قانونگذار و در عین حال نقش اپراتور را بازی می‌کند؛ هم شرکت ملی پست است و هم ناظر بر آن است و این قدر تعارض منافع ایجاد می‌کند. باید در راستای توسعه از شرکت‌های پست و حمل‌ونقل و لجستیک بخش خصوصی حمایت کنیم؛ این سه مفهوم با هم متفاوت هستند و نباید با یک ادبیات به آن نگاه کرد.

ضعف ما نگاه جزیره‌ای در برخی نهادهای تنظیم‌گر و تصمیم‌گیر است؛ بعضا تصمیم‌گیری‌هایی می‌شود که نهادها متوجه نمی‌شوند آثار آن در کجا نمایان خواهد شد. مثال این موضوع که اخیرا رخ داد، حذف سهمیه بنزین شرکت‌های حمل‌ونقل درون‌شهری مثل اسنپ و تپسی (به‌عنوان دو بازیگر اصلی) بود؛ این مورد از نظر ما یک اشتباه راهبردی قلمداد می‌شود. صراحتا نظر وزارت صمت را به شرکت پخش و پالایش اعلام کردیم. به علت اینکه مهم‌ترین و بارزترین شاخصه شرکت‌های تجارت الکترونیکی شفافیت است یعنی ما در کشور هیچ جایی را نداریم که به اندازه شرکت‌های تجارت الکترونیکی شفاف باشند. در یک سفر با یکی از این شرکت‌ها ساعت شروع مشخص است، کجا سوار شدن مشخص است، چقدر در ترافیک بودید مشخص است، از کدام مسیر رفتید مشخص است، از لحاظ طول مسیر مشخص است، چه زمانی پیاده شدید مشخص است، تلفن شما مشخص است؛ یعنی کاملا قابل صحت‌سنجی است که آیا این مسیر یا سفر انجام شده یا خیر. عین همین اطلاعات برای راننده حاضر در این پلتفرم‌ها نیز صادق است. این در حالی است که در سایر سیستم‌هایی که به موازات این شرکت‌ها فعالیت می‌کنند، این شفافیت وجود ندارد.

همه این سهمیه را دریافت می‌کنند؟

بله، شرکتی که شفاف عمل کرده را تنبیه می‌کنیم. این رویکرد اشتباه است. می‌گوییم اگر شفاف شدید با شما مشکل داریم، اگر غیرشفاف باشید و سیستم غیرشفاف داشته باشید با شما مشکلی نداریم. این اراده دولت نیست، بلکه اشتباه تصمیم‌گیری یک بخش است، یعنی درنتیجه تصمیم اشتباه یک بخش، این برداشت می‌شود وگرنه اراده دولت به حداکثر رساندن شفافیت است. با حذف سهمیه این شرکت‌ها به‌شدت مخالف هستیم و اقدامات لازم برای بازگشت آن را حتما از مجاری قانونی پیگیری و رایزنی می‌کنیم. معتقدیم بقیه هم باید همین اندازه شفاف عمل کنند. ما می‌گوییم تخصیص سهمیه‌های بنزین باید طوری باشد که مردم از آن منتفع شوند. این کلیدواژه‌ای است که باید به آن دقت کنیم و در شرکت‌های تجارت الکترونیکی این موضوع جدی است و به جد نیز پیگیر آن هستیم.

یکی از طرح‌های موجود، اتصال پلتفرم‌ها به بستر معاملات الکترونیکی خودرو در راستای جلوگیری از کلاهبرداری و تسهیل روند فروش بود؛ درباره آخرین وضعیت آن توضیح می‌دهید؟

حوزه خودرو همواره یکی از حوزه‌های حائز اهمیت و جذاب از لحاظ اقتصادی بوده است. گردش مالی معاملات خودرو نشان می‌دهد میزان عددی معاملات خودرو در کشور نزدیک به سه‌هزار همت به ازای هر سال است؛ این تخمین اولیه ماست. امکان حضور سکوها و شرکت‌های اینترنتی به‌علت عدم تعامل دستگاه‌های مربوط مهیا نبود. قانونگذار و مجلس محترم تدبیری کرد و در قانون بودجه ۱۴۰۲ ویژه این موضوع‌بندی را اختصاص داد، ذیل آن بند دستگاه‌ها موظف شدند با هم تعامل کنند و این اطلاعات و زیرساخت‌های مورد نیاز برای فعالیت شرکت‌های اینترنتی و سکوها را در اختیار آنها قرار دهند. چهار دستگاه وزارت صمت، فراجا، قوه قضائیه و معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری متمرکز و موظف به اجرایی‌سازی این امر شدند. دستگاه‌های زیادی نیز اعم از بیمه، سازمان مالیاتی، شهرداری‌ها و... درگیر بودند. خدا را شکر سال گذشته اواخر اسفند زیرساخت ارتباطی و اتصال سکوها مهیا شد. امسال فراخوانی جهت اتصال شرکت‌ها و سکوهای فعال در این حوزه داشتیم که موعد آن تا آخر فروردین‌ماه بود؛ همچنان امکان ثبت درخواست وجود دارد، این درخواست‌ها در صف بررسی قرار خواهند گرفت. تعدادی از سکوهای خوشنام کشور اعلام آمادگی کرده‌اند، پروپوزال خود را ارائه داده‌اند و اکنون منتظر اتصال هستیم. انتظار می‌رود افراد تا انتهای بهار ۱۴۰۳ ثبت معاملات خود را در این پلتفرم‌ها آغاز و از مزایای آن استفاده کنند.

بر این اساس افراد می‌توانند خرید و معاملات را در بستر پلتفرم انجام دهند؟ امکان نوشتن قراردادهای الکترونیکی در این پلتفرم‌ها وجود دارد؟

جواب هر دو سوال بله است. هم امکان نوشتن و هم امضای الکترونیکی قرارداد وجود دارد. چندمرحله برای خرید یک خودرو مهم است؛ مرحله اول این است اطلاع داشته باشید چنین خودرویی موجود است. در مرحله دوم باید مطمئن شوید کسی که این آگهی را گذاشته مالک واقعی است، اجازه فروش دارد و خودرو را قبلا به کسی دیگر نفروخته، یعنی اطلاعات مربوط به مالک و خودرو موجود باشد. مرحله سوم جایی است که می‌خواهید پولی را به‌عنوان بیعانه برای شروع معامله پرداخت کنید. در مرحله چهارم قرارداد امضا می‌شود که برخی مواقع مرحله سوم و چهارم به‌صورت همزمان اتفاق می‌افتد. نگران هستید فردی که آن‌طرف میز نشسته مالک واقعی است یا خیر؟ امضای او مشکل حقوقی پیدا نمی‌کند و بعدا امضا را انکار نمی‌کند؟ و مواردی از این دست. مرحله آخر تعویض پلاک و پرداخت مابقی وجه است. این پلتفرم‌ها در تمام این پنج مرحله برای مردم ارزش‌افزوده خلق می‌کنند، به بیان بهتر باعث می‌شوند کار مردم با اطمینان بیشتر، راحت‌تر و امن‌تر انجام شود. این امر ظرفیت مطلوبی ایجاد می‌کند و مردم نیز به‌تدریج از ظرفیت و مزایای آن بهره‌مند می‌شوند.

در این پلتفرم‌ها امکان بلوکه شدن و سپس انتقال پول نیز وجود دارد؟

بله، این نوع پرداخت تحت‌عنوان حساب امن تعریف می‌شود، یعنی اگر خودرو تحویل داده نشود پول جابه‌جا نمی‌شود و برگشت می‌خورد یا اگر مساله‌ای در حین معامله منجر به فسق آن شود قابلیت بازگشت وجه به حساب مبدا وجود دارد و می‌تواند ذیل تعهدات قراردادی مدیریت شود.

برای حوزه تجارت الکترونیکی سند ملی هم داریم؟

بله، از اواخر سال ۱۴۰۱ سندی تحت‌عنوان راهبرد تجارت الکترونیکی ایران برای افق ۱۴۰۷ تهیه و پیش‌نویس آماده شد و در اختیار تعدادی از کسب‌وکارها، دانشگاه‌ها، اتاق‌های بازرگانی و صاحب‌نظرانی که در این حوزه بودند قرار گرفت. در حدود یک سال این سند چکش‌کاری شد و رفت‌وبرگشت داشت، نظرات جمع‌آوری و تجمیع شد، بعضا اصلاح شد و الان که خدمت شما هستم این سند به‌عنوان یک سند مدون آماده شده که در خردادماه یعنی همزمان با رونمایی از گزارش سالیانه از این سند نیز رونمایی می‌شود و انتشار عمومی پیدا می‌کند.

آماری از جرائم در حوزه تجارت الکترونیکی دارید؟

قوه قضائیه و پلیس مرجع اعلام جرائم هستند. اکنون نزدیک به ۲۰۰ هزار شرکت تجارت الکترونیکی در کشور زیرنظر مرکز توسعه تجارت الکترونیکی فعالیت می‌کنند، روزانه حدودا ۱۰۰ عنوان شکایت و تخلف نزد ما ثبت می‌شود. برخی از اینها در مرحله ثبت برطرف می‌شوند. برخی از اختلاف‌ها از طریق داوری حل می‌شوند. تعدادی نیز به مراجع قضائی ارجاع داده می‌شود. ولیکن همان‌طور که بیان کردم، چون ما مرجع رسیدگی به جرم نیستیم، ممکن است تخلفات را در یک بخش بررسی کنیم، ولی بررسی جرائم برعهده قوه قضائیه و پلیس مربوط، یعنی پلیس فتاست.

حوزه تجارت الکترونیکی چه کمکی می‌تواند به تحقق شعار سال کند و شما چه اقداماتی برای تحقق این شعار و همچنین بهبود مشارکت مردم در اقتصاد در دستور کار دارید؟

تجارت الکترونیکی از نظر ما تجلی مشارکت مردم دراقتصاد است، یعنی وقتی می‌گوییم ۲۰۰ هزار شرکت داریم و این شرکت‌ها همین‌طور درحال رشد هستند، یعنی جوانان و نخبگان کشور در حوزه‌های مختلف برای تولید و اقتصاد فعال می‌شوند. یکی از حوزه‌ها، تجارت الکترونیکی است و از قضا حوزه درحال رشدی است که سرمایه کمی نیاز دارد، یعنی از لحاظ سرمایه اولیه، عدد کوچکی به نسبت سایر کسب‌وکارهایی که شما می‌خواهید فعالیت در آن را شروع کنید، نیاز است. ذات تجارت الکترونیکی از نظر ما مردمی است، یعنی جایی است که شرکت‌های دولتی یا شبه‌دولتی خیلی کمرنگ بوده و درعوض مردم بسیار فعال هستند. تمرکز سیاستی مرکز توسعه تجارت الکترونیکی به حداقل رساندن تولی‌گری و تصدی‌گری دولت و استفاده از ظرفیت‌های مردمی در حوزه نظارت، توسعه فعالیت‌های اقتصادی، اعطای برخی تاییدیه‌ها و... بوده است؛ به بیان بهتر قصد داریم به هاب تعامل مردم با مردم تبدیل شویم که این اصطلاحا ذیل حکمرانی پلتفرمی یا دولت پلتفرمی می‌گنجد. دولت به‌مثابه یک پلتفرم برای ارتباط بخش‌های مختلف اقتصاد و بخش‌های مختلف مردمی با یکدیگر عمل می‌کند و وارد فرآیندهای عملیاتی نمی‌شود. رویکرد اصلی مرکز در بخش قانونگذاری و حکمرانی به این سمت است.

در چندسال اخیر اقدامات خوبی در راستای تسهیلگری حوزه کسب‌وکارها رقم خورد. کسب‌وکارهای خانگی ازجمله این بخش‌هاست. آمار و ارقامی از گردش مالی این نوع از کسب‌وکار دارید؟ گردش مالی دارند که بخواهند در بستر تجارت الکترونیکی کسب‌وکار خود را تبلیغ کنند و فروش خود را انجام دهند؟ سهم آنها مشخص است؟

مرز بین کسب‌وکار خانگی و کسب‌وکار تجارت الکترونیکی غیرخانگی خیلی شفاف نیست، چون تجارت الکترونیکی می‌تواند در محیط غیراداری انجام شود، یعنی شما می‌توانید داخل منزل بنشینید و خرید و فروش کنید، ادمین سایت خود باشید، کارها را انجام دهید و سفارش‌های خود را از طریق پست یا شرکت‌های پستی ارسال کنید. درحال حاضر تعداد کسب‌وکارهای خانگی کم است، اگر به‌مرور زمان ببینیم حجم آن درحال افزایش است حتما دسته مستقلی برای گزارش‌های مربوط به کسب‌وکارها خانگی ایجاد خواهیم کرد.

پنجشنبه ۱۷ خرداد ۱۴۰۳
شماره ۴۱۵۵
WWW.FDN.IR
FARHIKHTEGANDAILY

مدیرمسئول:
محمدامین ایمانجانی
قائم‌مقام مدیرمسئول:
مسعود فروغی
سردبیر:
محمد زعیم‌زاده
تلفن و فکس:
۶۲۹۹۹۴۹۵ (۰۲۱)
کدپستی:
۱۱۳۵۶۳۳۸۱۶
چاپ:
چاپخانه دانشگاه آزاد اسلامی
نشانی:
خیابان حافظ، پایین‌تر از جمهوری
روبه‌روی ساختمان بورس
ساختمان فرهیختگان، طبقه سوم