

# از نایلکس رایگان تا کیسه فاکتور شده

تحلیل دوماهه محتوای رسانه‌ای درباره  
قیمت‌گذاری کیسه‌های پلاستیکی در فروشگاه‌ها

با تمرکز بر فروشگاه‌های

شهروند، اتکا، افق‌کورش و رفاه



بازه بررسی: اردیبهشت و خرداد ۱۴۰۵



## کیسه پلاستیکی

قیمت: ۲,۰۰۰ تومان

کالاهای اساسی	۱۸۰,۰۰۰
محصولات لبنی	۷۵,۰۰۰
مواد شوینده	۴۵,۰۰۰
میوه و سبزیجات	۹۸,۰۰۰
سایر کالاها	۶۲,۰۰۰

کیسه پلاستیکی ۲,۰۰۰

جمع کل ۴۶۲,۰۰۰



هشتگ

[www.8tag.ir](http://www.8tag.ir)



در ماه‌های اخیر، موضوع قیمت‌گذاری و دریافت هزینه جداگانه برای کیسه‌های پلاستیکی در فروشگاه‌ها به یکی از بحث‌های قابل‌توجه در فضای رسانه‌ای تبدیل شده است. ماجرا از جایی جدی‌تر شد که برخی گزارش‌ها و روایت‌های مردمی از درج هزینه نایلکس در فاکتور خرید فروشگاه‌های زنجیره‌ای منتشر شد؛ موضوعی که در نگاه اول ساده به نظر می‌رسید، اما خیلی زود با مسائلی مانند شفافیت فاکتور، هزینه‌های خرد خانوار، مسئولیت فروشگاه‌ها و سیاست‌های محیط‌زیستی گره خورد.

از یک سو، نهادهایی مانند شهرداری تهران، قیمت‌گذاری کیسه‌های پلاستیکی را راهکاری برای کاهش مصرف پلاستیک و حرکت به سمت رفتارهای مسئولانه‌تر زیست‌محیطی مطرح می‌کنند. از سوی دیگر، بخشی از افکار عمومی این تغییر را نه صرفاً یک اقدام محیط‌زیستی، بلکه هزینه‌ای تازه و تا حدی مبهم بر خرید روزمره می‌بیند. همین دوگانگی باعث شده موضوع نایلکس از یک بحث فروشگاه‌های فراتر برود و به مسئله‌ای درباره اعتماد، شفافیت و نحوه اجرای سیاست‌های عمومی تبدیل شود.

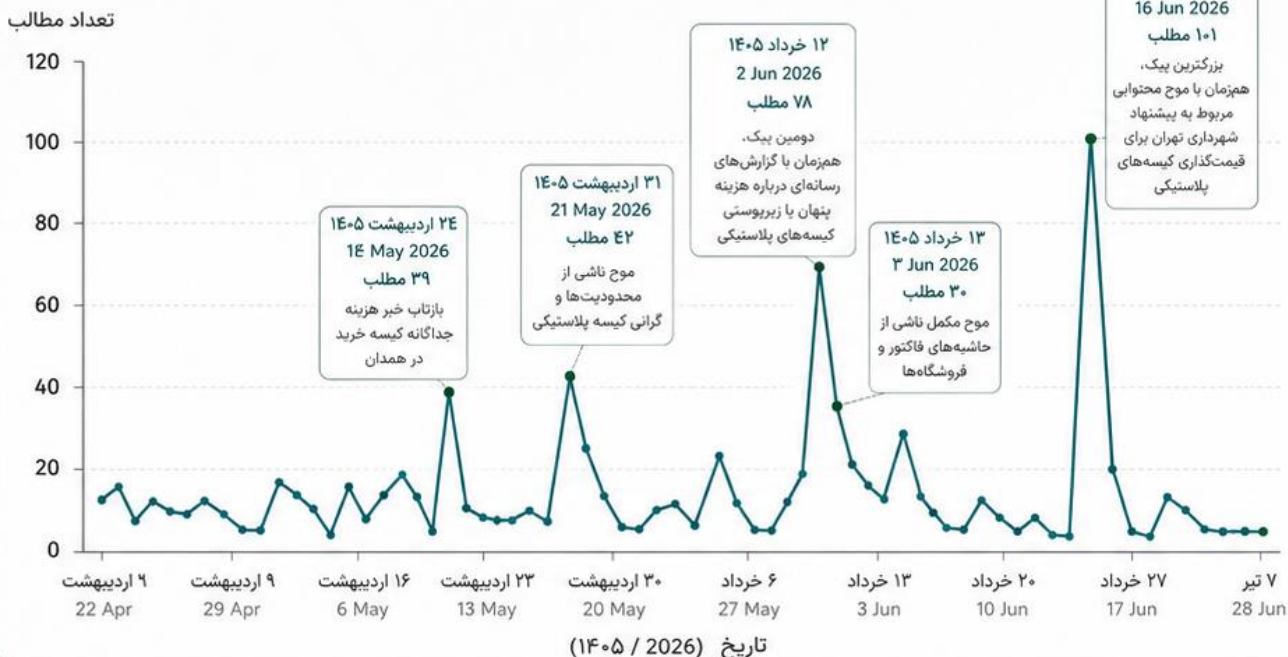
در این میان، نام برخی فروشگاه‌ها و نهادها بیشتر در محتواها دیده شده است؛ از جمله شهرداری تهران، فروشگاه شهروند، افق کوروش و اتکا. هرکدام از این بازیگران در شکل‌گیری روایت‌های مختلف این موضوع نقش داشته‌اند؛ از روایت محیط‌زیستی و فرهنگ‌سازی گرفته تا روایت انتقادی درباره فشار هزینه‌ای و ابهام در فاکتور خرید.

در این گزارش، محتوای منتشرشده پیرامون قیمت‌گذاری، فروش یا دریافت هزینه جداگانه کیسه‌های پلاستیکی در فروشگاه‌ها، در بازه‌ای دوماهه در رسانه‌ها و سوشال‌مدیا مورد بررسی قرار گرفته است.

# روند انتشار مطالب پیرامون موضوع

بررسی روزانه محتواهای منتشرشده درباره قیمت‌گذاری و دریافت هزینه کیسه‌های پلاستیکی

## روند روزانه تعداد مطالب منتشرشده



## نکات کلیدی

بازه بررسی: اردیبهشت و خرداد ۱۴۰۵

مجموع مطالب: ۷۲۷

بیشترین مقدار روزانه: ۱۰۱ مطلب

پلتفرم‌های پرتکرار: ایتا، روبیکا، بله، تلگرام

## توصیف و تحلیل

- انتشار محتوا در بیشتر روزها در سطح پایین تا متوسط قرار داشته، اما چند رویداد مشخص باعث جهش ناگهانی حجم مطالب شده است.
- مهم‌ترین پیک انتشار در ۲۶ خرداد رخ داده که نشان‌دهنده اثرگذاری بالای ورود رسمی شهرداری تهران به موضوع است.
- پیک‌های میانی در اواخر اردیبهشت و اوایل خرداد بیشتر به حاشیه‌های فاکتور فروشگاه‌ها، هزینه نایلکس و روایت‌های انتقادی مربوط بوده‌اند.
- الگوی انتشار نشان می‌دهد موضوع از یک بحث فروشگاه‌های محلی، به یک مسئله رسانه‌ای و سیاستی در سطح گسترده‌تر تبدیل شده است.

# تحلیل روند انتشار

جمع‌بندی تحلیلی از الگوی انتشار مطالب پیرامون موضوع

۱

## موج نخست



روند انتشار مطالب نشان می‌دهد که موضوع نایلکس نه به صورت تدریجی، بلکه در واکنش به چند رویداد مشخص اوج گرفته است. موج نخست با خبر دریافت هزینه جداگانه کیسه خرید در همدان شکل گرفت و نشان داد حساسیت افکار عمومی ابتدا از سطح تجربه مشتری و فاکتور فروشگاه آغاز شده است.

۲

## غلبه قاب اقتصادی و فروشگاه‌های



در موج‌های بعدی، موضوع با گرانی و کمبود پلاستیک، درج هزینه نایلکس در فاکتور فروشگاه‌ها و روایت‌های انتقادی درباره انتقال هزینه به مصرف‌کننده گره خورد. در این مرحله، قاب اقتصادی و فروشگاه‌های بر قاب محیط‌زیستی غلبه داشت.

۳

## ورود به سطح سیاست‌گذاری



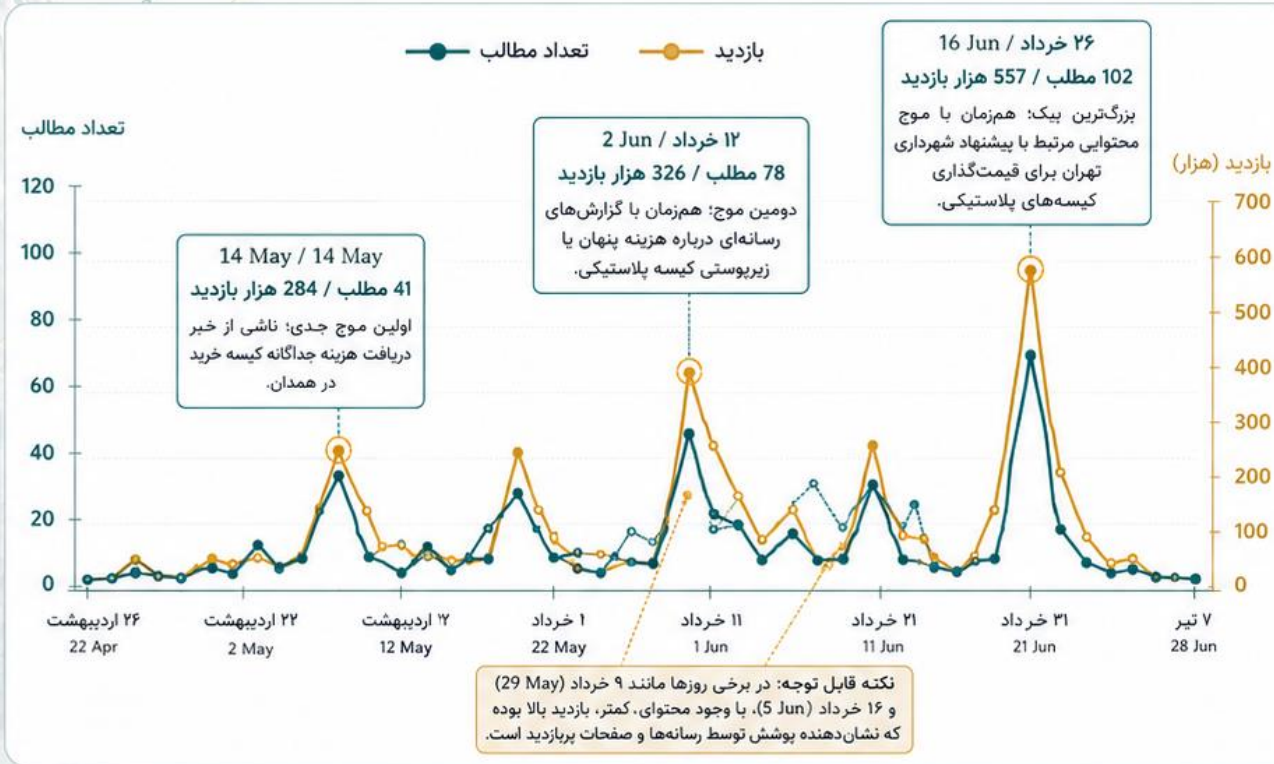
بزرگ‌ترین پیک انتشار در ۲۹ خرداد و هم‌زمان با ورود رسمی شهرداری تهران به بحث قیمت‌گذاری کیسه‌های پلاستیکی رخ داد. این جهش نشان می‌دهد که مسئله از سطح گلایه‌های پراکنده و محلی، به یک دستورکار رسانه‌ای و سیاستی تبدیل شده است.

**جمع‌بندی:** موضوع نایلکس از یک مسئله فروشگاه‌های و محلی، به یک بحث رسانه‌ای و سیاستی در سطح گسترده‌تر تبدیل شده است.



# روند انتشار و بازدید مطالب

بررسی همزمان حجم انتشار محتوا و میزان بازدید پیرامون موضوع قیمت‌گذاری و دریافت هزینه کیسه‌های پلاستیکی



## نکات کلیدی



بازه بررسی:

اردیبهشت و خرداد ۱۴۰۵



مجموع محتوای مرتبط:

۷۲۷ مطلب



مجموع بازدید محتوای مرتبط:

۲ میلیون ۴۰۰ هزار بازدید



بزرگ‌ترین پیک:

۱۰۲ مطلب و ۵۵۷ هزار بازدید



الگوی کلی:

همسویی بالای انتشار و بازدید

## توصیف و تحلیل

- انتشار و بازدید مطالب در اغلب روزها هم‌جهت حرکت کرده‌اند؛ یعنی هر زمان موج محتوایی شکل گرفته، بازدید نیز به‌صورت محسوسی افزایش یافته است؛
- نخستین جهش معنادار در ۲۴ اردیبهشت رخ داده و نشان می‌دهد حساسیت افکار عمومی ابتدا از سطح تجربه مشتری و فاکتور فروشگاه‌ها آغاز شده است.
- موج‌های بعدی در اوایل خرداد بیشتر با روایت‌های اقتصادی و فروشگاه‌های، از جمله گرانی پلاستیک، درج هزینه نایکس در فاکتور و انتقاد از انتقال هزینه به مصرف‌کننده پیوند خورده‌اند.
- بزرگ‌ترین پیک در ۲۶ خرداد ثبت شده و نشان می‌دهد با ورود رسمی شهرداری تهران، موضوع از یک بحث فروشگاه‌های و محلی به یک دستورکار رسانه‌ای و سیاستی در سطح گسترده‌تر تبدیل شده است.

**جمع‌بندی:** روند بازدیدها تأیید می‌کند که موضوع نایکس تنها یک بحث محدود فروشگاه‌های نامانده و به یک مسئله فراگیر رسانه‌ای با بار سیاستی و افکار عمومی تبدیل شده است.



# روش تحلیل و مسیر تکامل مسئله

مروری بر روش پالایش داده‌ها و چگونگی تبدیل موضوع نایلکس به یک مسئله رسانه‌ای و سیاستی



## روش تحلیل



در این گزارش، ۷۹۳ محتوای منتشرشده در بازه ۲۱ آوریل تا ۲۸ ژوئن ۲۰۲۶ بررسی شد. پس از پالایش داده‌ها، ۵۲۶ محتوای مرتبط مستقیم و حاشیه‌ای وارد تحلیل نهایی شدند و محتواهای نامرتب، تکراری یا دارای کاربرد متفاوت واژگانی مانند «شهروند»، «رفاه»، «کیسه» و «پلاستیک» از تحلیل اصلی کنار گذاشته شدند. در تحلیل نهایی، علاوه بر تعداد محتوا، شاخص‌هایی مانند بازدید، کپی، منبع انتشار و لحن محتوا نیز در نظر گرفته شده است.

## مسیر تکامل مسئله در سه مرحله

۳

### مرحله سوم سیاسی شدن موضوع



ورود شهرداری تهران، طرح پیشنهاد قیمت گذاری، و تبدیل موضوع به بحثی در سطح سیاست گذاری شهری و ملی.

۲

### مرحله دوم رسانه‌ای شدن مسئله



ورود رسانه‌ها، برجسته شدن هزینه پنهان، و شکل گیری روایت‌های انتقادی پیرامون فروشگاه‌ها.

۱

### مرحله اول تجربه مشتری



شروع از فاکتور، درج هزینه نایلکس، گلایه‌های محلی و نمونه‌هایی مانند همدان.

## جمع بندی

پرونده نایلکس از سطح تجربه روزمره مشتری آغاز شد، در رسانه‌ها به موضوعی انتقادی تبدیل شد و در نهایت با ورود شهرداری تهران به سطح سیاست گذاری شهری رسید.



# سهم منابع و مضامین کلیدی

مروری بر توزیع انتشار، بازدید و کلیدواژه‌های پرتکرار در محتوای مرتبط با موضوع

میانگین بازدید هر پست  
**۳,۳۲۷**



بازدید (impression)  
**۲,۴۱۸,۹۰۸**

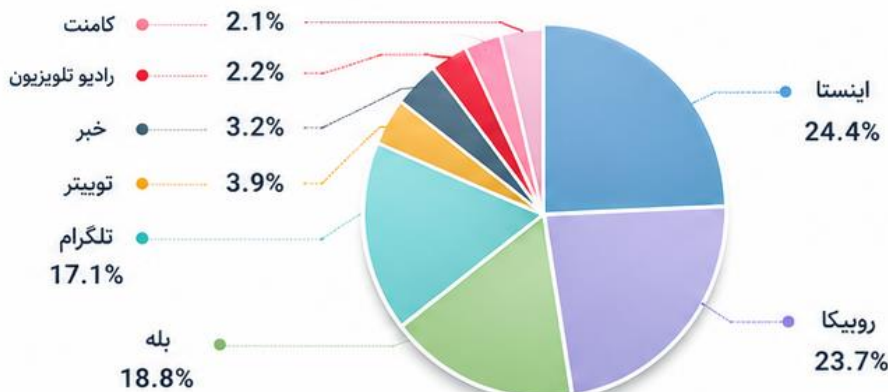


تعداد رسانه  
**۶۲۳**

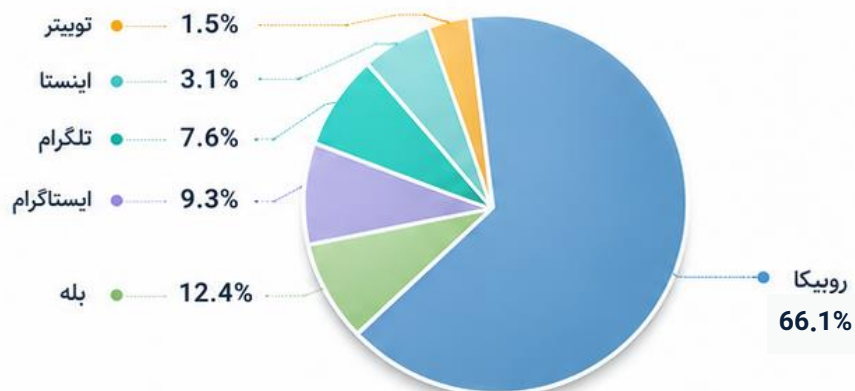


تعداد مطلب  
**۷۲۷**

## سهم هر سرویس از مطالب منتشرشده



## سهم هر بازدید هر سرویس از مطالب منتشرشده



## کلیدواژه‌ها و مضامین پرتکرار

تأمین مواد اولیه



## برداشت کلیدی

توزیع مطالب نشان می‌دهد سهم انتشار میان چند پلتفرم نسبتاً متوازن‌تر است، اما در بازدید، روبیکا فاصله قابل توجهی با سایر منابع دارد. همچنین مضامین پرتکرار بیشتر حول موضوع نایلون، مصرف پلاستیک، محیط‌زیست و سیاست‌گذاری شهری متمرکز شده‌اند.

# دسته‌بندی محتوایی روایت‌ها

محورهای اصلی محتوای منتشرشده پیرامون قیمت‌گذاری کیسه‌های پلاستیکی



## روایت محیط‌زیستی و حمایتی

کاهش مصرف پلاستیک، فرهنگ‌سازی، استفاده از کیسه پارچه‌ای و تجربه کشورهای مختلف.

مثبت



## روایت اقتصادی و انتقادی

برداشت مخاطبان از هزینه تازه، فشار بر خرید روزانه و انتقال هزینه به مصرف‌کننده.

منفی



## روایت فروشگاهی و فاکتوری

درج نایلکس در فاکتور، تخفیف ۱۰٪، ابهام در محاسبه و حساسیت نسبت به رفتار فروشگاه‌ها.

دوگانه



## روایت اعتماد و شفافیت

پرسش درباره مقصد پول کیسه‌ها، ذی‌نفعی فروشگاه‌ها و ضرورت شفافیت مالی و اجرایی.

حساس



## روایت سیاستی و اجرایی

ضرورت مصوبه ملی، اجرای همزمان، جلوگیری از اقدام جزیره‌ای و ورود شهرداری تهران به دستورکار رسانه‌ای.

مدیریتی



دوگانه و مخلوط:

۹۷ مطلب / ۲۸۰ هزار بازدید



خنثی و خبری:

۷۶ مطلب / ۲۰۵ هزار بازدید



محتوای انتقادی:

۱۶۹ مطلب / ۷۶۸ هزار بازدید



محتوای حمایتی:

۲۱۴ مطلب / ۹۹۴ هزار بازدید



**برداشت کلیدی:** اگرچه روایت حمایتی از نظر تعداد بیشتر است، اما روایت انتقادی بازدید بالاتری گرفته؛ یعنی حساسیت افکار عمومی بیشتر حول هزینه، فاکتور و ابهام مالی شکل گرفته تا صرفاً مسئله محیط‌زیست.

# محورهای مثبت و حمایتی

روایت‌های اصلی حامی قیمت‌گذاری کیسه‌های پلاستیکی در فروشگاه‌ها

۴



## ضرورت اجرای هماهنگ و مصوبه ملی

در این محور تأکید می‌شود که اجرای قیمت‌گذاری باید شفاف، هماهنگ و با پشتوانه مصوبه ملی انجام شود تا از اجرای جزیره‌ای و نارضایتی جلوگیری شود.

سیاست‌گذاری

۳



## فرهنگ‌سازی و جایگزینی کیسه پارچه‌ای

این روایت، دریافت هزینه کیسه خرید را فرصتی برای تغییر عادت خرید و تشویق شهروندان به استفاده از کیسه‌های پارچه‌ای و چندبارمصرف می‌داند.

تغییر رفتار

۲



## تجربه جهانی و ضرورت تغییر رفتار

در این محور، به تجربه کشورهای مختلف اشاره می‌شود و رایگان نبودن کیسه‌های پلاستیکی، یک سیاست آزموده‌شده برای اصلاح الگوی مصرف معرفی می‌شود.

تجربه جهانی

۱



## کاهش مصرف پلاستیک و حفاظت از محیط‌زیست

این روایت، قیمت‌گذاری کیسه پلاستیکی را راهی برای کاهش مصرف نایلکس، کاهش پسماند پلاستیکی و حرکت به سمت رفتارهای مسئولانه‌تر زیست‌محیطی معرفی می‌کند.

محیط‌زیستی



**جمع‌بندی:** روایت‌های حمایتی، قیمت‌گذاری کیسه‌های پلاستیکی را در چارچوب محیط‌زیست، فرهنگ‌سازی و سیاست‌گذاری منسجم توجیه می‌کنند.



# نمونه محتوا



خبرگزاری تسنیم (عضو ۲۵۰,۳۳۰)

شهرداری تهران خواستار قیمت گذاری کیسه های پلاستیکی در فروشگاه ها شد

«محمدصابر باغخانی» مدیرکل محیط زیست و توسعه پایدار شهرداری تهران:

◆ شهرداری تهران و مجموعه هایی مانند فروشگاه های شهروند برنامه های مختلفی را در مناسبت های گوناگون برای فرهنگ سازی و کاهش مصرف پلاستیک اجرا کرده اند.

◆ بر اساس امار موجود، روزانه حدود ۶ تن پلاستیک در میدان و مراکز وابسته به شهرداری تهران مصرف می شود که نشان دهنده ضرورت اتخاذ تدابیر جدی تر برای مدیریت این موضوع است.

◆ یکی از پیشنهاد های مطرح شده، قیمت گذاری کیسه های پلاستیکی در فروشگاه هاست؛ موضوعی که طی سال های گذشته نیز بارها مطرح شده اما هنوز به مرحله اجرا نرسیده است.

◆ تجربه کشورهای مختلف نشان می دهد که رایگان نبودن کیسه های پلاستیکی تاثیر قابل توجهی در کاهش مصرف دارد. بر همین اساس، پیشنهاد می شود فروشگاه های زنجیره ای به صورت همزمان و با پشتوانه یک مصوبه ملی، نسبت به قیمت گذاری کیسه های پلاستیکی اقدام کنند.

TasnimNews@

منفی خنثی مثبت

۹,۵۰۵ ۱ ۲۲ ۲۳ ۱۴۰۵/۰۳/۲۶ - ۱۶:۱۳:۵۱

ایستا

ایین نامه کاهش مصرف کیسه های پلاستیکی گرفتار در هزارتوی اجرا

رئیس گروه پسماندهای عادی و کشاورزی سازمان حفاظت محیط زیست ضمن تشریح سابقه تصویب این نامه کاهش مصرف کیسه های پلاستیکی در سال ۱۴۰۱ و عملیاتی نشدن برخی مواد آن، به تلاش مرکز امور اصناف در شرایط کنونی برای ممنوعیت توزیع رایگان کیسه های پلاستیکی در فروشگاه های زنجیره ای و سوپرمارکت ها اشاره کرد.

منفی خنثی مثبت



ضرب نژد منبع: ۱۰

۱۴۰۵/۰۳/۳۰ - ۰۵:۴۷:۰۰

اقتصاد معاصر (عضو ۶,۷۲۰)

خدا حافظی با کیسه های نایلونی رایگان در فروشگاه ها

تصور می رود تصمیمات جدید اتاق اصناف تهران و در راستای مدیریت منابع ملی و حفاظت از محیط زیست، دوران عرضه رایگان کیسه های پلاستیکی در واحد های صنفی و فروشگاه های زنجیره ای به پایان می رسد.

طبق اعلام حمیدرضا رستگار، رئیس اتاق اصناف تهران، هزینه کیسه های نایلونی به صورت سیستمی و مجزا در فاکتور خرید درج خواهد شد. هدف از این کار، حذف رقابت ناصحیح فروشگاه ها در جذب مشتری از طریق عرضه نایلون رایگان است.

Eghtesade\_Moaser@

منفی خنثی مثبت



۱۴۰۵/۰۲/۱۷ - ۲۳:۲۳:۴۶

جارچی اقتصاد (عضو ۹,۸۸۰)


تهدید نه! فرصت کمبود نایلون

تصور می رود به علت صدمه دیدن برخی از پتروشیمی های کشور در جنگ اخیر، قیمت نایلون و محصولات پلاستیکی در روزهای اخیر افزایش قابل ملاحظه ای داشته است. برای حل مشکل دولت می تواند به مردم بگوید برای خرید کیسه های پارچه ای استفاده کنند و فروشگاه های زنجیره ای هم مجاب به گرفتن پول بابت دادن کیسه نایلونی شوند و در تجمعات شبانه هم کمی کار ترویجی و تبلیغی انجام شود. به نظر خیلی زود بتوان فرهنگ استفاده بی رویه از کتسه های نایلونی را تغییر داد و از دل تهدید کمبود پلاستیک فرصت زیست سالم تر ساخت.

جارچی اقتصاد

jaarchi\_eghtesad@

منفی خنثی مثبت



۱۴۰۵/۰۲/۱۳ - ۱۹:۳۲:۱۴

خبرگزاری شهر (عضو ۳۲,۳۳۰)

خبرگزاری شهر! فروشگاه های زنجیره ای کیسه های پارچه ای را جایگزین کیسه های پلاستیکی کنند

تجفی، عضو هیئت رئیسه شورای اسلامی شهر تهران:

◆ انتظار می رود فروشگاه های زنجیره ای با کاهش توزیع کیسه های پلاستیکی یک بار مصرف و ترویج استفاده از کیسه های پارچه ای و چندبار مصرف، مسیولیت اجتماعی خود را در قبال محیط زیست به شکل جدی تری ایفا کنند. این مجموعه ها می توانند با اجرای طرح های تشویقی، شهروندان را به استفاده از جایگزین های پایدار ترغیب کنند.

برای جزئیات بیشتر کلیک کنید

shahr.ir/x.۷۵۸

ShahrAgency@

منفی خنثی مثبت



۱۴۰۵/۰۳/۲۰ - ۱۱:۵۲:۲۷

# محورهای منفی و انتقادی

روایت‌های انتقادی پیرامون قیمت‌گذاری کیسه‌های پلاستیکی در فروشگاه‌ها

## فاکتور خرید

کالاهای خریداری شده ۱۵۰,۰۰۰  
نایلکس ۱,۰۰۰  
جمع کل ۱۵۱,۰۰۰



۵

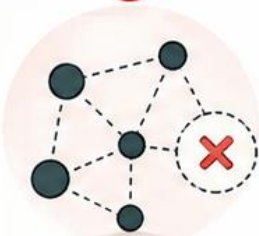


### استفاده از محیط‌زیست به‌عنوان پوشش برای گرانی

در برخی روایت‌ها، مخاطب تصور می‌کند افزایش قیمت یا کمبود پلاستیک با ادبیات محیط‌زیستی به مصرف‌کننده منتقل می‌شود.

پوشش گرانی

۴



### اجرای پراکنده و نبود قاعده واحد

اگر هر فروشگاه یا هر شهر به‌صورت متفاوت عمل کند، سیاست قیمت‌گذاری به تجربه‌ای مبهم، جزیره‌ای و ناآدلانه برای مشتری تبدیل می‌شود.

اجرای جزیره‌ای

۳



### سؤال درباره مقصد پول کیسه‌ها

یکی از پرسش‌های انتقادی این است که در صورت دریافت وجه، این مبلغ به کجا می‌رود؛ فروشگاه، دولت یا طرح‌های محیط‌زیستی؟

شفافیت مالی

۲



### ابهام در فاکتور و بی‌اعتمادی مشتری

درج ردیف نایلکس در فاکتور، حتی بدون دریافت قطعی وجه، می‌تواند ابهام ایجاد کند و ذهن مشتری را به سمت بی‌اعتمادی و تردید نسبت به فروشگاه ببرد.

ابهام

۱



### تبدیل نایلکس به هزینه تازه برای مردم

در این روایت، قیمت‌گذاری کیسه پلاستیکی به‌عنوان هزینه‌ای جدید بر خرید روزمره دیده می‌شود و در شرایط فشار اقتصادی، حتی مبالغ کوچک نیز حساسیت‌زا هستند.

فشار معیشتی

**جمع‌بندی:** روایت‌های انتقادی، موضوع نایلکس را بیش از آنکه صرفاً محیط‌زیستی ببینند، به مسئله‌ای درباره هزینه، فاکتور، شفافیت و اعتماد عمومی تبدیل می‌کنند.



# نمونه محتوا



هگمتانه آنلاین (عضو ۶۱۰۰)

هزینه جداگانه کیسه خرید روی فاکتور فروشگاه های زنجیره ای همدان مان با افزایش قیمت پلاستیک در بازار، برخی فروشگاه های زنجیره ای در همدان هزینه کیسه های خرید را به صورت جداگانه از مشتریان دریافت می کنند.

بر اساس گزارش های مردمی، این مبلغ بسته به سایز پلاستیک بین ۲ هزار و ۵۰۰ تا ۵ هزار تومان بوده و به فاکتور نهایی خرید اضافه می شود. **توجه:** به نظر می رسد این اقدام فروشگاه ها، فرصت خوبی است تا شهروندان به سمت استفاده از کیسه های پارچه ای بپردازند تا شاید از حجم بالای پلاستیک های رها شده در طبیعت...

منفی خنثی مثبت

۵,۰۷۸ ۲۷ ۲۵,۰۰۰ ۴۵۰,۰۰۰ ۱۴۰۵/۰۲/۲۴ - ۱۷:۵۲:۴۴

ذره بین (عضو ۱۰۲۰)

اعمال محدودیت ناپولنی در فروشگاه ها / کیسه پلاستیکی ۵۰ درصد گران شد

با افزایش هزینه های تامین مواد اولیه و رشد قیمت محصولات پتروشیمی، برخی فروشگاه های زنجیره ای در هفته های اخیر شیوه توزیع کیسه های پلاستیکی را تغییر داده اند.

- محمدرضا خراسانی، رئیس اتحادیه کشوری فروشگاه های زنجیره ای: دریافت هرگونه مبلغ بابت کیسه های خرید را غیرقانونی است.
- به گفته وی، در گذشته کیسه های پلاستیکی بدون محدودیت در اختیار مشتریان قرار می گرفت، اما اکنون به فروشگاه ها توصیه شده متناسب با حجم خرید هر مشتری، کیسه ارائه کنند تا از مصرف بی رویه جلوگیری شود.
- خراسانی یکی از دلایل اصلی این تغییر را افزایش قابل توجه قیمت مواد اولیه پتروشیمی عنوان کرد و گفت قیمت ناپولن نسبت به سال گذشته حدود ۵۰ درصد افزایش یافته است.

گزارش کامل را در چندتابه آنلاین بخوانید [zarrehbin\\_news@](#)

منفی خنثی مثبت

۷۴۱ ۲۰ ۱۶ ۱۴۰۵/۰۲/۲۳ - ۱۲:۲۴:۵۳

خبرستان بم (عضو ۳۰۰۰)

اطلاعیه شماره ۹ اداره صنعت، معدن و تجارت شهرستان بم

دریافت وجه بابت کیسه پلاستیکی ممنوع است

- واحدهای صنفی محترم
- بدین وسیله به تمامی واحدهای صنفی شهرستان بم ابلاغ می گردد دریافت هرگونه وجه تحت عنوان بهای پلاستیک، ناپولن یا کیسه حمل کالا از مشتریان ممنوع بوده و با متخلفان برابر ضوابط و مقررات برخورد خواهد شد.
- شهروندان محترم

در صورت مشاهده دریافت وجه بابت کیسه پلاستیکی توسط واحدهای صنفی، مراتب را از طریق سامانه تلفنی ۱۲۴ اعلام نموده یا از طریق صفحات رسمی این اداره در فضای مجازی گزارش خود را ا...

منفی خنثی مثبت

۱,۷۸۶ ۷ ۱۴۰۵/۰۲/۰۱ - ۱۱:۵۹:۰۸

خبرنامه اقتصاد (عضو ۴۴۹۰)

کیسه های پلاستیکی؛ هزینه ای که زیربوستی و بدون اطلاع رسانی به سید خرید خانوار ها اضافه شد

در برخی فروشگاه های زنجیره ای مدتی است که دریافت هزینه بابت کیسه های پلاستیکی به رویه ای رایج تبدیل شده؛ بررسی میدانی خبرنگارمیراناز چند فروشگاه زنجیره ای نشان می دهد در برخی از شعب، هنگام صدور فاکتور خرید، هزینه ای بین ۲ هزار و ۵۰۰ تا ۴ هزار تومان بابت کیسه پلاستیکی از مشتری دریافت می شود.

این در حالی است که برخی خریداران معتقدند **کیسه** حمل کالا بخشی از خدمات اولیه فروشگاه محسوب می شود و نباید هزینه جداگانه ای برای آن پرداخت کنند.

یکی از شهروندان که برای خرید روزانه به یک فروشگاه زنجیره ای مراجعه کرده بود بهمیزانگفت:

پس از بررسی فاکتور متوجه شدم مبلغ ۲ هزار و ۵۰۰ تومان بابت یک کیسه پلاستیکی کوچک شده است.

برخی دیگر از مشتریان نیز معتقدند اطلاع رسانی درباره دریافت هزینه کیسه پلاستیکی در همه فروشگاه ها به شکل شفاف انجام نمی شود و بسیاری از خریداران تنها پس از مشاهده فاکتور متوجه این موضوع می شوند.

AkhbarEconomy@

تعداد	قیمت مصرف کننده	مبلغ تخفیف	قابل پرداخت
۳	۹۸,۰۰۰	۳۰۲,۰۰۰	۱,۶۵۸,۰۰۰
۱	۲,۲۰۰,۰۰۰	۷۵۰,۰۰۰	۱,۴۴۹,۰۰۰
۱	۳۳۰,۰۰۰	۰	۳۳۰,۰۰۰
۱	۳۵۰,۰۰۰	۰	۳۵۰,۰۰۰
۱	۲۵۰,۰۰۰	۰	۲۵۰,۰۰۰
۵	۴۳,۰۰۰	۰	۲۱۵,۰۰۰
۱	۱,۵۷۸,۰۰۰	۰	۱,۵۷۸,۰۰۰
۱	۳۴۲,۲۶۱	۰	۳۴۲,۲۶۱
۱	۳,۵۴۳,۰۰۰	۰	۳,۵۴۳,۰۰۰

منفی خنثی مثبت

۲,۰۸۴ ۱۴ ۵۰ ۱۴۰۵/۰۳/۱۲ - ۱۱:۰۷:۵۱

فاینرو | درآمد فوری از روبیکا (عضو ۳۸۹۰۰)

افق کوروش دیگه OK نیست!

من هر بار از افق کوروش خرید میکردم ناپولن هر چی میخواستم خودم برمیداشتم.

امروز برای اولین بار طرف گفت: ناپولن همیشه میخریدیم کیلویی ۹۰ تومن الان شده کیلویی ۵۰ تومن، بر همین به میزان خریدتون، خودمون ناپولن میدیم!!

نتیجه: افق دیگه فهمیده علاوه بر افزایش درآمد، کاهش هزینه های اضافی هم برای بقا لازمه!!

اما فقط کاهش هزینه ها تو رو به سمت فقر مطلق و مریضی جسمانی و روحانی میربوره و در شرایط بحران فعلی، افزایش درآمد دیگه اختیاری نیست بلکه اجباره!

فرود تو وینار ساعت ا...

منفی خنثی مثبت

۵,۵۱۳ ۷ ۱۴۰۵/۰۲/۱۸ - ۱۸:۱۴:۳۲

# اقدامات و واکنش فروشگاه‌های زنجیره‌ای

مروری بر نحوه مواجهه فروشگاه‌ها با موضوع هزینه نایلکس و شفاف‌سازی پیرامون آن

## سه الگوی اصلی مواجهه



### شهروند / شهرداری تهران

- ورود از زاویه سیاست‌گذاری و کاهش مصرف پلاستیک
- تأکید بر تجربه جهانی، فرهنگ‌سازی و ضرورت مصوبه ملی
- نقش پررنگ‌تر در تبیین و آماده‌سازی ذهنی افکار عمومی

واکنش غالب: تبیین سیاستی



### اتکا

- شفاف‌سازی مستقیم درباره درج نایلکس در فاکتور
- تأکید بر عدم دریافت وجه یا صفرشدن مبلغ با تخفیف
- تلاش برای کنترل حاشیه و رفع سوءبرداشت مخاطبان

واکنش غالب: شفاف‌سازی دفاعی



### افق کوروش

- بیشتر در معرض گلایه‌ها و ابهام فاکتور قرار گرفت
- روایت‌ها حول درج نایلکس در فاکتور و برداشت هزینه شکل گرفت
- در داده‌های بررسی‌شده، شفاف‌سازی رسمی و منسجم پررنگ دیده نشد

واکنش غالب: ابهام / پاسخ غیررسمی





**جمع‌بندی:** اتکا بیشترین شفاف‌سازی مستقیم را داشته، شهروند/شهرداری بیشتر نقش توجیه‌گر و سیاستی ایفا کرده‌اند، و افق کوروش بیشتر در معرض ابهام و روایت‌های انتقادی قرار گرفته است.



# نمونه محتوا



کارکنان | حقوق و معیشت (عضو ۴۲.۶K) 





#اتکا شفاف سازی درباره هزینه نایلکس در فاکتورها 

▼ **فروشگاه های زنجیره ای** اتکا در واکنش به شایعات فضای مجازی، نکات زیر را اعلام کردند:


- عدم دریافت هزینه: در عبارت «هزینه نایلکس» در فاکتور فقط جنبه اطلاع رسانی دارد و هیچ مبلغی بابت آن از مشتریان کسر نمی شود. **نایلکس** همچنان رایگان ارایه می شود.
- یویش «نه به **پلاستیک**»: این اقدام با هدف آگاهی بخشی درباره هزینه های تولید و آثار مخرب زیست محیطی **پلاستیک** و فرهنگ سازی برای کاهش مصرف آن انجام شده است.
- مسیولیت اجتماعی: اتکا از همه شهروندان دعوت می کند با کاهش مصرف **پلاستیک**، در این مسیر سبز همراهی کنند.

\*حقوق کارکنان لشگری\_کشوری@  
\*hoghogh\_lashkari@

منفی خنثی مثبت


۱۶,۹۹۴    

۱۴۰۵/۰۳/۱۱ - ۲۱:۵۳:۰۲





اخبار کرج البرز - خبر فوری البرز (عضو ۱۲.۷K) 

▲ بر اساس توضیح یکی از کارکنان **افق کوروش**، هزینه **نایلون** در فاکتور ثبت می شود اما با تخفیف ۱۰۰ درصدی، مبلغ پرداختی آن صفر است و از مشتری دریافت نمی شود.

این رقم در صورت حساب صرفا جهت تذکر محیط زیستی است.

Karaji\_Haa@ کانال کرجی ها 

منفی خنثی مثبت

۷۶۳    

۱۴۰۵/۰۳/۱۲ - ۲۰:۲۵:۴۵

خبرگزاری تسنیم (عضو ۲۵۰.۳K) 

شهرداری تهران خواستار قیمت گذاری **کیسه** های پلاستیکی در فروشگاه ها شد  
«محمدصابر باغخانی» مدیرکل محیط زیست و توسعه پایدار شهرداری تهران:

- ◆ **پلاستیک** اجرا کرده اند. مجموعه هایی مانند فروشگاه های **شهروند** برنامه های مختلفی را در مناسبت های گوناگون برای فرهنگ سازی و کاهش مصرف **پلاستیک** اجرا کرده اند.
- ◆ بر اساس آمار موجود، روزانه حدود ۶ تن **پلاستیک** در میادین و مراکز وابسته به شهرداری تهران مصرف می شود که نشان دهنده ضرورت اتخاذ تدابیر جدی تر برای مدیریت این موضوع است.
- ◆ یکی از پیشنهادهای مطرح شده، قیمت گذاری **کیسه** های پلاستیکی در فروشگاه هاست؛ موضوعی که طی سال های گذشته نیز بارها مطرح شده اما هنوز به مرحله اجرا نرسیده است.
- ◆ تجربه کشورهای مختلف نشان می دهد که رایگان نبودن **کیسه** های پلاستیکی تاثیر قابل توجهی در کاهش مصرف دارد. بر همین اساس، پیشنهاد می شود **فروشگاه های زنجیره ای** به صورت همزمان و با پشتوانه یک مصوبه ملی، نسبت به قیمت گذاری **کیسه** های پلاستیکی اقدام کنند.

TasnimNews@

منفی خنثی مثبت

۹,۵۰۵    

۱۴۰۵/۰۳/۲۶ - ۱۶:۱۳:۵۱

# ابهام‌های کلیدی

پرسش‌هایی که می‌توانند جهت‌گیری افکار عمومی و سرنوشت اجرای سیاست قیمت‌گذاری نایلکس را تعیین کنند

۱ پول دریافتی بابت کیسه پلاستیکی قرار است به کجا برود؟



۲ آیا فروشگاه‌ها از قیمت‌گذاری نایلکس ذی‌نفع مالی می‌شوند؟



۳ آیا جایگزین ارزان و قابل‌دسترس برای مشتری وجود دارد؟



۴ آیا همه فروشگاه‌ها هم‌زمان اجرا می‌کنند یا اجرای پراکنده شکل می‌گیرد؟



۵ آیا درج هزینه در فاکتور بدون دریافت وجه، نوعی آماده‌سازی ذهنی است؟



۶ آیا شهرداری تهران و فروشگاه شهروند بین سیاست کاهش مصرف و تأمین نایلکس تناقض دارند؟



## اهمیت این بخش

پاسخ یا بی‌پاسخ ماندن این پرسش‌ها، مستقیماً بر اعتماد عمومی، نحوه اجرای سیاست و احتمال شکل‌گیری روایت‌های انتقادی اثر می‌گذارد.



# پیشنهادها

پیشنهادهای اجرایی و ارتباطی برای اجرای شفاف سیاست قیمت گذاری کیسه‌های پلاستیکی



۱

فروشگاه‌ها قبل از درج هزینه در فاکتور، پیام‌رسانی روشن داشته باشند.



۲

روی فاکتور مشخص شود مبلغ کیسه دریافت شده یا با تخفیف صفر شده است.



۳

اگر پولی دریافت می‌شود، مقصد آن شفاف اعلام شود.



۴

سیاست باید همزمان و با مصوبه رسمی اجرا شود، نه فروشگاه‌به‌فروشگاه.



۵

همزمان با قیمت گذاری، کیسه پارچه‌ای ارزان یا مشوق استفاده از کیسه شخصی ارائه شود.



۶

پیام محیط‌زیستی نباید جای توضیح اقتصادی و مالی را بگیرد.

“

بدون شفافیت مالی، حتی یک سیاست درست محیط‌زیستی هم می‌تواند در ذهن مخاطب به‌عنوان هزینه‌تراشی فروشگاه‌ها ثبت شود.

گزاره کلیدی





موضوع قیمت‌گذاری یا دریافت هزینه جداگانه برای کیسه‌های پلاستیکی در فروشگاه‌ها، در بازه بررسی‌شده از یک مسئله ساده فروشگاه‌ای به یک موضوع رسانه‌ای، اقتصادی و سیاستی تبدیل شده است. نقطه آغاز حساسیت عمومی، روایت‌هایی درباره درج هزینه نایلکس در فاکتور خرید، دریافت هزینه جداگانه در برخی فروشگاه‌ها و ابهام درباره نحوه محاسبه یا تخفیف آن بود. اما با ورود شهرداری تهران و طرح دوباره پیشنهاد قیمت‌گذاری کیسه‌های پلاستیکی، موضوع از سطح گلیه‌های پراکنده مشتریان فراتر رفت و به دستورکار سیاست‌گذاری شهری و محیط‌زیستی نزدیک شد. روند انتشار محتوا نشان می‌دهد که موضوع به‌صورت پیوسته رشد نکرده، بلکه در قالب چند موج مشخص پیش رفته است. موج نخست با خبر دریافت هزینه جداگانه کیسه خرید در برخی فروشگاه‌های همدان شکل گرفت و نشان داد حساسیت اولیه از سطح تجربه مشتری و فاکتور خرید آغاز شده است. موج‌های بعدی با محور گرانی یا کمبود پلاستیک، درج نایلکس در فاکتور فروشگاه‌ها و روایت‌های انتقادی درباره انتقال هزینه به مصرف‌کننده ادامه یافت. بزرگ‌ترین پیک انتشار در ۲۶ خرداد و هم‌زمان با ورود رسمی شهرداری تهران به بحث قیمت‌گذاری کیسه‌های پلاستیکی رخ داد؛ خردادی که موضوع را از سطح تجربه فروشگاه‌ها به سطح سیاست‌گذاری شهری منتقل کرد.

از نظر بازیگران، شهرداری تهران مهم‌ترین بازیگر سیاستی این پرونده است و روایت غالب آن بر کاهش مصرف پلاستیک، فرهنگ‌سازی، تجربه جهانی و ضرورت اجرای هماهنگ با پشتوانه مصوبه ملی تأکید دارد. فروشگاه شهروند نیز بیشتر در نسبت با شهرداری تهران دیده شده و نقش آن بیشتر در چارچوب تبیین سیاست عمومی و آماده‌سازی ذهنی افکار عمومی قابل تحلیل است. اتکا در مقایسه با سایر فروشگاه‌ها، واکنش دفاعی و شفاف‌سازانه‌تری داشته و تلاش کرده توضیح دهد که درج هزینه نایلکس در فاکتور به معنای دریافت وجه از مشتری نیست یا مبلغ آن با تخفیف صفر شده است. در مقابل، افق کوروش بیشتر در معرض روایت‌های انتقادی، ابهام‌آمیز و گلیه‌محور قرار گرفته و در داده‌های بررسی‌شده، نشانه پررنگی از یک شفاف‌سازی رسمی و منسجم از سوی این برند دیده نمی‌شود.

تحلیل محتوایی نشان می‌دهد که دو روایت اصلی در برابر هم قرار گرفته‌اند. روایت رسمی و حمایتی، قیمت‌گذاری کیسه پلاستیکی را اقدامی محیط‌زیستی برای کاهش مصرف پلاستیک و اصلاح رفتار خرید معرفی می‌کند. در مقابل، روایت انتقادی و مردمی، این سیاست را بیشتر از زاویه هزینه جدید، فشار اقتصادی، ابهام در فاکتور و بی‌اعتمادی به فروشگاه‌ها می‌بیند. نکته مهم این است که محتوای حمایتی از نظر تعداد بیشتر بوده، اما محتوای انتقادی بازدید بالاتری گرفته است؛ یعنی حساسیت افکار عمومی بیشتر حول هزینه، فاکتور و شفافیت مالی شکل گرفته تا صرفاً مسئله محیط‌زیست.

مهم‌ترین نقطه ابهام در این پرونده، مقصد پول احتمالی کیسه‌های پلاستیکی است. اگر قرار باشد بابت نایلکس وجهی دریافت شود، روشن نیست این مبلغ به فروشگاه می‌رسد، صرف طرح‌های محیط‌زیستی می‌شود، به نهادهای عمومی منتقل می‌شود یا صرفاً جبران هزینه تأمین کیسه برای فروشگاه‌هاست. ابهام دیگر، نحوه اجراست: آیا همه فروشگاه‌ها هم‌زمان و با مصوبه رسمی عمل خواهند کرد یا اجرای پراکنده و فروشگاه‌به‌فروشگاه شکل می‌گیرد؟ همچنین مشخص نیست آیا جایگزین ارزان، قابل‌دسترس و عملی مانند کیسه پارچه‌ای یا مشوق استفاده از کیسه شخصی برای مشتریان فراهم خواهد شد یا نه.

جمع‌بندی نهایی این است که موفقیت یا شکست سیاست قیمت‌گذاری کیسه‌های پلاستیکی، بیش از آنکه به اصل قیمت‌گذاری وابسته باشد، به نحوه اجرا، شفافیت مالی و اعتمادسازی عمومی بستگی دارد. اگر این سیاست با پیام‌رسانی روشن، فاکتور شفاف، اعلام مقصد پول، اجرای هم‌زمان و ارائه جایگزین مناسب همراه شود، می‌تواند به کاهش مصرف پلاستیک و تغییر رفتار خرید کمک کند. اما اگر بدون توضیح کافی و به‌صورت پراکنده اجرا شود، حتی یک سیاست درست محیط‌زیستی هم ممکن است در ذهن مخاطب به‌عنوان هزینه‌تراشی فروشگاه‌ها ثبت شود.

# هشتگ

سامانه سوشال لسینگ هشتگ

شرکت مشاوران مدیریت همایلاس

☎ ۰۲۱-۸۸۲۰۲۷۴۷-۸

✉ info@homaplus.com

🌐 8tag.ir