

فرصت امروز

با رویکرد استقرار اقتصاد دانش بنیان، نوآور، مولد و فرصت ساز

سوخت یارانه‌ای کامیون‌های
فاقد بارنامه حذف می‌شود

وزیر راه و شهرسازی معتقد است، در حال حاضر مهم‌تر از تامین زیرساخت‌ها، مدیریت حوزه حمل‌ونقل در جاده‌های موجود است. وی در نخستین همایش سیستم‌های حمل‌ونقل هوشمند تغییر انگاره‌ها در حوزه حمل‌ونقل و لزوم یکپارچه‌سازی اطلاعات بین ارگان‌های دست‌اندرکار را دو اصل مهم دانست و گفت...



کاهش ۶۲ درصدی صدور پروانه ساخت‌وساز در پایتخت

بساز بفروشی‌ها
نه می‌سازند و نه می‌فروشند

نسنجیده دولت به بازار مسکن و برهم زدن نظم عرضه و فروش و البته کاهش قابل توجه قدرت خرید مردم دست به دست هم داده‌اند تا یکی از فعال‌ترین بازارهای اقتصاد ایران را که اصلی‌ترین بازگشایی سرمایه‌گذاران بخش خصوصی هستند از رونق ببینند.

بود؛ بازاری که شوک‌های پی‌درپی سال‌های گذشته در اقتصاد ایران شریطش را دگرگون کرده و حالا بخش عمده‌ای از جذابیت سال‌های قبل خود را از دست داده است. رکود چندین ساله، افزایش قابل توجه قیمت مصالح و ثابت ماندن نرخ فروش ساختمان، ورود

فاصله حال و روز این سال‌های بازار مسکن با آنچه در دهه ۷۰ و ۸۰ وجود داشت از زمین تا آسمان است. در سال‌های نه‌چندان دور بر پایی حداقل سرمایه و به دنبال آن ورود به بازار مسکن یکی از پرسودترین عرصه‌های اقتصادی پیش روی فعالان بخش خصوصی

کارشناسان در گفت‌وگو با «فرصت امروز» بررسی کردند

وابستگی تولید به منابع بانک‌ها
چگونه کاهش یابد؟

عزم دولت برای مقررات زدایی

قوانین دست و پای تولید را بسته است

هیجان سهامداران تمامی ندارد

فروش سهم‌های بورس
به قیمت عرضه اولیه

هواپیما به جای مازراتی و پورشه

کارشناس فروش شرکت واردکننده هواپیماهای شخصی: ۲۰۰ هواپیمای شخصی در آسمان ایران می‌پرند

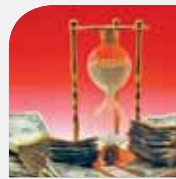


مهدی شامخودی | آستین

چالش استخدام نخستین کارمندان

وقتی نخستین
بهترین استبررسی اصول هزینه‌کرد بودجه تبلیغاتی سالانه
در گفت‌وگو با دکتر امین اسداللهی

بربادرفته!



هدایای نقدی

LB65600GI



هیزان تخفیف (ریال)

70" ۳۰/۰۰۰/۰۰۰

LG OLED TV

EA9700/9800



هیزان تخفیف (ریال)

55" ۳۰/۰۰۰/۰۰۰

LB67000GI



هیزان تخفیف (ریال)

47" ۳/۰۰۰/۰۰۰

42" ۲/۰۰۰/۰۰۰

LB62300GI



هیزان تخفیف (ریال)

42" ۱/۵۰۰/۰۰۰

LA86100



هیزان تخفیف (ریال)

70" ۳۰/۰۰۰/۰۰۰

LB56100GI



هیزان تخفیف (ریال)

60" ۴/۰۰۰/۰۰۰

47" ۳/۰۰۰/۰۰۰

42" ۱/۵۰۰/۰۰۰

LB69000GI



هیزان تخفیف (ریال)

47" ۳/۰۰۰/۰۰۰

42" ۲/۰۰۰/۰۰۰

LB55100GI



هیزان تخفیف (ریال)

42" ۱/۵۰۰/۰۰۰

LG Smart+ TV

webOS



هیزان تخفیف (ریال)

65" ۳۰/۰۰۰/۰۰۰

LB58200GI



هیزان تخفیف (ریال)

50" ۳/۰۰۰/۰۰۰

42" ۱/۵۰۰/۰۰۰

LB65200GI



هیزان تخفیف (ریال)

47" ۳/۰۰۰/۰۰۰

42" ۲/۰۰۰/۰۰۰

PB56000GI



هیزان تخفیف (ریال)

50" ۱/۵۰۰/۰۰۰

چهار عیار

جشنواره صوتی و تصویری

LG ULTRA HDTV

79UB98000GI



50PB56000GI

LH-985XBH

هدیه تلویزیون پلاسما

و سیستمی خانگی

UC97000GI



هدیه سیستمی خانگی

55" LH-960XBH

65" LH-970XBH

55UB83000GI



هدیه سیستمی خانگی

LH-930HTS

هدیه سیستمی خانگی

65UB98000GI



50PB56000GI

LH-970XBH

هدیه تلویزیون پلاسما

و سیستمی خانگی

55UB85000GI



هدیه بلندگوی خطی

LH-947SPK

۵/۰۰۰/۰۰۰

LG OLED TV

55EC93000GI



هدیه سیستمی خانگی

LH-980XBH

شرایط جشنواره:

- در جشنواره تمام مایر تخفیف‌های در نظر گرفته شده برای محصولات شامل تخفیف نقدی بعد از ارائه برگه نصب توسط مشتری و بشرط نصب در استان محل خرید پرداخت فواید نقد
- جشنواره تمام مایر از تاریخ ۱۳۹۳/۱۰/۲۵ به مدت محدود اعتبار دارد
- شرایط و هدایای جشنواره بدون اطلاع قبلی می‌تواند تغییر کند
- شرایط جشنواره شامل خریداری می‌شود که محصولات خود را از تاریخ ۱۳۹۳/۱۰/۲۵ به فروشگاه‌های ال جی - گلدیران خریداری نموده و ظرف مدت ۱۰ روز از زمان خرید اقدام به نصب نمایند
- مطلوب شدن هدایا منوط به ارائه برگه نصب محصول خریداری شده است
- فرصت‌پذیری هرگونه مشکل یا ابهام با شماره ۸۳۳۳۳۳۳۳ - ۲۱ تماس حاصل فرمائید
- خریداران برای شرکت در قرعه‌کشی گوشی LG G3 موقت به درج اطلاعات در سایت www.tamamayar.ir در همان هفته خرید هستند
- محصولاتی که در وب سایت مذکور ثبت نشده باشند، شامل قرعه‌کشی نمی‌شوند
- شرایط و هدایای قرعه‌کشی بدون اطلاع قبلی می‌تواند تغییر کند



نفت

سرمایه گذاری شرکت‌های مکزیکی در صنعت نفت و گاز ایلام



استاندار ایلام گفت: شرکت‌های نفتی مکزیک در صنعت نفت و گاز این استان سرمایه‌گذاری می‌کنند. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی روابط عمومی استانداری ایلام، محمدرضا مروارید روز سه‌شنبه گفت: در مذاکره و دیدار با سرمایه‌گذاران مکزیکی و با توجه به تمایل این شرکت‌ها برای حضور و سرمایه‌گذاری در استان ایلام، پیشنهادهای اولیه همکاری به آنان ارائه شد.

وی تاکید کرد: این شرکت‌ها محدودیت مالی برای سرمایه‌گذاری در استان ندارند و در طول هفته آینده زمینه‌های مورد علاقه خود را برای حضور و سرمایه‌گذاری در ایلام اعلام می‌کنند. پایگاه اطلاع‌رسانی روابط عمومی استانداری ایلام در توضیح این خبر هیچ اشاره‌ای به زمان و محل دیدار استاندار ایلام با مدیران و نام شرکت‌های کشور مکزیک (واقع در قاره آمریکا) برای سرمایه‌گذاری در حوزه منابع نفت و گاز این استان نکرده است.

نیروگاه

فاز دوم نیروگاه سیکل ترکیبی پره‌سر افتتاح شد



با بهره‌برداری از فاز دوم این نیروگاه، ظرفیت نیروگاه سیکل ترکیبی پره‌سر به ۹۶۸ مگاوات افزایش یافت. فاز دوم نیروگاه سیکل ترکیبی پره‌سر رضوانشهر با حضور معاون اول رییس‌جمهوری به بهره‌برداری رسید.

به گزارش ایلنا، در این مرحله بخش بخار نیروگاه شامل دو توربین ۱۶۰ مگاواتی به بهره‌برداری رسید. برای ساخت این دو واحد توربین بخار، بخش خصوصی ۳۰۰ میلیون یورو هزینه کرده است.

با بهره‌برداری از فاز دوم این نیروگاه، ظرفیت نیروگاه سیکل ترکیبی پره‌سر به ۹۶۸ مگاوات افزایش یافت. معاون اول رییس‌جمهور در ادامه سفر خود از تالاب و منطقه تجاری صنعتی انزلی بازدید کرده و سپس در جلسه شورای اداری استان شرکت خواهد کرد.

انرژی پاک

اختصاص وام از سوی امارات به ایران برای توسعه انرژی‌های پاک



صندوق توسعه ابوظبلی اعلام کرد که به پنج کشور درحال توسعه از جمله ایران ۵۷ میلیون دلار وام برای پروژه‌های انرژی پاک اختصاص خواهد داد.

به گزارش فارس به نقل از خبرگزاری فرانسه، امارات روز گذشته نگرانی در این مورد را که کاهش قیمت نفت می‌تواند تاثیر منفی بر توسعه پروژه‌های انرژی پاک داشته باشد رد کرد.

سلطان الجابر، وزیر کشور امارات که ریاست شرکت «مصدر» یک شرکت فعال در زمینه انرژی‌های تجدیدپذیر در ابوظبلی را بر عهده دارد، گفت: چشم‌انداز به هم پیوسته انرژی به جایی رسیده است که قیمت نفت نمی‌تواند سرنوشت انرژی‌های پاک را تعیین کند. قیمت جهانی نفت از ژوئن گذشته تاکنون به علت افزایش عرضه و کاهش تقاضا در میان اقتصاد لرزان جهان، تقریبا ۶۰ درصد کاهش یافته است.

شرکت کنندگان در کنفرانس اُئاتنس بین‌المللی انرژی‌های تجدیدپذیر در ابوظبلی نسبت به روند کاهش قیمت نفت ابراز نگرانی و اعلام کرده بودند که این روند می‌تواند برای برنامه‌های گذر از سوخت‌های فسیلی به انرژی‌های پاک تأثیرات بدی داشته باشد.

سلطان الجابر در مراسم افتتاحیه نشست آینده انرژی جهان در ابوظبلی گفت: سرمایه‌گذاری در انرژی‌های پاک طی ۱۲ ماه گذشته ۱۶ درصد افزایش یافته و به ۳۱۰ میلیارد دلار رسیده است.

در عین حال، ظرفیت تولید توربین‌های بادی و پنل‌های انرژی خورشیدی نیز ۲۶ درصد افزایش یافته و به ۱۰۰ مگاوات رسیده است.

این مقام اماراتی خواستار استفاده از فرصت‌های ایجاد شده ناشی از کاهش قیمت نفت برای کاهش بارانه‌های سوخت شد. وی گفت: بارانه سوخت در سال ۲۰۱۳ برای جهان ۵۵۰میلیارد دلار هزینه داشت است.

صندوق توسعه ابوظبلی، روز یکشنبه اعلام کرد که به پنج کشور درحال توسعه از جمله ایران ۵۷ میلیون دلار وام برای پروژه‌های انرژی‌های پاک اختصاص خواهد داد.

فعالان صنعت برق به «فرصت امروز» اعلام کردند

تعرفه ترجیحی، ضربه‌ای دیگر بر پیکر تولید



به‌جای اعمال تخفیف برای محصولات نهایی، به مواد اولیه و تجهیزات موردنیاز صنعت برق تخفیف دهیم. به اعتقاد وی، تخفیف روی محصول نهایی، به تولیدکننده داخلی آسیب می‌زند. ضمن آنکه اگر دولت از بخش تولید حمایت نکند، صنعت برق می‌تواند از محل صدور تجهیزات، درآمد مناسبی برای کشور ایجاد کند.

دبیر کمیته حمایت از ساخت داخل سندیکای برق معتقد است که در گذشته کالاهای چینی از مرزهای امارات وارد ایران می‌شد، اما در حال حاضر قرار است از طریق کشور ترکیه به ایران وارد شود. به همین دلیل، سیاست‌های اخیر دولت در زمینه اعمال تعرفه ترجیحی وضع شده‌است. وی تاکید کرد که صنعت برق با توجه به وجود مشکلات نقدینگی فغلی، به‌شدت تحت فشار بوده و باید تقویت شود. متأسفانه دولت به جای حمایت از صنعت، فشار جدیدی به آن وارد کرده است.

صادق می‌گوید که کمبود نقدینگی در وزارت نیرو سبب شده پروژه‌های داخلی متوقف شود و تولیدکنندگان ایرانی به سمت بازارهای خارجی حرکت کنند، اما دولت به جای آنکه تلاش کند محصول صنعتی ایران به بازار ترکیه وارد شود، امکان ورود محصولات مشابه کالای ایرانی، با تعرفه کم را به کشور فراهم کرده‌است.

دبیر کمیته حمایت از ساخت داخل سندیکای برق تاکید می‌کند که اعمال تعرفه ترجیحی به خودی خود بد نیست، زیرا طرفین امکان نفوذ در بازارهای خود را برای طرف مقابل فراهم می‌کنند. به نظر می‌رسد در امضای تفاهم‌نامه بین ایران و ترکیه، ترک‌ها هوشمندانه‌تر بازار ایران را هدف قرار داده‌اند اما طرف ایرانی با اطلاعات کارشناسی ضعیف بدون اینکه دست آنها را خوانده باشد، به ترک‌ها امتیاز داده‌است.

بین‌الملل

نفت ۲۵دلاری هم تهدیدی برای ایران محسوب نمی‌شود

وزیر نفت ایران: نگران سقوط قیمت نفت نیستیم



شیل آمریکا به‌بازار و کاهش تقاضا برای نفت خام در جهان از جمله دلایل عمده وجود نفت خام مازاد در بازار شده است که بنابر تخمین امارات و قطر حجم این نفت خام مازاد در حدود روزانه دو میلیون بشکه است. وجود این حجم قابل توجه از نفت مازاد سبب شده تا نفت خام به سرعت ارزش خود را از دست داده و قیمت آن به پایین‌ترین میزان خود در پنج‌و نیم سال اخیر برسد.

در راستای کاهش قیمت نفت در بازار شاخص نفتی برنت که شاخص تعیین قیمت بیش از نیمی از نفت تولید شده در جهان به شمار می‌رود با کاهش ۵ درصدی ارزش خود در ماه

اقتصادی و اجتماعی زیادی برای کشور خواهد داشت.

سکوت مسئولان دولتی
ناصر شایان، عضو هیات‌مدیره سندیکای صنعت برق بر این باور است که محدودیت‌های ناشی از تحریم‌ها به‌ویژه تحریم بانک مر کزی سبب شده که دولت درباره اعمال تعرفه ترجیحی برای کالاهای ترک تصمیم‌گیری کند و بدون شک دولت ایران چشم و گوش بسته وارد مذاکره نشده است. البته شایان معتقد است بیش از آنکه تخفیفات تعرفه‌ای دولت به بخش تولید آسیب وارد کند، تفاوت نرخ دلار آزاد و دولتی سبب می‌شود که کالای ایرانی در مقایسه با نمونه خارجی گران تمام شده و مصرف‌کننده به سمت خرید کالای ارزان‌تر متایل شود.

وی می‌گوید: دلار برای کالای وارداتی با نرخ ترجیحی و به قیمت دو هزار و ۶۵۰ تومان محاسبه می‌شود، اما کالای ساخت داخل برای صادرات با نرخ دلار آزاد که بیش از سه هزار تومان است، وارد بازارهای خارجی می‌شوند، ضمن آنکه تولیدکننده داخلی به دلیل تحریم بانک مرکزی ناگزیر است برای حمل پول به کشور مقصد هزینه پرداخت کند.

عضو هیات‌مدیره سندیکای صنعت برق تاکید می‌کند که نمی‌داند دولت تحت‌تاثیر چه فشارهایی به تصمیم‌گیری اقدام کرده است، اما مسئولان دولتی تمایل چندانی به پاسخگویی سوال‌های فعالان بخش خصوصی در زمینه تعرفه ترجیحی ندارند. علیرضا دانعی، معاون برنامه‌ریزی و اقتصاد وزارت نیرو، پاسخگویی به پرسش «فرصت امروز» درباره تعرفه‌های ترجیحی را به معاون برق این وزارت‌خانه ارجاع می‌دهد. تماس‌های مکرر خبرنگار «فرصت امروز» برای کسب نظر به‌های هوشنگ فلاحتیان، معاون وزیر در امور برق وزارت نیرو نیز تا لحظه تنظیم این گزارش، بدون پاسخ ماند.

این مسائل تبعات سیاسی،

سقف ۳۰ میلیون بشکه‌ای خود

اتخاذ نکرده است.

به عقیده آقای زنگنه هر گونه تحول در بازارهای جهانی نفت در نتیجه سیاست‌ها و تصمیمات کشورهای تولیدکننده نفت است. در همین راستا سهیل المزروعی، وزیر انرژی امارات متحده عربی دیروز در سخنانی در ابوظبلی گفت: توسعه پایدار در صنعت نفت با قیمت‌های فعلی امکان‌پذیر نخواهد بود.

پیش‌تر خبرگزاری رسمی فارس به نقل از علی طیب‌نیا، وزیر اقتصاد ایران گزارش کرده بود که این کشور در واکنش به کاهش قیمت نفت در بازارهای جهانی قیمت در نظر گرفته شده برای هر بشکه نفت خام صادراتی خود را از ۷۲ دلار به ۴۸ دلار و ۷۱ سنت در هر بشکه معامله شده است. این در حالی است که قیمت نفت خام در سال گذشته میلادی سقوطی ۵۰ درصدی را تجربه کرد که این بیشترین میزان کاهش قیمت از زمان بحران اقتصادی سال ۲۰۰۸ میلادی به این‌سو به‌شمار می‌رود.

وزیر نفت ایران بدون ارائه جزییاتی ابراز داشت: ایران در حال مشاوره و مذاکره با دیگر اعضای اوپک به منظور اتخاذ تصمیمی مناسب برای رویارویی با کاهش شدید ارزش نفت خام در بازار است. زنگنه افزود: در حال حاضر اوپک هیچ تصمیمی مبنی بر نفت تولید روزانه به کمتر از

فرصت امروز

گاز

نماینده ولی‌فقیه در هند:

خط لوله صلح، گاز ارزان در اختیار هند قرار می‌دهد



نماینده ولی‌فقیه در هند با توضیح اینکه ایران مشتاق است تا روابط تجاری با دهلی‌نو را توسعه دهد، گفت: به محض تکمیل خط لوله انتقال گاز ایران به پاکستان و هند، عرضه مستقیم گاز با هزینه بسیار پایین در دسترس هند قرار خواهد گرفت. به گزارش فارس به نقل از فایننشیال اکسپرس، مهدی مهدوی‌پور نماینده ولی‌فقیه در هند گفت: ایران مشتاق است تا روابط تجاری با هند را توسعه دهد و امید دارد که خط لوله انتقال گاز ایران، پاکستان، هند دوباره در دستور کار قرار گیرد.

وی افزود، به محض اینکه این خط لوله تکمیل شود، عرضه مستقیم گاز با هزینه بسیار پایین در دسترس هند قرار خواهد گرفت و به تولید برق در این کشور کمک خواهد کرد.

مهدی‌پور توضیح داد: احداث خط لوله گاز و نفت تا مرز پاکستان به اتمام رسیده است.

براساس این گزارش، وی تصریح کرد: مذاکره با پاکستان برای احداث باقی این خط لوله ادامه دارد و امید می‌رود که این خط لوله به‌زودی به هند برسد. وی خاطر‌نشان کرد، روابط تاریخی ایران و هند در روزهای آینده بیشتر تقویت خواهد شد.

پالایشگاه

محیط زیست آبادان اعلام کرد

شرط فعالیت دوباره واحد تصفیه گوگرد پالایشگاه آبادان



رییس اداره محیط زیست آبادان گفت: ادامه فعالیت واحد تصفیه گوگرد (SRP) پالایشگاه آبادان که به دلیل آلایندگی تعطیل شده، فقط با مجوز مراجع قضایی امکان‌پذیر است.

سیداحمد موسوی آزاد در گفت و گو با ایرنا افزود: در صورت تعویض کاتالیست تصفیه گوگرد (SRP) پالایشگاه آبادان این واحد باید از نظر زیست‌محیطی و آلایندگی مجوز لازم را از محیط‌زیست کسب کند. وی گفت: واحد تصفیه گوگرد (SRP) پالایشگاه آبادان با حکم قضایی در پی شکایت اداره محیط‌زیست گذراندن مراحل زیست محیطی و دستور مقام قضایی است. موسوی آزاد با اشاره به قدمت چندین ساله واحد گوگردسازی پالایشگاه آبادان افزود: در صورتی که این واحد با نصب کاتالیست مجوز لازم زیست‌محیطی را کسب نکند، مجوز فعالیت دوباره آن صادر نخواهد کرد. چندی پیش رییس روابط عمومی شرکت پالایش نفت آبادان از فعالیت دوباره واحد تصفیه گوگرد (SRP) پالایشگاه آبادان خبر داده بود.

معاون وزیر نفت در امور پتروشیمی تاکید کرد

توجه به مسئولیت‌های اجتماعی در صنعت پتروشیمی



معاون وزیر نفت گفت: مسئولیت‌های اجتماعی و توجه مستمر به این مهم اخلاقی زمینه را برای هم‌افزایی و توسعه پایدار صنعت پتروشیمی فراهم می‌سازد.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی وزارت نفت (MOP)، عباس شعری مقدم صبح دیروز در نخستین همایش «مسئولیت‌های اجتماعی شرکت در صنعت پتروشیمی» اظهار کرد: سال‌های گذشته در کشور ما اقدام‌های بسیار خوبی در حوزه نظریه‌پردازی و عملیاتی کردن مفهوم مسئولیت اجتماعی بنگاه‌های اقتصادی انجام شده است، همسو با این هدف، یکی از مهم‌ترین اهداف شرکت ملی صنایع پتروشیمی کمک به تولید پایدار در مجتمع‌های پتروشیمی بوده است.

معاون وزیر نفت در امور پتروشیمی ایجاد بخش مشاورت اجتماعی وزیر و تشکیل شورای سیاست‌گذاری CSR در شرکت‌های تابعه صنعت نفت را نشان از توجه وزارت نفت به فعالیت‌های اجتماعی در این صنعت دانست. وی کمک به کیفیت و توجه جدی به مسائل زیست‌محیطی، ایمنی، بهداشت و سلامت کارکنان را که از گذشته با ایجاد ساختاری مناسب با عنوان مدیریت، بهداشت، ایمنی و محیط زیست استخراج یافته، از دیگر فعالیت‌های شرکت ملی صنایع پتروشیمی در حوزه مسئولیت‌های اجتماعی برشمرد. وی کمک به ایجاد سیستم‌های مدیریت کیفیت و تنظیم دستورالعمل‌های لازم، ارائه آموزش‌های تخصصی و حفظ آمادگی در مقابل حوادث صنعتی ناشی از نشت عوامل شیمیایی در محیط کار از طریق برگزاری مانورهای دوره‌ای را نشان از توجه راهبردی به موضوع با اهمیت مسئولیت‌های اجتماعی دانست.

ارتباطات



درآمدزایی ۱۵۰ میلیاردی دولت از فروش فرکانس



دولت امسال از محل فروش و واگذاری طیف‌های فرکانسی و خدمات مخابراتی ۱۵۰ میلیارد تومان درآمد کسب می‌کند.

به گزارش تسنیم، درآمد‌های عمومی حاصل از خدمات مخابراتی و حق استفاده از فرکانس‌های رادیویی در بخش درآمدها، واگذاری دارایی‌های سرمایه‌ای و واگذاری دارایی‌های مالی قانون بودجه ۹۳ رقم ۱۵۰ میلیارد تومان پیش‌بینی شده است. یعنی دولت امسال باید تنها از محل واگذاری فرکانس‌ها به درآمد ۱۵۰ میلیارد تومانی برسد تا بتواند پیش‌بینی‌های خود در بخش بودجه عمومی را تحقق بخشد.

پیش از این عظیم فرد، مدیرکل صدور پروانه و سرویس‌های رادیویی سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی درباره هزینه‌هایی که حاکمیت از دارندگان طیف‌های مختلف فرکانسی دریافت می‌کند، گفته بود که نباید مجموع درآمد دولت از دارندگان طیف بیش از چهار درصد درآمد آنها باشد.

وی مدیریت فرکانس و طیف فرکانسی را از جمله وظایف حاکمیتی دانست تا در مواقع اضطرار بتواند با قدرت وارد میدان شده و مانع از بروز تداخلات خواسته یا ناخواسته شود.

صادرات

اداره امور جاری با منابع نفتی هنر نیست



رئیس مجلس شورای اسلامی با تاکید بر اینکه برای دستیابی به اقتصاد برون‌گرا، باید در کنار تولید به بخش صادرات نیز به‌عنوان پشتوانه توجه شود، گفت: باید با ساماندهی و تقویت سرمایه بانک‌ها زمینه ارائه تسهیلات به بخش تولید و صنایع فراهم شود. به گزارش خانه ملت، علی لاریجانی دیروز در مراسم آغاز عملیات اجرایی دهکده تخصصی انرژی و فرآورده‌های نفتی ساوالان گفت: باید سرمایه‌گذاری‌ها را به سمت مناطق استان‌های مرزی سوق داد و در زمینه تسهیلات در ارائه وام‌های بانکی و مشوق‌های مالیاتی اقدامات لازم صورت گیرد. البته در قانون خروج از رکود که اخیراً به تصویب مجلس رسید و امیدوارم مورد تایید شورای نگهبان نیز قرار بگیرد، به صنایع از لحاظ تخفیف و بخشودگی‌های مالیاتی توجه ویژه‌ای صورت گرفته، اما در زمینه ارائه تسهیلات آسان بانکی، باید تدابیری اندیشیده شود. وی با تاکید بر تقویت محور تولید در کشور، گفت: در بودجه سال ۹۴ و همچنین برنامه ششم توسعه باید به محور تولید توجه شود، شاید مهم‌ترین مسئله کشور رونق تولید است، بنابراین ذهن‌ها نباید متفرق شود. شاید از نظر اسناد بالادستی دچار انباشت شده‌ایم که ممکن است ذهن‌ها را متفرق کند.

مینو گله

واردات قاچاق پارچه دردخل امروز و دیروز صنعتکاران پوشاک و نساجی نیست، صدای بی‌رمق و کوتاه ماشین‌آلات کارخانه‌ها، بازمانده آهنک روز‌هایی که طولانی‌تر و پرصداتر می‌نواخت، نیز خبر از صدای خاموش هجومی می‌دهد که پارچه و پوشاک ایرانی را تهدید کرده است. آمارهای غیررسمی و مختلفی از حجم واردات قاچاق پارچه می‌گویند و برخی از آنها از قاچاق ۱۰ برابر آن در مقایسه با واردات قانونی خبر می‌دهند. برخی فعالان این حوزه نه تنها واردات قاچاق که به چگونگی واردات رسمی نیز انتقاد دارند؛ وارداتی که از مناطق آزاد و

و تجارت نباید آن را مرتکب شود. وی ادامه می‌دهد: ما و بسیاری از فعالان این حوزه به این کار معترض هستیم و امیدواریم به نتیجه برسند. این عضو اتاق، اطلاع‌رسانی گسترده این نمایشگاه را در مقایسه با شیوه اطلاع‌رسانی نمایشگاه‌های محصولات ایرانی نوعی بی‌توجهی و بی‌احترامی به صنعتکاران داخلی این حوزه می‌داند و معتقد است این کار تقویت کننده سلیقه مصرف کننده ایرانی است که جنس خارجی را همیشه بهتر از کالای ایرانی می‌داند.

برنامه‌ریزی کاربردی برای واردات و کاهش قاچاق

اما به نظر می‌رسد حجم قابل توجهی پارچه از طریق برخی مرزها در حالی به داخل کشور قاچاق می‌شود که هنوز هیچ راهکاری نتوانسته این معضل را حل کند.

عضو هیات‌مدیره اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان صنایع نساجی و پوشاک است، برای مسدود کردن قاچاق راهکاری مطمئن نمی‌توان پیدا کرد، اما برنامه‌ریزی در زمینه چگونگی واردات در کاهش قاچاق می‌تواند بسیار موثر باشد. سعید حسین‌زاده در توضیحات بیشتری به «فرصت امروز» می‌گوید: «برنامه‌ریزی برای واردات باید به شکلی باشد که تولید داخلی توان رقابت با آن را داشته باشد، پاسخگوی سلیقه‌های مختلف در داخل کشور باشد و علاوه بر این برای واردکنندگان غیرقانونی هم قاچاق به صرفه



نباشد. این فعال صنعت نساجی با اشاره به متناثر بودن پوشاک و پارچه از واردات قاچاق ادامه می‌دهد: مسئله دیگری که به این قاچاق دامن می‌زند واردات غیرقانونی و بی‌حساب و کتاب پوشاک خارجی است. ما تنها شش برند ثبت شده خارجی در ایران داریم و واردات دیگری کشور از طریق غیرقانونی انجام می‌شود. حسین‌زاده معتقد است اجبار ثبت برندها می‌تواند در کاهش قاچاق تاثیرگذار باشد. به گفته وی، بخش قابل توجهی از واردات قاچاق برای پوشاک است و با پیشگیری از این کار می‌توان به تولید و فروش بالای محصول داخلی امیدوار بود.

به گفته عضو هیات‌مدیره اتحادیه تولیدکنندگان و پوشاک، صادرکنندگان صنایع نساجی و پوشاک، حجم پایین تولید داخلی پارچه از دیگر دلایل قاچاق پارچه عنوان می‌شود و این در حالی است که صنایع نساجی به دلیل فرسوده بودن و شاید به صرغه نبودن در این بازار آشفته با تمام توان‌شان کار نمی‌کنند؛ مسئله‌ای که عضو هیات‌مدیره جامعه تخصصی صنایع نساجی و پوشاک ایران نیز به آن اشاره دارد. وی به «فرصت‌امروز» می‌گوید: سرانه مصرف داخلی پارچه ۱۷ متر است و در یک حساب سرانگشتی مشخص می‌شود یک میلیارد و ۴۰۰ میلیون متر سرانه مصرف در کشور است. علیرضا حائری با اشاره به وضعیت نامطلوب صنایع داخلی ادامه می‌دهد: کارخانه‌ها می‌توانند با نیمه‌ای ظرفیت خود کار می‌کنند و اگر هم با ۱۰۰ درصد ظرفیت خود کار

دولت به راهکارهای صنعتکاران نساجی در حل مشکل قاچاق گوش می‌سپارد

نسا جان در انتظار حمایت دولت

ایران با اشاره به زمان تعیین تعرفه‌های گمرکی برای سال آینده می‌گوید: هم‌اکنون وقت آن است که دولت با ارزیابی تعرفه گمرکی پارچه، تعیین میزان قاچاق تعرفه سال ۱۳۹۴ را هوشمندانه و واقع‌بینانه ارائه دهد.

به گفته حائری، آمار دقیقی از قاچاق در دست نیست و این نقص، مسئله را برای دولت مشکل می‌کند و بهتر است آمار صحیحی از آن به دست آورد. وی معتقد است، تعرفه ترجیحی برای پارچه که اخیراً تصویب شد و مورد اعتراض برخی صنعتکاران قرار گرفته فقط در مورد یک‌نوع پارچه است و این حوزه را تحت تاثیر قرار نمی‌دهد.

عضو هیات‌مدیره جامعه متخصصین صنایع نساجی ایران از واردات پارچه‌آماری اعلام می‌کند که شنیدنی است. به گفته وی، ارزش واردات انواع پارچه در سال ۹۲ با افزایش ۵۰درصدی نسبت به سال گذشته ۲۵۵ میلیون دلار رسیده است.

حائری می‌افزاید: واردات در هشت ماهه اول ۹۳ با افزایش ۵۲ درصدی نسبت به زمان مشابه در سال قبل به ۲۲۲ میلیون دلار رسید. به گفته این فعال اقتصادی، اگر همین روند ادامه داشته باشد در طول ۱۴ ماهه امسال ۳۰۰ تا ۳۲۰ میلیون دلار واردات پارچه خواهیم داشت که افزایش ۹۰ درصدی را نشان می‌دهد.

این فعال در برآوردی، ارزش واردات پوشاک، پارچه و منسوجات را از مسیر غیررسمی و قاچاق ۳ تا ۳/۵ میلیارد دلار عنوان می‌کند. به نظر می‌رسد، اگر چه واردات قانونی، نیاز داخلی و در کنارش حجم تولید داخلی نیز مشخص است اما مشخص نبودن واردات قاچاق که حجم قابل توجهی از بازار مصرف را به خود اختصاص داده است کار را برای دولت جهت بررسی و حل مسئله واردات قاچاق پارچه مشکل کرده است.

به همین دلیل و با دستور وزیر صنعت، معدن و تجارت مبنی بر پیگیری این مسئله، فعالان این حوزه در یکی، دو روز آینده میهمان دولت خواهند بود تا در رفع مشکلات خودشان و همچنین کمک به دولت، مشاوره‌های خود را ارائه دهند.

نبود آمار دقیق از قاچاق پارچه

عضو هیات‌مدیره جامعه متخصصین صنایع نساجی

گردشگری

پیچ و خم پیش‌روی ورود بخش خصوصی به گردشگری

همیشه پای دولت در میان است

گردشگری اشاره کرد و گفت: درآمد ترکیه از گردشگری بیشتر از درآمد ما از فروش نفت است. این کشور حدود یکصد هزار میلیارد تومان درآمد گردشگری دارد. در حالی که درآمد ایران از فروش نفت تنها ۲۰ هزار میلیارد تومان است. هروی می‌افزاید: ترکیه با ۴۵۰ فروند هواپیمای نام ترکیش بر فضای اروپا حاکم شده است و نیض پروازهای اروپایی را در اختیار دارد. آنها با این کار گردشگری رازنده و احیا کردند. ایران هرگز نمی‌تواند چنین کاری انجام دهد. تصور کنید فرداصبح بگویند جمعیتی از گردشگر خارجی وارد کشور شده است، ما نه هتل مناسب و نه وسیله حمل‌ونقل برای ارائه خدمات به گردشگران داریم.

حضور بخش خصوصی در عرصه گردشگری نرود. جواد هروی، رییس فراکسیون تاریخ و توسعه گردشگری با اشاره به این مسئله می‌گوید: متأسفانه امروز دولت تلاش دارد که بخش گردشگری و حتی میراث فرهنگی را با توان و اعتبار خود بچرخاند. دیگر دنیا نمی‌پذیرد که دولت در اداره حوزه گردشگری دستي داشته باشد. کشورهای دیگر این حوزه را به بخش خصوصی تحویل داده‌اند زیرا توان مالی و برنامه‌ای این بخش بیش از دولت هاست و همچنین می‌توانند درآمدزایی کنند و باری از مشکلات بیکاری جامعه بردارند.

باید در لویایج جداگانه تعیین کند یا چه روشی می‌خواهد به طور مثال حوزه فرهنگ را خصوصی کند. عابد فتاحی با اشاره به این موضوع توضیح می‌دهد: گردشگری، اداره دولتی نیست که در اختیار دولت‌ها باشد. باید به بخش خصوصی اجازه سرمایه‌گذاری در گردشگری داده و در عین حال به آنها احترام گذاشته شود. باید نگاه به سرمایه‌دار تغییر کند تا زمینه حضور آنها در خصوصی‌سازی فراهم شود.

و واگذاری بنگاه‌ها به سرمایه‌گذاران دیده است. و رود بخش خصوصی به گردشگری نیازمند لایحه است حمیدرضا فولادگر، رییس کمیسیون اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی با بیان اینکه باید دولت در زمینه اجرای اصل ۴۴ قانون اساسی، لایحه تقدیم مجلس می‌کرد، توضیح می‌دهد: طبق قانون، دولت باید با ارائه لایحه‌ای در حوزه‌های فرهنگ، آموزش و تحقیقات و بهداشت و سلامت، تکلیف ورود بخش خصوصی را در این حوزه‌ها مشخص می‌کرد. طبق تبصره ماده ۳ قانون اصل ۴۴، این سه بخش، بنگاه اقتصادی نیست و دولت

خبرگزاری خانه ملت

نستون دقینی

یکی از بخش‌هایی که نیازمند سرمایه خصوصی است، حوزه گردشگری و فرهنگی است. حوزه‌ای که اگر دولتی شود، درآمدزایی و اشتغال‌زایی در آن تحت‌الشعاع رفتارهای دولتی قرار می‌گیرد و نه تنها ازآوری در آن رخ نخواهد داد بلکه مانند تمام سال‌های گذشته شاهد رکود درآمدزایی در این بخش پول‌ساز خواهیم بود.

البته ورود بخش خصوصی به مسائل فرهنگی کار ساده‌ای نیست و باید براساس قانون صورت گیرد تا پای فساد مالی به این حوزه باز نشود. قانون اساسی در اصل ۴۴ ظرفیتی برای حضور بخش خصوصی

یادداشت

سرنوشت گردشگری دست خودمان است

محمدعلی بدری

کارشناس ارشد حفاظت از آثار تاریخی و فرهنگی

اوایل هفته گذشته خبری منتشر شد از کشف اسکلت ۷ هزار ساله در تهران. این خبر شبیه به خبری دربارۀ آثار تاریخی زیر ایستگاه مترو چهارباغ بود. دو ماجرای که دو رویکرد در آنها نهفته و این دو رویکرد می‌توانند دو سرنوشت بسیار دور از هم را برای سرنوشت گردشگری یک کشور رقم بزنند.

در مورد خبر تهران ماجرا از این قرار بود که کاوش‌های باستان‌شناسی در حفاری‌های فاضلاب خیابان مولوی تهران منجر به شناسایی اسکلتی متعلق به هزاره پنجم پیش از میلاد شد. در این کاوش‌ها که در خیابان مولوی در فاصله بین میدان قیام تا میدان محمدیه (اعدام سابق) انجام شده، آثار زیرسطحی بسیاری هم به دست آمده است. اهمیت این خبر از آن جهت بود که پیش از این قدیمی‌ترین بقایای باستانی شناسایی شده در شهر تهران از تپه‌های قیطره یافت شده بود که حدود سه هزار سال قدمت داشت.

بعدها هم شنیده شد که رییس پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری کشور در بازدید از محل، وعده ایجاد «سایت موزه» – البته بعد از بررسی کارشناسی و هماهنگی‌های اداری با مسئولان شهری را داده است. یک سایت باستان‌شناختی مانند چاتال هویوک در کشور ترکیه، اگرچه صرفاً یافته‌های تمدنی عصر سنگ است، اما علاوه بر ارزش باستان‌شناختی، یک ظرفیت گردشگری جدید برای این کشور پدید می‌آورد.

تهران هم این فرصت را داشته تا یک تهران متناخر با حدود نیم‌هزاره تاریخ معین و حیات پیوسته را با سکونت‌گاهی غریب و مردمانی ناشناس، قرن‌ها در دل خود جای دهد و ناگهان در عصر ما پرده از راز خود بردارد.

چه آن مردم ناشناس در آن سکونت‌گاه غریب، اجداد تهرانی‌های امروز باشند و چه نباشند – که البته بسیار بعید است باشند – و چه وعده رییس پژوهشگاه میراث فرهنگی و گردشگری عملی شود و چه نشود، اکنون این منطقه کاوش می‌تواند برشی از تاریخ و تمدن این تکه از خاک ایران‌زمین باشد و به این‌جهت مقصد بی‌ظنیری در گردشگری این کشور شود.

ماجرای اصفهان از این قرار بود که عملیات گودبرداری ایستگاه مترو در میدان دروازه دولت با سازه‌ای ناشناس برخورد کرد. برخی این سازه را ادامه باروی سلجوقی دانستند که از در کوشک آغاز شده و تا ایرانی قرن دهم هجری خورشیدی) «فیض» وجود داشته که محل دقیق آن پیدا نیست اما گفته می‌شود که باید در محدوده خیابان چهارباغ تا چهار راه تختی باشد.

چنان که ماکسیم سیرو (از همکاران آندره گدار در اداره عتیقیات ایران) هم در دهه ۵۰ میلادی، در زمان ساخت هتل عباسی در گزارش‌هایش نوشته است که بقایای یک باروی بسیار قشور را در کاوش‌هایی که در جریان بازسازی کاروانسرا انجام داده دیده است و همچنین بسیار محتمل است که محل کنونی دروازه دولت اصفهان محل کاخ باستانی جهان‌نما باشد و بسیار از این دست شواهد.

یافته‌های زیرسطحی باستانی در جریان حفاری ایستگاه مترو چهارباغ اصفهان هم مانند آنچه درباره اسکلت ۷ هزارساله تهران یا چاتال هویوک گفته شد، البته به همان ملاحظات «بررسی کارشناسی و هماهنگی‌های اداری با مسئولان شهری» می‌تواند بر ظرفیت گردشگری حتی – به‌عنوان یک ایده – در طبقات پایین یک ایستگاه مترو در اصفهان بیفزاید و این شهر را از یک مقصد گردشگری با آثار اغلب صفوی به مقصدی با تنوع بیشتر جاذبه‌های گردشگری تاریخی و معماری تبدیل کند.

اما مدیر کل میراث فرهنگی، گردشگری و صنایع دستی استان اصفهان درباره سازه‌های یافته‌شده در مترو چهارباغ نگاه دیگری داشت. او گفت که صحبت‌هایی موقتی برای حفظ این دیوار آسازه‌های یافته‌شده] صورت گرفته است، «اما» بنای خاصی نیست و مربوط به کاتال هدایت آب است.

رویکرد دوم در همین «اما» فرصت ظهور پیدا می‌کند. اینکه یک سازه تاریخی در عمق حفاری مترو «بنایی شاخص» نیست و اینکه حفاظت از آن در حالی که شاخص نیست احتمالاً ضروری نیست، نتایج کوچکی این رویکرد است. نتیجه بزرگ‌تر آنکه علت شاخص نبودن بنای این است که «کاتال هدایت آب» است. یعنی کاخی نیست، یا مثلاً خانه‌ایانی با مدرسه و مسجد و کاروانسرا نیست، کاتال هدایت آب است و کاتال هدایت آب به اندازه کاخ و خانه و کاروانسرا مهم نیست. حتی می‌توان اضافه کرد که کاتال هدایت آب را به رستوران – به اصطلاح – سنتی نمی‌توان تبدیل کرد و احتمالاً برای نمایش آن هم نمی‌توان بلیت فروخت! درباره اهمیت حفاظت «یک اثر به مثابه دانش زیست» یا «یک اثر به مثابه کالبدی برای تماشا» در یادداشت‌های بعدی بیشتر سخن خواهیم گفت اما اکنون اختیار با خود ماست که کدام رویکرد را برگزینیم، رویکرد اول که در مورد اسکلت ۷ هزار ساله تهران گفته شد، یا رویکرد دوم که توضیحش در مورد سازه‌های باستانی چهارباغ اصفهان به میان آمد.

۲ بهمن؛ سالروز خیزش مسلحانه مردم انقلابی شهر ارومیه
بر علیه رژیم ستم شاهی مبارک باد.

شورای شهر ارومیه

شهرداری ارومیه

روابط عمومی و امور بین الملل شورای اسلامی شهر و شهرداری ارومیه

حمل و نقل

نرخ جرایم تخلفات راهنمایی و رانندگی باید افزایش یابد

معاون وزیر راه و شهرسازی با تاکید بر افزایش نرخ جرایم تخلفات راهنمایی و رانندگی گفت: در حال حاضر نرخ جرایم ارزش بازدارندگی خود را از دست داده‌اند و از طریق کمیسیون اجتماعی به دنبال افزایش نرخ جرایم هستیم، به گزارش ایلنا، داوود کشاورزیان از افزایش دوربین‌های کنترل سرعت در سطح جاده‌های کشور خبر داد و گفت: در حال حاضر ۴۰۰ دستگاه دوربین کنترل سرعت چهار هزار کیلومتر جاده‌های کشور را تحت پوشش خود قرار داده است.

وی با اشاره به کاهش میزان تصادفات از سال ۸۴ تا به امسال اظهار کرد: خوشبختانه با کاهش قابل توجه میزان تلفات جاده‌ای سال گذشته تلفات تصادفات جاده‌ای به ۱۸ هزار نفر کاهش یافت.

رییس سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای با بیان اینکه در برنامه پنجم توسعه کشور کاهش میزان تصادفات سالانه ۱۰درصد تعیین شده بود گفت: متأسفانه توفیق رسیدن به کاهش سالانه ۱۰درصد را نداشتیم اما توانستیم سالانه ۵، ۶ درصد از میزان تصادفات بکاهیم که امیدوارم با ورود سامانه‌های هوشمند به این برنامه دولت برسیم.

کشاورزیان با بیان اینکه تعداد دوربین‌های تعددشمار در حال حاضر چیزی حدود ۱۲۰۰دستگاه است گفت: در حال حاضر جاده‌های کشور با ۴۰۰دستگاه ثبت تخلف کنترل می‌شود که ۲۰۰دستگاه متعلق به پلیس راه و ۲۰۰ دستگاه متعلق به سازمان راهداری است. وی همچنین با اشاره به وجود ۶۳۰دستگاه دوربین نظارت تصویری در سطح جاده‌های کشور گفت: علاوه بر این تعداد دوربین‌ها ۱۹۰۰دستگاه پیام متغیر در سطح جاده‌های کشورمان وجود دارد که می‌توان گفت به نحوه رانندگی و انتخاب مسیر کمک می‌کند.

رییس سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای از افزایش دوربین‌ها از ۴۰۰دستگاه به ۱۸۰۰دستگاه خبر داد و گفت: بودجه ۹۰۰میلیارد تومانی برای خرید و نگهداری از این تعداد دوربین مشخص کرده‌ایم که امیدواریم با ترک تشریفات در شورای اقتصاد به تصویب برسد. معاون وزیر راه و شهرسازی از احتمال افزایش جرایم تخلفات رانندگی خبر داد و گفت: متأسفانه در حال حاضر نرخ جرایمی که از سال ۸۹ تصویب شده است دیگر ارزش بازدارندگی برای رانندگان ندارد. کشاورزیان ادامه داد: معتقدم نرخ جرایم باید قدرت بازدارندگی داشته باشد و اگر مقایسه‌ای هم با کشورهای دیگر بکنیم ایران کمترین نرخ جرایم را دارد.

معاون وزیر راه و شهرسازی اظهار کرد: موضوع افزایش نرخ جرایم را در کمیسیون اجتماعی مطرح کرده‌ایم و امیدواریم پس از سه سال نرخ جرایم رانندگی افزایش یابد.

سرمایه‌گذاری ۶۰۰میلیاردی بخش خصوصی در ۳ فرودگاه

مدیرعامل شرکت فرودگاه‌های کشور از بهره‌برداری هتل فرودگاهی امام خمینی(ره) در هشتم بهمن‌ماه خبر داد و گفت: سرمایه ساخت ترمینال داخلی در فرودگاه مهرآباد و ترمینال خارجی در فرودگاه هاشمی‌نژاد مشهد در مرحله جذب سرمایه‌گذار قرار دارد که امیدواریم قرارداد آن در سال جاری امضا شود.

به گزارش پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، محمدعلی ایلخانی درباره وضعیت سرمایه‌گذاری در فرودگاه‌های کشور گفت: در مجموع میزان سرمایه‌گذاری در فرودگاه‌های کشور مناسب نیست و فقط سه فرودگاه امام‌خمینی(ره)، مهرآباد و هاشمی‌نژاد مشهد برای سرمایه‌گذاران جاذبه لازم را دارند درحالی‌که این جذابیت در سایر فرودگاه‌های کشور وجود ندارد. ایلخانی با بیان اینکه سالن CIP (جایگاه‌تشریفات اختصاصی) و هتل فرودگاهی فرودگاه امام‌خمینی(ره) پروژه‌هایی است که توسط بخش خصوصی در این فرودگاه اجرا شده است ادامه داد: ساخت پارکینگ خودرو و یکسری پروژه‌های دیگر نیز در حد امضای موافقت‌نامه پیش رفته است.

مدیرعامل شرکت فرودگاه‌های کشور افزود: میزان سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در فرودگاه مشهد بیشتر بوده به‌طوری‌که محل پارک هواپیماها توسط بخش خصوصی ساخته شده و ساخت پایانه مسافری نیز در مرحله فراخوان است. برای ساخت ترمینال مسافری در فرودگاه مهرآباد نیز سرمایه‌گذار وجود دارد.

وی افزود: در حال حاضر حدود ۵۰۰ تا ۶۰۰میلیارد تومان توسط بخش خصوصی در سه فرودگاه امام‌خمینی(ره)، مهرآباد و مشهد سرمایه‌گذاری شده است.

مدیرعامل شرکت فرودگاه‌های کشور در بخش‌دیگری از اظهاراتش درباره ساخت ترمینال داخلی در فرودگاه مهرآباد و ترمینال خارجی در فرودگاه مشهد به پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی گفت: برای ساخت یک ترمینال داخلی در مهرآباد فراخوان جذب سرمایه‌گذار داده‌ایم که براساس آن قرار است ترمینال‌های سه و شش در قالب یک ترمینال ۴۰ هزار مترمربعی ساخته شوند، امیدواریم فراخوان جذب سرمایه‌گذار برای ساخت این فرودگاه نیز امسال امضا شود. وی درباره زمان بهره‌برداری از ترمینال یک فرودگاه مهرآباد که پیش از انتقال پروازهای حج و عتبات به فرودگاه امام‌خمینی(ره) به‌عنوان ترمینال زیارتی مورد استفاده قرار می‌گرفت گفت: بازسازی ترمینال یک مهرآباد اخیراً آغاز شده و ۱۵ اسفند به بهره‌برداری می‌رسد. ایلخانی در بخش دیگری از اظهاراتش درباره آخرین وضعیت جذب سرمایه‌گذار برای ساخت ترمینال خارجی در فرودگاه هاشمی‌نژاد مشهد گفت: اعتبار مورد نیاز برای ساخت این ترمینال به مساحت حدود ۴۰ هزار مترمربع، ۱۲۰ میلیارد تومان پیش‌بینی شده است.

هسته‌ای و تحریم‌ها مشخص نشده و قدرت دولت در ثابت نگه داشتن شاخص‌های اقتصادی کلان مانند تورم به اثبات نرسد سرمایه‌گذاران به دلیل نداشتن تصویری روشن از آینده بازار از ورود به بازار مسکن اجتناب می‌کنند.

وی ادامه داد: در کنار آن کنترل دولت بر نقدینگی و بازارهای پولی کشور برای کاهش تورم باعث شده بخشی از سرمایه‌های موجود در بازار از تحرک بایستد و کمبود نقدینگی شروع طرح‌های عمرانی جدید را با مشکل مواجه کرده است.

به گفته این کارشناس مسکن، بحث بالا رفتن شدید قیمت‌ها در سه سال گذشته که قیمت مصالح و به دنبال آن واحدهای مسکونی جدید را به‌شدت افزایش داد به دلیل قدرت خرید پایین مردم در قیمت‌های تمام شده مسکن چندان ظاهر نشد و این مسئله بر سازندگان ساختمان فشاری مضاعف وارد کرد.

سردخی مسئله خانه‌سازی در تهران را با آنچه در شهرستان‌ها اتفاق می‌افتد دو عرصه کاملاً مجزا از یکدیگر دید و اظهار کرد: با توجه به سرمایه‌ای بودن بازار مسکن در کلان‌شهری مانند تهران ایجاد ثبات در شاخص‌های کلان اقتصادی پیش‌نیاز اصلی سرمایه‌گذاران است. دولت باید به جای ورود به عرصه مستقیم ساختمان‌سازی و کارفرمایی شرایط را پائیات کند و آنگاه بخش خصوصی با توجه به اصول ثابت شده در بازار کار خود را انجام دهد.

با وجود اینکه وزارت راه و شهرسازی دولت یازدهم طرح‌های مختلفی را برای بهبود وضعیت عرضه‌کنندگان مسکن ایجاد کرده و به دنبال بهبود شاخص‌های این بازار است اما از بین رفتن اعتماد خانه‌سازان از یکسو و نرسیدن تسهیلات مدنظر دولت به بازار از سوی دیگر هنوز شاخص ساخت‌وساز را در ایران به سمت

منفی آن سوق داده است. شاخصی که با توجه به نیاز چند صد هزار واحدی کشور به خانه‌های جدید در سال‌های آینده، زنگ خطری جدید در بازار مسکن به حساب می‌آید.



فروش واحدهای ساخته شده و کلتگ‌زی پروژه‌های جدید از بین برود. مصومی خاطرنشان کرد: مجموع این شرایط به اضافه بالا رفتن عرضه مسکن در چند سال گذشته که در افزایش تقاضا تاثیرگذار شده است باعث شده نرخ سرمایه‌گذاری در بازار مسکن کاهش پیدا کرده و فعالان بخش خصوصی ترجیح دهند سرمایه‌های خود را در بازارهای رقیب وارد کنند.

سرمایه‌گذاران توانایی پیش‌بینی بلندمدت بازار را ندارند

در کنار دغدغه‌های موجود در بین سرمایه‌گذاران بازار مسکن کارشناسان اقتصاد مسکن نیز تحلیل‌های خاص خود را از بازار ارائه می‌دهند. به اعتقاد آنها برای ایجاد علاقه بین سرمایه‌گذاران برای ورود به بازار مسکن شاخص‌های اقتصاد کلان تاثیر زیادی دارد.

احمدرضا سرحدی، کارشناس مسکن در گفت‌وگو با «فرصت امروز»، با تاکید بر لزوم ایجاد یک ثبات نسبی در شاخص‌های اقتصاد کلان برای رونق گرفتن بازار مسکن اظهار کرد: تا زمانی که سرنوشت مذاکرات

«فرصت‌امروز» با بیان این مطلب تصریح کرد: نظام بانکی در حال حاضر به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین رقیب‌های بازار مسکن شناخته می‌شود، از یک‌سو پرداخت سودی بیش از ۲۰ درصدی به سپرده‌های بلندمدت مزیت نسبی ورود به بازار مسکن را کاهش می‌دهد و از سوی دیگر بالا رفتن سود تسهیلات ارائه شده باعث پایین آمدن قدرت سازندگان مسکن برای تامین مالی پروژه‌های‌شان شده است.

به گفته وی، در کنار بانک رونق گرفتن بازار بورس یکی از دیگر دلایل افت نسبی تقاضای ساخت و‌سازها در تهران بود که با رشد چند هزار واحدی شاخص در سال ۱۳۹۲ علاقه سرمایه‌گذاران برای ورود به عرصه مسکن را کاهش داد و نتایج آن هنوز در بازار مسکن قابل مشاهده است.

این فعال ساختمانی بالا رفتن هزینه ساخت‌وسازها و در کنار آن ثابت ماندن نرخ فروش خانه را از دیگر عوامل تاثیرگذار در تثبیت رکود بازار دانست و گفت: این مسئله باعث شده عملاً سود مدنظر سرمایه‌گذاری در بازار مسکن تامین شود و با پایین ماندن قدرت خرید مردم به دلیل شرایط خاص اقتصادی عملاً امکان

بازار مسکن و ایجاد یک موج جدید از رونق در آن برنامه‌های ویژه‌ای دارد.

طبق اعلام وزیر راه و شهرسازی دولت این بار نه‌تنها برای بخش تقاضا و حمایت از مردمی که نیاز به مسکن دارند آستین‌ها را بالا زده که حتی برای رونق و بهبود بخشیدن به قسمت عرضه برای سازندگان ساختمان نیز برنامه‌های ویژه‌ای دارد. با وجود آن اما نرسیدن تسهیلات و کمک‌های دولتی و مشخص نبودن آینده بازار در سال‌های آینده بسیاری از فعالان عرصه ساختمان را از ادامه دادن سرمایه‌گذاری برای ساخت واحدهای مسکونی جدید منصرف کرده و باعث شده عطای کار را به لقایش ببخشند.

سود سرمایه‌گذاری در بانک بیشتر از مسکن است

یک فعال عرصه ساختمان معتقد است تا زمانی که قدرت بازارهای رقیب نسبت به آنچه در بازار مسکن اتفاق می‌افتد قدرتی فراتر نمی‌توان بازگشت رونق به خانه‌سازی در تهران را در آینده نزدیک انتظار داشت.

ایمان معصومی در گفت‌وگو با

جواد هاشمی

فاصله حال و روز این سال‌های بازار مسکن با آنچه در دهه ۷۰ و ۸۰ وجود داشت از زمین تا آسمان است. در سال‌های نه‌چندان دور برپایی حداقل سرمایه به به دنبال آن ورود به بازار مسکن یکی از پرسودترین عرصه‌های اقتصادی پیش روی فعالان بخش خصوصی بود. بازاری که شوک‌های پی‌درپی سال‌های گذشته در اقتصاد ایران شرايطش را دگرگون کرده و حالا بخش عمده‌ای از جذابیت سال‌های قبل خود را از دست داده است.

رکود چندین ساله، افزایش قابل توجه قیمت مصالح و ثابت ماندن نرخ فروش ساختمان، ورود نسنجیده دولت به بازار مسکن و بر هم زدن نظم عرضه و فروش و البته کاهش قابل توجه قدرت خرید مردم دست به دست هم داده‌اند تا یکی از فعال‌ترین بازارهای اقتصاد ایران را که اصلی‌ترین بازگراتش سرمایه‌گذاران بخش خصوصی هستند از رونق ببندازد؛ مسئله‌ای که آمارهای جدید بانک مرکزی نیز بر آن صحنه گذاشته است. نماند اقتصادی جدید بانک مرکزی نشان می‌دهد روند کاهش ساخت‌وسازها در پایتخت که از پاییز ۹۲ آغاز شد حالا با گذشت یک سال به اوج خود رسیده و شاید نشانه‌های بحرانی جدید در عرصه مسکن را به ظهور می‌رساند. آمار صدور پروانه ساخت‌وساز در تهران که از سه ماهه سوم سال ۱۳۹۲ با نرخ ۲،۷ درصدی منفی شد در زمستان همان سال به منفی ۲۲ و در بهار ۹۳ به منفی ۵۰درصد رسید، حالا طبق آمار جدید بانک مرکزی به رقم بی‌سابقه منفی ۶۲ درصد رسیده است.

این یعنی در تابستان ۹۲، ۶۰۹۳ پروانه ساخت جدید صادر شده و این رقم در تابستان سال جاری به ۲۳۰۸ پروانه کاهش یافته است.

این شاخص در حالی با سرعت بسیار زیاد رو به سوی افول گذاشته و سرمایه‌گذاران را یکی پس از دیگری از حوزه مسکن به دیگر عرصه‌ها سوق می‌دهد که دولت یازدهم از همان ابتدا اعلام کرده برای بهبود وضعیت

آسیاتک

اینترنت یک، آسیاتک

بسته ADSL فوری ۲۹۹.۹۰۰ تومان

۲ ساله، ۲۱۲ گیگ، مودم بی سیم





تاثیر قانون هدفمندی یارانه‌ها بر واحدهای گاوداری

قانون هدفمند کردن یارانه‌ها با رویکرد اصلی اصلاح یارانه حامل‌های انرژی در سال ۸۸ به تصویب رسید و برای اجرا به دولت ابلاغ شد. بر اساس این قانون دولت مکلف شد ۳۰ درصد خالص وجوه حاصل از اجرای این قانون را برای پرداخت کمک‌های بلاعوض برای اجرای موارد مختلف از جمله حمایت از تولیدکنندگان بخش کشاورزی و صنعتی و غیره هزینه کند.

با توجه به گذشت چند سال از اجرای این قانون نیاز است تااثرات اجرای آن بر بخش‌های مختلف کشاورزی مورد ارزیابی و تجزیه و تحلیل قرار گیرد.

بررسی و مقایسه هزینه حامل‌های انرژی برای واحد تولیدی گاوداری گوشتی قبل و بعد از هدفمند کردن یارانه‌ها نشان‌دهنده افزایش معنی‌دار این هزینه‌ها است. در مجموع هزینه حامل‌های انرژی بعد از هدفمند کردن یارانه‌ها حدود ۲/۵ برابر شده است. همچنین پس از اجرای قانون هدفمند کردن یارانه‌ها هزینه برق، گاز و گازوئیل مصرفی در واحد گاوداری گوشتی به ترتیب ۱۱۰، ۷۰، ۵۹ درصد افزایش یافته است.

افزایش هزینه حامل‌های انرژی منجر به کاهش بسیار اندکی در مصرف حامل‌های انرژی شده است، این کاهش برای حامل‌های انرژی حدود هفت درصد برآورد شده است. بر اساس این گزارش از نظر تولیدکنندگان واحدهای گاوداری گوشتی حدود ۶۰ درصد از تغییرات هدفمند کردن یارانه‌ها هزینه مواردی خوراکي ۹۵ درصد هزینه‌های تولید ناشی از سایر عوامل تاثیرگذار بر هزینه‌ها (از جمله تحريم‌ها، تغییرات نرخ ارز و نوسانات اقتصادی) بوده است.

بر اساس نتایج به دست آمده، هزینه عوامل و نهاده‌ها (از جمله نیروی کار، هزینه دارو، هزینه‌دام) افزایش چشمگیری داشته به طوری که پس از اجرای قانون هدفمند کردن یارانه‌ها هزینه مواردی خوراکي ۹۵ درصد اضافه شده است. همچنین هزینه نیروی کار پس از اجرای قانون هدفمند کردن یارانه‌ها ۹۵ درصد افزایش داشته است که منجر به کاهش تعداد نیروی کار در واحد گاوداری گوشتی (شتغال) به میزان پنج درصد شده است.

نکته قابل توجه در واحدهای گاوداری گوشتی کاهش مصرف مواد خوراکي و مکمل‌ها پس از اجرای قانون هدفمند کردن یارانه‌ها است، به گونه‌ای که پس از اجرای قانون، مصرف جو، ذرت، سویس، بونجه، نمک و مکمل‌ها به ترتیب ۲۸، ۲۲، ۲۱، ۱۰، ۶۶، ۵۷ درصد کاهش داشته است به نظر می‌رسد، تولیدکنندگان واحدهای گاوداری گوشتی به دلیل کمبود نهاده‌ها یا به دلیل صرفه‌جویی در هزینه‌ها مقدار مصرف مواد خوراکي را کاهش داده‌اند، بر اساس آمار موجود پس از اجرای قانون هدفمند کردن یارانه‌ها میزان تولید گوشت در واحد گاوداری به میزان ۱۶ درصد کاهش یافته است.

به گزارش ایلنا، هزینه و سود واحدهای گاوداری نشان می‌دهد که این واحدها پس از اجرای قانون هدفمند کردن یارانه‌ها با افزایش ۱۸ درصدی در درآمد مواجه بوده‌اند. اما به طور همزمان هزینه‌ها طی این مدت ۹۴ درصد رشد داشته است از آنجایی که درصد افزایش هزینه‌ها بیشتر از درصد افزایش درآمد بوده است در نهایت سود واحد تولیدی کاهش یافته است.

بر اساس این گزارش در خصوص درآمد، هزینه و سود واحدهای تولیدی نتیجه این است که افزایش قیمت محصول و درآمد واحد تولیدی به دلیل افزایش بیشتر هزینه‌ها طی این مدت پس از اجرای قانون سود واحد تولیدی کاهش داشته است. افزایش درآمد برای واحدهای گاوداری گوشتی ۱۸ درصد (کمترین میزان) برآورد شده است، با این حال به نظر می‌رسد پس از اجرای قانون هدفمند کردن یارانه‌ها واحدهای تولیدی همچنان دارای سود اقتصادی ناچیزی هستند. لذا برای جلوگیری از کاهش بیشتر سود واحدهای تولیدی لازم است دولت سیاست‌های حمایتی و اقدامات مناسب را در دستور کار خود قرار دهد.



افزایش ۲۰۰ تومانی قیمت آرد



مدیرعامل شرکت بازرگانی دولتی با بیان اینکه با مصوبه اخیر هیات وزیران نرخ فروش گندم از ۴۶۵۰ ریال در هر کیلوگرم به ۶۶۵۰ ریال افزایش یافت، گفت: در سه سال گذشته، قیمت انواع آرد و نان نیز حداکثر ۳۰ درصد نسبت به نرخ سال ۹۲ افزایش یافت.

علی قنبری، در گفت‌وگو با فارس در پاسخ به این سوال که چرا در حالی که آقای نوبخت، سخنگوی دولت افزایش قیمت نان را به دلیل جبران هزینه‌های کارگری و انرژی عنوان کرده، اما قیمت هر آرد ماه گذشته، در سکوت ۲۰۰ تومان افزایش یافته است، گفت: پس از اجرای مرحله اول قانون هدفمندی یارانه‌ها در دی‌ماه ۱۳۸۹، باوجود افزایش هزینه‌ها، نرخ‌های تعیین شده برای آرد و نان در مدت‌زمان حدود ۳۰ ماه ثابت مانده و تغییری نکرده بود. وی افزود: با افزایش سالانه نرخ خرید تضمینی گندم و افزایش قیمت تمام‌شده گندم برای دولت نرخ فروش آن نیز ثابت مانده بود و مابه‌التفاوت قیمت تمام شده و قیمت فروش گندم به مراتب بیشتر از ردیف بودجه سال ۹۳ بود. قنبری تصریح کرد: با مصوبه اخیر هیات‌وزیران نرخ فروش گندم از ۴۶۵۰ ریال در هر کیلوگرم به ۶۶۵۰ ریال افزایش یافت و به منظور جبران و تعدیل افزایش قیمت گندم و همچنین افزایش هزینه‌های دو سال اخیر کارخانجات آسیابانی و نانوايي‌ها شامل افزایش دستمزد‌ها و قیمت انرژی طی سه سال گذشته، قیمت انواع آرد و نان نیز حداکثر به میزان ۳۰ درصد نسبت به قیمت‌های رسمی سال ۹۲ افزایش یافت.

گزارشی از آلودگی مرغ‌ها به فلزات سنگین

مدعیان آلودگی مستند صحبت کنند



مولود غلامی

در روزهای اخیر آلودگی موادغذایی به مرغ رسید و رحمت‌الله حافظی، رییس کمیسیون سلامت شورای شهر تهران، از بالا بودن میزان سرب موجود در مرغ‌های پایتخت خبر داد. وی گفت که پایش موادغذایی در اواخر سال گذشته نشان داد که میزان سرب موجود در گوشت سفید (مرغ) ۴۷ درصد بیشتر از استاندارد است.

آلودگی، موضوعی که تازگی ندارد

البته این موضوع تازه‌ای نیست و حدود دو سال پیش، حسین صفایی، مدیرعامل وقت سازمان میادین و تره‌بار تهران (رییس کنونی سازمان تعاون روستایی) در هفتمین جلسه شورای چهارم شهر تهران آن را مطرح کرد و پیش از آن نیز معصومه ابتکار، عضو شورای سوم شهر تهران (رییس فعلی سازمان محیط‌زیست) نیز هدفمند کردن یارانه‌ها هزینه مواردی خوراکي ۹۵ درصد هزینه‌های تولید ناشی از سایر عوامل تاثیرگذار بر هزینه‌ها (از جمله تحريم‌ها، تغییرات نرخ ارز و نوسانات اقتصادی) بوده است.

اگرچه مسئولان شورای شهر (پیشین و کنونی) خبر از عاری بودن گوشت مرغ از آلود هورمون می‌دهند اما وجود ۴۷درصد سرب و فلزات سنگین بیش از حد مجاز و ۱۷ درصد کامپیوم در این ماده پر مصرف خنوارها، بسیار ناخوشایند و زینهاردهنده است. در سال‌های اخیر با افزایش قیمت گوشت قرمز، کاهش توان اقتصادی جامعه و همچنین قیمت مناسب گوشت مرغ، سرانه مصرف این ماده غذایی بالا

رفته و موضوع آلودگی می‌تواند بر سلامت بخش گسترده‌ای از مردم تاثیرگذار باشد.

آزمایش تکمیلی، پاک پاک است

در حالی که انکار و اقرارهای مسئولان برای تایید یا رد آلودگی مرغ‌های تهران به سرب و فلزات سنگین ادامه دارد، تاکنون هیچ گزارشی در مورد بالا بودن سرب موجود در مرغ و آلودگی آن از سوی وزارت بهداشت ارائه نشده است. این درحالی است که این وزارتخانه و سازمان دامپزشکی (وزارت جهاد کشاورزی) مرجع رسمی اظهارنظر در این باره هستند، حسن رکنی، معاون امور تولیدات دامی وزارت جهاد کشاورزی، درخصوص بالا بودن میزان سرب در گوشت مرغ به «فرصت امروز»، اظهار می‌کند: این موضوع مربوط به دو سال پیش است که در پایش‌های انجام شده، مطرح شد و ربطی به امسال ندارد.

وی می‌گوید: در پایشی که دو سال پیش (سال ۹۱) در زمینه کیفیت محصولات کشاورزی از جمله گوشت مرغ انجام شد، میزان سرب موجود در برخی محصولات مانند مرغ، بالاتر از استاندارد اعلام شد. این موضوع اما در آزمایش‌های تکمیلی رد شد و سپس اعتبارسنجی آن

آزمایش‌ها هم زیر سوال رفت. صادرات، **دلیلی بر تایید سلامت**

وی یکی از دلایل سلامت گوشت مرغ را صادرات آن به کشورهای مختلف منطقه اعلام و تصریح می‌کند: مرغ‌های تولید شده در کشور نه‌تنها آلودگی سربی ندارند بلکه از نظر هورمونی نیز پاک هستند و صادرات بخشی از آنها به سایر کشورها گواه این ادعااست. رکنی همچنین در تایید کیفیت بالای گوشت مرغ در کشور می‌گوید: در حال حاضر، گوشت مرغ به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین منابع تامین پروتئین حیوانی، در سبد خانوارها جای گرفته است. ضمن اینکه بخشی از مازاد تولید مرغ به کشورهای همسایه صادر می‌شود و در سبد غذایی آنها نیز جایگاه مناسبی کسب کرده است.

آلودگی سربی، پایین‌تر از حد مجاز

سرب از محیط و غذا جذب می‌شود و مرغاری‌هایی که در معرض آلودگی‌های محیطی مانند فاضلاب‌های صنعتی، کارخانه‌ها و آلودگی آب یا لوله‌های سربی قرار داشته باشند، منبع آلودگی سرب و فلزات سنگین به شمار می‌روند. همچنین دان‌های آلوده به فلزات سنگین و آفت‌کش‌های تقلبی یا کودهای آلوده به نیترات و فلزات سنگین نیز از جمله منابع آلوده‌کننده مرغ‌ها

هستند. به دلیل دوره کوتاه پرورش مرغ (۴۰ تا ۵۰ روز)، علائم این آلودگی‌ها در آنها بروز نمی‌کند اما پس از مصرف توسط انسان، این مواد خطرناک جذب بدن می‌شوند و روی سیستم گوارش، کلیه، کبد و سیستم عصبی تاثیر می‌گذارند. جمال‌الدین جاویدی، معاون بهداشتی و پیشگیری سازمان دامپزشکی کشور با رد این اخبار، به «فرصت امروز»، می‌گوید: نتایج آزمایش‌های انجام شده در سال‌های ۹۱ و ۹۲ نشان می‌دهد که میزان

فلزات سنگین از جمله سرب در میان نمونه‌های تصادفی و کشتارگاه‌های طیور سراسر کشور انتخاب شده، پایین‌تر از حد مجاز بوده است.

وی مصاحبه‌ها و گزارش‌هایی که تاکنون در این زمینه منتشر شده را اشتباه دانسته و می‌افزاید: در دوره‌های زمانی مختلف بر میزان بالای سرب در گوشت مرغ تاکید می‌کنند. وی گفت: به استناد ماده ۱۴ دستورالعمل ۹6/23EC اتحادیه اروپا، کشورهای صادرکننده به اتحادیه اروپا موظف به تعیین آزمایشگاه اختصاصی برای هر گروه باقیمانده‌هستند.

جاویدی ادامه می‌دهد: بر این اساس، سازمان دامپزشکی کشور به‌عنوان مرجع ذی‌صلاح در سال ۱۳۹۱ نسبت به تعیین آزمایشگاه‌های مرجع اختصاصی برای گروه‌های باقیمانده‌ها اقدام

کرد و در این راستا آزمایشگاه کنترل بهداشتی موادغذایی اداره کل دامپزشکی خراسان رضوی به‌عنوان آزمایشگاه مرجع اختصاصی فلزات سنگین که زیر نظر مرکز ملی تشخیص آزمایشگاه‌های مرجع و مطالعات کاربردی سازمان دامپزشکی کشور فعالیت می‌کند، انتخاب شد.

معاون بهداشتی و پیشگیری سازمان دامپزشکی کشور تصریح می‌کند: در سال ۹۱ تعداد ۶۲۳ نمونه مرغ از مرغداری‌ها و کشتارگاه‌های طیور سراسر کشور به روش تصادفی نمونه‌برداری شد و در اختیار آزمایشگاه مرجع تخصصی فلزات سنگین در فراورده‌های دامی قرار گرفت که نتایج این بررسی‌ها نشان می‌دهد هیچ‌یک از نمونه‌های مورد آزمون از لحاظ سرب بالاتر از حد مجاز نبوده‌اند.

مستندات را به ما بدهید

وی ادامه می‌دهد: در سال ۹۲ نیز این آزمون انجام شد و تعداد ۶۲۳ نمونه مرغ از مرغداری‌ها و کشتارگاه‌های طیور سراسر کشور به روش تصادفی مورد آزمایش قرار گرفتند که نتایج سال ۹۱ به‌طور مجدد در سال ۹۲ نیز تکرار شد و هیچ‌یک از نمونه‌های مورد آزمون از لحاظ سرب بالاتر از حد مجاز نبودند. جاویدی از کسانی که ادعای آلودگی مرغ به سرب را دارند می‌خواهد که با مستندات سخن بگویند. وی تصریح می‌کند: برخی دوستان (مسئولان) به‌طور دوراهی با انجام مصاحبه‌هایی نسبت به میزان بالای سرب در گوشت مرغ هشدار می‌دهند و شورش‌بخانه، موجب نگرانی مردم و ایجاد توتوش در جامعه می‌شوند. وی تاکید می‌کند: کسانی که ادعای آلودگی مرغ‌های کشور را دارند، در صورت داشتن هرگونه مدارک یا مستندات آنها را در اختیار این سازمان قرار دهند تا نسبت به صحت و سقم آنها در این مرکز مرجع تشخیص نهایی اقدام شود چون دسترسی به نتایج صحیح در آزمایشگاه‌های معمولی امکان‌پذیر و قابل قبول نیست.



کار وزارت بهداشت نظارت است یا بیانیه صادر کردن؟

وحید زندی فخر



گاهی خبر آلودگی برخی مواد غذایی، واقعی است و گاهی توطئه رقبای تجاری. اما مردم که آزمایشگاه‌های مدرن در اختیار ندارند تا بتوانند فرق راست و دروغ را از هم تشخیص دهند.

در ماه‌های اخیر تقریباً هر هفته خبر آلودگی یکی از موادغذایی در رسانه‌ها منتشر می‌شد و بحثی داغ میان انواع نهادهای اتفاق می‌افتاد. البته هنوز جریان‌سازی در این زمینه از بین نرفته و آخرین مورد (تا لحظه تنظیم یادداشت) خبر (بخوانید شایعه) ورود مرغ‌های سربی به بازار است.

قصد ما در این نوشتار، تحقیق و تفحص در درستی یا نادرستی چنین اخباری نیست، بلکه می‌خواهیم مهم‌ترین و اساسی‌ترین سوال را از مسئولان نظارتی ببرسیم: «نقش شما در این میان چیست؟» اگر قرار است هر هفته یکی از موادغذایی، آماج حملات شایعات باشد و سیبیل زار آلودگی شود، اصلاً چه نیازی به نظارت است؟ جالب اینجاست که پس از دهان به دهان شدن این‌گونه اخبار، تازه ناظران از خواب غفلت بیدار می‌شوند و رگ جانبداری‌شان از تولید داخلی سالم یا سلامت مردم، یاد می‌کند. به‌عنوان مثال، چندی پیش که وزیر بهداشت (یعنی کسی که بزرگ‌ترین مسئولیت را در قبال سلامت مردم عهده‌دار است) از وجود پالم در شیر و ماست پرچرب سخن گفت، پس از کشتار شدن قاضیه و گذشتن چند هفته، نهادهای اعلام کردند که با اعمال قانون، جلوی متخلفان را گرفتیم و بازار را از آلودگی پاک کردیم. بنابراین از این به بعد مردم می‌توانند با خیال راحت، لبنیات مصرف کنند. این موضوع درباره خیلی از موادغذایی دیگر مانند آلیمو، سیب و غیره هم اتفاق افتاد.

در این میان باید از ناظران پرسید که هنگام تولید این محصولات، شما کجا بودید؟ اصلاً چرا اجازه دادید که محصولاتی تولید شوند و به شبکه توزیع انتقال یابند؟ مگر قرار بر این نیست که همیشه از محصولات کارخانه به‌صورت زردوم نمونه‌برداری شود؟ آیا آزمایشگاه‌های شما قادر به تشخیص آلودگی و ناخالصی نیست؟ یا فصور و کوتاهی در انجام آزمایش است؟

البته برخی احتمال می‌دهند که دلیل عدم برخورد با بسیاری از متخلفان، جلوگیری از تعطیلی کارگاه و افزایش بیکاری در سطح جامعه است. اما آیا می‌توان به پنهان از دست ندان شغل عده‌ای محدود، سلامت یک جامعه را نادیده گرفت؟

ایا این کم توجهی، خود موجب رونق شایعات علیه محصولات سالم نمی‌شود؟ شاید شایعه‌سازی در موارد مختلفی از طرف گروه‌های رقیب یا به واسطه یک تسویه‌حساب شخصی صورت بگیرد اما وقتی کار به اظهارنظر مقامات مسئول می‌رسد، داستان رنگ دیگری به خود می‌گیرد و گوش و چشم مردم برای شنیدن آنها تیز می‌شود.

اگرچه شنیدن اخبار مربوط به پاکسازی بازار از آلودگی، به نوع خود خوشحال‌کننده و مثبت است اما در ضمیر ناخودآگاه مصرف‌کننده، تصویر عدم انجام درست وظیفه دستگاه‌های نظارتی تا قبل از رسانه‌ای شدن شایعات، نقش می‌بندد و این در درازمدت اثری سوء بر آنها خواهد گذاشت. آنها خواه ناخواه از خودشان می‌پرسند که اگر قرار بود نظارت‌ها بعد از به فروش رسیدن تعدادی از اجناس آلوده، تقویت شود پس تکلیف مشتریان قربانی چه خواهد شد؟

از سویی بر اساس قانون معرفی متخلفان و نام بردن از آنها ممنوع است و اعلام اسامی به قدری پیچیده و دردسرساز است که کسی جرات معرفی آنها را ندارد. زیرا ابتدا باید دستور از مقامات قضایی صادر شود سپس طی مراحل پیچیده نام شرکت مربوطه، به گوش مردم برسد. ای کاش مسئولان، قاطعیت بیشتری داشته باشند و با شایعه‌های بی‌اساس یا تولیدکنندگان بی‌مالات سریع و جدی برخورد کنند تا دیگر شاهد این همه شک و تردید در آنچه مصرف می‌کنیم، نباشیم.

این روزها اخبار و شایعات در حوزه موادغذایی به قدری زیاد است که آدم احساس می‌کند در استخری از آلودگی قدم برمی‌دارد. از طرفی حرف و حدیث‌های مسمومیت و تقلبی بودن خوردنی‌ها مصرف‌کنندگان را احاطه کرده و از طرف دیگر گهگاهی یکی از مسئولان درباره وجود نیترات در آب آشامیدنی هشدار می‌دهد. آلودگی هوا هم که جای خود دارد. حال چه موقع قرار است بساط این جریان‌ها برچیده شود و مردم به معنای واقعی امنیت غذایی را احساس کنند، معلوم نیست.

آزبان

بانک‌ها تنها برای واردات پول می‌دهند

مدیرعامل اتحادیه شرکت‌های تعاونی آبزیان، یکی از دلایل فراوانی ماهی تیلاپیا در بازار را جبران کمبود ماهی قزل‌آلا دانست و گفت: سیستم بانکی حاضر است پول بدهد تیلاپیا وارد کنیم اما حاضر نیست پول برای تولید بدهد.

ارسال قاسمی در گفت‌وگو با مهر با بیان اینکه تولید ماهیان گرمابی در کشور در سال‌های جاری بین سه تا پنج درصد نسبت به سال قبل کاهش داشته است، در مورد دلیل این امر اظهارداشت: تولیدکنندگان در تامین نهاده‌ها مشکل داشتند، ضمن اینکه ما در تامین سرمایه در گردش، با سیستم بانکی واقعا دچار مشکل هستیم. سیستم بانکی ما حاضر است پول بدهد تیلاپیا وارد کنیم اما حاضر نیست پول برای تولید بدهد. وی، تولید ماهی قزل‌آلا را نیز همراه با افت ۴۰ تا ۵۰ درصدی دانست و افزود: یکی از دلایل فراوانی ماهی تیلاپیا در بازار، جبران کمبود قزل‌آلا است.

عرضه ۲۰۰۰ تن مرغ در بورس کالا و انتقاد مرغداران

کشور در این باره به ایسنا گفت: سه نرخ برای عرضه گوشت مرغ منجمد براساس تاریخ انقضا در بورس کالای محصولات کشاورزی تعیین شده است. هر کیلوگرم مرغ منجمد با تاریخ مصرف یک تا سه ماه ۴۹۰۰ تومان، سه تا شش ماه ۵۲۰۰ تومان و شش تا هشت ماه ۵۵۰۰ تومان در بورس کالا عرضه می‌شود. وی افزود: وزارت جهاد کشاورزی که معتقد است باید قیمت گوشت مرغ در بازار به کمتر از ۶۵۰۰ تومان نرسد تا تولیدکنندگان متضرر نشوند چرا از طریق شرکت پشتیبانی امور دام اقدام به عرضه این محصول به قیمت ۵۵۰۰ تومان و کمتر از آن کرده است؟ در این شرایط نمی‌توان انتظار داشت بازار تحت تاثیر قرار نگیرد.

در حالی که شرکت پشتیبانی امور دام اقدام به عرضه دو هزار تن مرغ منجمد در بورس کالای محصولات کشاورزی با قیمتهای ۵۵۰۰ تومان و کمتر کرده است، مرغداران آن را باعث کاهش قیمت مرغ در بازار و زیان تولیدکنندگان می‌دانند. شرکت پشتیبانی امور دام اعلام کرد که دو هزار تن مرغ منجمدی را که پیش از این از تولیدکنندگان خریداری کرده در بورس کالای محصولات کشاورزی عرضه می‌کند که البته تاکنون بخشی از آن به فروش رفته است. این اقدام باعث نگرانی مرغداران و انتقاد آنها به وزارت جهاد کشاورزی و شرکت

پشتیبانی امور دام شده است. محمد یوسفی، رییس انجمن پرورش‌دهندگان مرغ گوشتی

رابطه وزرای کشاورزی و صنعت، شکر آب شد



در حالی است که محمدرضا نعمت‌زاده، وزیر صنعت، معدن و تجارت روز دوشنبه در جمع خبرنگاران با بیان اینکه قیمت تمام شده شکر تولید داخل با نرخ مبادله‌ای بیشتر از شکر وارداتی است و دلیل آن افزایش قیمت خرید چغندرقد از چغندرکاران است، اظهار داشت: به همین دلیل شورای اقتصاد یک ماه پیش مقرر کرد ۲۰۰ تومن از قیمت شکر وارداتی گرفته شود و به تولیدکنندگان داخلی اختصاص یابد. وی اضافه کرده است، مصوبه آن در شرف ابلاغ است که خودم

وزیر صنعت، معدن و تجارت در جلسه دو هفته پیش مجلس درباره ممنوعیت و ثبت سفارش نندن واردات شکر گفت: وزارت صنعت قطعا در جلوگیری از واردات شکر به تعهدات خود عمل کرده است. وی با بیان اینکه ما موضوع جلوگیری واردات شکر را تا توازن می‌کنیم، گفت: موضوع جلوگیری از واردات شکرهای ثبت سفارش شده نیز به مقررات تجارت خارجی بازمی‌گردد و مسئولان مربوطه باید در این باره پاسخ دهند. اظهارات وزیر جهاد کشاورزی

در حالی وزیر صنعت، واردات شکر را آزاد اعلام کرده است که وزیر جهادکشاورزی می‌گوید: در نامه‌ای که به وزارت صنعت نوشتم، خواهان ممنوعیت واردات شکر شدم.

به گزارش مهر، وزیر جهاد کشاورزی اظهار داشت: در نامه‌ای که دهم فروردین امسال به بخش بازرگانی خارجی وزارت صنعت، معدن و تجارت نوشتم، ضمن اینکه موضوع ثبت سفارش واردات به وزارت صنعت، معدن و تجارت مربوط می‌شود.

حجتی با بیان اینکه سال گذشته بیش از دو برابر نیاز شکر وارد کشور شده است، افزود: با بررسی که ما انجام دادیم، امسال بیش از ۶۰۰ هزار تن شکر از نیشکر و ۷۰۰ هزار تن از چغندرقد تولید می‌شود. وزیر جهادکشاورزی اضافه کرد: امسال کارخانجات چهار میلیون و ۴۰۰ هزار تن چغندرقد از کشاورزان خریده‌اند و بیش از ۶۰۰ هزار تن شکر نیز از

شاید قدیمی ترین و نخستین شکل تبلیغات را بتوان سنگ‌نوشته‌های مصریان باستان برای تبلیغات مذهب خود دانست؛ درست از همان زمان، تبلیغات جای خود را در جوامع باز کرد و در اشکال جدیدتر و برای مقاصد مختلف به کار گرفته شد و در زمان‌ها و مکان‌های متفاوت، افراد را آگاهانه و ناآگاهانه تحت‌تاثیر قرار داد. امروز مردم بخش عمده‌ای از زمان خود را بیرون از خانه می‌گذرانند و این موضوع از چشم ارائه‌دهندگان تبلیغات پنهان نمانده و از این‌رو راه‌هایی را برای ساخت فضاهای تبلیغاتی در محیط‌های عمومی یافته‌اند تا از این فرصت نیز بهره جویند. این شکل از تبلیغات که در تیررس دید و توجه مردم در مکان‌های عمومی قرار می‌گیرد به «تبلیغات محیطی» معروف‌است.

استفاده از تبلیغات محیطی امروز اشکال متفاوت‌تری پیدا کرده است و شامل انواع دیوارنوشته‌ها، بیلبردها، نمایشگرهای الکترونیکی، دیجیتال و لیزیری، ماکت جیمی، بال، تبلیغات داخل خطوط مترو، ایستگاه‌های اتوبوس، پل‌های عابر و مکان‌های عمومی مانند هتل‌ها، پارک‌ها، شهرها و... نیز می‌شود.

رسانه محیطی، رسانه‌ای مکمل

تبلیغات محیطی برای برخی محصولات به مثابه آخرین تیر به ذهن مخاطب برای به یادآوردن نام محصول قبل از ورود به مراکز خرید است که از آن به‌عنوان آخرین شانس تولیدکنندگان جهت معرفی محصول‌شان یاد می‌شود. این شکل از تبلیغات به منظور انتقال پیام در فضای شهری برخلاف سایر رسانه‌ها مثلاً رادیو و تلویزیون، قابل خاموش شدن یا نادیده گرفته شدن از سوی مخاطب نیست و می‌تواند به‌عنوان رسانه‌ای مکمل در کنار دیگر رسانه‌ها نقش موثری ایفا کند و این یکی از خاصیت‌های تبلیغات محیطی است که افراد آگهی‌هایی را که یک بار در رسانه‌های مختلف تماشا کردند، دوباره در محیط مرور می‌کنند. امروز رسانه‌های تبلیغات محیطی با توجه به نوع مخاطب و درخواست‌های صاحبان آگهی از بازار هدف در سطح شهر مورد استفاده قرار می‌گیرند. کاربرد انواع بیلبردها، ایستنده‌ها، تلویزیون‌های تبلیغاتی شهری، وسایل حمل‌ونقل عمومی مانند اتوبوس و تاکسی، دیوارنویسی، دستگیره‌های تبلیغاتی، استیکرهای سبدهای تبلیغاتی و ابزارهای خلاقانه و نامتعارف با یکدیگر متفاوت است و براساس موضوع تبلیغات، هدف و مخاطبان تبلیغات، مکان مورد استفاده و نوع گرافیک تبلیغ از هریک از آنها استفاده می‌شود. بیلبردها یکی از بهترین و قدرتمندترین ابزارهای تبلیغاتی در رسانه محیطی هستند که موارد استفاده بیشتری نسبت به سایر ابزارها دارند. بیلبردها با طراحی‌ها و ایده‌های خاص می‌توانند مخاطب را به تفکر در خصوص اهداف و مقصود نهایی طراحان وادارند و در نهایت هدف اصلی تبلیغ را تأمین کنند.

با ورود فناوری‌های جدید، ابزارهای جدیدی نیز در تبلیغات محیطی به کار گرفته شدند که در جمله آنها تلویزیون‌های غول‌پیکر شهری است که این ابزار نیز امروزه کارایی فراوانی پیدا کرده است.

ارتباط ۲۴ ساعته با مخاطب

تبلیغات محیطی ابزاری قدرتمند است که به تولیدکنندگان کالا و خدمات این فرصت را می‌دهد تا با مخاطبان خود یک ارتباط پیوسته طی ۲۴ ساعت در هفت روز هفته داشته باشند. ماهیت این رسانه به‌گونه‌ای است که باید بتواند ظرف چند ثانیه نظر مخاطب را به خود جلب کند و تأثیری ماندگار بر ذهن مشتری بگذارد به‌طوری که حتی بعد از اینکه بیننده از محل دور شد، همچنان به تبلیغ و موضوع آن فکر کند. به همین دلیل خلاقیت، ایده‌پردازی و رعایت اصول طراحی می‌تواند در موفقیت تبلیغات محیطی اثرگذار باشد. یکی از مزیت‌های فوق‌العاده تبلیغات محیطی که باعث برتری آن نسبت به سایر رسانه‌های تبلیغاتی دیگر شده این است که مخاطب ناگزیر به دیدن تبلیغات محیطی است و نمی‌تواند چشم خود را از رنگ‌ها و طرح‌های اطراف خود ببوشاند. لایلا صبری، کارشناس طراحی و گرافیک با تأکید بر مطلب فوق و با اشاره به قدرت تأثیرگذاری انواع تبلیغات محیطی می‌گوید: «رسانه‌های محیطی به‌قدری قدرتمندند که در صورت به‌کارگیری درست و به‌جای می‌توانند کسب‌وکار افراد را متحول کنند و البته عکس این موضوع نیز صادق است و چنانچه بدون شناخت و زیرساخت‌های مناسب و کافی مورد استفاده قرار گیرند، می‌توانند تبدیل به یک ضدتبلیغ شوند. مثلاً اگر شما محصولی را تبلیغ کنید که توان تولید آن را با همان کمیت و کیفیتی که اعلام کرده‌اید، نداشته باشید یا نتوانید آن را در دسترس خریدار قرار دهید، این شکل از تبلیغ، خود برای شما به یک ضدتبلیغ تبدیل خواهد شد. بنابراین در انتخاب این شکل از تبلیغ باید موارد گوناگونی چون تناسب موضوع تبلیغ با ابزار و طرح، محل ارائه تبلیغ و... را در نظر گرفت و آگاه بود که هر کدام از این ابزارها، شیوه نمایش متفاوتی را می‌طلبند و البته تأثیرات متفاوتی نیز دارند و برای تأثیرگذاری بر ذهن مخاطب، آگاهی از ویژگی‌ها و توانمندی‌های هر کدام از این ابزارها لازم است.» وی اضافه می‌کند: «کنته مهم دیگر اینکه، این تبلیغات باید برای افراد قابل فهم باشد، به‌ویژه آنکه مدت درگیر بودن مخاطب با این تبلیغات زمان کوتاهی است و طراحی هر پوستر یا بیلبورد یا استند باید به شکلی باشد که در همین زمان کوتاه بتواند پیام خود را به مخاطب منتقل کند. به‌ویژه اگر مضمون آموزشی یا ایجاد سوال در کار نباشد و فقط قصد ارائه پیام یا خبری به مخاطب را داشته باشیم.» وی ادامه می‌دهد: «در عین‌حال نباید فراموش کرد که بالا بودن هزینه‌های استفاده از ابزارهای رسانه محیطی و وجود محدودیت در اجرای طرح‌های تبلیغاتی از معایب این حوزه است که موجب می‌شود این شکل از تبلیغات برای هر شرکت یا هر محصولی مناسب نباشد. در غیراین‌صورت تنها هزینه بازدهی حاصل نخواهد شد بلکه سرمایه نیز به هدر خواهد رفت. در نهایت اینکه هر شکل از تبلیغات در هر رسانه‌ای زمانی سودمند خواهد بود و به بازده منجر خواهد شد که در محمل زمانی، مکانی و گرافیکی مناسب خود ارائه و پاید‌ها و ناپیدها در ارائه آن رعایت شود.» این کارشناس در پایان می‌افزاید: «در گذشته بیشتر شاهد بودیم که سازمان‌های دولتی از ابزارهای تبلیغات محیطی بهره می‌گرفتند اما امروز شرکت‌ها و مراکز خصوصی نیز به این حوزه وارد شده‌اند. تبلیغ رستوران‌ها، فیلم‌های سینمایی، لوازم صوتی و تصویری و... از جمله تبلیغات محیطی است که چند سال است در سطح شهر دیده می‌شود؛ تبلیغاتی که خوشبختانه با رعایت اصول ارائه شده است و به نظر می‌رسد تداوم آن نشان از موفقیتش دارد.»

فرصت امروز

دوم

بررسی اصول هزینه کرد بودجه تبلیغاتی سالانه در گفت‌وگو با دکتر امین اسداللهی

بر باد رفته!



دوم سال اضافه می‌آید. نکته جالب این است که این مشکل را بیشتر در مورد شرکت‌هایی می‌بینیم که با مشتریانی سروکار دارند که هر موقع سال می‌توانند برای آنها پیام تبلیغاتی ارسال کنند و روی آنها تأثیر بگذارند. مطمئناً برگزاری این همه کمپین به فاصله کم از هم، تأثیرات مخربی روی مشتریان و به تبع آن روی برندها خواهد داشت. چون به نظر نمی‌رسد چنین سازمان‌هایی با سرعتی که این کمپین‌ها را برگزار می‌کنند، بر سنجش اثربخشی آنها روی مخاطبان تمرکزی داشته باشند و از نتایج کمپینی روی کمپین دیگر استفاده کنند.

با دکتر امین اسداللهی، کارشناس تبلیغات و تحقیقات بازاریابی به بررسی این مسئله پرداخته‌ایم. ایشان به سوالات «فرصت امروز» در مورد بودجه‌بندی تبلیغاتی توسط سازمان‌ها و شرکت‌ها پاسخ می‌دهد.

آثار مخربی برای برندها دارد؟

به طور کلی تبلیغات بیش از حد موجب دلزدگی مشتری یا مصرف‌کننده خواهد شد که به نوبه خود این امر می‌تواند در بلندمدت جسم و ذهن برند را تخریب کند. به‌عنوان مثال برای برندهایی که در مرحله معرفی از چرخه عمر محصول خود قرار دارند به عبارت بهتر تازه وارد بازار شده‌اند، کمپین‌های پروازی یا تبلیغات چالشی بیش از حد نه تنها عامل ترغیب‌کننده‌ای نیستند، بلکه بالعکس کاملاً بازدارنده عمل می‌کنند یا تبلیغات محصولات صنعتی که گاهی در اتوبان‌های سطح شهر روی بیلبردها دیده می‌شود آثار مخربی روی برند خواهند گذاشت زسرا مخاطبان این محصولات بر عکس

نیمه دوم سال در کشور ما صنعت تبلیغات هیجان مضاعفی به خود می‌گیرد. همه فعالان این عرصه به تکاپو می‌افتند. سفارش‌دهندگان دائم درحال سفارش آگهی به شرکت‌های تبلیغاتی هستند و این شرکت‌ها نیز در فواصل کوتاه از هم دائم در حال برگزاری کمپین‌های تبلیغاتی و ساختن تیزرهای تلویزیونی هستند. این موضوع در اپراتورها و بانک‌ها بیشتر نمود پیدا می‌کند. این درحالی است که این هیجان را در نیمه اول سال از این شرکت‌ها شاهد نیستیم، به‌خصوص سه‌ماهه اول سال که شرکت‌ها به خواب فرو می‌روند و تلاشی برای تبلیغات خود نمی‌کنند. برخی از فعالان عرصه تبلیغات می‌گویند: علت این هیاهو و هیجان، بودجه اضافه تبلیغاتی است که شرکت‌ها باید آن را تا پایان سال به آخر برسانند. بودجه‌ای که معلوم نیست برچه قاعده و اصولی تصویب شده است که به یک باره در نیمه

که تبلیغات مناسب‌ترین ابزار برای آگاهی، ترغیب و حتی یادآوری محصول به مشتری و مصرف‌کننده است.

از الگوها و مدل‌های رایجی که در این

خصوص بهره گرفته می‌شود می‌توان به الگوی M5 اشاره کرد که هر چهار روش بودجه‌بندی (استطاعت، درصد فروش، رقبا و هدف و وظیفه) را گاهی به تناسب چرخه عمر محصول، چرخه عمر سازمان، سهم بازار، سهم مشتری و بازخورد محصول یا خدمت در بازار در نظر می‌گیرد. طراحی و تدوین بودجه تبلیغاتی و بهره‌گیری از رسانه‌های تبلیگذار (ATL، BTL و TTL) یک امر تخصصی و کاملاً علمی همراه با تجربه فراوان است و اینکه این بودجه در نیمه دوم سال اضافه می‌آید می‌تواند، علت اصلی آن عدم تخصص و ناآشنا

بودن فرد یا شرکت مورد نظر به رسانه‌های تبلیغاتی باشد. تبلیغاتی که از این بودجه اضافی به شرکت‌های تبلیغاتی داده می‌شود، چه

روال بودجه‌بندی در کشور ما نیز سالانه است، هرچند بسیاری از شرکت‌ها به‌صورت ماهانه یا فصلی اقدام به طرح‌ریزی بودجه یا حتی کمپین‌های تبلیغاتی می‌کنند که در این صورت انتظار بازدهی مناسبی نمی‌توان داشت



بررسی اصول هزینه کرد بودجه تبلیغاتی سالانه در گفت‌وگو با دکتر امین اسداللهی

بر باد رفته!

محصولات مصرفی به یک جامعه هدف کوچک محدود هستند که شاید با یک رویداد آن جامعه بیشتر تحت‌تاثیر قرار گیرند تا تبلیغات پرهزینه محیطی. پیشنهاد شما برای ساماندهی بودجه‌های تبلیغاتی در شرکت‌ها چیست؟ به نظر شما باید این ساماندهی را سالانه انجام دهند یا خیر؟ به‌نظر من بهترین کار برای ساماندهی بودجه‌های تبلیغاتی این است که شرکت‌ها ابتدا یک گام به عقب برداشته و تحقیقات بازار کنند سپس براساس اطلاعات به‌دست آمده از تحقیقات بازار به‌عنوان مثال سهم بازار محصول موردنظر، جایگاه شرکت در ذهن مشتریان و استراتژی‌های بازاریابی خود به طرح‌ریزی بودجه‌های تبلیغاتی مناسب اقدام کنند و از بودجه‌بندی مبتنی بر رقبا تا حد امکان پرهیز کنند و از روش بودجه‌بندی مبتنی‌بر هدف و وظیفه با بهره‌گیری از رسانه‌های تبلیغاتی مناسب (ATL، BTL و TTL) وارد بازار شوند و برای بهتر شدن کار هر سه ماه یک بار اثربخش بودن تبلیغات خود را ارزیابی کنند. بنابراین بهتر است بودجه‌بندی سالانه انجام گیرد.

به نظر شما زمان ارزیابی عملکرد تبلیغاتی شرکت‌ها در طول سال چه زمانی است؟

ارزیابی عملکرد در بودجه تبلیغاتی در فازهای مختلف صورت می‌گیرد؛ در مرحله اول قبل از تدوین و طراحی بودجه تبلیغاتی است که بیشتر به انتخاب مفاهیم و موضوعات متناسب با کارکرد و ماهیت اصلی محصول یا خدمت خواهد بود. به‌عنوان مثال، آیا این مفهوم تبلیغاتی برای این برند مناسب است یا خیر؟ این مفهوم با چه رسانه تبلیغاتی بهتر دیده می‌شود؟ و... که این ارزیابی‌ها باید توسط گروه‌های کانون و مشاهده مشارکتی در قالب تحقیقات کیفی صورت گیرد. در مرحله دوم در خلال و هنگام اجرای بودجه تبلیغاتی در طول سال است که هر سه ماه یک بار در قالب بررسی اثربخش‌بودن تبلیغات و هزینه‌های صورت‌گرفته با رویکرد تحقیقات و ارزیابی‌های کمی با ابزار پرسشنامه است و در نهایت در مرحله سوم پس از اجرای کامل کمپین تبلیغاتی که در پایان سال با روش آمیخته کمی و کیفی (Mix Method) جهت کاهش هزینه‌های بودجه سال آتی صورت می‌گیرد. بنابراین به طور کلی شش مرحله ارزیابی از قبل تا پس از اجرا باید صورت گیرد. موضوع مهم بودجه‌بندی تبلیغات، امروزه برای شرکت‌ها یا به عبارت بهتر مطرح‌شدن برندها بسیار موثر و حیاتی است و باید دائم با ارزیابی‌های مکرر، مورد تحلیل قرار گیرد.

ایستگاه تبلیغات



کلینکس به دیگران توجه می‌کند



شرکت کلینکس در راستای اهداف مسئولیت اجتماعی سازمانی خود دست به انجام یک تحقیق اجتماعی جالب زده است. این کمپین که با نام «به اشتراک گذاشتن مراقبت» اجرایی شده است، سعی دارد به مردم یادآوری کند تا به هم‌نوعان خود توجه کنند و مراقب یکدیگر باشند. این کمپین با یک ویدئو معرفی‌شده است که در آن، فردی در مترو، در حال عطسه کردن است و افراد وقتی او را می‌بینند از وی دور می‌شوند. به گزارش آمارکتور، کلینکس در این تحقیق اجتماعی، دستمال‌کاغذی جیبی دوتکه‌ای را آماده کرده است که در بدو ورود مردم به ایستگاه قطار به آنها به‌صورت هدیه ارائه می‌کند. روی یک قسمت از این دستمال‌کاغذی دوتکه نوشته شده است «برای شما» و قسمت دیگر «برای دیگران» در ادامه وقتی این افراد وارد مترو می‌شوند، فردی که بازیگر است به سمت آنها رفته و عطسه می‌کند. جالب است که رفتار افراد عوض‌شده و با نگاه کردن به دستمالی که در دست دارند، قسمتی از آن را با فرد به اشتراک می‌گذارند.

آگهی: جی پی اس Garmin – شعار: امکان نداره گم بشه!



بازاریابی مجانی



چگونه می توان نتایج بزرگی از بودجه بازاریابی کوچک به دست آورد؟

هدی رضایی

بسیاری از کسب و کارهای با اندازه متوسط به سبب عدم وجود بازاریابی موثر و برنامه های فروش با شکست مواجه می شوند. کارآفرینان شاید در کسب و کار اصلی شان مهارت داشته باشند، اما زیاد از بازاریابی نمی دانند. نبود یک کمپین بازاریابی موثر که به کار بیاید، یکی از دلایل شکست این شرکت هاست. از آنجایی که بازاریابی تنها انگیزه کارآفرین برای گشودن یک کسب و کار نیست، بنابراین اولویت کمتری نسبت به توسعه محصول و دیگر وظایف دارد. همچنین زمانی که بودجه کمیاب باشد؛ معمولا از فعالیت های بازاریابی زده می شود. کمپین های استارت آپی وجود دارد که ده ها هزار دلار برای ابزار و تجهیزات جانبی صرف می کنند، درحالی که میلی را برای بازاریابی کنار نمی گذارند. اشتباهی که اکثر شرکت ها در دهه جاری انجام می دهند این است که آژانس های تبلیغاتی گرانی را به خدمت می گیرند که ناتوان از بازاریابی با هزینه کم و اعمال صرفه جویی هستند. یا کارشناسان بازاریابی و فروش از شرکت های بزرگ استخدام می کنند که نمی دانند چگونه از بودجه کم به توان به نتایج مثبت رسید. بنابراین اگر صاحب کسب و کار کوچکی هستید در مورد استخدام افراد متخصص از شرکت های بزرگ که برای حل مشکل به سازمان شما می آیند، دقت کنید. شاید این روش همیشه جواب ندهد. استخدام آنها ادا به این معنا نیست که هر فردی که از شرکتي بزرگ می آید قادر است در مسائل بودجه کم تاثیرگذار باشد.

شرکت های با اندازه کوچک تا متوسط و کمپین های استارت آپ با دو مانع عمده دست و پنجه نرم می کنند که شرکت های بزرگ تثبیت شده با آن مواجه نیستند. اولاً شرکت شما به مثابه ماهی کوچکی در حوضی بزرگ است، باید انتظار مواجهه با رقیبای قوی تر از خود را داشته باشید که بر بودجه بازاریابی و تبلیغات بیشتر تمرکز می کنند. ثانیاً شاید شما مجبور باشید که درصد بیشتری از درآماتان را صرف هزینه های بازاریابی کنید. با دانستن این واقعیت ها، نیاز به کار کردن امور دارید تا در هزینه هایتان صرفه جویی کنید. به یاد داشته



باشید که می توانید کارهای زیادی با بودجه اندک انجام دهید و گران بودن همیشه دال بر بهتر بودن نیست. می توانید از استراتژی های بودجه محدود برای شکست رقیبا استفاده کنید. فارغ از موفقیت یا شکست این روش، درس هایی که از این روش صرفه جویی می گیرید در آینده نیز به شما کمک خواهد کرد. در زیر تعدادی استراتژی و تاکتیک حول مسئله بودجه کم برای وب سایت که می توانید برای شکست رقیبا استفاده کنید، آورده شده است: ۱- می توانید روی همه محصولاتتان ادرس سایت را بزنید تا مخاطبان در صورت تمایل محصولات دیگر شما را در سایت بازدید کنند. ۲- مطمئن شوید که کلمات کلیدی را در متن تان بهینه سازی کرده باشید تا موتورهای جستجو قادر به شناسایی آنها باشند. ۳- در صورت ممکن، آدرسی برای سایت انتخاب کنید که راحت تر در ذهن مخاطب ماندگار شود و مرتبط با فعالیت شرکت شما باشد. ۴- با دیگر کسب و کارهای مرتبط برای افزایش مشاهده پذیری موتورهای جستجو ارتباط برقرار کنید.

۵- محتوای وبسایتان را هر از چندگاهی آپدیت کنید و نگذارید ثابت و تکراری باقی بماند.



از میان خبرها

ناراضایتی کسب و کارهای کوچک بریتانیا از خدمات اینترنتی

بررسی های «فدراسیون کسب و کارهای کوچک بریتانیا (FSB)» نشان داد ۴۹ درصد از سازمان های این کشور که در مناطق روستایی واقع شده اند از کیفیت خطوط پهن باند اینترنتی که در اختیار می گیرند، راضی نیستند.

به گزارش رابورز، به گفته این فدراسیون آنچه این اتفاق را بدتر می کند این است که روز به روز بر میزان وابستگی سازمان های بریتانیایی به خدمات پهن باند اینترنتی افزوده می شود و به صورت همزمان کیفیت اینترنت پرسرعت در این مناطق تنزل می یابد.

این اتفاق در شرایطی رخ می دهد که مرکز FSB اعلام کرده است بریتانیا این روزها بیش از هر زمان دیگر خود را وابسته به اقتصاد مناطق روستایی می بیند و پیش بینی شده است ارزش کسب و کار در منطقه روستایی بریتانیا امسال از ۴۰۰ میلیارد پوند هم فراتر برود.

بیش از ۷۷ درصد سازمان های بریتانیا اعلام کردند که پست الکترونیکی تا سال ۲۰۱۷ میلادی مهم ترین نقش را برای آنها ایفا می کند و ۵۷ درصد نیز اعلام کردند خدمات پهن باند اینترنتی در دوره زمانی مشابه به ضروری ترین ابزار برای آنها تبدیل می شود.



بررسی اصول بازاریابی ویدئویی در گفت وگو با پویا روحی

ویدئو ابزاری قدرتمند در دست بازاریابان

چنین ویدئوهایی را به صورت سسی دی آماده و در محل های پرتردد مانند فروشگاه ها و سوپرمارکت ها نیز توزیع می کنند. معمولا ویدئوهایی که به سرعت منتشر می شوند، براساس اصول و قاعده و در راستای استراتژی برند ساخته شده اند. با «پویا روحی» محقق تبلیغات و برند که سابقه ای در ارائه خدمات بازاریابی ویدئویی به شرکت های مختلف دارد، گفت وگویی داشته ایم که در ادامه می خوانید.

سناریویی مناسب تهیه و اجرا شود. مخاطب همه چیز است، طبیعتا هرچه بیشتر و بهتر از مخاطب شناخت وجود داشته ویدئویی کسب و کارها همان قدر بالاتر خواهد رفت.

تفاوت اصلی این نوع بازاریابی با تبلیغات چیست؟

تبلیغات به عنوان بخشی از فرآیند بازاریابی است. استراتژی کلی بازاریابی شما می تواند شامل بازاریابی ویدئویی باشد و بازاریابی ویدئویی هم به نوبه خود می تواند شامل یک یا چند تبلیغات ویدئویی باشد.

بیشتر شرکت های تبلیغاتی خواهان اجرای شیوه های نوین بازاریابی برای کاهش هزینه های تبلیغاتی شرکت ها نیستند و عنوان می کنند مشتریان ایرانی تمایلی به استفاده از چنین شیوه هایی ندارند، نظر شما چیست؟

با این ایده موافق نیستم. این گونه نیست که کاربر ایرانی به استفاده از روش های جدید ارتباطی تمایلی نداشته باشد. به هر حال، به خاطر داشته باشیم که هر چیز جدیدی در ابتدا مورد استقبال گسترده قرار نمی گیرد و بازاریابی ویدئویی هم از این قاعده مستثنا نیست، اما به مرور زمان همه چیز جای خودش را پیدا می کند. فراموش نکنیم که جزو نخستین ها بودن می تواند یک مزیت رقابتی ایجاد کند

توضیح داد. سه، کسب و کارها با تولید ویدئوهای حرفه ای از خود متخصص و متمایز کار دیگر رقیبا جلوه خواهند کرد. چهار، میزان اثرگذاری و به خاطر سپاری ویدئو با توجه به اینکه دو حس بینایی و شنوایی را همزمان درگیر خود می کند، بسیار بیشتر خواهد بود. پنج، یک ویدئو هوشمندانه کمک بسیاری به فرآیند برندسازی شما خواهد کرد. در مورد معایب این شیوه از بازاریابی هم می شود اشاره کرد به اینکه برای تولید ویدئو با کیفیت به تخصص و صرف زمان زیادی نیاز است؛ که بسیار چالش برانگیز، صداگذاری، تدوین و مواردی از این قبیل نیاز

بسیاری معتقدند ارزش یک تصویر هزار برابر یک نوشته است. تصویری که اگر به درستی ساخته شده و مورد استفاده قرار گیرد سازنده را سریع تر به اهدافش می رسانند. در این راستا ساخت و ارائه ویدئوهایی با اهداف بازاریابی توسط کسب و کار یکی از شیوه های ارتباطی تاثیرگذار امروزی است. شیوه ای که شاید تاثیراتش روی مشتریان پر مشغله امروزی بیشتر از روش های دیگر باشد. این ویدئوها

دیده شده است. که مردم را به نگاه به درون خودشان و کشف اینکه چه چیزی در وجودشان خاص است، تشویق می کند. این کمپین بسیار مردم محور بوده و به آنها چارچوبی برای بیان داستان های شگفت انگیزشان می دهد. یکی از ویدئوهای بسیار هیجان انگیز این کمپین Look Inside FC Barcelona است که در آن اینتل به کلوب بزرگ طرفداران تیم بارسلونا تبدیل شده و حلقه ارتباطی بین تمام طرفداران بارسلونا در دنیا (روی فرهنگ ها و زبان های مختلف) شده است. نمونه دوم کمپین شرکت رستوران های زنجیره ای Chipotle است. یکی از استراتژی های تبلیغاتی شرکت Chipotle این است که مشتریان بداند چطور مواد اولیه غذای رستوران های این شرکت مسئولانه کشت و پرورش داده می شوند. ویدئوی مترسک به طور موبد لاسی حیوانات زنده را در شرایط نامطلوب نشان می دهد، اما با این



وجود، این انیمیشن هوشمندانه همچنان پیام تبلیغاتی شرکت Chipotle را به مخاطب انتقال می دهد. کاراکتر اصلی این انیمیشن مشاهده می کند که مردم با وجود اینکه می دانند چطور حیوانات و گیاهان پرورش داده شده، بستمندی شده و برای خوردن آماده می شوند، اما اشتها ی خود را نسبت به خوردن آنها از دست نمی دهند. هر چند می توان گفت این ویدئو کمی هم ضد تولید عمل می کند، اما به هر حال یک ویدئو بسیار تاثیرگذار است. این ویدئو در فضای مجازی انتشار یافته، به طور ویروسی بین کاربران دست به دست شده و تا این لحظه بیش از ۱۳ میلیون بار



طراحی استراتژی، برنامه ریزی و مهارت های فروش و فروشندگی حرفه ای

فروش را خاتمه داده و قرارداد را منعقد کنند. حدود ۲۵ درصد از فروشندگان نیز در بار دوم موفق به عقد قرارداد می شوند. همچنین حدود ۱۵ درصد در بار سوم و ۱۰ درصد در بار چهارم و پنجم موفق به فروش و عقد قرارداد می شوند. اما اگر از نظر فراوانی به این آمار توجه شود، ۲۰ درصد از فروش ها آنهایی است که در مرتبه اول و دوم به نتیجه رسیده است و ۸۰ درصد از فروش آنهایی است

دکتر احمد روستا در کتاب طراحی استراتژی، برنامه ریزی و مهارت های فروش و فروشندگی حرفه ای نوشته محمد بلوربان تهرانی است. در بخشی از این کتاب نوشته شده است: «فقط مداومت در تماس باعث موفقیت و افزایش تعداد خریداران و میزان فروش است. تجربه نشان داده، حدود نیمی از فروشندگان با توجه به اطلاعات قبلی و سازماندهی کار خود می توانند در همان ملاقات اول،

قابلیت ها و مزیت های محصول و شرایط دادوستد بازار است. فروش و فروشندگی وظیفه ای حساس است، زیرا مرحله نتیجه گیری تمامی مراحل و منایعی است که باعث شده اند تا محصولی تامین، تولید و عرضه شود. به عبارت ساده تر می توان گفت فروش موفق زمینه ساز کار آفرینی و بستر ساز تحولات و دگرگونی و ارزش افزایی هاست. آنچه خواندید پیشگفتار

فروش، مهر تایید و پذیرش یک محصول (کالا، خدمت، مکان، ایده و پدیده) نزد خریداران و فروشندگی هنر و مهارت دعوت، ترغیب، تشویق و متقاعد ساختن خریدار برای خرید محصول است. فروش مرحله ارزیابی عملکردها و دستاوردها در امتحان بازار و دادوستد است و نمره قبولی و مرتبه پذیرش در این آزمون حاصل مجموعه ای از عوامل ذاتی و اکتسابی فروشند



کارگاه برندینگ



برند است و قولش!

محمد زرین

کارشناس برندینگ

در مطلب پیشین به توضیح مختصر ارزش ها، چشم انداز و مأموریت سازمان پرداختیم و تفاوت آنها را با یکدیگر و همچنین با بیانیه جایگاه سازی برند و قول (یا وعده) برند بررسی کردیم. درخصوص قول برند گفتیم که قول یا وعده برند هسته اصلی و جوهره بیانیه جایگاه سازی برند است و انتظار مشتری از شما این است که به وعده برنداتان پایبند باشید. در بیانیه جایگاه سازی وجه تمایز برند با رقبا و ارزش هایی که برند به مشتری می دهد توصیف می شود و جوهره این بیانیه قول برند را شکل می دهد.

قول برند قرارداد نانوشته میان برند و قلب مخاطبانش است که تعهد و پایبندی به آن موجب اعتماد و حفظ ارتباط عمیق و ماندگار میان یک برند و مشتریانش می شود. پایبندی برند به حرفه ایی که زده و اینکه تا چه حد توانسته است به مخاطبانش این خوش قولی را ثابت کند بازترین فاکتور برای یک ممیزی اجمالی از میزان تثبیت جایگاه برند در ذهن و قلب مشتری است.

مفهوم قول برند در رویکرد بازاریابی به عنوان «ارزش های پیشنهادی» و در رویکرد فروش به عنوان «پیشنهاد منحصر به فرد فروش» مطرح می شود و در برخی از منابع و مباحث آموزشی برندینگ، قول برند را برابر با همان بیانیه جایگاه سازی برند در زمین حاصلخیزی در نظر بگیریم که نهال برند در آن جوانه زده و رشد و نمو پیدا می کند، قول برند میوه نهایی این درخت برند است. این میوه باید جذاب باشد و همه ساله به بار بنشیند.

قول برند معمولا حاوی تعدادی از این بخش ها و موضوعات است: ویژگی های کارکردی محصول یا خدمت، منافع و مزایای کالا، تجربیات احساسی و عاطفی ناشی از استفاده کالا، ارزش های پیشنهادی برند و آلمان های شخصیتی و هویتی که به دلیل انتخاب آن برند نصیب مشتری می شود، اما آنچه که قول برند را تبدیل به وعده ای برای ایجاد ارتباطی ماندگار میان برند و مخاطب می کند صرف جملات و کلماتی برای ارائه این موضوعات نیست. به عبارت دیگر زمانی که شما هنوز برندی برای کالای تان ندارید یا هنوز به عنوان یک برند قوی در ذهن مشتریان تان شکل نگرفته اید، مشتری برای اعتماد به ادعای شما باید ریسک کند و با حدس و گمان پیش برود. اینکه در ارزش های پیشنهادی فروش با بیانیه جایگاه سازی تان چه چیزی به او می گوید، در این مرحله اعتماد برای خرید ایجاد نمی کند، اما در مورد یک برند با جایگاهی تثبیت شده، این قول او و عمل به وعده برند است که برای مخاطب آرایش خاطر ایجاد می کند و بدون هیچ دغدغه خاطری آن کالا را می خرد.

قول برند می تواند در قالب جملاتی به شکلی هنرمندانه و جذاب به مخاطبان اعلام شود یا می تواند به شکلی هوشمندانه تر و ماهرانه تر در طول زمان و به واسطه تجربه مشتریان پس از استفاده کالا درک شود. برندهای مطرح این کار را کرده اند و مخاطبان بسیاری حتی بدون آنکه از متن قول برند آنها خبر داشته باشند یا آن را جایی خوانده باشند، همان چیزی را از برند انتظار دارند و در عمل می بینند که برند طی سال ها فعالیت به آن پایبند بوده و از قولش عدول نکرده است.

سال ها پیش پست فدکس (FedEx) قول داده بود که بسته های پستی را یک شبه به مقصد می رساند و امروزه همچنان این وعده در ذهن همه کسانی که با فدکس کار کرده اند جای گرفته و حتی کسانی که هیچ وقت بسته ای را با فدکس پست نکرده اند به این قول اعتماد دارند.

برای تدوین و حفظ قول برند باید سه نکته مهم را در نظر داشت: ۱- باید یک نیاز مشخص را برطرف کند و یک منفعت آتی به مشتری برساند. ۲- باید موفق و معتبر باشد و بتوانید آن را اثبات کنید و مخاطبان آنرا به عنوان قول برند شما باور کنند. ۳- باید همیشه و هر زمان و تحت هر شرایطی حفظ و به آن عمل شود. همچنین قول برند باید متمایز از رقیب و متناسب و هماهنگ با هویت یکپارچهای از برند باشد که در فرآیند برندینگ خلق شده است. از سوی دیگر باید مسواری همچون ارزش های سازمانی، ویژگی های کالا و خدمات، شرایط محیطی کسب و کار، منابع انسانی و زنجیره تامین، کانال های توزیع، رویکردها و قواعد تبلیغاتی و ارتباطی برند و همه مسائلی که در ارائه برند به مخاطب تاثیرگذار در نظر گرفته شود و قولی داده نشود که بعدها به یکی از دلایل فوق قادر به برآورده ساختن نباشیم. قول برند شاید مهم ترین جنبه برند است که در ایران کمترین توجه به آن می شود. حرف زدن و عمل نکردن رویه معمول اکثر برندهای ایرانی شده و برندینگ در تبلیغات و برنامه های ارتباطی خلاصه شده و صبر و استقامت بر شیوه ای مدون و ثابت برای ایجاد اعتماد میان برند و مشتریان مبدل به سخت ترین و تقریبا کار غیرممکنی در ذهن صاحبان عجلو برندها شده است.

فارغ از تمامی موارد تکنیکی تدوین و حفظ قول برند، ابتدایی ترین اصل کسب و کارهای سنتی در کشور ما از دیرباز، خوش قولی و وفای به عهد بوده که کشورهای پیشرفته بدون ادعایی اخلاقی مبنی بر رعایت این اصل، آن را به شکلی کاملا سازمان یافته و کاربردی در فن برندینگ تزریق کرده و به آن پایبند هستند و در کشور ما باوجود شعارهای اخلاقی در این باره، نه به شکل سنتی و اخلاقی و نه وعده مان وفا می کنیم و نه به شکلی حرفه ای از مفاهیم اصول برندینگ بهره می گیریم تا قدری در جهت ایجاد ساختار و روشی برای جاری شدن قول برند در ارکان سازمان برداشته باشیم.

کتابخانه

۵۴ درصد از واگذاری های ۹ سال گذشته از طریق بورس صورت گرفت

از سال ۸۴ و همزمان با ابلاغ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی بالغ بر ۱۳۲۴ هزار و ۵۵۹ میلیارد ریال سهم دولتی واگذار شده است که از این میان ۷۱۵ هزار و ۴۳۳ میلیارد ریال از طریق بورس اوراق بهادار فروخته شده که ۵۴ درصد کل واگذاری‌های خصوصی‌سازی را دربرمی‌گیرد. همچنین در این مدت، ۴۵۴ هزار و ۵۵ میلیارد ریال سهم دولتی از طریق مزایده، ۱۵۳ هزار و ۲۱۳ میلیارد ریال از طریق فراپورس و ۱۸۵۹ میلیارد ریال از طریق مذاکره واگذار شده که به ترتیب با ۳۴,۳، ۱۱,۶ و ۰,۱ درصد، رتبه‌های دوم تا چهارم واگذاری‌های دولت را به خود اختصاص می‌دهند. افزون بر این، از سال ۸۴ تاکنون ۱۲۶۹ هزار و ۸۰ میلیارد ریال سهم دولتی شامل ۹۵,۸ درصد کل واگذاری‌ها به صوت بلوکی، ۴۲ هزار و ۱۰۵ میلیارد ریال شامل ۳,۲ درصد کل واگذاری‌ها به‌صورت تدریجی و ۱۳ هزار و ۳۷۴ میلیارد ریال شامل یک درصد کل واگذاری‌ها در قالب سهام ترجیحی واگذار شده است.

تسویه ۹۵ درصد معاملات بازار سرمایه بدون تاخیر

محسن خدابخش مدیر تسویه وجوه معاملات اوراق بهادار و بورس کالای شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار و تسویه وجوه (سمات) گفت: با استفاده از سازوکارهای صندوق تضمین تسویه، سه ماهه سوم امسال در ۹۵ درصد روزها، امور تسویه کارگزاران سر وقت و بدون تاخیر انجام شد. وی با بیان مطلب فوق افزود: گزارش‌های آماری صندوق تضمین تسویه در ۵۸ روز فعالیت سه ماهه سوم سال جاری نشان می‌دهد، در ۶۷ درصد روزها، فرآیند واریز وجه توسط کارگزاران بدهکار با تاخیر همراه بوده که این عدد در دوره مشابه سال گذشته ۷۴ درصد بوده است. وی با اشاره به زمان‌بندی پرداخت و محاسبه ساعتی جرایم تاخیر و همچنین استفاده از منابع صندوق گفت: درسه ماهه سوم سال جاری ۹۵ درصد پرداخت‌های وجه پستانتکاران اتاق پایاپای، در زمان و موعد مقرر پرداخت شده و مابقی پرداخت‌ها نیز تا ساعت ۱۳ و ۳۰ دقیقه روز تسویه به حساب‌های پستانتکاران واریز شده است.

تضمین کیفی‌سازی با فرصت ۵ساله به پالایشگاه‌ها

محمدرضا عربی، معاون نظارت بر بورس‌ها و ناشران سازمان بورس اوراق بهادار گفت: به دلیل قطعی نبودن فرمول‌های کیفی‌سازی و اثرات دقیق آن و روشن نبودن شرایط شرکت‌های پالایشی، سازمان بورس اقدام به توقف نمادها گرفت که طی چند ماه اخیر برای رفع این ابهام و روشن‌شدن شرایط شرکت‌های پالایشی جلسات و نشست‌های متعددی با مدیران این شرکت‌ها و مسئولان ذیربط در بخش‌های مختلف اقتصادی کشور برگزار شد. وی به جلسه دو روز قبل هیات وزیران اشاره کرد و گفت: در این جلسه، هیات وزیران یک مصوبه خوب داشت که از دو جهت به بهبود شرایط شرکت‌های پالایشی و کاهش ریسک پالایش سرمایه کمک می‌کند. عربی درباره چگونگی بهبود شرایط شرکت‌های پالایشی توضیح داد: براساس مدل طراحی شده، مقرر شده است که همزمان با اجرای پروژه‌های کیفی‌سازی نرخ‌های مشابه سال‌های گذشته محاسبه و اعمال شود و همزمان شرکت‌های پالایشی ملزم به اجرای طرح‌های کیفی‌سازی در یک بازه زمانی پنج ساله هستند.

بورس بین الملل

مسیر افزایشی مس در بورس لندن



خرید نقدی مس در بورس لندن با افزایش همراه شد و با نرخ ۵ هزار و ۶۷۰ دلار بر تن معامله شد. طی معاملات روز دوشنبه در بازار فلزات لندن، فروش نقدی مس با افزایش رو به رو شد و به ۵ هزار و ۶۷۱ دلار رسید. همچنین سفارش خرید مس برای سه ماهه آینده به مبلغ ۵ هزار و ۶۴۲ دلار معامله شد. خرید و فروش نقدی آلومینیوم با قیمت ۱ هزار و ۸۲۵ دلار و ۱ هزار و ۸۲۵,۵۰ دلار معامله شد. قلع هم با نرخ ۱۹ هزار و ۲۷۵ دلار خریداری شد و به هر نرخ ۱۹ هزار و ۲۸۰ دلار در هر تن فروخته شد. گزارش ها حاکی از آن است که خرید و فروش روی با نرخ ۲ هزار و ۶۸ و ۲ هزار و ۶۸,۵۰ دلار انجام شد. سرب هم در رینگ معاملاتی با نرخ ۱ هزار و ۸۲۷ دلار خریداری و با قیمت هر تن ۱ هزار و ۸۲۷,۵۰ دلار به فروش رسید.

شرکت‌ها و مجامع

پوشش ۷۱ درصدی «پکرمان» در دوره ۹ ماهه

شرکت گروه صنعتی بارز با کنار گذاشتن ۱۸۶۰ ریال از درآمد مالی ۹۳ طی دوره ۹ ماهه موفق به پوشش ۷۱ درصدی درآمد خود در سال مالی جاری شده است. هیات‌مدیره در نظر دارد ۶۰ درصد سود خالص سال مالی ۹۳ را به‌عنوان سود نقدی هر سهم به مجمع عمومی عادی سالانه صاحبان سهام پیشنهاد کند.

هیجان سهامداران تمامی ندارد

فروش سهم‌های بورس به قیمت عرضه اولیه



خارج شوند و به این ترتیب، فعالیت حقیقی‌ها بسیار اندک بود. در این میان روز گذشته صنعت مالی بیشترین ارزش معاملات را در بازار سهم داشت. سهامداران تعداد ۸۵ میلیون و ۹۰۴ هزار سهم از سهام شرکت‌های این گروه را به ارزش ۱۰۶ میلیارد و ۳۰۳ میلیون ریال خریداری کردند. پس از آن، گروه خودرو و بانک‌ها بیشترین ارزش معاملات را داشتند.

از جمله خبرهای مهم پیرامون بورس، اعلام رییس سازمان بورس اوراق بهادار بود. وی با اشاره به مسدود بودن نماد پالایشگاه‌ها که طی یک سال گذشته در

تابلوی بورس مسدود شده است گفت: با مصوبه اخیر دولت، شرکت‌های پالایشی که بیش از ۱۰درصد ارزش معاملات را در بازار سهم داشتند، به تابلوی بورس برمی‌گردند.

با گروه‌های بورسی

گروه خودرو و ساخت قطعات، با وجود معاملات مثبت در دقایق آغازین، در ادامه با افت قیمت‌ها همراه شد و در پایان معاملات، بیشتر نمادهای این گروه منفی بسته شدند. با معامله ۳۸,۹ میلیون سهم، پارس خودرو پرچم‌ترین معاملات گروه را به خود اختصاص داد. در گروه بانک و موسسات اعتباری،



بازار سرمایه در انتظار اقدامات عملی دولت

سوددهی ارتقا می‌یابد. این امر سبب شده تا نقدینگی در جامعه کاهش یابد و تنگنای شدید اعتباری ایجاد شود که در صورت گشایش در این مسئله بسیاری از مشکلات رفع خواهد شد.



تغییر مسیر بازار با ۳ رویداد مهم در آینده بورس رقم می‌خورد

پيامدهای خود خواهد کرد و ممکن است بازار چند واحد P/E بگیرد.

البته کسی نمی‌تواند اثر این اتفاق را به راحتی روی بازار بسنجد اما نکته اصلی اینجاست در صورتی که این ابهام بر طرف شود نمودارهای تکنیکال جای خود را به تحلیل بنیادین می‌دهد تا صناعی که از این اتفاق مثبت (رفع تحریم) بیشترین اثر را می‌پذیرند نمایان شوند و سرمایه‌گذاران آن سهام را در پورتفوی خود قرار دهند. بهبود قیمت نفت و محصولات پتروشیمی و ارائه گزارش‌های میان دوره‌ای مناسب، دو عامل با اهمیت در افزایش P/E است. این دو عامل می‌تواند وضعیت بنیادین بازار را بسیار شفاف کند و مسیر پیش روی سرمایه‌گذاران را از یک مسیر غیرشفاف و مبهم به یک وضعیت قابل پیش‌بینی تغییر دهد. افت بی‌سابقه قیمت سهام شرکت‌ها، نزدیک شدن به فصل مجامع و تغییر قوانین دست‌وپا گیر و محدودکننده به قوانین مثبت در جهت بهبود شرایط کسب‌وکار و بهبود بازار سرمایه، برای سهامداران راهی باز نمی‌گذارد جز اینکه عدم توجه به عوامل بنیادین و اتکای صرف به روزمرگی تکنیکالی آنها را در مسیر نادرستی قرار می‌دهد به‌طوری‌که به‌زودی نه‌تنها از افت قیمت‌ها منضر شوند بلکه فرصت بازگشت بازار را نیز از دست بدهند.

این ریسک یکی از بزرگ‌ترین ریسک‌هایی بوده که بالای سر بازار وجود داشته است و رفع آن تا مدتی بازار را درگیر تحلیل

هدایت معاملات و تصمیم‌گیری، نمودارهای تکنیکال است. ممکن است ریسک‌های سیستماتیک باعث نادیده گرفتن عوامل بنیادین مثبت در کوتاه‌مدت و بروز رفتارهای هیجانی شود اما در میان‌مدت و بلندمدت خاصیت خود را از دست می‌دهد. گاهی انقدر این هیجانات زیاد می‌شود که تمام الگوهای تکنیکالی مرتباً رد (فیلد) می‌شوند و هر روز کف و سقف جدید و نقطه حمایت و مقاومت‌های جدید ارائه می‌شود. در حال حاضر عوامل دیگری نیز وجود دارند که به‌صورت غیرمستقیم بر بازار تاثیر می‌گذارند و در واقع این عوارض عوامل اصلی هستند که بر پیکره بازار نمایان شده‌ است. نهادهایی که پرداخت‌های دوره‌ای دارند مانند سازمان تامین‌اجتماعی، صندوق‌های بازنشستگی، صندوق‌های ذخیره هم به دلیل کاهش قیمت سهام و کمبود نقدینگی و هم به علت بسته بودن

نماگر بازار سهام



ریزش ۲۷۰ واحدی شاخص کل بورس

شاخص کل بورس اوراق بهادار در جریان معاملات روز سه‌شنبه با ۲۷۰ واحد افت نسبت به روز گذشته در نهایت در ارتفاع ۶۵ هزار و ۵۶۴ واحدی ایستاد. شاخص ۳۰ شرکت بزرگ ۱۴ واحد، شاخص آزاد شناور ۴۰۰ واحد، شاخص بازار اول ۲۳۳ واحد، شاخص بازار دوم ۳۰۶ واحد و صنعت ۱۶۷ واحد افت را تجربه کردند. تعداد ۲۷۸ میلیون سهم و حق تقدم به ارزش ۴۶۸ میلیارد تومان در ۳۱ هزار نوبت معاملاتی دادوستد شد.

شاخص کل	۶۵,۵۶۴,۷۰
میزان تغییر	(۲۷۰,۳۲)
ارزش بازار	۲,۹۵۳,۳۶۵,۷۷۸ B
ارزش معاملات	۵۸۰,۰۵۷ B
حجم معاملات	۳۷۸,۶۹۵ M

نماد	قیمت پایانی	تاثیر
بانک تجارت	۷۸۴	(۲۷,۳۵)
بانک ملت	۱,۹۱۹	(۲۲,۱۷)
چادرملو	۳,۶۵۸	(۱۷,۰۶)
معادن و فلزات	۱,۹۵۸	(۱۵,۹۶)
بانک سینا	۱,۲۸۵	(۱۱,۷۵)

نام کامل شرکت	خرید	ارزش
نورد آلومینیوم	۴,۲۷۴	۹,۰۷۹ B
توسعه صنایع سیمان	۱,۵۰۰	۲,۷۵۰ B
نوسازی ساختمان	۵,۹۶۸	۲,۰۸۹ B
بانک ملت	۱,۹۴۵	۲,۰۶۹ B
روز دارو	۵,۷۲۹	۱,۷۲۴ B

نام کامل شرکت	فروش	ارزش
کمباین سازی	۱,۱۲۵	۵۲,۸۸۵ B
ملی صنایع مس	۱,۷۷۷	۳۳,۷۰۰ B
سیمان تهران	۲,۸۸۵	۳۲,۴۳۹ B
داروپخش	۱۷,۴۹۷	۸,۹۱۳ B
سیمان قائن	۳۵,۵۷۲	۷,۲۲۰ B

نام کامل شرکت	قیمت	درصد
پارس سرام	۳,۸۸۰	۳,۹۹
سامان گستر	۱,۶۴۱	۳,۹۹
سایپا آذین	۲,۶۷۰	۳,۹۷
تولیدی شهیدقندی	۱,۶۹۶	۳,۷۹
کاشی تکسرام	۳,۱۳۹	۳,۵۶

نام کامل شرکت	قیمت	درصد
س. توسعه سیمان	۲,۲۴۹	(۳,۹۷)
پگاه خراسان	۶,۷۷۸	(۳,۹۷)
بانک سینا	۱,۲۸۵	(۳,۹۶)
چینی ایران	۳,۲۶۴	(۳,۹۲)
توریستی آبادگران	۲,۷۳۹	(۳,۸۹)

نام کامل شرکت	حجم	ارزش
پارس خودرو	۳۸,۹۵۹ M	۲۸,۳۱۰ B
بانک تجارت	۱۳,۹۳۵ M	۱۰,۹۲۵ B
بانک صادرات	۱۳,۶۸۱ M	۹,۵۴۷ B
سرمایه گذاری سایپا	۱۱,۰۴۱ M	۱۱,۳۶۲ B
بانک ملت	۱۰,۹۷۴ M	۲۱,۰۳۲ B

نام کامل شرکت	حجم	ارزش
پارس خودرو	۳۸,۹۵۹ M	۲۸,۳۱۰ B
ایران خودرو	۹,۷۸۰ M	۲۳,۷۶۰ B
صنایع آذراب	۹,۰۴۲ M	۲۳,۴۰۷ B
بانک ملت	۱۰,۹۷۴ M	۲۱,۰۳۲ B
تولیدی شهیدقندی	۹,۹۷۴ M	۱۶,۹۱۷ B

نام کامل شرکت	قیمت	تعداد
توسعه معادن و فلزات	۱۹۵۸	۲۱۳۷
پارس خودرو	۷۲۴	۲۰۳۲
صنایع آذراب	۲۵۸۹	۱۱۶۴
ایران خودرو	۲۴۲۹	۱۰۷۴
ج. توکا فولاد	۴۳۶	۱۰۶۸

شاخص کل	۷۲۳,۶۰
میزان تغییر	(۵,۶۰)
ارزش بازار	۵۹۸,۷۳۰,۴۸۱ B
ارزش معاملات	۱,۵۸۴,۷۶۶ B
حجم معاملات	۱۵۵,۲۰۰ M

نام کامل شرکت	قیمت	تاثیر
پتروشیمی ایرانیان	۲,۱۰۴	(۲,۳۴)
ذوب آهن اصفهان	۱,۵۵۴	(۰,۷۳)
نفت پاسارگاد	۱۶,۶۴۴	(۰,۳۴)
بانک گردشگری	۱,۵۱۹	(۰,۳۳)

پیشنهاد جالب یک کارگزار برای جلوگیری از توقف طولانی نمادها

مدیرعامل کارگزاری آینده برای جلوگیری از توقف طولانی مدت نمادهایی چون پالایشگاه‌ها پیشنهاد جالبی ارائه کرد. پیشنهاد جالبی ارائه کرد. فردین آقابرزگی در گفت‌وگو با بورس‌پرس، با اشاره به تبعات توقف ناخواسته طولانی‌مدت شرکت‌ها در بورس و فراپورس اظهار داشت: توقف نماد معاملاتی در راستای تحقق شفافیت حداکثری اطلاعات مالی و بهبود نقدشوندگی اوراق بهادار این سوال را به‌وجود می‌آورد که دو متغیر در ایده‌ال‌ترین حالت چگونه ممکن است به اجرا درآیند. به‌طوری‌که منافع خریداران و فروشندگان توما لحاظ شود.

وی ادامه داد: برخی ابهام‌ها که می‌تواند تأثیرات بااهمیتی برای سودآوری شرکت‌ها و به تبع آن حقوق صاحبان سهام در پی داشته باشد، موجب می‌شود مقام ناظر برای شفاف‌سازی هرچه بیشتر گزارش‌ها و مستندات مالی همچنین جلوگیری از ورود هرگونه خسارت احتمالی به سهامداران، اقدام به توقف نماد معاملاتی با هدف رفع ابهام‌های به‌وجود آمده در شرکت کند.

مدیرعامل کارگزاری آینده خاطرنشان کرد: تلاش‌های صورت گرفته در خصوص رفع ابهامات احتمالی تا آستانه لطمه نزدن به نقدشوندگی سهام شرکت‌ها در بازار کاملا توجیه‌پذیر و جزو ضروریات و انتظارات سهامداران از مقام ناظر است.

آقا بزرگی ادامه داد: در این‌ مورد وظیفه سازمان بورس تا جایی که به‌عنوان متولی بازار سرمایه امکان‌پذیر باشد، دریافت و انتشار اطلاعات مالی شرکت‌ها در اسرع وقت و بدون ابهام به عموم فعالان بازار سهام است و چنانچه در کوتاه‌مدت این مهم قایل اجرا نیست، اولا سازمان بورس می‌تواند برای جلوگیری از هرگونه لطمه به نقدشوندگی سهام شرکت‌های متوقف، با انتشار اطلاعیه‌های شفاف‌سازی از روند پیگیری‌های صورت گرفته اقدام به بازگشایی نماد معاملاتی کند.

به گفته وی، البته به تنهایی مسئولیت توقف نماد برعهده مقام ناظر نیست و همکاری مدیران شرکت‌ها در ارائه به‌موقع و توجیه‌پذیر اطلاعات لازم و مورد تأیید سازمان بورس نقش مهمی دارد.

وی ادامه داد: ثایا به دلیل حساسیت موجود و مقطع خاصی زمانی که عمدتاً متاثر از تلاطم در بازار نفت و کالا در اقتصاد بین‌الملل است راهکارهایی برای جلوگیری از توقف طولانی نماد معاملاتی شرکت‌ها وجود دارد. به این ترتیب که به استناد اختیارات هیات‌مدیره سازمان بورس یا شورای عالی بورس می‌توان به‌طور موقت نماد معاملاتی به بازار پایه فراپورس منتقل کرد. به این ترتیب نه تنها اثر خاصی روی شاخص مشاهده نخواهد داشت بلکه از بروز فساد احتمالی و نقل و انتقال خارج از بورس به‌گونه وکالتی یا صوری نیز جلوگیری خواهد شد.

به گفته این کارگزار خبره بازار سرمایه، درصورت اجرای شدن این طرح، نماد شرکت‌هایی چون پالایشگاه‌ها نیز می‌تواند دوباره به نمادهای قابل معامله و نقد شوندۀ تبدیل شودن.

آقابرزگی در ادامه توضیحات خود گفت: فرض کنیم برای تأمین نقدینگی برای خرید سهام در بورس یا فراپورس مجبور باشیم با فروش سهام این منابع را تأمین کنیم یا تصمیم به فروش چند سهم از سبد سرمایه‌گذاری خود بگیریم. ناگهان متوجه شویم به دلیل عدم ارائه به موقع اطلاعات شرکت یا اتخاذ تصمیم‌های مهم یا حتی تخلف، نماد شرکت متوقف می‌شود. دراین صورت آیا بلوکه شدن بخشی از دارایی سهام به دلیل کمبود اطلاعات لازم به صرفه و صلاح سهامدار است؟

وی با بیان اینکه سرمایه‌گذاری در بورس ذاتا دارای ریسک بوده و سرمایه‌گذاران با پذیرش این ریسک‌ها به خریدوفروش سهام می‌پردازند، ادامه داد: اما توقف طولانی‌مدت نمادها هم ریسکی است که به سرمایه‌گذار تحمیل شده و سرمایه‌گذار نمی‌تواند این ریسک جدید را مدیریت کرده و میزان آن را کاهش دهد. زیرا تصمیم به ارائه اطلاعات از سوی مدیران شرکت و دریافت نکردن اطلاعات از سوی مقام ناظر به توقف تصمیم‌گیری روی دارایی مالی سهامدار منجر خواهد شد.

این عضو هیات‌مدیره کانون کارگزاران بورس با اعلام اینکه تجربه گذشته نشان داده ارائه اطلاعاتیه‌های شفاف‌سازی به خوبی می‌تواند در این گونه موارد مشکل سهامداران را حل کند، خاطر نشان کرد: در بورس برای جهانی توقف روند معاملات سهام شرکت‌ها به دلیل عدم افشای اطلاعات یا اختلاف زیاد عرضه و تقاضا، زمان بسیار کوتاهی دارد. مثلا در بورس نیویورک توقف نمادها حداکثر یک ساعت است و بسیاری به ندرت اتفاق می‌افتد که توقف برخی نمادها بیش از این زمان به طول بینجامد.

آقابرزگی ادامه داد: بنابراین با توجه به اینکه چشم‌انداز توسعه بازار سرمایه ما بسیار وسیع‌تر باحجم گسترده‌تر دیده می‌شود، جا دارد روش‌های اجرایی و اداره این امور به سمت معیارها و استانداردهای بین‌المللی هدایت شود. چون با مقایسه استانداردها در بورس‌های دنیا به نظر می‌رسد توقف چند هفته‌ای و گاه چندماهه نمادهای معاملاتی برخی سهام شرکت‌های بورسی در ایران بسیار طولانی‌تر از حد معمول است.

وی در خاتمه گفت: متوقف بودن طولانی مدت نمادها آثار منفی از جمله زدزدگی سهامداران از بازار سرمایه را به دنبال دارد و شاید این موضوع به گسیل شدن منابع مالی از بازار سرمایه به سایر بازارهای موازی عمدتا دارای انگیزه سفته‌بازی یا دلالی غیراقتصادی منجر شود.

مدیرنظارت برناشران بورسی شرکت بورس با تحلیل وضعیت دوصنعت سنگ آهن و فولاد که ۲۱درصد ارزش روز بازار سهام را دارند، آثار لایحه بودجه ۹۴ و چالش‌های پیش روی این دو صنعت بورسی را تشریح کرد.

روح‌الله حسینی مقدم، در گفت‌وگو با بورس پرس، با اشاره به اهمیت ویژه بودجه هر ساله دولت بر اقتصاد و بازار سرمایه به کارکردهای مورد انتظار از بودجه سنواتی اظهار کرد: بودجه مهم‌ترین ابزار سیاست‌گذاری مالی جهت ایجاد ثبات و تحریر رشد اقتصادی، بهبود اشتغال و توزیع درآمد بوده که تصویر روشن و دقیقی از نحوه اداره بخش عمومی کشور از جمله نحوه تجهیز منابع و تخصیص هزینه‌ها ارائه می‌دهد. بر این اساس لایحه بودجه فاقد یک برنامه سیاستی مدون درمورد سیاست‌گذاری در حوزه اقتصادی است.

۴ نکته لایحه بودجه بر دو صنعتی ۲۱ درصد ارزش روز بازار را دارند
وی با بیان این نکته که دو صنعت کانه‌های فلزی (سنگ آهن) و فلزات اساسی حدود ۲۱درصد ارزش روز بازارسهم را تشکیل می‌دهند و موضوع بودجه بر شرکت‌های این دو صنعت اثر مستقیمی دارد، ادامه داد: لایحه بودجه ۹۴ در مورد صنعت سنگ آهن به چهار نکته پرداخت۱۵۰۰میلیارد تومان درآمد حاصل از بهره مالکانه ۱۳۰۰میلیارد تومان حق انتفاع بهره‌برداری ۳۰۰درصدی (معادل ۳۰درصدفروش جادرملو و گل‌کهر)، افزایش هزینه انرژی و افزایش مالیات بر ارزش افزوده به طور صریح اشاره کرده است.

تفاوت ۳ واژه بهره مالکانه، حقوق دولتی و حق انتفاع

حسینی مقدم ادامه داد: در این میان عده زیادی فرق بهره مالکانه، حقوق دولتی و حق انتفاع را به درستی متوجه نشده‌اند که باید به آن اشاره کرد. بهره مالکانه یا رояلتی مبلغی است که به منظور بهره‌برداری از امتیاز منابع دارای ارزش اقتصادی (برای نمونه حق استخراج از معدن) یا برای بهره‌گرفتن از امتیاز حقوق مالکیت معنوی و حق تکثیر (کپی رایت)، حق امتیاز، نشان تجاری یا دانش فنی و تکنولوژی به دولت یا مالک پرداخت می‌شود.

حق انتفاع هم حقی است که به دارنده پروانه بهره‌برداری از

معدن تعلق می‌گیرد.
حق انتفاع پروانه بهره‌برداری مربوط به گذشته صرفا شامل معادنی است که پروانه بهره‌برداری آن متعلق به سازمان توسعه و نوسازی معادن ایران بوده است.

رفتار دیگر کشورها با صنعت سنگ آهن

این مقام مسئول بعد از بیان نکاتی در مورد قانون معادن ایران و تغییر پروانه سنگ‌آهنی‌ها گفت: طبق ماده ۱۴ قانون اصلاح قانون معادن (بالغ شده در آبان ۹۰ به وزارت صنعت، دارنده پروانه بهره‌برداری باید درصدی از بهای ماده معدنی موضوع پروانه را به نرخ روز در سر معدن به‌صورت استخراج شده یا کانه‌ارایی‌شده یا فراوری شده در چارچوب انتفاع بهره‌برداری ۳۰۰درصدی وزارت صنعت، معدن و تجارت به‌عنوان حقوق دولتی به وزارت صنعت، معدن و تجارت پرداخت می‌کرد.

حسینی مقدم افزود: طبق ماده ۶۰ آیین‌نامه اجرایی که یک سال پس از ابلاغ قانون تصویب شد حقوق دولتی بر مبنای ۱۰ درصد از بهای هر واحد ماده یا مواد معدنی استخراج شده به نرخ روز در سر معدن تعیین می‌شود. همچنین وزارت صنعت می‌تواند به منظور افزایش یا کاهش درصد حقوق مذکور نسبت به تعیین مبنای مذکور با اعمال ضرایب مربوط به عوامل موثری از جمله میزان ذخیره، روش استخراج، عیار و کیفیت ماده معدنی، سود ترجیحی، معادن واقع در مناطق دورافتاده و کمتر توسعه‌یافته، درصدهای بازایی صنعتی متناسب با مقیاس معدنکاری و نوع مواد معدنی براساس دستورالعمل مربوط به‌گونه‌ای اقدام کند که کاهش آن در مورد معادن

در گفت وگو با مدیرنظارت برناشران بورسی شد

آثار بودجه ۹۴ بر دو صنعت سنگ آهن و فلزات



بزرگ از پنج درصد کمتر نشود و افزایش آن برای سایر معادن حداکثر از سه‌برابر درصد مینا بیشتر نشود.
وی ادامه داد: اما با نگاهی به موضوع حقوق دولتی معادن درسایر کشورها، مشخص می‌شود که باید درلایحه بودجه به چند نکته ضروری توجه شود. زیرا حقوق دولتی در سایر کشورها بین ۲.۵ تا ۱۰ درصد بوده وکشورهای بزرگ تولیدکننده سنگ آهن در شرایط بحران تدابیری چون کاهش ۵۰درصدی در استرالیا به‌دلیل کاهش قیمت سنگ آهن را اتخاذ می‌کنند. به گفته وی عدم اتخاذ تدابیر لازم در هندوستان موجب شد تا این کشور که در سال ۲۰۰۹ به تولید و صادرات ۱۱۰ میلیون تنی سنگ‌آهن اقدام کرده بود، به واردکننده این ماده معدنی تبدیل شود.

مدیرنظارت بر ناشران بورسی شرکت بورس در ادامه توضیحات خود به افق تولید و برنامه‌های توسعه‌ای سنگ آهن اشاره کرد و گفت: برآوردها از مواد اولیه مورد نیاز برای تحقق برنامه‌های صنایع معدنی کشور در برنامه پنجم توسعه و چشم‌انداز ۲۰ ساله نشان می‌دهند، در سال آینده به بیش از۹۵میلیون‌تن سنگ‌آهن، ۱۱، ۶۰ و ۵۶ میلیون تن دانه بندی، کنسانتره و گندله و برای سال ۱۴۰۴ هم به ۱۲۵میلیون تن سنگ‌آهن، ۱۴۸، ۷۷ و ۷۲ میلیون تن دانه بندی، کنسانتره و گندله نیاز است.

مهم‌ترین چالش‌های شرکت‌های سنگ آهنی

حسینی مقدم افزود: درحالی برای تولید این میزان سنگ آهن به سرمایه‌گذاری نیاز است که با توجه به افزایش هزینه استخراج و کاهش قیمت سنگ آهن،

لزوم انعطاف‌پذیری در رعایت حقوق شرکت‌های سنگ‌آهنی، درباره ارتباط لایحه بودجه ۹۴ با صنعت فلزات اساسی خاطر نشان کرد: تأثیر بر بهای تمام شده به‌دلیل افزایش حامل‌های انرژی، تأثیر بر فروش به‌دلیل کاهش بودجه عمرانی و موانع صادراتی، سه چالش پیش‌روی این صنعت است.
وی ادامه داد: شرکت ملی گاز ایران و شرکت‌های گاز استانی موظفند علاوه‌بر دریافت نرخ گاز، به‌ازای مصرف هر مترمکعب گازطبیعی ۱۳۰ ریال از مشترکان (بدون مشخص کردن نوع مشترکان) دریافت کنند. براساس بند(ز) تبصره(۹) وزارت نیرو موظف است علاوه بر دریافت بهای برق به ازای هر کیلو وات ساعت برق فروخته شده، ۳۰ ریال به‌عنوان عوارض برق در قبوض مربوط درج و از مشترکان برق دریافت کند. در بند (د) تبصره(۹) هم آمده است: وزارت نیرو مکلف است تا علاوه بر دریافت نرخ آب بهای شهری، به ازای هر مترمکعب فروش آب شرب ۱۰۰ ریال از مشترکان آب دریافت کند.

به گفته وی این سه بند به افزایش هزینه مصرف آب و برق و گاز منتهی می‌شود و هزینه‌های تولید صنایع بورسی را به میزان قابل توجهی افزایش می‌دهد. این امر با توجه به رکود حاکم بر اقتصاد کشور شرایط فعالیت شرکت‌های تولیدی را دشوارتر می‌کند.

حسینی مقدم ادامه داد: اما درخواست در کشور می‌مانند ترکیه که ذخایر سنگ آهن آن ۱۲درصد ذخایر قطعی سنگ آهن ایران بوده و صنعت فولاد صنعتی نوسپایی به‌شمار می‌رود، سیاست‌های اجرایی موجب شده تا این کشور در سال ۲۰۱۳ هشتمین فولادساز جهان شده و ۲۵میلیون فولاد خام تولید کند. همچنین سال گذشته قادر به صادرات ۱۹میلیون تن آهن و فولاد به ارزش ۱۶ میلیارد دلار شملت

از سوی دیگر، این کشورعوارض واردات فولاد تولید چین را از ۳ به ۴۰درصد افزایش داده است. وی در بخش پایانی هم به اهداف تولید فولاد در ایران اشاره کرد و گفت: با این همه و باوجود مشکلات و چالش‌ها، پیش‌بینی شده در سال آینده ۴۲ میلیون تن و درسال ۱۴۰۴ میلادی ۵۵میلیون تن فولاد در کشور تولید شود.

گزارش ۲

بورس منتظر باشد تا اطلاعات لازم و مخصوصا قیمت فروش محصولات و نرخ خوراک پالایشگاه‌ها از سوی وزارت نفت به شرکت ملی پالایش و پخش به شرکت‌ها ابلاغ شود و مدیران پالایشگاه‌ها در برابر محصولات، قادر به برآوردهای لازم برای صورت‌های مالی میان‌دوره‌ای شش باشند.
این اقدام به دلیل موجود بودن نسبت‌ها و محاسبات برای مسئولان وزارت نفت و شرکت ملی پالایش و پخش چندان سخت و پیچیده نیست و می‌تواند طی روزهای آینده نهایی و اعلام شود تا بازگشایی نمادشش پالایشگاه با آخرین آمار و ارقام مربوط به سود و زیان همراه باشد.

حکایت این روزهای سرمایه‌گذاران بورس

محمد صفانور
تحلیلگر بازار سرمایه

روزی بازارگن موفقی از مسافرت بازگشت و متوجه شد خانه و مغازه‌اش در غیاب او آتش گرفته و کالاهای گرانبهایش همه سوخته و خاکستر شده‌اند و خسارت هنگفتی به او وارد آمده است. فکر می‌کنید آن مرد چه کرد؟ خدا را مقصر شمرد و ملامت کرد؟ یا اشک ریخت؟ نه ...

مرد تاجر پس از نابودی کسب پررونق خود، تابلویی بر ویرانه‌های خانه و مغازه‌اش آویخت که روی آن نوشته بود: «مغازه‌ام سوخت- ایمانم که نسوخته است- از فردا شروع به کار خواهم کرد!»

روزگار فغلی بسیاری از فعالان بازار سرمایه ایران مصداق همین تاجر حکایت فوق را دارد. مردمانی که به امید کسب سود، سرمایه‌های خود را وارد بازار کرده‌اند اما نه تنها سودی نصیبشان نشده بلکه سرمایه خود را نابود شده می‌بینند.

اما چه باید کرد؟ آیا با سر دادن داد و فغان و ملامت این و آن دردی از دل‌زخم‌خورده سهامداران دوا می‌شود، شاید بهتر است ما هم اندکی از هیجان دست برداریم و بیشتر به رفتارهای خودمان فکر کنیم. شاید ما هم در بروز این شرایط نقش داشته باشیم. به‌عنوان نمونه، آیا فروش سهام شرکت صنایع شیمیایی ایران با نماد شیران که به تازگی در گزارش خود، سود محقق شده سال مالی منتهی به آذر ۹۳ را با هشت درصد تعدیل مثبت نسبت به آخرین گزارش پیش‌بینی شده، به بازار ارائه کرده است در این قیمت‌ها تامل‌برانگیز نیست؟ شرکتی که معمولا در بهمن‌ماه یا اسفندماه، یعنی دود، سه سه ماه بعد از سال مالی خود، سهامدارانش را با مجمع دعوت می‌کند و سود ناشی از عملکرد خود را میان آنان تقسیم می‌کند و طی راه چند سال اخیر معمولا سود تقسیم‌شده را یکی دو ماه بعد از مجمع به حساب سهامدارانش واریز می‌کند.

این شرکت ۲۳۱.۵ میلیارد تومانی، در آخرین گزارش خود (حسابرسی نشده عملکرد سال مالی منتهی به آذر ۱۳۹۳) سود شرکت را مبلغ ۲۳۴، ۳۷۱۰ میلیون ریال (به ازای هر سهم خود را مبلغ ۱۸۶۱ ریال به بازار اعلام کرده است. رقمی که در قیاس با سال گذشته از کاهش ۲۸ درصدی در سود شرکت حکایت دارد (شرکت در سال مالی قبل و با سرمایه قبلی، به ازای هر سهم مبلغ ۷۷۸۵ ریال سود ساخته بود). همچنین این شرکت در گزارش پیش‌بینی حسابرسی شده سال مالی منتهی به آذر ۱۳۹۴ سود شرکت را مبلغ ۲۳۴، ۳۷۱۰ میلیون ریال (به ازای هر سهم ۱۶۰۲ ریال) به بازار اعلام کرده است. شایان ذکر است که این شرکت معمولا گزارش‌های پیش‌بینی خود برای سال مالی بعد را محتاطانه اعلام می‌کند. برای اثبات این احتیاط در گزارشگری مدیران این شرکت، همین بس که اشاره کنیم شرکتی که بیش از نیمی از محصولات خود را به بازارهای خارجی صادر می‌کند، پیش‌بینی کرده است که دلارهای خود را برای سال آینده با قیمت ۳۳۰۰ تومان تسعیر خواهد کرد!

بنابراین احتمالا خرید و نگهداری سهم شیران در قیمت‌های فعلی (حدود ۷۳۰ تومان) با هدف شرکت در مجمع به‌عنوان یکی از گزینه‌های کم ریسک بازار قلمداد شود. در صورت تقسیم سود ۱۰۰ تومان در مجمع اسمال این شرکت، تا در نظر گرفتن دریافت سود در آردیبهشت ماه، می‌توان انتظار دریافت بازدهی حدود ۱۳ درصد در چهار ماه (معادل ۴۰ درصد سالانه) را از این سهم داشته باشیم. تقسیم سودی که قیمت تئوریک بازگشایی سهم بعد از مجمع را با توجه به سود پیش‌بینی سال آینده به میزان بی بهای (P/E) حدود چهار مرتبه می‌رساند. پس شاید بهتر باشد به جای فغان از شرایط به وقوع آمده، ما نیز به تحلیل خود ایمان بیاوریم، از هیجان دوری کنیم و به آینده امیدوار باشیم...

عمق بازار

توصیه ای برای خرید نداریم

فرشیدشجاع

کارشناس و تحلیلگر گروه ۷۲ ثانیه از بازار

درحالی‌که قیمت جهانی نفت به ثبات نسبی رسیده است، شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران کماتکنا شاهد ادامه روند نزولی خود است. دستاورد روز پایانی نخستین ماه فصل سرما برای بازار سرمایه چیزی جز سرمای مطلق نبود. شاخص کل در روز گذشته با ۲۷۰ واحد کاهش، به رقم ۶۵۵۶۴ واحد رسید تا بهمن ماه را با وجود حمایتی در یک قدمی خود آغاز کند. در این میان، ارزش معاملات باز هم با کاهش بیش از ۲۰ درصدی نسبت به روز گذشته

خود مواجه بود. ارزش کل معاملات بازار بورس در پایان جلسه معاملاتی دیروز چیزی در حدود ۵۸میلیارد تومان بود تا این رقم نیز به‌عنوان رکوردی کم‌نظیر برای دوره دو ساله اخیر ثبت شود. در بورس بازار گذشته باز هم نمادهایی از گروه «بانک‌ها و موسسات اعتباری» در صدر جدول تأثیرگذارترین نمادها در شاخص کل قرار گرفتند؛ به این ترتیب، «متجارت» و «وہملت» هرکدام با بیش از ۲۰ واحد تأثیر منفی در شاخص کل در دهه‌ای نخست و دوم این لیست قرار گرفتند.

در جلسه معاملاتی جاری انتظار می‌رود شاخص کل با شکست حمایت ۶۵۵۰۰ واحد مسیر نزولی خود را ادامه دهد و عدم‌وقوع این اتفاق شاید کمی غیرمنطقی به نظر برسد. علی‌ایحال، با عنایت به قرار گرفتن ارزش معاملات در کانال نزولی بر شیب ۲۵ درصد، ادامه این روند نزولی کاهش شاخص و نزول بازار بدون وقوع اتفاقی خاص، ادکی دور از ذهن به نظر می‌رسد؛ چرا که همانگونه که بازار در مسیر صعودی خود نیاز به معامله شدن نمادها دارد، این موضوع در روند نزولی نیز صدق می‌کند، بنابراین دور دستاری برای روز پایانی بازار مطرح است. نخست آنکه روند کاهش قیمت‌ها و شاخص کل با افزایش تقاضا و به تبع آن افزایش ارزش معاملات تسهیل شود و سناریو دوم افزایش تقاضا و کاهش همزمان عرضه بوده که این امر می‌تواند به افزایش کم عمق شاخص کل منجر شود. نگارنده شاخص کل را در روند نزولی خود مفروض می‌دارد و توصیه‌ای به خرید ندارد.

قصر پرنده در آسمان عربستان

«ولید بن طلال» شاهزاده سعودی و مدیرعامل شرکت «المملکه» مشتری شرکت ایرباس است و گران‌ترین هواپیمای شخصی جهان به قیمت نزدیک به ۵۰۰ میلیون دلار متعلق به اوست. شرکت «المملکه» در بخش‌های مختلف سرمایه‌گذاری می‌کند. وی برادرزاده ملک عبدالله پادشاه عربستان سعودی است. برج «المملکه» دفتر مرکزی شرکت المملکه در مالکیت ولید بن طلال یکی از نمادهای ریاض پایتخت عربستان سعودی است.

«ولید بن طلال» که در سال ۲۰۱۲ با داشتن ۲۵ و نیم میلیارد دلار ثروت، ثروتمندترین فرد در کشورهای عربی است ژانویه ۲۰۱۳ هواپیمای شخصی خود را «قصر پرنده» نام گذاشت. هواپیمای شخصی ولید بن طلال، از نوع سوپر جمبو A380 است. این هواپیما، گران‌ترین هواپیمای شخصی جهان و نخستین هواپیما با نوع A380 است که به یک هواپیمای شخصی تبدیل می‌شود. این هواپیمای شخصی با گنجایش ۶۰۰ نفر دارای امکانات زیر است.

- اتاق کنفرانس
- سالن مراسم
- ۵ سوئیت لوکس
- ۲۰ اتاق لوکس
- نمازخانه که کف آن با استفاده از سامانه خودکار، به سمت قبله، تغییر جهت می‌دهد.
- آسانسور میان سه طبقه هواپیما
- پارکینگ برای خودرو رولزرویس
- حمام بزرگ و مجهز
- نمایشگر در کف سالن که منظره زمین از آسمان را نمایش می‌دهد.
- سالن غذاخوری از جنس سنگ مرمر
- سالن پذیرایی با گنجایش ۲۵ نفر
- سالن سینما با صندلی‌های چرم طبیعی
- سالن ورزشی

این هواپیما براساس تقاضا و نیازمندی‌های اعلام شده از سوی «ولید بن طلال» ساخته شده است. دکوراسیون داخلی این هواپیما توسط شرکت طراحی داخلی بریتانیایی «کیو» طراحی شده است. این هواپیما، گران‌ترین هواپیمای شخصی جهان است. A380 خود نیز گران‌ترین و بزرگ‌ترین هواپیمای مسافربری و حمل بار در جهان به شمار می‌آید. شرکت ایرباس پیش‌بینی کرده است با تحویل این هواپیما، تقاضا برای چنین هواپیماهایی افزایش یابد.

پرنده‌های سیاسی و گران‌قیمت دنیا

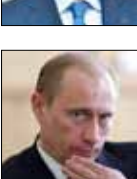
سرن و رهبران جهان برای جابه‌جایی و مسافرت‌های داخلی و خارجی از هواپیماهای اختصاصی استفاده می‌کنند. در بسیاری از پروتکل‌های سیاسی و قوانین داخلی کشورها سرن و رهبران کشورها به دلیل مسائل امنیتی و سفرهای متعدد داخلی و خارجی باید از هواپیماهای شخصی استفاده کنند. در لیست زیر که اخیرا مجله reacheat منتشر کرده، ۹ هواپیمای گران سرن جهان به ترتیب قیمت آنها آمده است. ابتدای این لیست پادشاه عربستان قرار دارد. او گران‌ترین هواپیمای اختصاصی یک رهبر سیاسی جهان را در اختیار دارد. فهرست گران‌ترین هواپیماهای اختصاصی سرن جهان بدین شرح است:



هواپیمای اختصاصی پادشاه عربستان؛ ۵۲۰ میلیون دلار



هواپیمای بوئینگ ۷۷-۲۵؛ ۲۴۵ میلیون دلار



هواپیمای بوئینگ ۷۴۷-۳۰۰؛ ۲۴۰ میلیون دلار



هواپیمای بوئینگ ۷۴۷-۴۰۰؛ ۲۴۰ میلیون دلار

هواپیمای بوئینگ ۷۴۷-۴۰۰؛ ۲۴۰ میلیون دلار

هواپیمای بوئینگ ۷۴۷-۴۰۰؛ ۲۴۰ میلیون دلار

هواپیما به جای مازراتی و پورشه

آگهی‌ها و نیازمندی‌های جراید را ورق بزنی هر چیزی از شیر مرغ تا جان آدمیزاد را برای خریدوفروش یافت می‌کنی. اما انگار آنچه در نیازمندی‌ها منتشر می‌شود مبلغ نیازهای یک نوع مشخص و معمولی از سبک زندگی در شهری مثل تهران است و آنچه در فضای مجازی می‌آید نیاز گروه یا قشر خاصی از یک جامعه است. همچنان که آمار واردات پورشه و مازراتی در ایران محل تحلیل‌های اقتصادی رسانه‌های دنیاست، چندی پیش در فضای مجازی آگهی فروش هواپیمای شخصی منتشر شد. قطعا دانستن اینکه چه کسانی از این وسیله برای حمل‌ونقل استفاده می‌کنند و

چقدر باید پول خرج کنند تا یک مدل ساده از این پرنده را در آشیانه خود نگه دارند، جالب خواهد بود. بیش از یک دهه از قانون مالکیت هواپیمای خصوصی در ایران می‌گذرد و هر فردی می‌تواند مانند خرید یک اتومبیل یک هواپیمای خصوصی داشته باشد. البته و طبیعتا محل نگهداری و تعمیر یک پرنده شخصی مانند یک اتومبیل نیست . به این ترتیب هزینه‌های نگهداری یک هواپیمای شخصی در سال می‌تواند هزینه هنگفتی برای مالک آن به شمار رود. با این حال نزدیک ۲۰۰ نفر در کشور هستند که توان خرید و پرداخت هزینه‌های نگهداری این هواپیمای شخصی را دارند. این

هواپیماهای سبک و فوق سبک خصوصی از آنجایی که مشمول قواعد تحریم‌ها نمی‌شوند بر خلاف ناوگان هوایی کشور کاملا به روز هستند و مدل‌های لوکس آن‌طور که در اروپا یا آمریکا تولید می‌شود در دسترس متقاضیان قرار می‌گیرد. معمولا این هواپیماها در بسیاری از فرودگاه‌های کشور آشیانه دارند. برای دانستن جزئیات بیشتر می‌توانید گفت‌وگوی زیر را بخوانید. یک کارشناس فروش هواپیمای شخصی در تهران به تفصیل شرایط فروش هواپیمای شخصی از نوع ایتالیایی‌اش را برای ما شرح می‌دهد.



گفت‌وگو با کارشناس فروش شرکت واردکننده هواپیماهای شخصی

۲۰۰ هواپیمای شخصی در آسمان ایران می‌پرند

کیلومتر قبل از باند قصد نشستن دارید آن را از نظر قانونی اشغال کرده‌اید در نتیجه هیچ هواپیمایی نمی‌تواند بنشیند. به همین خاطر زمانی که این هواپیماها باند را اشغال می‌کنند سه برابر یک هواپیمای مسافربری است و اجازه ورود ندارند. این روزها تعداد این هواپیماها زیاد شده است و مثلا اگر فرودگاه مهرآباد به آنها اجازه فرود دهد کارش مختل می‌شود.

***در حال حاضر چه تعداد از این هواپیماها در اختیار افراد است؟**

در کل کشور حدود ۲۰۰ فروند وجود دارد. اگر آسمان ایران را با کشورهای اروپایی و آمریکایی مقایسه کنیم، می‌بینیم که هیچ خبری در این نیست و خلوت است. در ایران این هواپیماها در شهرهای کوچک نگهداری می‌شوند به طور مثال در فرودگاه یزد به دلیل اینکه مشکل ترافیک ندارند به این هواپیماها اجازه فرود می‌دهند ولی بعضی فرودگاه‌ها مثل ، گلپایه در مشهد به دلیل اینکه مخصوص این هواپیماهاست همه کسانی که اولترا لایت پد می‌توانند در آن فرود بایند. همچنین در تهران فرودگاهی به نام آزادی است و همه کسانی که در تهران زندگی می‌کنند

و از این هواپیماها دارند آنها را در این فرودگاه نگه می‌دارند. فرودگاه آزادی حدود ۳۸ فروند هواپیما وجود دارد که از این تعداد حدود ۱۲ فروند هواپیمای آموزشی متعلق به مدارس هستند. آنها از هواپیماهای ارزان قیمت استفاده می‌کنند و هواپیماهای گران قیمت متعلق به اشخاص است و از آن استفاده آموزشی نمی‌کنند که تعدادشان حدود ۳۰ عدد است.

***شما خلبان هستید؟**

بله، از سال ۷۸ خلبان هستم و از سال ۸۱ در ایران به‌عنوان نماینده... .

*** به‌عنوان یک نماینده در ایران چه امکاناتی در اختیار ما قرار می‌دهید؟**

زمانی که هواپما را خریداری می‌کنید دو سال گارانتی ۱۰ سال خدمات پس از فروش دارد و یکی از وظایفمان اطمینان حاصل کردن از گارانتی هواپیماست، اگر هواپیمای‌تان به نوعی با مشکل مواجه شود در دو سال زمان گارانتی این وظیفه ماست که مشکل را رفع کنیم. زمانی که هواپیما به شما تحویل داده می‌شود به شما پیشنهاد می‌کنیم با شرکت حملی که با آن چند سال است کار می‌کنیم همکاری کنید و هماهنگی‌هایش نیز به عهده ماست.

مردم

واکنش کاربران فضای مجازی به فروش هواپیمای شخصی در ایران

کاش من هم باند فرودگاهت بودم

انتشار خبر فروش هواپیمای شخصی در ایران در فضای مجازی واکنش‌های متعددی در پی داشت. حالا دیگر نه تنها خیابان‌های ایران، بلکه کم‌کم آسمان ایران شاهد پول‌های میلیونی و میلیاردی است که برخی خرج «هواپیماهای شخصی» خود می‌کنند.

خبر چنان داغ شده که شرکت‌های آسیایی شرقی صفحات فیسبوکی و وب سایت‌های خود را جهت آموزش خلبانی و ارائه گواهی نامه به ایرانی‌ها راه‌اندازی کرده‌اند و از این طریق هم بازار فرعی برای کسب‌وکارشان فراهم شده. نخستین گواهینامه‌ای که داده می‌شود گواهینامه «پی بی ال» است که فقط برای استفاده شخصی و برای هواپیمای تک‌موتوره است بعد با بالا رفتن ساعات پرواز گواهینامه «سی پی ال» می‌گیرند که می‌توانند استفاده تجاری کنند و هواپیمای دو موتوره را نیز برانند. همه این اطلاعات باعث شد تا بسیاری از کاربران نسبت به این اخبار واکنش نشان دهند.

کاربران وب سایت «پارسینه» چنین واکنش نشان دادند: کاربری نوشته است: **پول مفت را باید خرج کرد...** کاربری با شناسه محمد نوشته: **خوش به حالشون؛ به ما چه، من هم اگه پول داشتم می‌خریدم؛** کاربری با شناسه ناشناس نوشته: **منم اگه جور شد به موتورسیکلت ۱۲۵ می‌خرم؛** کاربر دیگری نوشته: **من فقط برم سرکار از بیکاری خسته شدم دارم دیبونه می‌شم به گرفتن حقوق ماه به ماه راضی‌ام هواپیمای شخصی باشه واسه پولدارا خدایا یعنی می‌شه من برم سرکار؛** کاربر دیگری نوشته: **من اگه پولدار شدم بدهی‌های مردم به بانک‌ها رو می‌دم کاربری نوشته: کاش من هم هواپما داشتم؛** کاربری در پاسخ به این نظر نوشته: **کاش من هم باند فرودگاهت بودم...** نیما نوشته: **شما هم زحمت بکشید پولدار بشید هواپیمای شخصی بخرید کسی جلوتونو گرفته؟ یا تیکه انداختن وای کاش‌ای کاش هواپیما که هیچی چرخ دست یم بهترن ندی، زود باشیدعقیم.**

کاربران «جام جم آنلاین» نیز در واکنش به این خبر چنین نوشتند، کاربری نوشته: **این هم از نتایج فاصله طبقاتی؛ احترام نوشته: خوش به حال کسانی که دارند؛** ارشام نوشته: **دارندگی و برازندگی؛** کاربری با شناسه عابدی نوشته: **هواپیماسوار ازپاده خبر نداره ، سیر از گرسنه؛** رضا نوشته: **مال ما نیست که هنوز عیدی سال ۹۲ را نگرفتیم**

دریچه

دلهره

امان‌الله قزایی‌مقدم

جامعه‌شناس



وضعیت اقتصادی مردم در بحرانی شدن آسیب‌های اجتماعی تاثیر بسزایی دارد و اقتصاد زیربنای همه مشکلات و معضلات جامعه است. جهان امروز و ذهنیت مردم به سوی مادیات رفته است تاکید می‌کند که در حال حاضر وضعیت به‌گونه‌ای شده است که مردم همه چیز را با دیدگاه مادی می‌نگرند، در حالی که روز به روز اوضاع معیشتی مردم بدتر می‌شود.

در شهر تهران انسان‌ها در تنهایی به سر می‌برند و در واقع تهران دنیای بیگانه‌هایی است که در آن معنویات و احساس کمرنگ شده و مردم در مقابل هم احساس مسئولیت نمی‌کنند.

رابط مردم براساس اینکه چه نفعی به همدیگر می‌رساند شکل می‌گیرد و با این وضعیت باید منتظر پیامدهای بدتری هم باشیم. براساس فرمایش حضرت علی(ع) از دری که فقر وارد می‌شود، ایمان از در دیگر خارج می‌شود، وضعیت امروز جامعه ماست. باید نسبت به شیوع پدیده «خودکشی اقتصادی» هشدار داد.

این پدیده امری آنی و معمولی است و با این اوضاع اقتصادی بسیاری از مردم توان مقابله با این مشکلات موجود را ندارند. وقتی وضعیت اقتصادی جامعه این‌گونه به هم می‌خورد و مردم آنچه از چند هفته قبل داشتند به نصف رسیده و بی‌ارزش شده است، حقوق کارمندان که از صبح تا شب کار می‌کنند، بی‌ارزش شده است، این وضعیت مردم را از لحاظ روحی و روانی دچار آسیب کرده و تمام گفت‌وشنود زندگی مردم وضعیت اقتصادی و دلهره از افزایش قیمت‌هاست.

منطقه آزاد

رابطه پیمانکاران و برندینگ

شاید به جرات بتوان گفت صنعت ساختوساز، جزو صنایع ریشه‌دار ایران به شمار می‌رود که نقشی عمده در آنچه امروز در تعریف از زندگی شهری به ذهن متبادر می‌شود، ایفا کرده است. این صنعت تاحدودی پرجمعیت نیز همپای سایر کسب‌وکارها به واسطه آنچه تغییر ساختار ارتباطات انسانی تحمیل کرده است، تغییرات گزرفی را در تمام حوزه‌ها تجربه می‌کند. برخی از این تغییرات، از سوی مدیران شرکت‌های فعال پذیرفته شده و راهکارهای اساسی درخصوص تطابق‌پذیری با تغییر، اندیشیده شده است، اما ضرورت پرداخت علمی به موضوع برندینگ و سرمایه‌گذاری صحیح‌تر در حوزه تبلیغات، هنوز جایی در ذهن اغلب مدیران ارشد این صنعت ندارد. به خوبی به یاد دارم در روزهای کودکی‌ام نقاشی‌هایم را در سررسیدی می‌کشیدم که بعدها فهمیدم متعلق به یک شرکت عمرانی بود. این یادآوری کافی است که امروز با جسارت بنویسم شرکت‌های عمرانی، پیمانکارها و فعالان حوزه ساخت‌وساز، جزو نخستین مجموعه‌هایی بودند که به بهانه نو شدن سال، نام‌شان را برای مخاطبانشان تکرار می‌کردند، اما نکته جالب توجه اینجاست که آن موقع این رفتار در حوزه تبلیغات طبقه‌بندی می‌شد، اما امروز علم و تخصص در این حوزه به جایی رسیده است که تهیه و توزیع هدایای آخر سال را نه تنها در گروه رفتارهای تبلیغاتی طبقه‌بندی نمی‌کنند، بلکه معتقدند چنین عملکردی در دنیای تجارت امروز، به تنهایی و بدون بهره‌برداری از پشتیبانی‌هایی لازم در طول سال، به‌گونه‌ای می‌تواند تنضیع سرمایه باشد. اما نکته جالب توجه اینجاست که صنعتی که روزی جزو پیشروهای ورود به فعالیت‌های تبلیغاتی و متناسب با امکانات موجود آن روز بود، امروز یکی از نام‌هایی است که قطعا در ردیف‌های اول بهره‌برداران از علم روز مارکتینگ قرار نمی‌گیرد. این رویکرد شاید در ظاهر امر اهمیت چندانی نداشته باشد، اما در اصل آسیب‌هایی را متوجه صنعت عظیم ساخت‌وساز کرده که شاید تا سال‌های سال برای بسیاری از مدیران پوشیده باشد. کسب‌وکارهای مختلف، فرهنگ خاص خود را دارند که در طول زمان به وجود آمده است. قدر مسلم، دنیای کاری پزشکان با دنیای کار معلمان بسیار متفاوت است و دنیای کاری آموزگاران نیز با افراد فعال در حوزه پخش فرق می‌کند. در این میان یکی از خاص‌ترین فرهنگ‌های حوزه کسب‌وکار، متعلق به شرکت‌های پیمانکاری است، فعالیت در شرایط مختلف آب و هوایی، ضرورت تمرکز و توجه به حوزه‌های مختلف مانند خرید و تامین، تماس مستقیم مدیریتی با گروه انسانی با ویژگی‌های جامعه شناختی ویژه به نام کارگران ساختمانی، نیاز به مدیریت حرفه‌ای سرمایه، تلاش برای غلبه بر چالش‌هایی که تغییرات فصل و تحولات آب و هوا تحمیل می‌کند، رویارویی با قوانین مختلفی که هر روز با تغییرات پیش‌بینی نشده خود مانع‌تراشی می‌کنند و بسیاری عوامل دیگر، در کنار مضرالاتی که برای دریافت مطالبات از کارفرمایان وجود دارد، همه و همه دست به دست هم داده‌اند، تا مدیران شرکت‌های پیمانکاری، خود را بیش از پیش برای دوری از علم برندینگ و تبلیغات، تطمیع کنند، اما تلنگری که شاید به واسطه همین سطور به این فرهنگ غالب وارد آید، این است که چه بسا ریشه برخی مشکلات در عدم‌آشنی با مقوله برندینگ و تبلیغات است. از سوی دیگر، از آنجایی که اغلب شرکت‌های پیمانکاری، پروژه‌های سودآور خود را از راه‌های مختلفی مانند ارتباطات پشت پرده و مقابل پرده، شرکت در مناقصه‌ها و، به دست می‌آورند، چنان می‌اندازند که هیچ نیازی به ورود به دنیای مارکتینگ علمی ندارند و در آینده نیز چنین نیازی احساس نخواهد شد. البته نباید فراموش کرد که این سوال و صدها شک و شبه دیگر، سال‌هاست که در پرداخت‌های علمی به مقوله برندینگ برای کسب‌وکارهایی که مشتریانشان از جنس کسب‌وکارهای دیگر (B to B) یا از جنس دولت (B to G) است پاسخ یافته است. چنین به نظر می‌رسد که به منظور از میان برداشتن برداشت‌های ناصحیح و ایضاح افکار مدیران ارشد درخصوص نگرش‌های نوبنی که می‌توان به مقوله برندینگ و تبلیغات داشت، ضروری است سمینارهای تخصصی یا کارگاه‌های آموزشی ویژه‌ای تعریف و اجرا کرد و زمینه را برای آشتی صنعت پیمانکاری و علم برندینگ فراهم کرد.

خودپرداز

نفت بخرم؟

خودپرداز امروز نفتی است.
روایت اول
در ادامه سقوط آزاد قیمت طلای سیاه به محدوده بشکه‌ای ۴۵ دلار، قیمت هر لیتر نفت ایران به ۹۵۰ تومان کاهش یافت که کمتر از بهای یک بطری آب معدنی در بازار داخل کشور است. (خبرآنلاین)
روایت دوم
در ادامه سقوط آزاد قیمت طلای سیاه به محدوده بشکه‌ای ۴۵ دلار، قیمت هر لیتر نفت ایران به ۹۵۰ تومان کاهش یافت که معادل بهای یک بطری نوشابه در بازار داخل کشور است. (من درآوردی خودپرداز)

برای بررسی این دو روایت اسبب را زین کردیم و به بازار رفتیم، از خدا پنهان نیست از شما چه پنهان که مدتی بود بخاطر کیفیت بالای آب شرب تهران آب معدنی استفاده نکرده بودیم، به همین خاطر به بازار رفتیم تا کمی خرید کنیم تا قیمت‌ها دستمان بیاید.
متأسفانه قیمت آب معدنی ۱/۵ لیتری در بازار ۸۰۰ تومان است و قیمت نفت همچنان گران‌تر از آب است. این میزان سیاه‌انمایی در رسانه‌ها به‌خاطر چیست؟ چرا باید طوری برخورد کنند که انگار قیمت نفت سقوط کرده است؟
قیمت ۱/۵ لیتر نفت می‌شود ۱۴۲۵ تومان! که تقریباً دو برابر قیمت ۱/۵ لیتر آب است! نکته بعدی اینجاست که اگر ارزان‌تر هم شود عجیب نیست چون آب را می‌توان خورد ولی نفت را نمی‌توان خورد.
بلا قبول داریم قرار بود نفت سر سفره هایمان بیاید ولی برنامه این نبود که نفت را بخوریم.
روایت دوم ولی صحیح است. قیمت نفت و نوشابه هم‌اکنون تقریباً برابر است. طبیعی هم است چون نوشابه را بخورید همان میزان ضرر دارد که اگر نفت را بخورید خواهد داشت. به سراغ مردم در سطح شهر رفتیم تا نظرشان را راجع به این موضوع بشنویم.
نفر اول: نفت داره ارزون‌تر می‌شه و این اتفاق رو باید به فال نیک گرفت چون ما می‌تونیم اقلام دیگری را صادر کرده و جایگزین نفت کنیم.

خودپرداز: مثلاً چه اقلامی؟

نفر اول: می‌روید یا باغ گل می‌روید...

خودپرداز: آقا با شمام؟! چه اقلامی؟

نفر اول مشتی به‌صورت ما کوبید و دور شد.

نفر دوم: جدی می‌گید ارزون شده؟! خب واسه چی وایسادی؟! بریم بخرم.

خودپرداز: این هموطن موفق در راستای اینکه هر چیزی ارزان شود را باید خرید به سرعت از ما دور شد تا نبود و نفت بخرد.

نفر سوم: وقتی اقتصاد فقط مبتنی به نفت باشد این اتفاقات طبیعی است، باید طوری عمل کنیم که اقتصادمان مبتنی به نفت نباشد.

خودپرداز: آفرین، مثلاً مبتنی به چی باشد؟

نفر سوم: هر چی، بنزین، گازوئیل، گاز و...

نفر چهارم نفت بخرم؟

خودپرداز: نه دست شما درد نکنه نظر تون چیه؟

نفر چهارم: چی گفتی؟ نه چی گفتی؟

خودپرداز از ادامه گزارش با این عزیز انصاف داد و این میزان دقت نظر و هوشمندی میان مردم عزیزمان را می‌ستاییم و از همین تریبون می‌گوییم که شما بهترینید!

سودوکو

انگونه که یکی از معاونان وزیر کار خبر داده، خط فقر در ایران به ازای هر نفر ۲۵۰ هزار تومان است که به این ترتیب خط فقر برای یک خانوار چهار نفره یک‌میلیون و خانوار پنج نفره یک میلیون و ۲۵۰ هزار تومان می‌شود. این برای نخستین‌بار طی هفت‌سال گذشته است که یک مقام دولتی به اعلام آمارى درباره خط فقر می‌پردازد. احمد میدرى، معاون رفاهى وزارت کار که برنامه رادبویی «کار و کارگر» این آمار را اعلام کرده و گفته است: محاسبات ما نشان می‌دهد که این رقم نسبت به وضعیت خانواده‌ها و شهرهای مختلف متفاوت است. معاون وزیر کار نیز گفته است: این آمار در شرایطی منتشر شده که مرکز آمار متوسط هزینه یک خانواده شهری در بهار امسال را یک میلیون و ۸۲۲ هزار تومان اعلام کرده است.

قاب

در کنار طرح‌های جدید چتر که در سال‌های اخیر به بازار راه یافته‌اند، نخستین چتر هوشمند جهان نیز به تازگی به بازار معرفی شده که با استفاده از بلوتوث داخلی به تلفن همراه هوشمند متصل می‌شود. چتر کیشا (Kisha) در زمان اتصال به برنامه‌ای همنام خود در تلفن‌همراه، به کاربر اجازه می‌دهد تا به پیش‌بینی هوای روز و احتمال بارش باران دست یابد و همچنین در صورت نیاز به همراه داشتن چتر، به وی هشدار می‌دهد.



نگاه آخر

پدران پولدار، پسران خوشحال

با جنونی به نام سرعت، سر زندگی خود و دیگران قمار می‌کنند. آنها ماشین‌های چند ده‌میلیونی را که به لطف پدرها زیر پایشان رفته در شهر رها می‌کنند و به قول معروف گازش را می‌گیرند و می‌روند.

تب کورس گذاشتن بین پسرها تبدیل به یک سرگرمی شده که شب‌ها در اتوبان‌ها بسیار شاهد آن هستیم. از سوی دیگر آمار تصادفات و فجایی که در این رابطه به بار می‌آید آنقدر تکان‌دهنده و زیاد است که پشت آدم را می‌لرزاند. این جوان‌ها آنقدر از جیب پر پدرشان مطمئن‌اند که حتی گرفتن جان آدم‌ها هم برایشان اهمیتی ندارد. این تیپ شخصیتی در میان دخترها تبدیل به دخترکانی می‌شود که تمام وقتشان درگیر ساختن ظاهر با انواع جراحی‌های زیبایی و میک‌آپ‌های عجیب هستند و وقت عمده خود را صرف گشتن و خرید کردن در گران‌ترین پاساژها و در میان برندهای معروف می‌کنند. این دخترها هم درگیر همین ماشین‌های گران‌قیمت‌اند و تفریح‌شان چرخیدن در خیابان و سرپسر گذاشتن با همان پسرهاست. این قشر از جامعه جوانان ما بی‌هیچ هدف و آینده‌ای وقت و نیروی جوانی‌شان را تلف می‌کنند و در نهایت حتی در دنیای مجازی

پاورقی ۹

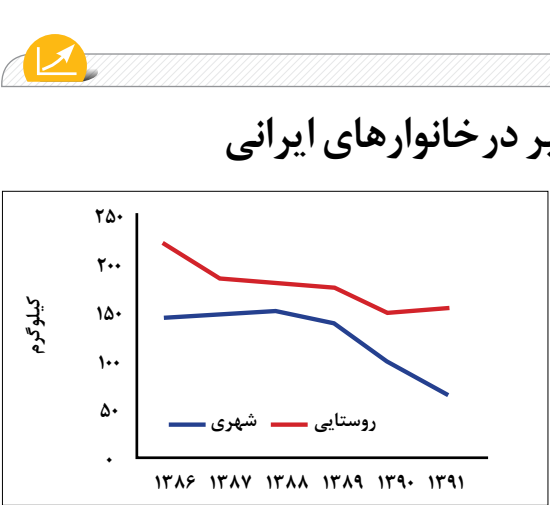
بخشنده تشکر باشید

در زندگی شما داشته‌اند فکر کنید و اسامی ایشان را روی کاغذ بیاورید. آنگاه در مقابل هر اسم یادداشت کنید که این شخص در نوع خود چه سهم مثبتی در زندگی شما داشته است. حتی اگر آنها سبب درد و رنج شما شده‌اند و در حقیقت از آنها نفرت دارید، باز هم سهمی را که در زندگی شما داشته‌اند یادداشت کنید.

وقتی این فهرست که حاوی به‌اصطلاح هدیه‌هایی است که شما از افراد گوناگون دریافت کرده‌اید، آماده شد از یکایک آنها به ترتیب تشکر کنید. بعضی از آنها را به‌یقین مدتی طولانی است که ندیده‌اید و از حال‌شان بی‌خبرید. با یک تلفن یا نامه از سهمی که به‌نجوی در زندگی شما داشته‌اند تشکر و قدراتی کنید و آنها را خوشحال و حتی متعجب سازید.

باور نمی‌کنید که این کار چقدر سبب لذت خودتان و دیگران خواهد شد. انجام این کار با افرادی مانند همسر سابق، دوستان یا رؤسای سابق، فرزندان یا پدران و مادرانی که با ایشان ترک رابطه کرده‌اید، به ویژه بسیار دشوار است.

ادامه دارد ...



کیوسک

انفجار تقاضای کتاب‌های صوتی در سال ۲۰۱۵

به گزارش نیویورک تایمز، همزمان با سرعت رو به رشد دنیای دیجیتال به‌ویژه در بخش مجازی (اینترنت)، جهانی بزرگ در اختیار علاقه‌مندان برای دسترسی به نوآوری‌های متعدد قرار گرفته است که مطابق انتظار در این بین بار دیگر هنرمندان و اهالی فرهنگ و هنر، صاف اول استفاده بهینه از بسترهای فضاهای دیجیتال را به خود اختصاص دادند. با توجه به آمار و گزارش‌شی که در سایت Audible به‌عنوان بزرگ‌ترین ناشر حوزه کتاب‌های صوتی در جهان بازتاب داده شده است تا پایان سال ۲۰۱۴ میلادی گنجینه کتاب‌های صوتی موجود در فضای دیجیتال ارزشی بالغ بر ۶.۲ میلیارد دلار را به خود اختصاص داده است که بی‌هیچ شک و تردیدی چنین سودی در بازار اینترنتی محصولات فرهنگی آن هم در بازه زمانی هفت‌ساله رتبه نخست را به خود اختصاص خواهد داد. دقیقاً به دلیل سودآوری و رونق کتاب‌های دیجیتالی و کتاب‌های صوتی دیجیتالی بوده که تنها طی چهار سال اخیر شاهد حجم بالای حضور ناشران نامدار در بخش کتاب‌های دیجیتالی در جهان هستیم و با ادامه این روند در سال ۲۰۱۵ میلادی بدون شک شاهد انقلاب عظیمی در بازار کتاب‌های صوتی دیجیتال در جهان خواهیم بود.

تأثیر تکنولوژی دیجیتال بر میزان استرس

به گزارش واشنگتن تایمز، پژوهشگران دریافته‌اند افرادی که به‌طور مرتب از اینترنت و رسانه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند، نسبت به افرادی که کمتر تکنولوژی‌های دیجیتال را به کار می‌برند، دچار میزان‌های بالاتر استرس نیستند. این پژوهشگران همچنین دریافته‌اند که میزان‌های استرس در میان زنانی که به‌طور مکرر از توئیتر، ایمیل و اپلیکشن‌های اشتراک‌گذاری عکس استفاده می‌کنند، ۲۱ درصد کمتر از زنانی است که از این ابزارهای دیجیتال استفاده نمی‌کنند. کارشناسان می‌گویند: این یافته‌ها ممکن است به این علت باشد که در میان گذاشتن رویدادهای زندگی با دیگران می‌تواند باعث افزایش احساس بهتر زیستن افراد شود و زنان نسبت به مردان بیشتر گرایش دارند که این نوع اشتراک‌گذاری را انجام دهند.

اختلاس گران بزرگ تاریخ

به گزارش وال‌استریت ژورنال، اختلاس دامنه وسیعی از فعالیت‌های غیرقانونی را دربرمی‌گیرد. مواردی مانند برداشتن بخشی از فروش روزانه توسط صندوقدار یک فروشگاه، رب سرمایه‌گذاران توسط موسسات مالی و همچنین سوءاستفاده از قدرت توسط سیاستمداران، هرچند تفاوت‌های بسیاری از چاه نظر شیوه اختلاس و چه از نظر مبلغ با یکدیگر دارند، اما همگی در یک مورد مشترکند: به جیب زدن پول دیگران!

برنارد مدوف

سال ۲۰۰۸ یکی از بزرگ‌ترین اختلاس‌های تاریخ به سوژه اول رسانه‌های آمریکایی تبدیل شد. شرکت سرمایه‌گذاری برنارد مدوف در وال‌استریت که از سال ۱۹۶۰ شروع به کار کرده بود به خاطر رسوایی مالی مدیر آن به کار خود پایان داد. یکی از اصلی‌ترین اتهامات مدوف استفاده از سیستم پونزی برای پرداخت سود به سرمایه‌گذاران بود.

میخائیل خودور کوفسکی

مردی که زمانی ثروتمندترین فرد روسیه و شانزدهمین ثروتمند جهان بود باید تا سال ۲۰۱۷ را در زندان سپری کند. خودور کوفسکی بنیان‌گذار نخستین بانک خصوصی روسیه بود و اوضاع مالی‌ش با فروپاشی اتحاد جماهیر شوروی روزبه‌روز بهتر می‌شد. ارتباطات او با حزب کمونیست شوروی و مراکز قدرت باعث شده بود تا هنگام فروش شرکت‌های دولتی شوروی سابق به بخش خصوصی، او بتواند اموال زیادی را کسب کند.

فردیناند مارکوس

مارکوس دیکتاتور فیلیپین بود که از سال ۱۹۶۵ تا ۱۹۸۶ ریاست‌جمهوری این کشور را در اختیار داشت. مارکوس در دوران ریاست جمهوری خود مبالغ هنگفتی را از طریق استقراض خارجی در صنایع و زیرساخت‌های فیلیپین سرمایه‌گذاری و اصلاحات اقتصادی گسترده‌ای را ایجاد کرد.