فرصت امروز

روزنامه اقتصادی - مدیریتی

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

چهارشنبه
۸ بهمن‌ماه
۱۳۹۳

Wed. 28 Jan 2015

۷ ربیع الثانی ۱۴۳۶ - سال اول

شماره ۱۴۹-۳۲+۱۶ صفحه - ۱۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

کاهش درآمدهای نفتی دولت را دست به عصا کرده است

فرصتی برای اصلاح ساختار بازار پولی و مالی

۴

گزارش‌های بانک مرکزی نشان می‌دهد که سیاست‌های پولی حاکم بر بازارهای مالی منجر به کنترل سرعت رشد حجم نقدینگی شده است، اما با این وجود کارشناسان اقتصادی معتقدند رشد نقدینگی حتی با آهنگ کند در صورتی که در مسیر بازارهای مولد قرار نگیرد، جذب بازارهای دلالی خواهد شد و...

نگاهی به مزایا و معایب کسب‌وکارهای خانوادگی

فامیل‌های دور در کسب‌وکارهای خویشاوندی!

در کشور ما رسم بر این است که وقتی نتیجه تلاش‌های یک کارآفرین به‌ثمر رسیده و کسب‌وکاری راه می‌افتد، بسیاری از مدیران ترجیح می‌دهند پست‌های سازمانی را به آشنایان، اعضای خانواده و اقوام‌شان بسپارند، چرا که هم به آنها اعتماد دارند و هم اینکه فرد وابسته در شغلی که مرتبط با یکی از اعضای خانواده‌اش باشد، اثربخشی بیشتری را نشان خواهد داد. نتیجه این می‌شود که در بسیاری از کسب‌وکارهای ایران وقتی وارد شرکتی می‌شویم از آبدارچی تا سرپرست و دیگر مناصب، همه را با هم قوم و خویش می‌یابیم، اما این کسب‌وکارهای خانوادگی در کنار مزایای عمده‌ای که دارند، بی‌نقص هم نیستند. به همین بهانه به سراغ امیر یوسفی، کارشناس ارشد بازاریابی و کسب‌وکار رفتیم تا نظر کارشناسی او را در مورد خوب و بد کسب‌وکارهای خانوادگی بدانیم.

خانواده کارآفرین ایرانی - عکس: محسن رضایی | مهر

۱۱

وزیر صنعت از اراده دولت برای رساندن رتبه کسب‌وکار به زیر ۱۰۰ خبر داد

بهبود رتبه کسب‌وکار وعده‌ای بدون برنامه

وزیر صنعت، معدن و تجارت، از اراده دولت برای بهبود رتبه کسب‌وکار ایران تا زیر عدد ۱۰۰ خبر می‌دهد، در حالی که اکنون طبق آخرین رتبه‌بندی بانک جهانی، رتبه ایران در فضای کسب‌وکار، به ۱۳۰ رسیده است. طبق آخرین گزارش بانک جهانی، ایران با دو پله صعود در میان ۱۸۹ کشور توانسته رتبه ۱۳۰ را به خود اختصاص دهد. معیارهایی نظیر راه‌اندازی کسب‌وکار، شرایط و مقررات اخذ مجوز ساخت، دسترسی به برق، ثبت مالکیت، اخذ اعتبارات، حمایت از سرمایه‌گذاری خرد، سهولت پرداخت مالیات، تجارت فرامرزی و اجرای قراردادها، در تعیین رتبه کسب‌وکار مدنظر قرار می‌گیرند. مواردی که اگر به جزییات هر یک از آنها در ایران رجوع کنید با زمان و هزینه‌ای چشمگیر مواجه می‌شوید.

۳

در راستای حمایت از بخش خصوصی

برنامه‌نویسان پهنای باند رایگان می‌گیرند

۵

در بررسی بازدهی صنعت کانی‌های غیرفلزی از ابتدای امسال مطرح شد

تفاوت بازدهی خیره‌کننده سال‌های ۹۲ و ۹۳

۱۳

گزارشی از پرمتقاضی‌ترین مسکن مهر کشور

پردیس، فرصتی برای سرمایه گذاری در بازار مسکن

۶

سرمقاله

۴ پرسش از رییس گمرک ایران

مهدی خاکی‌فیروز

سرنوشت قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار را می‌توان مصداق بارز بی‌اعتنایی دولت‌ها به رونق کسب‌وکار به شمار آورد. این قانون در دوره دولت دهم به تصویب رسید اما رییس آن دولت، از ابلاغ آن پرهیز کرد تا جایی‌که این قانون، توسط رییس مجلس به دستگاه‌های مختلف دولتی ابلاغ شد.

اما همان رییس دولت باز هم به مصوبه مجلس تمکین نکرد و در جمع اعضای کابینه خود، دستور شفاهی داد که این قانون اجرا نشود و وزرا اکیدا از مشورت با بخش خصوصی پرهیز کنند. نتیجه این امر در اقتصاد ایران آن‌چنان عیان است که حاجت به بیان نیست. تصمیم‌های نادرست به‌ویژه در تجارت خارجی که می‌توانست در مشورت با بخش خصوصی تعدیل و تصحیح شود، در قالب بخشنامه‌های شبانه ابلاغ می‌شد تا مبادا کارشناسان دستگاه‌های دولتی به‌ویژه سازمان توسعه تجارت در اداره باشند؛ بتوانند رییس را متوجه اشتباه خود کنند و او را از پای دستگاه نمابر ویژه ابلاغ بخشنامه دور کنند.

اجرای قانون بهبود مستمر محیط کسب‌وکار، بعدها به واسطه حضور برخی از کارشناسان اتاق بازرگانی در ستاد انتخاباتی حسن روحانی، به کلیدی‌ترین شعار انتخاباتی وی تبدیل شد و با تشکیل دولت تدبیر، این امید فراهم شد که قانون یاد شده اجرا شود. قانونی که اجرای ماده ۲۷ آن، ترجیع‌بند سخنرانی‌های محمد نهاوندیان رییس سابق اتاق بازرگانی بود. کسی که اکنون رییس دفتر رییس‌جمهور است و انتظار می‌رود خود ناظر حسن اجرای این قانون باشد. اما دریغ که در، عمدتا همچنان بر همان پاشنه قدیمی می‌چرخد.

فعالان اقتصادی از این‌که توانسته‌اند برخلاف دوره قبل هر چند به‌صورت نامنظم دولت، اعضای آن و معاونان وزرا را در سفرهای خارجی همراهی کنند، خوشحالند. هرچند همچنان نگران هستند که در برخی سفرهای خارجی، ناگهان توافق‌نامه‌ای برخلاف ماده (۲۷) قانون بهبود یعنی بدون مشورت بخش خصوصی به تصویب برسد که اقتصاد کشور را دچار تلاطم کند یا بخش خصوصی برای اجرای آن آماده نباشد. از جمله این توافق‌های بدون مشورت می‌توان به امضای توافقنامه حقوق گمرکی ترجیحی بین ایران و ترکیه اشاره کرد که چندی پیش در سکوت خبری و بین روسای گمرک دو کشور امضا شد و از امروز، اجرایی می‌شود. چند پرسش پیش‌روی دکتر کرباسیان رییس گمرک ایران است:

۱- آیا هنگام امضای این توافقنامه، خود را ملزم به ماده (۲۷) قانون بهبود و وعده رییس‌جمهور برای اجرای آن نمی‌دانستید؟ چرا با بخش خصوصی مشورت نکردید و خود تصمیم گرفتید؟

۲- چرا ترکیه؟ آیا مرز خاکی می‌تواند توجیه خوبی برای تجارت ترجیحی بین کشورها باشد؟ آن هم کشوری که هنوز اختلاف‌های آن با ایران بر سر یارانه سوخت و عوارض راه‌ها پابرجاست و هرچندوقت یک‌بار مرزهای تجاری مشترک بسته می‌شود.

۳- نگران نیستید که این توافقنامه، بهانه‌ای برای تبدیل ترکیه به کریدور تجارت خارجی ایران شود و این توافقنامه فقط برای تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان ترکیه به کار گرفته نشود و در عمل، ترکیه به واسطه صادرات و واردات خارجی ایران و بسیاری از کشورهای اروپایی بدل شود. تمرکز بر ترکیه و کاهش تجارت با دیگر همسایگان، هزینه‌های اقتصادی و غیراقتصادی نخواهد داشت؟

۴- این توافقنامه پس از شکست تحریم‌ها پایان می‌یابد و راهی برای دور زدن تحریم است یا قرار است این امتیاز ویژه در فردای تحریم‌ها نیز استمرار یابد؟

در تابستان ۹۲؛

۵۴ درصد خانوارهای ایرانی حداقل یک سفر داشتند

مرکز آمار ایران اعلام کرد: حدود ۵۴ درصد خانوارهای کشور که معادل ۱۲میلیون و ۱۰۸هزار و ۲۷۰ خانوار است، در فصل تابستان سال ۱۳۹۲، حداقل یک سفر داشته‌اند و در مقابل حدود ۴۶درصد یا ۱۰ میلیون و ۳۰۶ هزار و ۷۳۰ خانوار در این فصل سفری نداشته‌اند. نتایج آمارگیری از گردشگران ملی برای تابستان ۹۲ که از سوی مرکز آمار ایران منتشر شده است، تعداد سفرهای داخلی در فصل تابستان را ۶۴ میلیون و ۴۲۸ هزار و ۹۲۷ سفر عنوان کرده است. همچنین ۵۹ درصد از سفرهای داخلی در فصل تابستان، با اقامت شبانه و ۴۱درصد بدون اقامت شبانه بوده است. بیشترین سفرهای با اقامت شبانه فصل تابستان در سال ۱۳۹۲ با هدف دیدار دوستان و بستگان (۵۳ درصد) و سپس با هدف‌های گردش و تفریح (۲۴ درصد) و زیارت (۱۵ درصد) انجام پذیرفته است. سفرهای با اهداف فوق در مجموع ۹۲ درصد از سفرها را تشکیل داده است. برپایه این گزارش، حدود هشت درصد از سفرها در فصل تابستان با اهدافی نظیر درمان، آموزش، خرید و کسب‌وکار صورت گرفته است.

الگوی سفر از لحاظ هدف اصلی سفر، در سفرهای بدون اقامت شبانه متفاوت از سفرهای با اقامت شبانه است. در فصل تابستان، بیشترین هدف اصلی از سفرهای بدون اقامت شبانه، گردش و تفریح عنوان شده، در حالی‌که بیشتر سفرهای با اقامت شبانه در این فصل، با هدف دیدار دوستان و بستگان بوده است. همچنین در فصل تابستان، ۳۷ درصد از سفرهای بدون اقامت شبانه با هدف گردش و تفریح، ۲۵ درصد با هدف دیدار دوستان و بستگان، ۱۳ درصد با هدف درمان و ۱۱ درصد با هدف زیارت انجام شده است. ۱۴ درصد سفرهای بدون اقامت شبانه، با اهدافی نظیر آموزش، خرید و کسب‌وکار صورت گرفته است. نتایج نشان می‌دهد: بیشترین اقامتگاه اصلی مورداستفاده در سفرهای داخلی با اقامت شبانه خانوارها در فصل تابستان سال ۱۳۹۲ منزل بستگان و آشنایان با ۶۶ درصد، ویلا و آپارتمان اجاره‌ای با ۱۱درصد و ویلا و آپارتمان شخصی با شش درصد بوده است. سفرهای انجام شده به تفکیک شهرستان‌های مورد بازدید، جدا از ارتباطی که با ویژگی‌های اجتماعی و اقتصادی خانوارها و افراد دارند، تاثیرات اجتماعی و اقتصادی زیادی بر مناطقی که مورد بازدید گردشگران قرار می‌گیرند، در پی دارند. در این بخش شهرستان‌هایی که دارای بیشترین تعداد سفر بوده‌اند، مورد بررسی قرار خواهد گرفت. از این منظر، برای برنامه‌ریزان منطقه‌ای چند متغیر اهمیت دارد. تعداد سفر انجام شده در منطقه، تعداد سفرهای بدون اقامت شبانه، تعداد سفرهای با اقامت شبانه و تعداد شبی که مسافران در منطقه اقامت داشته‌اند.

فرصت نت
www.forsatnet.ir
قیمت های روز بازارهای گوناگون را دنبال کنید
خودرو | دیجیتال | طلا وسکه | آهن آلات | نفت | بلیط | مواد غذایی | بورس | خدمات

پژوهشکده اقتصاد و مدیریت فرصت امروز استخدام می‌کند
پژوهشکده اقتصاد و مدیریت فرصت امروز ازفارغ التحصیلان کارشناسی ارشد و دانشجویان دکترا در رشته های اقتصاد، مدیریت، MBA و... دعوت به همکاری می کند. در صورت تمایل با شماره ۸۸۸۹۵۴۳۳ تماس حاصل نمایید.

نیازمندی‌های مشاغل ایران
پاسخگوی نیازهای شما صاحبان کسب و کار گرامی در زمینه های مختلف
خدمات بازرگانی و صنعتی
گردشگری و رستوران
خدمات حقوقی و ثبتی
سلامت و زیبایی
خودرو و خانه
خدمات چاپ و تبلیغات
لوازم و تجهیزات دیجیتال
سازمان آگهی ها: ۸۸۵۵۳۶۳۹

بازار نفت

آمریکا ذخایر تجاری نفت خود را با نفت ارزان پر کرد

آمریکا با فرصت‌طلبی از کاهش شدید قیمت نفت در بازارهای جهانی، به افزایش ذخایر موقت نفت خام اقدام کرده، به‌طوری که ذخایر تجاری نفت خام این کشور به بالاترین سطح در ۱۴ سال اخیر رسیده است.

گزارش مرکز اطلاعات انرژی آمریکا نشان می‌دهد ذخایر تجاری نفت‌خام آمریکا به بالاترین سطح از سال ۲۰۰۱ تاکنون رسیده است.

این گزارش نشان می‌دهد ذخایر تجاری نفت‌خام آمریکا در هفته گذشته بالاترین رقم آن در این مقطع از سال طی حداقل ۸۰ سال گذشته بوده است.

براساس آمارهای رسمی، ذخایر تجاری نفت‌خام آمریکا در هفته منتهی به ۱۶ ژوئن ۲۰۱۵ (۲۶ دی ۱۳۹۳) با ۱۰.۱ میلیون بشکه افزایش به ۳۹۷.۹ میلیون بشکه رسید. این در حالی است که برآورد کارشناسان افزایش فقط ۲.۶ میلیون بشکه‌ای ذخایر تجاری نفت‌خام آمریکا بود. کارشناسان نفتی معتقدند: آمریکا در حال شکستن رکورد حجم ذخایر تجاری نفت‌خام است. زیرا این کشور هم‌اکنون نفت ارزان‌قیمت تولیدکنندگان بزرگ جهان را خریداری کرده و آن را ذخیره می‌کند.

در کنار ذخایر تجاری نفت، آمریکا ذخیره‌سازی راهبردی نفت‌خام (Strategic Petroleum Reserve) نیز دارد که به منظور ذخیره ۷۲۷ میلیون بشکه نفت در ۶۲مخزن طراحی شده که هم‌اکنون ۶۹۱ میلیون بشکه آن ذخیره شده است. مجموع ذخایر تجاری و راهبردی نفت خام آمریکا هم‌اکنون بیش از یک میلیارد بشکه نفت است. آمریکایی‌ها ذخایر راهبردی ۶۹۱ میلیون بشکه‌ای خود را دست نمی‌زنند، مگر آنکه بحران خاصی رخ دهد؛ اما از ذخایر تجاری برای کنترل بازار نفت استفاده می‌کنند.

قیمت نفت اوپک به ۴۳,۶۹ دلار در هر بشکه رسید

براساس محاسبات دبیرخانه اوپک که عصر دوشنبه اعلام شد، قیمت سبد نفت این سازمان، متشکل از نفت ۱۲ کشور، جمعه گذشته به ۴۳.۶۹ دلار در هر بشکه رسید که در مقایسه با روز پیش از آن ۱.۵ درصد افزایش داشت.

به گزارش ایرنا، بنابه اعلام پایگاه اطلاع‌رسانی اوپک، قیمت هر بشکه نفت این سازمان پنجشنبه گذشته ۴۳.۰۵ دلار بود.

جمعه گذشته، پس از اعلام خبر درگذشت ملک‌عبدالله پادشاه عربستان، قیمت نفت برنت دریای شمال ۲.۶ درصد و قیمت نفت وست تگزاس اینترمدیت ۳.۱ درصد افزایش پیدا کرد، اما پس از آنکه پادشاه جدید عربستان سعودی ملک‌سلمان، اعلام کرد که سیاست‌های ملک‌عبدالله را ادامه خواهد داد، قیمت نفت بار دیگر کاهش پیدا کرد.

در پایان معاملات جمعه گذشته، قیمت نفت وست تگزاس اینترمدیت برای تحویل در ماه مارس (اسفند) در بازار تجاری نیویورک با ۷۲ سنت کاهش، به ۴۵.۵۹ دلار در هر بشکه رسید که کمترین قیمت این نفت از ۱۱ مارس ۲۰۰۹ محسوب می‌شود. قیمت نفت برنت دریای شمال برای تحویل در ماه مارس نیز در پایان معاملات جمعه گذشته در بازار آیس فیوچرز اروپا واقع در لندن ۲۷ سنت کاهش یافت و به ۴۸.۷۹ دلار در هر بشکه رسید. الجزایر، آنگولا، اکوادور، لیبی، ایران، عراق، کویت، نیجریه، قطر، عربستان سعودی، امارات و ونزوئلا از اعضای تشکیل‌دهنده اوپک هستند. معادل ۴۰ درصد عرضه جهانی نفت توسط اوپک تولید می‌شود.

فراخوان دعوت از سرمایه‌گذاران برای احداث واحدهای مینی LNG

ناصر ابراهیمی، مدیر گازرسانی شرکت ملی گاز ایران گفت: به منظور توسعه کاربرد LNG در کشور، تنوع‌بخشی به روش‌های عرضه و صادرات گاز و بالا بردن پایداری شبکه به‌ویژه در روزهای سرد سال، براساس این فراخوان شرکت ملی گاز ایران از علاقه‌مندان احداث واحدهای LNG مقیاس کوچک و متوسط دعوت به سرمایه‌گذاری می‌کند.

ابراهیمی ادامه داد: بر این اساس شرکت ملی گاز تعهد می‌کند در هشت ماه ابتدایی سال (از ابتدای فروردین تا انتهای آبان‌ماه) گاز طبیعی مورد نیاز واحدهای LNG مقیاس کوچک و متوسط را در نقطه مورد توافق تامین کند و در اختیار آنها قرار دهد. وی با اشاره به اینکه شرکت‌های متقاضی باید دارای تجربه در امر تولید صنعتی بوده و نیز توانایی کافی برای تامین آورده نقدی برای احداث واحدهای LNG مقیاس کوچک و متوسط متناسب با ظرفیت درخواستی را به تشخیص شرکت ملی گاز ایران دارا باشند، خاطرنشان کرد: تعیین ظرفیت واحد به عهده سرمایه‌گذار است ولی نقطه احداث واحد باید با تایید شرکت ملی گاز ایران تعیین شود، همچنین هزینه احداث خط لوله اختصاصی انتقال گاز با سرمایه‌گذار خواهد بود. ابراهیمی، قیمت ماهانه گاز تحویلی به واحدهای LNG مقیاس کوچک و متوسط تا پایان سال ۱۴۰۰ را به ازای هر میلیون بی‌تی‌یو ۳.۳ دلار و از ابتدای سال ۱۴۰۱ تا پایان سال ۱۴۰۵ را به میزان ۲.۸ دلار کمتر از متوسط قیمت فروش هر میلیون بی‌تی‌یو LNG در بورس اعلام کرد و افزود: قیمت‌ها در مناطق مختلف تولید متفاوت خواهد بود.

کارشناسان برق اعلام کردند

درآمد روزانه ۴ میلیون دلاری از پیک‌سایی برق

لیلا مرگن

فاصله بین میانگین مصرف برق با زمان اوج آن (پیک مصرف) سبب شده برای پوشش شبکه در پیک بار سرمایه‌گذاری‌های هنگفتی انجام شود. درحالی‌که کارشناسان برق معتقدند اگر دولت سرمایه‌گذاری مناسبی در تمام زیربخش‌های مصرف‌کننده برق انجام دهد، فقط با کاهش ۱۰ هزار مگاواتی میزان مصرف در پیک، درآمدی بین چهار تا پنج میلیون دلار در روز برای کشور ایجاد می‌شود.

ظرفیت نصب شده برق در کشور حدود ۷۵ هزار مگاوات است. با توجه به رشد جمعیت و تغییرات الگوی زندگی، باید سالانه حدود پنج تا شش درصد به ظرفیت نصب شده کشور اضافه شود. میانگین مصرف برق در ایران نیز حدود ۲۵ هزار مگاوات و اوج پیک امسال حدود ۴۸ هزار مگاوات بوده است.

این آمارها به مفهوم آن است که مدیران صنعت برق سرمایه‌گذاری هنگفتی برای تامین نیازهای کشور در مدت کوتاهی از سال انجام می‌دهند و در بقیه طول سال با حبس ظرفیت نیروگاه‌ها یا انرژی مازاد مواجه هستیم. به همین دلیل در بسیاری از کشورها برنامه‌های متنوعی برای پیک‌سایی (پیک‌زدایی) اجرا می‌شود. پیک‌سایی، مدیریت بار شبکه است. یعنی برنامه‌ریزان بخش برق کشورهای مختلف سعی می‌کنند نسبت بین کمترین بار و بیشترین بار شبکه را به یک نزدیک کنند تا با این شیوه توازنی بین توان تولید نیروگاه‌ها و مصرف برقرار شود. اما در حال حاضر ایران از استانداردهای جهانی فاصله زیادی دارد. این مسئله نه‌تنها هزینه‌های زیادی را به کشور تحمیل می‌کند بلکه میزان درآمدهای حاصل از صادرات برق یا حتی فروش آن را کاهش می‌دهد. حمیدرضا صالحی، دبیر کل و عضو هیات‌مدیره فدراسیون صادرات انرژی و صنایع وابسته به «فرصت امروز» می‌گوید که افزایش میزان پیک سبب می‌شود بخشی از نیروگاه‌ها برای تامین نیازها مجبور به استفاده از سوخت مایع به‌جای گاز شوند.

وی اضافه می‌کند که مصرف سوخت مایع نظیر گازوییل یا مازوت در نیروگاه‌ها به مفهوم تولید برق گران‌تر و تحمیل زیان اقتصادی بیشتر به کشور است. صالحی عنوان می‌کند که اگر فقط ۱۰ هزار مگاوات میزان پیک برق را کاهش دهیم و این برق را به‌ازای هر کیلووات ۱۰ سنت به خارج از کشور صادر کنیم، درآمدی معادل چهار تا پنج میلیون دلار در روز برای ایران ایجاد خواهد شد. وی بر این باور است که با توجه به اختلاف دما در شمال و جنوب و تفاوت افق در شرق و غرب امکان مدیریت مناسب بار شبکه برای‌مان فراهم می‌شود. ضمن آنکه موقعیت مطلوب جغرافیایی ایران سبب می‌شود که برای تامین بخشی از نیازهای برق خود، روی واردات از کشورهای همسایه حساب باز کنیم و حتی با ترانزیت برق، درآمد مناسبی برای کشور ایجاد کنیم.

افزایش تلفات برق در زمان اوج مصرف

کاهش تلفات، یکی دیگر از مزیت‌های اقتصادی پیک‌سایی است که علی‌اکبر سهیلی، نایب‌رییس سابق سندیکای برق در گفت‌وگو با «فرصت امروز» به آن اشاره می‌کند.

وی می‌گوید که براساس اعلام وزیر نیرو، در زمان اوج مصرف ۱۲ هزار مگاوات تلفات در شبکه‌های برق داریم. اصولا ۲۵ درصد تولید در زمان پیک، تبدیل به تلفات می‌شود. در نتیجه با پیک‌زدایی می‌توان به کاهش تلفات و کسب درآمد بیشتر بخش برق کمک کرد.

سهیلی با بیان اینکه میانگین مصرف در دنیا ۶۰ درصد ظرفیت نیروگاه‌هاست، ادامه می‌دهد که ایران با استانداردهای روز دنیا فاصله زیادی دارد.

وی معتقد است به‌جای اینکه در بخش توزیع، کشاورزی، صنایع و سایر مصرف‌کنندگان برق سرمایه‌گذاری مناسبی برای کاهش مصرف انجام شود، تمام اعتبارات به سمت ساخت نیروگاه‌ها سرازیر شده به همین دلیل امروز شاهد فاصله گرفتن کشور از استانداردها هستیم.

نایب‌رییس سابق سندیکای برق عنوان می‌کند که در دنیا روش‌های مختلفی برای پیک‌سایی وجود دارد. از آن جمله اعمال روش‌های تشویقی برای مصرف برق در کم‌باری است. ضمن آنکه در بسیاری از نقاط جهان، اتوماسیون منازل در شب‌ها فعال می‌شود. به‌طور مثال در انگلیس سیستم‌های گرمایشی و سرمایشی در ساعات کم‌باری با برق کار می‌کنند و به این ترتیب هزینه‌های مصرف‌کننده نیز کاهش می‌یابد. وی بر این باور است که به دلیل ارزان بودن برق، صنایع کشور از این انرژی درست استفاده نمی‌کنند. برق رایگان سبب شده دارندگان چاه‌های آب، پمپ‌های خود را در زمان اوج مصرف خاموش نکنند. زیرا هزینه استهلاک دستگاه، بیش از پول انرژی است که پرداخت کنند. سهیلی تاکید می‌کند که در ایران روی پیک‌سایی و کاهش تلفات کار جدی انجام نشده است.

پیک‌زدایی اقدامی مشارکتی

برخلاف نایب‌رییس سابق سندیکای برق که معتقد است در زمینه پیک‌زدایی اقدام خاصی در کشور انجام نشده، سعید مهذب ترابی به «فرصت امروز» می‌گوید که اقدامات موثری در رابطه با پیک‌سایی انجام شده است.

وی ادامه می‌دهد که در شب‌ها بار پایه (میزان مصرفی که مربوط به فعالیت وسایلی نظیر یخچال و غیره است که به‌طور دائمی از انرژی برق استفاده می‌کنند) به دلیل مصرف لامپ‌های رشته‌ای در منازل افزایش می‌یابد. اجرای طرح توزیع لامپ‌های کم‌مصرف به‌صورت یارانه‌ای سبب شد مردم از این لامپ‌ها استفاده کنند تا بار شب کنترل شود.

رییس انجمن علمی مدیریت مصرف انرژی کشور بر این باور است که توزیع لامپ‌های LED در جامعه برای کنترل بار شبکه راهکار قابل قبولی است که توسط آژانس‌های بین‌المللی نیز مطرح شده است. وی تغییر رفتار صنایع را نیز عامل موثری در پیک‌زدایی دانسته و بیان می‌کند که اگر صنایع ساعات استراحت، ناهار یا تغییر شیفت خود را منطبق بر ساعات اوج مصرف در شبکه برق یعنی ساعت ۱۱ تا ۱۵ و ۱۹ تا ۲۱ قرار دهند، در کاهش بار پیک موثراست.

مهذب ترابی می‌گوید که با تغییر ساعات فعالیت ادارات هم می‌توان پیک‌سایی کرد. مثلا در مناطق سردسیر اگر ادارات کار خود را یک ساعت زودتر شروع کنند، مصرف در شبکه مدیریت می‌شود.

وی طرح‌های تشویقی و تنبیهی را نیز عامل موثری در مشارکت مردم برای کاهش اوج مصرف معرفی می‌کند اما معتقد است تا زمانی که ۳۰ میلیون یخچال با برچسب انرژی G در منازل فعال است، هیچ اقدامی در راستای کاهش بار پایه شبکه موثر نیست. رییس انجمن علمی مدیریت مصرف انرژی کشور تاکید می‌کند که همواره نباید از مردم انتظار داشت که کمتر مصرف کنند بلکه صنایع یا سیستم‌های مصرف‌کننده برق هم باید اصلاح شوند.

بین‌الملل

اظهار نظر دبیرکل اوپک

نفت ۲۰۰ دلاری در بازار

دبیر کل اوپک معتقد است که اگر سرمایه‌گذاری در صنعت نفت کاهش یابد می‌توانیم شاهد نفت ۲۰۰ دلاری باشیم.

قیمت فعلی نفت در بازارهای جهانی در حال حاضر به کف خود رسیده و احتمالا به‌زودی شاهد افزایش قیمت این محصول در بازار خواهیم بود. اینها سخنان عبدالله البدری، دبیرکل اوپک است که در روز دوشنبه گذشته در مصاحبه‌ای در حاشیه کنفرانس وی در چتم هاوس لندن مطرح شد.

البدری همچنین هشدار داد که در صورت کاهش حجم سرمایه‌گذاری برای تولید نفت در آینده شاهد جهش شدید قیمت‌ها خواهیم بود و ممکن است ارزش هر بشکه نفت‌خام در بازار به ۲۰۰ دلار در هر بشکه برسد. البدری در این رابطه گفت: قیمت نفت در حال حاضر در حدود ۴۵ تا ۵۰ دلار است که این احتمالا کف قیمت بوده و به‌زودی شاهد بازیابی قیمت نفت خواهیم بود.

گفتنی است ۱۲ کشور عضو اوپک چیزی در حدود یک‌سوم نفت جهان را تولید می‌کنند و تا قبل از نشست اخیر این سازمان در سال گذشته میلادی سیاست این کشورها تطابق با شرایط بازار به منظور حمایت از قیمت نفت و جلوگیری از کاهش شدید آن بود.

پس از نشست سال گذشته اوپک و تصمیم اعضا مبنی بر عدم کاهش تولید و همچنین افزایش عرضه نفت‌خام شیل آمریکا به بازار و ایجاد حجم قابل توجهی نفت مازاد در بازارهای جهانی قیمت این محصول از ماه ژوئن سال گذشته در حدود ۶۰ درصد کاهش یافت و به کمتر از ۴۹ دلار در هر بشکه رسیده است. البدری ضمن دفاع از تصمیم اخیر اوپک در متعهد باقی ماندن به تولید سقف روزانه خود گفت: هرگونه کاهش تولید به ایجاد یک ظرفیت تولید جایگزین منجر خواهد شد و این ظرفیت ایجاد شده به سرعت توسط دیگر تولیدکنندگان پُر خواهد شد. به عقیده دبیرکل اوپک تنها کاهش حجم سرمایه‌گذاری در حوزه تولید نفت و کمبود این محصول در جهان می‌تواند مانند سال ۲۰۰۸ میلادی که نفت با رکوردشکنی به بشکه‌ای ۱۲۷ دلار رسید قیمت آن را افزایش دهد.

البدری ادامه داد: فرض کنید که ما تولید را کاهش دهیم، در آن صورت یک ظرفیت اضافی برای تولید ایجاد خواهد شد و تولیدکننده دیگری به سرعت آن ظرفیت را پُر خواهد کرد. اما زمانی که تولیدکنندگان نفت ظرفیت بیشتری برای تولید داشته باشند دیگر روی افزایش ظرفیت تولید خود سرمایه‌گذاری نخواهند کرد. دبیرکل اوپک افزود: زمانی که سرمایه‌گذاری برای افزایش ظرفیت تولید صورت نپذیرد تولید بیشتر نیز در کار نخواهد بود، وقتی که تولید بیش از میزان مورد نیاز وجود نداشته باشد عرضه متعادل شده و تقاضا برای نفت در بازار افزایش می‌یابد زیرا دیگر خبری از نفت مازاد در بازار نخواهد بود. بعد از این موضوع شاهد افزایش قیمت نفت خواهیم بود و ممکن است اتفاقات سال ۲۰۰۸ میلادی که قیمت نفت به بالاترین میزان خود رسید مجددا تکرار شود.

بدری معتقد است اگر به دلیل کاهش سرمایه‌گذاری کمبود نفت شدیدی در بازارهای جهانی نفت ایجاد شود و تقاضا افزایش یابد ممکن است شاهد نفت ۲۰۰ دلاری نیز باشیم!

سقوط قیمت نفت در سال ۲۰۱۴ میلادی دومین سقوط شدید ارزش نفت‌خام از سال ۲۰۰۸ میلادی تاکنون به‌شمار می‌رود.

در این میان برخی از اعضای اوپک نظیر ونزوئلا همچنان بر کاهش تولید نفت اصرار می‌ورزند. در همین راستا نیکلاس مادورو، رییس‌جمهور این کشور در اوایل ماه جاری سفری دوره‌ای به کشورهای تولیدکننده نفت عضو اوپک و روسیه به‌عنوان کشور تولیدکننده غیرعضو داشت.

عبدالله البدری، دبیرکل اوپک ضمن تقدیر از اقدامات مادورو رییس‌جمهور ونزوئلا گفت: در حال حاضر هیچ تصمیمی برای برگزاری نشست میان کشورهای عضو و غیرعضو اوپک برای بحث و بررسی در مورد وضعیت بازار و کاهش تولید اتخاذ نشده است.

به گفته البدری برگزاری هرگونه نشست میان کشورهای عضو به زمان نیاز دارد. به عقیده دبیرکل سازمان کشورهای تولیدکننده نفت چهار تا پنج ماه دیگر زمان لازم است، زیرا تا قبل از پایان نیمه نخست سال جاری میلادی شاهد هیچ‌گونه تلاشی برای برگزاری نشست و بررسی بازار نخواهیم بود. دلیل این امر آن است که تولیدکنندگان منتظرند تا وضعیت بازار را تا انتهای نیمه اول سال جاری میلادی بررسی کرده و ببینند بازار در آن زمان چه وضعیتی خواهد داشت و چگونه رفتار خواهد کرد.

البدری در انتها ضمن دفاع مجدد از تصمیم اوپک به منظور عدم کاهش تولید در جلسه ماه نوامبر سال گذشته میلادی این سازمان گفت: این یک تصمیم جمعی بود و همه اعضا در اتخاذ این تصمیم نقش داشتند. البته برخی مخالفت‌ها و نظرهای متفاوت وجود داشت اما در نهایت همه وزرا با تصمیم اتخاذ شده موافقت کردند.

البدری هنگامی که در مورد احتمال کاهش تولید یا هرگونه تغییر در سیاست‌های نفتی توسط عربستان سعودی به‌عنوان بزرگ‌ترین تولیدکننده نفت‌خام در جهان پس از روی کار آمدن پادشاه جدید مورد پرسش قرار گرفت گفت: عربستان یک کشور باثبات بوده که از یک دولت باثبات برخوردار است و به نظر من همه چیز پس از درگذشت ملک‌عبدالله و روی کار آمدن ملک سلمان کاملا عادی خواهد بود.

ترجمه: معراج آگاهی
منبع: CNBC

تکنولوژی

رییس پردیس پایین دستی پژوهشگاه صنعت نفت:

دانش‌فنی نمک‌زدایی الکتروستاتیک نفت خام توسعه می‌یابد

توسعه دانش فنی نمک‌زدایی الکتروستاتیک نفت‌خام از سوی پژوهشگاه صنعت نفت زمینه کاهش وابستگی و صرفه‌جویی ارزی را فراهم می‌کند.

منصور بزمی، رییس پردیس پایین‌دستی پژوهشگاه صنعت نفت در گفت‌وگو با پایگاه اطلاع‌رسانی شرکت ملی نفت ایران با اشاره به اینکه وجود آب در نفت‌خام یا فرآورده‌های نفتی یکی از معضلات در صنایع نفت به شمار می‌رود، گفت: نمک‌زدایی الکتروستاتیک در واحدهای بهره‌برداری نفت‌خام و همچنین در پالایشگاه‌های نفت و گاز به منظور جداسازی آب نمک موجود در فاز نفتی، مورد استفاده قرار می‌گیرد که با توسعه دانش فنی آن امکان بهینه‌سازی عملکرد این واحدها بیش‌ازپیش می‌شود.

او افزود: هم‌اکنون طراحی واحد نمک‌زدا و تامین قطعات داخلی آن توسط شرکت‌های خارجی انجام می‌شود، با این وجود، در برخی موارد ساخت مخزن و نصب و راه‌اندازی واحدهای نمک‌زدایی از سوی شرکت‌های داخلی و تحت نظارت شرکت‌های صاحب تکنولوژی صورت می‌گیرد.

رییس پردیس پایین‌دستی پژوهشگاه صنعت نفت با بیان اینکه نفت‌خام تولید شده از مخازن دارای مقادیری از آب و املاح است و باید از آن جدا شود، گفت: بخشی از این آب ابتدا در جداکننده‌های چندفازی و سپس در تانک‌های ثقلی جدا می‌شود.

برق

احتمال حذف شبکه‌های فوق توزیع برق قوت گرفت

معاون توانیر با تشریح سناریوهای کاهش اتلاف انرژی در شبکه برق کشور، از احتمال حذف شبکه‌های فوق توزیع برق در کشور خبر داد.

به گزارش مهر، عبدالرسول پیشاهنگ درباره آخرین وضعیت پایداری شبکه برق ایران، گفت: پیش‌بینی می‌شود برای تابستان سال آینده پیک مصرف برق کشور به بیش از ۵۱ هزار مگاوات افزایش یابد.

او با اعلام اینکه در شرایط فعلی حدود ۸۵ درصد ظرفیت تولید برق کشور توسط نیروگاه‌های حرارتی تولید می‌شود و این واحدها سهمی حدود ۹۴.۵ درصدی در تامین انرژی الکتریکی کشور دارند، تصریح کرد: برای تامین برق کشور هیچ فرقی بین نیروگاه‌های دولتی و خصوصی وجود ندارد و هر نیروگاهی که به شبکه سراسری متصل می‌شود صنعت برق موظف است آن را پایش کند.

این مقام مسئول با بیان اینکه هم‌اکنون نزدیک به ۲۰۰ هزار مگاولت آمپر پست و ۱۳۰ هزار کیلومتر خطوط انتقال انرژی در کشور وجود دارد، اظهار داشت: وضعیت تعمیرات و نگهداشت این شبکه انتقال و توزیع برق هم در دستور کار توانیر قرار دارد.

پایانه

با هدف افزایش قابلیت پهلودهی کشتی‌ها

آغاز تعمیر دو گوی شناور در خارک

به منظور افزایش قابلیت پهلودهی و بارگیری نفتکش‌ها در فضای خارج از اسکله‌ها، تعمیرات اساسی دو گوی شناور شرکت پایانه‌های نفتی ایران در جزیره خارک آغاز شد.

صادق دراوی‌پور، سرپرست مدیریت امورفنی شرکت پایانه‌های نفتی ایران گفت: براساس زمان‌بندی پیش‌بینی می‌شود، تعمیرات اساسی این دو گوی شناور تا یک‌ماه آینده به اتمام برسد و برای مونتاژ به آب برگردند.

وی با بیان اینکه تعیین درصد پوسیدگی و رفع آن، اند گذاری، سند بلاست، تعمیرات مکانیکال و بلاستینگ، رنگ‌آمیزی و اجرای دستورالعمل‌های اجرایی یک فرآیند فنی و عملیاتی مهم است که باید اجرا شود، گفت: تمام تعمیرات با نظارت کارشناسان و مدیریت امور فنی شرکت پایانه‌های نفتی ایران انجام می‌شود. دراوی‌پورگفت: هر یک از این گوی‌های شناور با وزنی بیش از ۱۲۰ تن، قابلیت سرویس دهی به کشتی‌های ۲۵۰ هزار تنی را دارند.

تعاون

رییس اتاق تعاون ایران انتخاب شد

رییس اتاق تعاون ایران در نخستین نشست هیات رییسه اتاق تعاون ایران با اکثریت آرا انتخاب شد.

به گزارش روابط عمومی اتاق تعاون، در نخستین نشست هیات رییسه اتاق تعاون ایران که با دستور جلسه انتخاب رییس و نایب رییس و دبیرکل تشکیل یافته بود، بهمن عبداللهی با اکثریت آرا به‌عنوان رییس اتاق ایران انتخاب شد.

براساس این گزارش، اسماعیل خلیل‌زاده به‌عنوان نایب رییس و ماشاءالله عظیمی به سمت منشی هیات رییسه برگزیده شدند.

یادآور می‌شود، ماشاءالله عظیمی از سوی هیات رییسه با حفظ سمت به‌عنوان دبیرکل جدید اتاق تعاون ایران انتخاب شد.

خودرو

رییس ایدرو: ادغام تنها یک توصیه برای خودروسازان کوچک است

رییس هیات عامل سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران (ایدرو) با بیان اینکه نمی‌توان برای بخش خصوصی تعیین تکلیف کرد، گفت: ادغام خودروسازان کوچک در یکدیگر تنها یک توصیه است تا با عملیاتی شدن آن سرمایه‌گذاری‌های خودروسازان متمرکز شود.

سیدرضا نوروززاده در گفت‌وگو با ایرنا، افزود: ادغام خودروسازان کوچک تنها توصیه وزیر صنعت، معدن و تجارت بود که این تکلیفی برای آنها به شمار نمی‌آید.

او با بیان اینکه ادغام واحدهای کوچک تولیدی در یکدیگر یک رویه مرسوم در دنیا به شمار می‌آید، اظهار کرد: این روش سبب می‌شود تا واحدها از توانمندی‌های یکدیگر استفاده کرده و هزینه کاهش و کیفیت افزایش یابد تا بتوانند در بازارهای هدف ورود کنند.

چندی پیش وزیر صنعت، معدن و تجارت از ادغام خودروسازان کوچک طی سه یا چهار سال آینده خبر داد و گفت: ساماندهی و ادغام خودروسازان جزء سیاست‌های اعلامی وزارت صنعت، معدن و تجارت است که باید مقدمات آن فراهم شود، اما به سرانجام رساندن این ادغام، یک کار زمان‌بر است ولی معتقدیم موفق می‌شویم.

رییس هیات عامل ایدرو با تاکید بر اینکه باید از ظرفیت قطعه‌سازان و تولیدکنندگان داخلی استفاده بهینه کرد، گفت: خودروسازان جهانی هم‌اکنون به سمت طراحی و تولید مگاپلتفرم حرکت می‌کنند یعنی پلتفرم‌ها به‌گونه‌ای طراحی می‌شوند که قابل تبدیل به کلاس A به B و B به C هستند.

لزوم خروج شورای رقابت از قیمت‌گذاری خودرو

دبیر انجمن خودروسازان ایران گفت: خلاصی صنعت خودرو از قیمت‌گذاری در شورای رقابت می‌تواند در حمایت از صنعت خودرو راهگشا باشد.

به گزارش شاتا، احمد نعمت‌بخش با اعلام این نکته گفت: با این رویه که از دیدگاه و نظرات بخش‌خصوصی و دست‌اندرکاران این بخش استفاده می‌شود، امید است در سایر صنایع نیز شاهد شکوفایی و رفع مشکلات باشیم. وی افزود: شورای سیاست‌گذاری خودرو به‌طور منظم و با حضور وزیر صنعت، معدن و تجارت، صاحب‌نظران، تشکل‌های‌مرتبط و مدیران خودروساز تشکیل می‌شود و پیشنهادهایی که در این شورا مطرح می‌شود، در حل مشکلات این صنعت بسیار راهگشاست. وی از رشد ۶۵ درصدی تولید خودرو در ۹ ماهه سال جاری نسبت به مدت مشابه سال قبل خبر داد و روند این صنعت را امیدوارکننده دانست.

فولاد

دورخیز آلمان برای فولاد ایران

هلدینگ اس‌ام اس آلمان، به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های فولادی دنیا خواهان اجرای طرح‌های توسعه‌ای فولاد در ایران شد.

به گزارش ایمیدرو، بورکهارد دامن، مدیر اجرایی این هلدینگ گفت: آماده ارائه فناوری در بخش‌های طراحی و مهندسی و ماشین‌آلات بخش‌های مختلف خطوط تولید فولاد در ایران هستیم. با توجه به اینکه مجموعه فولاد مبارکه و فولاد هرمزگان برنامه دستیابی به ظرفیت تولید ۱۰,۲ میلیون تنی را پیش رو دارند، آماده انجام هرگونه همکاری برای اجرای این طرح‌ها هستیم. مهدی کرباسیان، رییس هیات عامل ایمیدرو توسعه طرح‌های فولادی ایران را از اولویت‌های ایمیدرو ذکر کرد و گفت: با توجه به اینکه ایران تلاش گسترده‌ای را برای توسعه مناسبات بین‌المللی آغازکرده شرایط مطلوبی برای همکاری با شرکت‌های خارجی ایجاد شده است. شرکت‌هایی که در این مسیر برای همکاری با ایران پیشگام باشند، موفق‌تر خواهند بود، اما نکته این است که طرف‌های اقتصادی با کشورمان باید روش‌های متنوعی را برای همکاری پیشنهاد کنند که جذابیت بیشتری برای ایران داشته باشد.

وزیر صنعت از اراده دولت برای رساندن رتبه کسب‌وکار به زیر ۱۰۰ خبر داد

بهبود رتبه کسب‌وکار وعده‌ای بدون برنامه

عسل داداشلو

وزیر صنعت، معدن و تجارت، از اراده دولت برای بهبود رتبه کسب‌وکار ایران تا زیر عدد ۱۰۰ خبر می‌دهد. در حالی‌که اکنون طبق آخرین رتبه‌بندی بانک جهانی، رتبه ایران در فضای کسب‌وکار، به ۱۳۰ رسیده است.

طبق آخرین گزارش بانک جهانی، ایران با دو پله صعود در میان ۱۸۹ کشور توانسته رتبه ۱۳۰ را به خود اختصاص دهد. معیارهایی نظیر راه‌اندازی کسب‌وکار، شرایط و مقررات اخذ مجوز ساخت، دسترسی به برق، ثبت مالکیت، اخذ اعتبارات، حمایت از سرمایه‌گذاری خرد، سهولت پرداخت مالیات، تجارت فرامرزی و اجرای قراردادها، در تعیین رتبه کسب‌وکار مدنظر قرار می‌گیرند، مواردی که اگر به جزییات هر یک از آنها در ایران رجوع کنید با زمان و هزینه‌ای چشمگیر مواجه می‌شوید.

مثلا در مرحله راه‌اندازی کسب‌وکار، زمانی ۱۲ روزه در نظر گرفته شده، در حالی‌که صاحبان کسب‌وکار در بخش عملیاتی با زمانی چندین برابر مواجه می‌شوند. در مرحله اخذ مجوز ساخت نیز زمانی برابر ۳۲۶ روز نیاز دارند. فراوانی زمان و هزینه در سایر بخش‌ها نیز دیده می‌شود، در اینجا می‌توان پرسید که چه اقداماتی می‌تواند موجب بهبود رتبه ایران در فضای کسب‌وکار شود؟

مقیاس‌های خرد مهلک است

حسین راغفر، اقتصاددان، در گفت‌وگو با «فرصت امروز» در پاسخ به این پرسش بیان می‌کند: «بانک جهانی که رتبه‌بندی‌ها را انجام می‌دهد، ضوابط و چارچوب‌هایی دارد. بنابراین موضوع اصلی در تعیین رتبه این است که کدامیک از این چارچوب‌ها تامین می‌شود. از جمله این ضوابط در این شرایط اقتصادی ایران، موضوع امکان حضور بخش خصوصی است یا اینکه چه عواملی می‌توانند موجب حضور بخش خصوصی در اقتصاد ایران شود. این فضا باید به گونه‌ای باشد که امکان رقابت را در عرصه فعالیت‌های اقتصادی فراهم سازد، اگر چه خود رقابت به درک درست توسط سیاست‌گذاران نیاز دارد. به‌عنوان مثال، وجود چند هزار شرکت فرش ماشینی که فقط ۵۰۰ شرکت از آنها فعال هستند، به نفع اقتصاد نیست. شاید به ادغام نیاز است تا بتوانند از فرصت‌های صرفه‌جویی در فعالیت استفاده کنند و در سطح منطقه و جهان رقابتی شوند.»

او می‌افزاید: «این مقیاس‌های خرد برای کشور بسیار مهلک است. از سوی دیگر، یکی دیگر از عوامل اصلی نبود شرکت‌های دولتی و شبه دولتی در اقتصاد کشور است. امروز بخش قابل توجهی از اقتصاد ایران به نهادهای شبه‌دولتی وابسته است طبیعتا حضور اینها بر اقتصاد براساس ضوابطی که در ارزیابی فضای کسب‌وکار صورت می‌گیرد، اثر منفی دارد. بنابراین یکی دیگر از مواردی که دولت باید روند آن را تصحیح کند حضور نهادهای پرقدرت سیاسی، نظامی و انتظامی در فعالیت‌های اقتصادی است زیرا این حضور نشان‌دهنده وجود تبعیض در توزیع اعتبارات بانکی و تسهیلات است.» راغفر با اشاره به عملکرد نظام بانکی اظهار می‌کند: «بخش دیگری از فضای کسب‌وکار که باید اصلاح شود به عملکرد نظام بانکی و کاهش فساد در این بخش برمی‌گردد. بانک‌ها باید فرصت‌های سرمایه‌گذاری را برای حضور بخش خصوصی فراهم کنند نه اینکه خودشان به عنوان سرمایه‌گذار وارد فعالیت اقتصادی شوند. همه این موارد در فضای کسب‌وکار اثر منفی دارد.»

علی رشیدی، اقتصاددان در این زمینه به «فرصت امروز» می‌گوید: «فضای کسب‌وکار بیش از ۱۳۶ متغیر را در برمی‌گیرد که همه این‌ها در چند گروه طبقه‌بندی شده است. در شرایط کنونی هیچ‌کدام از این موارد در کوتاه مدت قابل اصلاح نیست. مثلا ثبت شرکت در ایران هشت مرحله دارد و سه ماه طول می‌کشد اما در یک کشور دیگر این روند دو روز طول می‌کشد یا درباره انحلال شرکت در ایران پنج سال طول می‌کشد اما در ژاپن سه روز طول می‌کشد. در تسویه حساب مالیاتی در ایران به ۱۵۰ ساعت وقت نیاز است یا رشوه ۲۵درصد هزینه تولید را بالا می‌برد.»

دولت راه درازی در پیش دارد

صعود دو پله‌ای رتبه ایران گرچه اتفاق خوبی است اما این صعود لزوما به معنای انجام اقدامات موثر در داخل کشور نیست بلکه به بدتر شدن شرایط کشورهای قبل از ایران در این رتبه‌بندی برمی‌گردد، یعنی این امکان که وضعیت بدتر آنها در فضای کسب‌وکار موجب این صعود شده باشد، به اندازه شکل‌گیری اقدامات موثر در داخل کشور بستگی دارد.

با این اوصاف، دولت به همین صعود کم هم دل خوش می‌کند اما در سر آینده‌ای روشن‌تر را ترسیم کرده است. اما با این شرایط محمدرضا نعمت‌زاده، به صعود ۱۰ پله‌ای رتبه ایران در فضای کسب‌وکار، طی چند ماه آینده امیدوار است. حالا این پرسش مطرح می‌شود که آیا فقط اراده دولت برای بهبود این رتبه کفایت می‌کند؟ رشیدی در پاسخ به این پرسش معتقد است: «در شرایط فعلی در هیچ زمینه‌ای تغییری اتفاق نیفتاده، وعده‌های این‌چنینی خوب است و امیدواریم که این وعده‌ها تحقق پیدا کند اما فعلا ما در این زمینه اقدامی مشاهده نمی‌کنیم. مگر دولت در زمینه پایه‌های فضای کسب‌وکار چه اقدامی کرده که امروز انتظار صعود ۱۰ پله‌ای را در این فضا دارد؟ کدام مطالعه یا برنامه کارشناسی در این زمینه انجام شده است؟»

راغفر می‌گوید: «دولت می‌تواند اقداماتی را انجام دهد که به بهبود این فضا منجر شود البته این اقدامات یک شبه صورت نخواهد گرفت و نمی‌شود انتظار داشت که فقط با سیاست‌گذاری رتبه ما از ۱۳۰ به ۱۲ برسد اما در هر صورت ارتقای فضای کسب‌وکار تاثیرگذار است. هر اقدامی که دولت در زمینه ایجاد جاذبه‌های بیشتر برای حضور سرمایه‌گذاران بخش خصوصی در اقتصاد کشور انجام دهد، می‌تواند به بهبود این فضا کمک کند.»

واقعیت موجود نشان‌دهنده این موضوع است که حتی اگر دولت نهم اراده خود را برای بهبود این فضا بگذارد برای اصلاح بسیاری از مولفه‌ها، به زمان زیادی نیاز دارد، بنابراین وعده آقای وزیر گرچه نشان از اندیشه دولت در این حوزه دارد اما راه تا عملی کردن آن بسیار است.

نساجی

حذف آلاینده‌های رنگی از پساب‌های نساجی

پژوهشگران ایرانی در طرحی تحقیقاتی که مورد حمایت تشویقی ستاد توسعه فناوری نانو معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری قرار گرفت، موفق به ساخت نانوساختارهایی شدند که قابلیت بالایی در حذف آلاینده‌های سمی موجود در پساب‌های نساجی دارد.

به گزارش مرکز اطلاع‌رسانی و روابط عمومی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، ساخت این نانوجاذب که قابلیت بالایی در حذف آلاینده‌های سمی موجود در پساب‌های نساجی دارد، با استفاده از روشی ساده و کم‌هزینه صورت گرفته است. براساس این گزارش، استفاده از رنگ‌های مصنوعی، به‌خصوص در صنعت نساجی و ورود پساب‌های حاوی رنگ‌های سمی به سیستم‌های آبی، به‌عنوان تهدیدی زیست‌محیطی شناخته می‌شود.

روش‌های مختلفی مثل حذف فیزیکی، شیمیایی و بیولوژیکی برای جداسازی رنگ از فاضلاب بررسی شده است. در میان آنها، حذف رنگ توسط فناوری جذب، با مزیت‌هایی همچون راندمان بالا، توجیه اقتصادی و سادگی عملکرد به‌عنوان یکی از روش‌های رقابتی در میان سایر روش‌ها معرفی می‌شود. در این کار تحقیقاتی، نانو ساختارهایی سنتز شده و قابلیت آنها در حذف آلاینده‌های رنگی مورد بررسی قرار گرفته است. به گفته دکتر محمد یاسر معصومی، محقق این طرح، مواد متخلخل سه بعدی فلز - آلی (MOFs)، دسته جدیدی از مواد هستند که به دلیل پتانسیل‌های بالقوه وابسته به ساختار، همانند توانایی ذخیره و جداسازی گاز، تبادل‌یونی، عملکرد کاتالیستی و داورسانی در بسیاری از زمینه‌ها کاربردی هستند.

وی عنوان کرد: به تازگی، این مواد به دلیل وجود کانال‌ها و حفره‌های منظم و یک شکل در ابعاد نانومتری، به‌عنوان مواد جاذب در حذف ترکیبات خطرناک به کار گرفته شده‌اند.

معصومی توضیح داد: پژوهشگران این طرح، چارچوب‌های فلز-آلی متخلخلی تولید کرده‌اند که برای حذف رنگ کنگورد که یک آلاینده موجود در پساب‌های صنعتی به‌ویژه صنایع نساجی است، به‌کار رفته است. کنگورد یک رنگ سنتزی و سمی است که باعث ایجاد سرطان در انسان می‌شود. این رنگ در آب قابل حل بوده و محلول کلوئیدی قرمز رنگی تولید می‌کند.

به گفته این محقق، به دلیل سادگی فرآیند سنتز، امکان تولید این چارچوب‌ها در مقیاس صنعتی میسر بوده و در صورت استفاده عملی از این ترکیب یا مشابه‌های بهبودیافته آنها، امکان تصفیه پساب‌های صنعتی را فراهم خواهد کرد.

تولید

صنعت فولاد جزء صنایع پیشرو کشور است

در مکان‌یابی ساخت واحدهای فولاد دقت بیشتری شود

وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت: سیاست ما بر این است که صنعت فولاد نظیر صنعت خودروی کشور در توسعه صنعتی کشور جزء صنایع پیشرو به حساب آمده و به آن بهای بیشتری دهیم. به گزارش شاتا، محمدرضانعمت‌زاده با بیان این مطلب، افزود: در شرایط کنونی کشور باید تلاش کنیم چرخ صنعت و معدن کشور را به گردش در آورده و توسعه دهیم و ما نیز هرگونه حمایتی را از صنعت فولاد انجام خواهیم داد.

وی افزود: تمامی شرکت‌های مهندسی، طراحی، پیمانکاری، تولیدی، مطالعاتی و فروش و بازاریابی باید توسط مردم و بخش خصوصی اعمال مدیریت شود.

وزیر صنعت، معدن و تجارت تصریح کرد: درخصوص طرح جامع فولاد کشور این وزارتخانه با کمک بخش‌خصوصی پیشنهادهای مقدماتی را تهیه کرده که قرار است طی مدت یک ماه آینده در صورت تصویب دولت نهایی شود. رسیدن به مرز ۵۵ میلیون تن فولادخام در چشم‌انداز ۱۴۰۴ از اهداف صنعت فولاد کشور است.

مهندس نعمت‌زاده، با اشاره به ظرفیت‌های تولیدی مقاطع مختلف فولادی کشور افزود: در حال حاضر حدود ۶۰ تا ۷۰ میلیون تن سنگ آهن، ۳۰ میلیون تن کنسانتره، ۲۱ میلیون تن آهن اسفنجی، ۲۲ میلیون تن گندله، ۲۴ میلیون تن شمش و ۳۴ میلیون تن نورد است. هم‌اکنون ما بالغ بر ۱۶۵ میلیون تن استحصال سنگ‌آهن، ۸۰ میلیون تن کنسانتره، ۸۰ میلیون کندله، ۵۵ میلیون تن شمش و ۵۸ میلیون تن آهن اسفنجی نیاز داریم.

وزیر صنعت، معدن و تجارت در ادامه خاطرنشان کرد: با برنامه‌ها و تلاش‌های صورت گرفته امیدواریم تا سال ۹۸ ما ۶۰ میلیون تن کنسانتره، ۶۵ میلیون تن کندله، ۴۳ میلیون تن آهن اسفنجی و ۴۹ میلیون تن شمش و فولادخام تولید کنیم.

وی افزود: در زمینه ماشین‌آلات و تجهیزات مورد نیاز بخش معدن در صورت امکان باید به ماشین‌آلات و تجهیزاتی که در داخل کشور تولید می‌شود، اکتفا کرده و با فعال‌سازی بیشتر صندوق بیمه معادن و افزایش سرمایه آن در این خصوص می‌توان مانورهای لازم را داد.

نعمت‌زاده تصریح کرد: صنایع فولاد کشور باید همه‌جانبه رشد یافته و سهم عمده‌ای را در تولید ملی و صادرات غیرنفتی ایفا کنند.

پیگیری و تصریح اجرای طرح‌های میانی زنجیره فولاد موضوع مهمی بوده و نباید در این شرایط سنگ‌آهن‌خام را صادر کرد.

نعمت‌زاده با بیان اینکه در بخش معدن نیازی بیشتری به سرمایه‌گذاری داریم، افزود: عقب‌ماندگی‌های بخش‌های گندله، آهن اسفنجی و پیگیری زیرساخت‌های موردنیاز صنعت فولاد نظیر راه‌آهن، تامین آب و برق و گاز مورد نیاز این دسته از واحدها باید به سمت خوداتکایی و بدون وابستگی به سایر دستگاه‌های اجرایی در بلندمدت صورت گیرد.

وزیر صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه تشکیل کنسرسیوم‌های داخلی به جای خارجی و استفاده حداکثری از توان داخلی سیاست این وزارتخانه است، افزود: حتی در زمینه خرید تجهیزات خط تولید، کوره‌ها که به ریخته‌گری و ماشین‌کاری و سیستم مهندسی نیاز دارند، همگی باید در داخل کشور انجام شود.

وی با بیان اینکه مکان‌یابی در صنعت فولاد باید با دقت بالا انجام گیرد، گفت: در غیر این صورت دو بار در کشور جابه‌جایی مواد صورت گرفته و علاوه بر افزایش هزینه‌های تولید فرصت رقابت‌پذیری را از بین می‌برد. نعمت‌زاده افزود: اصلاح تعرفه‌ها، واردات فولاد با ارز متقاضی و آزاد یک نوع حمایت از صنعت فولاد تلقی می‌شود.

وی در پایان گفت: واحدهای صادراتی در کنار واحدهای تولیدی فولاد باید هماهنگ عمل کرده و خود را به علم و دانش روز تجهیز کنند

گفت‌وگو

رئیس اتحادیه صادرکنندگان فرآورده‌های صنایع و معادن سرب و روی:

قوانین فضای کسب و کار بی‌ثبات است

وجود قوانین دست و پاگیر همواره یکی از موضوعاتی بوده که موجب جلوگیری از حضور سرمایه‌گذاران بخش خصوصی داخلی و خارجی در فعالیت‌های اقتصادی شده است؛ موضوعی که با مطرح شدن لزوم جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی برای توسعه بخش‌معدن، بیش از پیش پر رنگ به نظر می‌رسد. در همین زمینه با حسن حسینقلی، رییس اتحادیه صادرکنندگان فرآورده‌های صنایع و معادن سرب و روی، گفت‌وگویی کوتاه کردیم.

شما پیش از این در گفت‌وگو با «فرصت امروز» به وجود قوانین دست‌وپاگیر اشاره کرده بودید، دقیقا منظور از این قوانین دست و پاگیر چیست؟

برای ثبت، ایجاد و فعالیت یک شرکت، نسبت به گذشته مقررات دشوارتری وجود دارد و زمان و هزینه‌های این کار چندین برابر شده است. قوانین کار، بیمه تامین اجتماعی، منابع طبیعی، محیط‌زیست، واردات و صادرات کالا، قوانین بانکی، مقررات اخذ وام و مالیات بر ارزش افزوده از دیگر مصادیق این قوانین هستند. همچنین قانون هدفمندی یارانه‌ها خودش به‌عنوان ضرری به صنعت محسوب می‌شود. از سوی دیگر مالیات ارزش افزوده (تجمیع عوارض) هر سال بالاتر می‌رود و مراکز مختلفی مثل شهرداری‌ها نیز عوارض جداگانه‌ای دریافت می‌کنند.

یکی از راهکارهای توسعه فعالیت‌های معدنی، جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی است. به نظر شما چه عواملی مانع از جذب سرمایه‌های خارجی در کشور می‌شود؟

خارجی‌ها همه جوانب بستر و محیط کار را بررسی دقیق می‌کنند و نخستین نکته‌ای که برای آنها اهمیت دارد، نوع برخورد حکومت با سرمایه‌گذاران داخلی است که به بعضی از آنها اشاره می‌کنم:

الف: قوانین، مقررات و آیین‌نامه‌هایی که حاکم بر فضای کسب‌وکار است ثبات ندارد و سرمایه‌گذار نمی‌تواند برای چند سال پیش‌بینی درآمد و هزینه کند. بنابراین عمل برنامه‌ریزی و بودجه‌نویسی امکان‌پذیر نیست.

ب: تفکر خصوصی‌سازی، حمایت و تشویق کارآفرینان و سرمایه‌گذاران در مسئولان نهادینه نشده است. برای مثال اصلاح اصل ۴۴ قانون اساسی از طرف مقام معظم رهبری ابلاغ شده اما در این چند سال چه شده است؟ یا در هنگام تصویب بودجه به هر طریقی به تولیدکننده و صادرکننده فشار وارد می‌کنند و این بخش هر روز ضعیف‌تر شده و در انتها به تعطیلی کشانده می‌شود که به گفته وزیر صنعت و معدن ۱۴ هزار واحد تولیدی تعطیل شده و بسیاری از واحدها هم با کمترین ظرفیت کار می‌کنند.

ج: نگاه مسئولان از دیدگاه جریمه، عوارض و تعرفه برای هدایت تولید و اقتصاد باید به طرف بسترسازی با اصلاح مقررات دست و پاگیر و تشویق، تغییر کند.

د: تا زمانی که تحریم خارجی و تحریم داخلی وجود دارد بعید است که سرمایه‌گذار جدی و عملی وارد کار شود.

معدن

ذخایر جدید سنگ‌آهن و زغال‌سنگ کشف شد

مدیر اکتشاف شرکت تهیه و تولید مواد معدنی ایران از کشف ذخایر جدید سنگ‌آهن و زغال‌سنگ در کشور خبر داد.

حسام مقدم‌علی اظهار کرد: به دنبال اکتشافات و حفاری‌های صورت گرفته از سوی ایمپاسکو در سال جاری، ذخایر جدیدی از موادمعدنی کشف شده است.

وی با بیان اینکه در معدن جلال‌آباد اکتشافات در بخش غربی این معدن کشف ذخیره سه میلیون تنی را به دنبال داشته است، خاطرنشان کرد: در مطالعات اکتشاف تکمیلی گل‌گهر در معادن ۲ و ۴ در مجموع بالغ بر ۹ میلیون تن ذخیره معدن افزایش یافته و در آنومالی جدید ۸ نیز بالغ بر ۹میلیون تن ذخیره کشف شده است.

مدیر اکتشاف شرکت تهیه و تولید مواد معدنی ایران ادامه داد: به دنبال فعالیت‌های اکتشافی صورت‌گرفته در حوزه سنگ‌آهن ایران مرکزی در آنومالی‌های مختلف از جمله چاه‌باشه، شیطور و گزستان و آنومالی شمالی نیز بیش از ۱۰۰ میلیون تن به ذخایر سنگ‌آهن کشور اضافه شد.

وی افزود: در حوزه زغال‌سنگ طبس با انجام ۲۶هزارمتر حفاری در مناطق مختلف از جمله کالیشور، کوچکعلی‌جنوبی بلوک ۲، مزینو و آبدوغی، فعالیت‌های اکتشافی در حال انجام است که در پروده۴ با ذخیره‌ای معادل ۱۲۰ میلیون تن همراه بوده و ذخیره کوچکعلی جنوبی نیز به ۲۳۲ میلیون تن افزایش یافته است.

مقدم‌علی تصریح کرد: فعالیت‌های اکتشافی ایمپاسکو در سال جاری افزایش قابل توجهی داشته است. با توجه به دیگر فعالیت‌های اکتشافی در دست اجرا در آینده نیز شاهد کشف ذخایر جدید موادمعدنی در کشور خواهیم بود.

خبرنامه

اجرای بانکداری الکترونیکی در یک منطقه آزاد از سال آینده

رییس کل بانک مرکزی گفت: در نظر داریم بانکداری الکترونیکی را به شکل کامل در یکی از مناطق آزاد در سال آینده اجرایی کنیم و زمان این موضوع نیز در آینده اعلام خواهد شد.

ولی‌الله سیف در گفت‌وگو با تسنیم، در ارتباط با اینکه صدور مجوز کیف پول همراه چه زمانی انجام خواهد شد؟ اظهار کرد: براساس زمانبندی‌های جدیدی که بازنگری شده است، صدور مجوز این حوزه را برای سال ۹۴ به شکل قطعی خواهیم داشت.

وی درباره اینکه چرا به‌رغم تمامی وعده‌ها در زمینه صدور مجوز برای ارائه خدمات کیف پول همراه شاهد تعلل در این زمینه هستیم و به عنوان مثال شاهد بودیم مجوزی که قرار بود مهر ماه ارائه شود، اکنون به سال آینده موکول شده است؟ گفت: تجهیز امکانات یکی از اساسی‌ترین ملاحظات ما در ارتباط با صدور مجوز برای کیف پول همراه بوده است و نمی‌خواهیم در جریان عرضه محصولات وقفه ایجاد شود.

رییس کل بانک مرکزی ابراز کرد: اگر محصولی ارائه کنیم که به دلایل نقص فنی دچار وقفه در عرضه شود قطعا با توجه به عادتی که جامعه پیدا کرده، منجر به نارضایتی خواهد شد. وی گفت: عمده دلیل ما برای تعلل در زمینه صدور مجوز، احصای کلیه شرایطی از این دست بوده تا در آینده به مشکلی برنخوریم.

سیف با تاکید بر اینکه از این پس طبق زمانبندی‌های مقرر پیش خواهیم رفت، عنوان کرد: در نظر داریم بانکداری الکترونیکی را به شکل کامل در یکی از مناطق آزاد در سال آینده اجرایی کنیم و زمان این موضوع نیز در آینده اعلام خواهد شد.

دستوراجرای کیف پول الکترونیک تا پایان سال تصویب می‌شود

مدیر کل فناوری اطلاعات و ارتباطات بانک مرکزی گفت: کیف پول همراه محصولی انقلابی است و باید تمامی جوانب آن دیده شود تا بتوانیم مجوز صادر کنیم.

ناصر حکیمی در گفت‌وگو با تسنیم، درباره تعلل بانک مرکزی بر سر صدور مجوز خدمات مربوط به کیف پول همراه اظهار کرد: تغییرات گسترده‌ای در آیین‌نامه دستورالعمل کیپا (کیف پول الکترونیکی) دادیم که فکر می‌کنیم تا آخر سال این دستورالعمل جدیدتر که براساس نظرسنجی ذی‌نفعان این حوزه جمع‌آوری شده، ابلاغ شود و تا آخر سال مجموعه مقرراتی از اینکه به چه نحو کیف پول همراه صادر شود را داشته باشیم.

وی عنوان کرد: بانک مرکزی در مورد کارهایی که انجام می‌دهد باید محافظه کاری داشته باشد زیرا صحبت از پول مردم در میان است؛ طبیعتا شرکت‌ها و بازار تمایل دارند سریع‌تر به سرویس برسند ولی واقعیت این است که این سرعت ممکن است منجر به ایجاد خسارت و آشفتگی در شبکه شود. او بار دیگر با تاکید عنوان کرد: این تعلل بیشتر دیدن جوانب مختلف کار است و وقتی داریم یک محصول جدید که محصول انقلابی هم هست ارائه می‌کنیم باید جوانب آن هم دیده شده باشد. مدیر کل فناوری اطلاعات و ارتباطات بانک مرکزی در پاسخ به این سوال که برخلاف اینکه گفته شده بود راه‌اندازی سامانه سپاس (شبکه کیف پول همراه) نیاز به سرمایه‌گذاری دارد و همراه اول هم اعلام آمادگی خود را عنوان کرد، چرا به سمت اپراتورها نرفتید؟ ، گفت: سامانه یک داستان مجزا از مقررات و تنظیمات است؛ سامانه را سریع می‌توان راه‌اندازی کرد اما مقررات مستلزم آموزش و آماده کردن افراد است و از این حیث ترتیبات بیشتری دارد و زمانبر است.

ایجاد بانک مشترک ایران و روسیه برای مبادلات ریال وروبل

سفیر ایران در روسیه گفت: ایران و روسیه قصد دارند یک حساب یا بانک مشترک ایجاد کنند تا پرداخت‌ها در زمینه مبادلات دو کشور به ریال و روبل انجام شود.

به گزارش تسنیم به نقل از پایگاه خبری اسپوتینک نیوز، سفیر ایران در روسیه گفت: روابط بین تهران و مسکو به شکلی فعالانه در حال توسعه است، به نحوی که دو کشور در حال برنامه‌ریزی برای تجارت با ارزهای ملی خود هستند. مهدی سنایی در گفت‌وگو با خبرگزاری روسی ریانووستی گفت: ایران و روسیه قصد دارند برای انجام مبادلات تجاری، یک حساب مشترک به ارزهای ملی‌شان ایجاد کنند. سنایی افزود: دو طرف قصد دارند یک بانک مشترک یا یک حساب مشترک ایجاد کنند تا پرداخت‌ها به ریال و روبل انجام شود و موافقت‌نامه‌ای نیز برای ایجاد یک گروه کاری (در این زمینه) منعقد شده است.

سفیر ایران همچنین اضافه کرد: روابط بین تهران و مسکو به شکلی فعالانه در حال توسعه است و سال ۲۰۱۴ یک سال بسیار پربار برای دو کشور بوده است.

چاره‌اندیشی برای کاهش برداشت بانک‌ها

شورای دستگاه‌های نظارتی کشور به ریاست نوبخت، معاون رییس‌جمهور و رییس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور در محل بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران برگزار شد. در این جلسه که اعضای هیات عامل بانک مرکزی نیز حضور داشتند، آخرین تحولات پولی و بانکی کشور، اقدامات بانک مرکزی برای ساماندهی و انتظام بخشی بازار غیرمتشکل پولی، اقدامات درحال انجام و برنامه‌های آتی بانک مرکزی برای تسهیل خدمت به مردم از جمله طرح ملی چکاوک، موضوع اضافه برداشت بانک‌ها و کنترل‌های انجام شده برای توقف روند رو به رشد آنها و موفقیت دولت تدبیر و امید در مهار تورم از طریق اتخاذ و اعمال سیاست‌های صحیح توسط سیف رییس کل بانک مرکزی به آگاهی اعضا رسید. در جلسه مذکور لزوم تداوم اقدامات انجام شده توسط بانک مرکزی نیز مورد تایید و تاکید قرار گرفت.

کاهش درآمدهای نفتی دولت را دست به عصا کرده است

فرصتی برای اصلاح ساختاربازار پولی و مالی

نسیم نجفی

گزارش‌های بانک مرکزی نشان می‌دهد که سیاست‌های پولی حاکم بر بازارهای مالی منجر به کنترل سرعت رشد حجم نقدینگی شده است، اما با این وجود کارشناسان اقتصادی معتقدند رشد نقدینگی حتی با آهنگ کند در صورتی که در مسیر بازارهای مولد قرار نگیرد، جذب بازارهای دلالی خواهد شد و نخستین اثر آن در رشد قیمت کالاهای مصرفی دیده خواهد شد. به اعتقاد این دسته از کارشناسان، با وجود سمت و سوی صحیح برنامه‌های بانک مرکزی، حجم نقدینگی از حالت اضطرار خارج نشده و تبعات تورمی آن رکود تورمی که بر کشور حاکم است، می تواند اقتصاد کشور را تهدید کند.

ضرورت اصلاح زیر بنای بازارهای مالی

دکتر محمدپور خانلر هم در این باره به «فرصت امروز» می‌گوید: حجم نقدینگی یک ابزار است که دولت‌ها با استفاده از آن می‌توانند برنامه‌های اقتصادی ویژه را به اجرا بگذارند. یکی از انتقادهایی که گاهی به بانک مرکزی در دوره‌های پیشین وارد می‌شد این موضوع بود که اقدام به چاپ پول بدون پشتوانه کرده که منجر به افزایش حجم نقدینگی شده است اما به نظر من ایراد اصلی این بوده که دولت نتوانسته است به هدایت نقدینگی در کشور بپردازد و نقدینگی را در بخش‌های مولد کشور به کار گیرد.

وی افزود: اگر بخواهیم مثالی بزنیم نقدینگی مثل آب رونده می‌ماند که در صورتی که مسیر درستی برای آن تعیین شود و در بستر مناسبی هدایت شود، آبادانی در پی خواهد داشت، اما نداشتن برنامه و مسیر درست منجر به انباشته شدن آن و خسارت‌های بزرگ خواهد شد. ایراد اساسی به بانک مرکزی در دوره‌های پیشین همین بود که نتوانست نقدینگی را به بخش تولید هدایت کند و در مقابل نقدینگی راهی بازارهای دلالی امثال ارز شد و آن خسارت‌های شدید را به ارکان اقتصاد کشور واردکرد.

این کارشناس اقتصادی تاکید کرد: کاهش قیمت نفت اگر چه یک تهدید برای اقتصاد کشور است اما به نظر من یک فرصت هم هست. تجربه نشان داده است که دولت‌ها در چنین شرایطی در حوزه اقتصاد کاملا دست به عصا می‌شوند و به متدهای علمی روی می‌آورند. دولت یازدهم هم می‌تواند از این فرصت استفاده کرده و به اصلاح زیربناهای بازار پولی بپردازد؛ منظورم از زیر بنا، ساختارهای حقوقی، قانونی و ساختاری است که می‌توان با اصلاح آن، حیات تازه‌ای به بازار پولی و مالی کشور داد.

عملکرد مثبت دولت لغو تحریم‌ها

مهدی تقوی، کارشناس اقتصادی نقش بانک مرکزی را در این باره مهم ارزیابی می‌کند و به «فرصت امروز» می‌گوید: رییس کل بانک مرکزی مسئول سیستم بازار پولی و مالی کشور است، در واقع بانک مرکزی وظیفه دارد حجم پول در کشور را کنترل کند به این معنی که نگذارد حجم پول از میزان مشخصی نه افزایش ونه کاهش پیدا کند؛ در صورت وقوع چنین تعادلی در بازار پولی انتظار بر این است که رکود تورمی هم به پایان برسد.

وی افزود: متاسفانه سیاست غلط و نا آگاهانه بانک مرکزی در دوره دولت قبلی، آسیب‌های فراوانی را به نظام پولی و مالی کشور وارد کرد وخسارت‌های فراوانی را به وجود آورد که نتیجه آن رکود تورمی فعلی است و گریبان اقتصاد کشور را گرفته است. خوشبختانه دولت فعلی توانسته اندکی از این چالش‌ها را کنترل کند و عملکرد خوبی را تا این مقطع در حوزه اقتصادی از خود به نمایش بگذارد.

این کارشناس تاکید کرد: با این وجود دولت با دو چالش مهم رو به رو است که می‌تواند سمت و سوی علمی‌اش در اقتصاد را تحت تاثیر قرار دهد: کاهش قیمت نفت و تحریم‌های کشورهای غربی علیه ایران. این دو عامل ترمز شدیدی را در حوزه اقتصادی کشور به وجود آورده و انرژی تیم اقتصادی دولت را گرفته است. خوشبختانه نشانه‌های خوبی از توافق در مذاکرات هسته‌ای دیده می‌شود که در صورت موفقیت آن، مانع تحریم‌ها برداشته می‌شود؛ اما در مورد نفت باید منتظر تحولات سال آینده بازار نفت باشیم؛ رفتارهای شاه جدید عربستان در این باره تاثیرگذار خواهد بود.

تقوی خاطر نشان کرد: با این وجود نباید دست روی دست گذاشت. در شرایط رکود فعلی، بانک مرکزی باید با سرعت بیشتری نقدینگی را کنترل کند. ضروری است حجم نقدینگی در شورای پول و اعتبار سنجیده شود؛ هر چه حجم نقدینگی بالاتر می‌رود قیمت کالاهای مصرفی هم بالاتر می‌رود. در بخش مصارف عمومی برای رشدهر دو درصد نقدینگی باید ۱۸ درصد قدرت خرید هم بالاتر رود تامردم بتوانند همان کالاهای جدید را بخرند. از همین روی دولت برای کاهش فشار روی اقشار مزدبگیر و آسیب‌پذیر باید بر سرعت کنترل نقدینگی بیفزاید.

کنترل بهینه حجم پول با مدل‌های اقتصادی و تقویت تولید

این کارشناس اقتصادی در ادامه گفت: مدل‌های اقتصادی‌ای وجود دارد که می‌توان با الگو برداری از آنها حجم پول بهینه را به‌دست آورد و به دنبال آن بانک مرکزی می‌تواند حجم پول را در مسیر حجم پول بهینه کنترل کنداما در کنار آن دولت باید همه تلاش و کوشش خود را انجام دهد تا نقدینگی را به سمت و سوی تولید ببرد و این بخش را تقویت کند. دولت باید نقدینگی موجود را به‌گونه‌ای طراحی کند تا چرخه تولید را به حرکت در آورد؛ در صورت وقوع چنین دستاوردی می‌توان شغل‌های جدید هم ایجاد کرد که یکی از هدف‌های مهم دولت برای کاهش فشارها روی قشرهای مختلف مردم است. به این منظور دولت باید سرمایه‌های بخش خصوصی را تشویق کند و تسهیلات و امکانات ویژه‌ای مثل زمین‌های ارزان‌قیمت و وام‌های بلندمدت با نرخ بهره پایین به آنها ارائه کند تا چرخه تولید به حرکت در بیاید و فشار نقدینگی هم در سمت و سوی علمی آن هدایت شود.

خبر داغ

پلمب صرافی‌های متخلف

معاون نظارت بانک مرکزی، صادرکنندگان را عامل تزریق حجم بالایی از ارز به بازار آزاد دانست و از پلمب شدن صرافی‌های متخلف خبر داد.

حمید تهرانفر در گفت‌وگو با ایسنا، درباره اینکه ابلاغیه اخیر بانک مرکزی برای تعیین میانگین نرخ ارز از سوی کانون صرافان این ابهام را ایجاد می‌کند که مگر صرافان تامین کننده و تزریق کننده ارز در بازار آزادند که باید نرخ را نیز تعیین کنند؟ اظهار کرد: خیر صرافان واردکنندگان ارز به بازار نیستند، اما کانون تشکلی با انتخاب صرافان است که مدیریت آنها می‌تواند هر ساله با انتخاباتی که در بین صرافان رخ می‌دهد تغییر کند که البته ارتباط بسیار نزدیک و خوبی با بانک مرکزی داشته و اینکه در بازار چه می‌گذرد، بانک مرکزی باید چه اقدامی انجام دهد که به نفع بازر ارز باشد، صرافان چه نیازهایی دارند که بانک مرکزی به آن پاسخ دهد و سایر ضروریات را از طریق آن دریافت می‌کنیم.

معاون نظارت بانک مرکزی با اشاره به اینکه برای تعیین نرخ ارز در بازار مرجع خاصی وجود نداشته و کافی است که فردی به صورت غیرواقعی و جعلی خود را علمدار بازار معرفی کرده و صرافی‌ها به او تاسی کنند، گفت: در روش جدید ابلاغی بانک مرکزی، کانون صرافان نرخ‌های ارز صرافی‌ها را دریافت کرده و میانگین موزون آن را هر یک ساعت یکبار اعلام و نرخ قابل اجرا در بازار تعیین می‌شود.

تهرانفر در مورد اینکه عنوان می‌شود برخی ارگان‌های خاص تامین‌کننده ارز در بازار آزاد هستند یادآور شد: به‌هرحال صادرکنندگان، ارز حاصل از صادرات را در بازار ارز به فروش می‌گذارند و با توجه به اینکه گاهی حجم صادرات از حدود چهار تا ۱۰ میلیارد دلار متغیر است که به بازار تزریق می‌شود در همین حد کار کرده و بیشتر نیست. وی همچنین از اقدام بانک مرکزی نسبت به پلمب تعدادی از صرافی‌های فردوسی سخن گفت و افزود: این صرافی‌ها مجوز نداشته و برخی هم صرافی‌هایی بودند که مجوزشان مربوط به اتحادیه طالا و جواهر بوده و باطل شده بود اما برای دریافت مجوز اقدام نکرده بودند.

معاون نظارت بانک مرکزی تاکید کرد که در حالی روند جدی این بانک برای مقابله و پلمب صرافی‌های بدون مجوز و متخلف ادامه خواهد داشت که ما قصد ایجاد مشکل برای آنها را نداریم، اما اگر دراین‌باره ورود نکنند مسئولیت هم با خودشان است.

۹۵درصد نقدینگی کشور، پول فیزیکی نیست

رییس پژوهشکده پولی و بانکی با بیان اینکه نزدیک به ۹۵ درصد از نقدینگی کشور پول فیزیکی نیست و این مبلغ از راه کانال‌های الکترونیکی جابه‌جا می‌شود، اظهار داشت: ایران در بانکداری الکترونیک از جایگاه قابل قبولی برخوردار است. به گزارش ایرنا، فرهاد نیلی دوشنبه شب در برنامه گفت‌وگوی ویژه خبری شبکه دو سیمای جمهوری اسلامی ایران افزود: در سال تقریبا ۲.۵ میلیارد تراکنش از طریق سامانه الکترونیکی انجام می‌شود.

وی گفت: این به آن معنا است که مردم به سیستم بانکداری الکترونیکی اعتماد کرده‌اند. نیلی اظهار داشت: هیچ صنعتی در کشور با چنین شتابی پیش نرفته است، به طوری که مردم امروز به یک پیامک بانکی اعتماد می‌کنند و دیگر به شعبه برای تاییدیه گرفتن مراجعه نمی‌کنند.

رییس پژوهشکده پولی و بانکی اظهار داشت: کشور از این لحاظ در منطقه در وضعیت خوبی قرار دارد و در وضعیت جهانی نیز با توجه به شاخصه توسعه یافتگی کشور، جایگاه خوبی را به خود اختصاص داده‌ایم. نیلی ادامه داد: در هیچ کجای دنیا با توسعه شبکه بانکداری الکترونیکی، وجه نقد از میان نرفته اما تلاش شده است تبادلات بانکی به درستی در جامعه بچرخد تا نیازهای مردم را بتواند به خوبی برطرف کند. این کارشناس بانکی در واکنش به انتقادها در خصوص هزینه‌های انتقال پول در دستگاه‌های پوز نیز گفت: این هزینه باید پرداخت شود چرا که بانک نیز از نقل و انتقال پول باید سودی به‌دست آورد. البته این هزینه را نباید مصرف‌کننده پرداخت کند بلکه بر عهده فروشنده باید باشد.

مستندات خروج ۲۲ میلیارد دلارارز در بانک مرکزی

قائم‌مقام بانک مرکزی با اعلام اینکه مداخله بانک مرکزی در دولت قبل و در سال‌های ۹۰ و ۹۱ در بازار ارز صحت دارد، گفت: مستندات خروج ۲۲ میلیارد دلار ارز از کشور در دولت گذشته در بانک مرکزی موجود است.

اکبر کمیجانی در پاسخ به خبرگزاری تسنیم که پرسید: «طبق اعلام معاون اول رییس‌جمهور، دولت قبل ۲۲میلیارد دلار ارز را از طریق چند صرافی از کشور خارج کرده است، آیا مستندات این موضوع در اختیار بانک مرکزی هست؟» اظهار داشت: مستندات و سوابقی که خروج ۲۲ میلیارد دلار ارز از کشور را تایید کند در بانک مرکزی وجود دارد. وی با تایید خروج ۲۲ میلیارد دلار ارز از کشور در دولت قبل، گفت: بررسی‌های انجام شده دلالت بر این می‌کند که چنین حجمی از مداخلات ارزی وجود داشته است ولی هم‌اکنون در خصوص رقم دقیق آن حضور ذهن ندارم.

قائم‌مقام بانک مرکزی در همین ارتباط افزود: قطعا صحبت‌هایی که آقای جهانگیری معاون اول رییس‌جمهور به آن اشاره کرده‌اند، با مستندات است و دلایل متقنی هم برای آن وجود دارد. کمیجانی تاکید کرد: مداخله بانک مرکزی در دولت قبل و در سال‌های ۹۰ و ۹۱ در بازار ارز صحت دارد. معاون اول رییس‌جمهوری در چهل و سومین نشست فعالان بخش‌خصوصی هیات نمایندگان اتاق بازرگانی ایران گفته بود: براساس تدبیر دولت گذشته و برای کنترل قیمت ارز، میلیاردها دلار از پول کشور را در قالب حواله یا پول نقد به صرافی‌های دوبی و استانبول فروختند و ظرف ۱۷ ماه، ۲۲ میلیارد دلار پول کشور به خارج صادر شد، در حالی که این رقم بسیار تعجب‌آور است. جهانگیری همچنین چند روز قبل در رودبار تاکید کرد که ۲۲ میلیارد دلار ارز از کشور خارج کردند که ۳۰ درصد آن توسط یک صراف انجام شد و این پرونده در حال پیگیری است.

گفتنی است عبدالکریم رجبی در ارتباط با ورود کمیسیون اقتصادی به پرونده خروج ۲۲ میلیارد دلار ارز در دولت قبل گفته بود: باید کارگروهی در مجلس و به‌ویژه در کمیسیون اقتصادی برای رسیدگی به این موضوع تشکیل شود. به گزارش تسنیم، وی همچنین افزود: کارگروه مذکور باید رسیدگی کند این میزان دلار از کجا آمده و چرا از کشور خارج شده است؟ به همین خاطر با تشکیل این کارگروه از دولتمردان دعوت می‌کنیم که مستندات خود را به کمیسیون ارائه دهند.

این عضو کمیسیون اقتصادی مجلس تاکید کرد: در صورتی که ثابت شود این اتفاق افتاده و ۲۲میلیارد دلار ارز از کشور خارج شده است، باید بدون اغماض با افرادی که چنین کاری را کرده‌اند، برخورد شود.

نرخنامه

سکه یک میلیون و ۳۵هزار تومان

روز گذشته در تابلوی صرافی‌ها دلار ۳,۴۸۰تومان، پوند ۵,۳۰۰ تومان و یورو۳,۹۸۸تومان قیمت خورد. این در حالی است که قیمت طلای ۱۸ عیار ۱۰۵,۵۱۵ تومان و سکه طرح جدید یک میلیون و ۳۵هزارتومان و سکه نیم هم ۵۲۰ هزارتومان قیمت خورد.هر اونس طلای جهانی هم به قیمت ۱۲,۸۰۰ دلار عرضه شد.

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت
اونس طلا	۱۲,۸۰۰
مثقال طلا	۴۵۷,۵۰۰
طلای ۱۸ عیار	۱۰۵,۵۱۵
سکه طرح قدیم	۱,۰۳۵,۰۰۰
سکه طرح جدید	۱,۰۴۰,۰۰۰
سکه نیم	۵۲۰,۰۰۰
سکه ربع	۲۶۸,۰۰۰
سکه گرمی	۱۷۴,۰۰۰

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت
دلار امریکا	۳,۴۸۰
یورو	۳,۹۸۸
پوند انگلیس	۵,۳۰۰
دلار کانادا	۲,۸۴۵
درهم امارت	۹۵۴
فرانک سوئیس	۳,۸۸۰
لیر ترکیه	۱,۵۱۵
ریال عربستان	۹۳۵
رینگت مالزی	۱,۰۲۰
دینار کویت	۱۱,۸۰۰
یوآن چین	۵۷۰
روپیه هند	۵۸
ین ژاپن	۲۹۴,۵۰۰
دینار عراق	۲,۸۵

بانک‌نامه

شعبه آصف بانک سامان جابه‌جامی شود

در راستای ارتقای عملکرد شعب و خدمات‌رسانی بهتر به مشتریان، محل شعبه آصف بانک سامان تغییر کرد. عباس جناب مدیر امور شعب ضمن اعلام این خبر گفت: در راستای ارتقا و بهینه‌سازی عملکرد شعب، از ۱۱ بهمن‌ماه، شعبه آصف با کد ۸۵۸ به محل جدید به نشانی خیابان زعفرانیه، بلوار بهزادی، نبش خیابان ماکویی‌پور منتقل می‌شود. وی افزود: محل جدید در فاصله حدود ۵۰۰ متری از محل فعلی شعبه قرار دارد.

مدیر امور شعب بانک سامان خاطرنشان کرد: با توجه به یکپارچگی خدمات بانک سامان در شعب سراسر کشور، هیچ محدودیتی برای دریافت خدمات بانکی و انتخاب شعبه برای مشتریان وجود نخواهد داشت و مشتریان می‌توانند ضمن استفاده از خدمات این شعبه، بنابه دلخواه شعبه جدید خود را انتخاب و خدمات موردنظر را دریافت کنند.

حضور فعال بانک پارسیان در همایش بانکداری الکترونیک

چهارمین همایش بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت با رویکرد ضرورت توسعه اکوسیستم بانکداری الکترونیک در محل سالن همایش‌های برج میلاد آغاز به کار کرد و بانک پارسیان با برپایی غرفه و ارائه خدمات بانکی به شرکت‌کنندگان در این همایش حضور چشمگیری یافت.

گفتنی است این همایش روز دوشنبه شش بهمن ماه با حضور وزیر امور اقتصادی و دارایی، رییس کل بانک مرکزی و مشارکت شبکه بانکی کشور و شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات بانکی و تجارت الکترونیکی آغاز به کار کرده و تا بعد از ظهر روز سه شنبه هفتم بهمن ماه ادامه داشت و چهره‌های برجسته نظام بانکی به ارائه آخرین دستاوردهای صنعت بانکداری الکترونیک و چالش‌ها و رویکردهای جدید این صنعت پرداختند.

حل مشکلات کلانشهرها در اولویت برنامه‌های بانک شهر

مدیرعامل بانک شهر، تلاش در جهت رفع مشکلات کلانشهرها را از دلایل اصلی سفرهای مدیران این بانک دانست و افزود: در مدت زمان اخیر، نقش‌آفرینی خوبی در این زمینه صورت گرفته است.

حسین محمدپورزرندی در سفر به شهر خرم‌آباد در دیدار با یحیی عیدی‌بیرانوند و اعضای شورای اسلامی استان لرستان، ضمن تبریک به مناسبت انتصاب وی به‌عنوان شهردار خرم آباد، با بررسی زمینه‌های همکاری طرفین، اظهار کرد: حضور مدیران بانک‌شهر در شهرهای مختلف و برگزاری نشست‌های تخصصی با شهرداری‌ها، علاوه بر اعلام آمادگی در جهت توسعه همکاری‌های دو طرف به نوعی نیازسنجی شهرداری‌ها به‌عنوان مشتریان هدف این بانک است.

گردشگری

گردشگران خارجی به کیش می‌آیند

معرفی کیش و توسعه گردشگری خارجی دستاوردهای ارزشمند حضور فعال سازمان منطقه آزاد کیش در بیست و دومین نمایشگاه EMIT ۲۰۱۵ ترکیه بود.

به گزارش فرینا، بیش از ۴۰۰ شرکت بین‌المللی با هدف توسعه ارتباطات گردشگری با مسئولان سازمان منطقه آزاد کیش و شرکت‌های خصوصی فعال در غرفه سازمان مذاکره کردند.

دراین مذاکرات که در دو روز نخست برگزاری نمایشگاه انجام شد شرکت‌های بین‌المللی درخصوص برقراری پرواز، هتلداری و برپایی تورهای تفریحی گردشگری با مسئولان سازمان منطقه آزاد کیش و شرکت‌های خصوصی فعال در حوزه گردشگری درکیش گفت وگو کردند.

در نمایشگاه ترکیه ۷۰ شرکت فعال این کشور در زمینه ارائه خدمات مسافرت هوایی درخصوص پروازهای چارتری درمسیر کیش – استانبول وبالعکس متقاضی رزرو گروه پروازی و دریافت نمایندگی کل فروش در استانبول بودند که این امر نشان‌دهنده علاقه‌مندی فعالان گردشگری ترکیه به برقراری ارتباطات و گامی موثر برای توسعه گردشگری خارجی جزیره کیش است.

همچنین مذاکره با مسئولان ۱۵هتل حاضر در نمایشگاه EMIT ۲۰۱۵ ترکیه برای حضور در نمایشگاه هتلداری وگردشگری کیش، از دیگردستاوردهای حضور سازمان منطقه آزاد کیش دراین نمایشگاه بود.

گفتنی است نمایشگاه گردشگری EMIT ۲۰۱۵ ترکیه با حضور ۱۱۰۰ شرکت‌کننده از ۷۰ کشور جهان دوم تا پنجم بهمن در استانبول برگزار شد و حضور در این نمایشگاه ضمن معرفی وشناساندن جاذبه‌ها و ظرفیت‌های جزیره کیش فرصت مناسبی برای دعوت از فعالان صنعت گردشگری برای شرکت در نمایشگاه گردشگری وهتلداری جزیره کیش است که اوایل اسفند سال جاری برگزار می‌شود.

قاچاق

رییس ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز:

۸ درصد از سوخت توزیعی کشور قاچاق می‌شود

رییس ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز با بیان اینکه پدیده قاچاق سوخت به نوعی با مسائل هرمزگان مرتبط است، گفت: روزانه ۲۴۸ میلیون لیتر فرآوردهای سوختی در کشور توزیع می‌شود که هشت درصد از این میزان، مسیر قاچاق را طی می‌کند و در این میان سهم هرمزگان قابل توجه است.

به گزارش ایسنا، حبیب‌الله حقیقی در نشست شورای اداری هرمزگان اظهار کرد: مقابله با قاچاق سوخت را باید به‌صورت فرآیندی دید و اگر به غیر از این پیش رویم، در مقابله روند نزولی را شاهد خواهیم بود.

وی گفت: سال گذشته شش میلیون کارت سوخت مازاد در کشور باطل شد که نتیجه این اقدامات، رشد مصرف بنزین را در سال جاری نسبت به سال گذشته شش درصد کاهش داده است.

حقیقی اضافه کرد: در سال آینده ارائه سوخت به مباحث حمل‌ونقلی برون شهری بر مبنای پیمایشی صورت خواهد گرفت. رییس ستاد مبارزه با قاچاق کالا و ارز کشور با اشاره به اقدامات صورت گرفته در هرمزگان در راستای مقابله با قاچاق سوخت، گفت: در این استان هماهنگی خوبی در راستای مقابله با قاچاق سوخت فراهم شده است.

مناطق آزاد

منطقه آزاد مهران تصویب شد

استاندار ایلام گفت: شورای عالی مناطق آزاد تجاری و صنعتی کشور با ایجاد منطقه آزاد تجاری مهران موافقت کرد.

محمدرضا مرواریـد در گفت‌وگو با ایرنا اظهار کرد: ایجاد منطقه آزاد تجاری - صنعتی مهران دی ماه سال جاری در نشست کارگروه اصلی مناطق آزاد کشور مطرح و با اکثریت آرا تصویب و به این شورا ارائه شد. وی ادامه داد: لایحه ایجاد منطقه آزاد اقتصادی، تجاری و صنعتی مهران به‌زودی برای تصویب به مجلس شورای اسلامی ارائه می‌شود.

استاندار ایلام ابراز امیدواری کرد: با توجه به اهمیت و ظرفیت‌های استان و نیز توجه مجلس به مسئله توازن منطقه‌ای و متناسب با مزیت‌های نسبی مناطق، این لایحه در کوتاه‌ترین زمان در مجلس شورای اسلامی تصویب شود. وی بیان کرد: پس از تصویب مجلس شورای اسلامی، عملیات اجرایی منطقه آزاد اقتصادی مهران و اختصاص بودجه با شتاب هرچه تمام‌تر پیگیری و انجام می‌شود.

شهرستان مرزی مهران در جنوب باختری استان ایلام ۲۲۰ کیلومتر مرز مشترک با کشور عراق دارد.

همجواری عراق با مناطق راهبری، جمعیتی و مذهبی عراق و همچنین امنیت بالای مرزی و پیوندهای زبانی، قومی، مذهبی و فرهنگی از مزیت‌های منحصر به فرد مهران برای ایجاد منطقه آزاد اقتصادی است.

در راستای حمایت از بخش خصوصی

برنامه‌نویسان پهنای باند رایگان می‌گیرند

وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات از حمایت بیشتر دولت از برنامه‌نویسان و ایجادکنندگان دیتاسنترهای داخلی خبر داد.

به گزارش «فرصت امروز» محمود واعظی، وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات در حاشیه مراسم افتتاح ترانزیت ارتباطی ایران و عراق درباره ایجاد دیتاسنترهای داخلی گفت: افرادی که قصد تشکیل دیتاسنتر داخلی را دارند از سوی وزارت ارتباطات حمایت خواهند شد و بدین منظور پهنای باند رایگان در اختیار آنها قرار خواهیم داد.

وی افزود: در راستای حمایت‌های دولت از بخش خصوصی، برای برنامه‌نویسان تلفن‌های هوشمند که برای عموم، اپلیکیشن‌های موبایلی طراحی می‌کنند نیز پهنای باند رایگان در نظر گرفته شده است و علاوه بر آن اپراتورهای تلفن همراه باید بخشی از درآمدهای خود از محل اپلیکیشن‌ها را به برنامه‌نویسان داخلی اختصاص دهند.

وزیر ارتباطات در مورد حمایت از دیتا سنترهای داخلی افزود: به کسانی که در راستای ایجاد دیتا سنتر اقدام کنند، پهنای باند رایگان می‌دهیم و همین‌طور به برنامه‌نویسان موبایلی که برای مردم اپلیکیشن‌های موبایل طراحی کنند، پهنای باند رایگان در نظر گرفته و مورد حمایت واقع می‌شوند. همچنین مقرر شده است، اپراتورهای موبایل بخشی از درآمد خود از محل اپلیکیشن‌ها را به برنامه‌نویسان داخلی این نرم‌افزارها اختصاص دهند.

فاز دوم فیلترینگ هوشمند کلید می‌خورد

فاز نخست فیلترینگ هوشمند که حدود یک ماه گذشته روی شبکه اجتماعی اینستاگرام کلید خورده بود به‌زودی برای سایر شبکه‌های اجتماعی اجرایی می‌شود. در اجرای فاز نخست از یک نرم‌افزار برای هوشمندسازی استفاده شد که ۸۳ درصد موفقیت داشت با اجرای فاز دوم، دو نرم‌افزار جدید روی محتویات سایر شبکه‌های اجتماعی نظارت خواهند داشت.

وی افزود: ما موافق آلودگی در فضای مجازی نیستیم و طبق وظایف خود سعی در پاکسازی محتویات اینترنت داریم و با اجرای فیلترینگ هوشمند سعی داریم تا در راستای اهداف نظام، محتویات آلوده فضای مجازی را تفکیک کنیم و بر این اساس فاز اول پروژه فیلترینگ هوشمند که ماه گذشته به‌صورت پایلوت با موفقیت اجرا شد، قرار است در فاز دوم روی سایر شبکه‌های اجتماعی اعمال شود.

وی افزود: فاز دوم اجرای پروژه فیلترینگ هوشمند سه ماه زمان لازم دارد و بعد از آن وارد یک مرحله شش ماهه می‌شویم تا پروسه ۱۰ ماهه اجرای فیلترینگ هوشمند کامل شود.

راه‌اندازی ۲ موتور جست‌وجوی جدید

وزیر ارتباطات از راه‌اندازی دو موتور جست‌وجوی ملی در دهه فجر خبر داد و گفت: موتور جست‌وجوی ملی به‌عنوان یکی از بخش‌های مهم اجرای شبکه ملی اطلاعات است و براساس آن با همکاری دانشگاه‌های کشور موفق شدیم تا دو موتور جست‌وجوی جدید را تکمیل کنیم که در دهه فجر راه‌اندازی خواهند شد.

واعظی درباره اخطاری که به اپراتور فیبر نوری داده شده است اظهار کرد: طبق آخرین گزارشات این اپراتور ۲۰۰ میلیارد تومان سرمایه به پروژه فیبرنوری تزریق کرده است و ما پیش‌تر به این اپراتور اخطار دادیم تا این پروژه را فعال کند و در غیراین‌صورت در مورد آن تصمیم‌گیری خواهیم کرد.

وی درباره همکاری‌های جدید بین ایران و عراق اظهار کرد: صحبت‌هایی برای ایجاد اپراتور مشترک بین دو کشور شده است و وزیر ارتباطات عراق با کلیات این پروژه موافقت کرده و قرار است بررسی‌های بیشتری روی آن شود و نتیجه را به ما اعلام کنند.

واعظی به سهم ۳۶ درصدی داخلی از محتوای اینترنت اشاره کرد و گفت: امیدواریم این رقم تا سال آینده به ۵۰ درصد برسد اما هدف ما این است که ۸۰ درصد از محتویات اینترنت را داخلی کنیم و تنها ۲۰ درصد آن خارجی باشد.

وی در مورد پیامک‌های تبلیغاتی نیز گفت: وزارت ارتباطات مسئولیت نظارت بر محتویات پیامک‌ها را ندارد اما کمیته‌ای در وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی ایجاد شده است که مسئولیت نظارت آنلاین بر محتویات پیامک‌های انبوه را بر عهده دارد.

وزیر ارتباطات درباره وضعیت سازمان فضایی نیز اظهار کرد: سازمان فضایی طبق اساسنامه زیرمجموعه وزارت ارتباطات است که در دولت قبل این سازمان به ریاست جمهوری منتقل شد، اما با تصمیمات گرفته شده در دولت تدبیر و امید دوباره این سازمان به وزارت ارتباطات منتقل می‌شود.

وی افزود: قصد منحل کردن سازمان فضایی کشور را نداریم و تصمیم داریم تا تمام بخش‌های این سازمان با اهداف مدنظر در مورد ماهواره‌ها، تحقیقات فضایی و علوم فضا به کار خود ادامه دهد.

وزیر ارتباطات خاطرنشان کرد: بعد از منتقل شدن سازمان فضایی به وزارت ارتباطات ماموریت‌های جدید این نهاد اعلام خواهد شد.

اصناف

مالیات اصناف با رکود فعلی بسیار بالاست

رییس فراکسیون اصناف مجلس شورای اسلامی گفت: بیشترین مشارکت مردم و بخش خصوصی در راستای سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی در بخش اصناف بوده که به‌صورت خاص به آن پرداخته شده است.

به گزارش اصناف ایران، شهباز حسن‌پور در دیدار با علی فاضلی، رییس اتاق اصناف ایران افزود: اتاق اصناف ایران نماینده واقعی بخش خصوصی در مجموعه اصناف است و می‌توان گفت تنها مجموعه‌ای است که بی‌واسطه با مردم در ارتباط است و با تعاملات خوبی که با دولت داشته موفق عمل کرده است.

وی اضافه کرد: فراکسیون اصناف در مجلس به این دلیل تشکیل شده تا حداکثر تعامل و همکاری مجلس با اتاق اصناف ایران و اتاق‌های اصناف شهرستان‌ها را داشته باشد که تاکنون تعاملات خوبی صورت گرفته و فراکسیون اصناف آمادگی دارد نقاط ضعف قانون نظام صنفی را با جمع‌بندی کلی صاحب‌نظران به‌صورت طرح در مجلس مطرح و نواقص احتمالی را برطرف کند.

حسن‌پور با بیان اینکه اکنون فرصت‌های خوبی برای اصناف ایجاد شده است، تصریح کرد: برای حمایت از تولید و کسب‌وکار باید اتاق اصناف ایران با همراهی فراکسیون اصناف پیشنهادات لازم را به کمیسیون اقتصاد ارائه بدهند تا به صحن علنی مجلس بیاید و باید به سمت و سویی حرکت کنیم که بتوانیم از طرح‌های داده شده اصناف در مجلس دفاع کنیم تا رأی بیاورد. وی با بیان اینکه اکنون مثلث همکاری مجلس شورای اسلامی، وزارت صنعت، معدن و تجارت و اتاق اصناف در حال شکل گرفتن است، افزود: برخی از قوانین و مقررات نیاز به اصلاح دارد تا فضای کسب‌وکار بهبود پیدا کند که با تعاملات صورت گرفته، مشکلات اصناف مرتفع خواهد شد.

پایان وابستگی به نفت

حسن‌پور در خصوص اینکه در بودجه سال ۹۴ سعی شده تا مبنا درآمدهای نفتی نباشد، گفت: برای نخستین سال است که کمترین درصد وابستگی بودجه به نفت و کمتر از ۵۰ درصد بودجه متکی به نفت در نظر گرفته شده است. بقیه بودجه اتکا به سایر توانمندی‌ها دارد که امسال روی صادرات، درآمدهای مالیاتی، گمرک و مشارکت بخش خصوصی در بحث اقتصاد مقاومتی برنامه‌ریزی شده است و یکی از ارگان‌هایی که می‌تواند در اقتصاد مقاومتی تاثیرگذار باشد، اصناف است.

حمایت از تولید و اصناف

وی تصریح کرد: حمایت از تولید در دستور کار مجلس قرار گرفته است که با پیشنهادات اتاق بازرگانی به دنبال برنامه‌ریزی هستیم که همه تولیدکنندگان را دربرمی‌گیرد و اصناف را هم شامل می‌شود. حسن‌پور اظهارکرد: با توجه به رکود فعلی حاکم بر بازار، مالیات دریافتی از اصناف بسیار زیاد است که در این زمینه توجه دولت و وزارت اقتصاد و دارایی کم بوده و دریافت مالیات‌های سنگین به‌خصوص از اصناف خرد، ظلم مضاعف است.

وی افزود: آنگونه که باید به نقش اصناف در کشور اهمیت داده نشده اما ایجاد بانک اصناف برای حمایت از تولیدکنندگان ضروری است و در حال حاضر بسیاری از بانک‌ها با سرمایه اصناف کار می‌کنند اما زمانی که اصناف نیازمند وام هستند از آنها ضامن کارمند می‌خواهند که این توهین به اصناف است.

حسن‌پور تاکید کرد: تاسیس بانک اصناف و بیمه کردن تمام صنوف از جمله برنامه‌های فراکسیون اصناف مجلس شورای اسلامی و اتاق اصناف ایران است که با جدیت در حال پیگیری است .

وی افزود: یکی از موارد دارای اهمیت در بودجه سال ۹۴ بودجه صادرات است که همه تولیدکنندگان را دربرمی‌گیرد و اصناف نقش اساسی در تولید داشته‌اند. اتاق اصناف ایران با وجود نیروهای کارآمد باید تعاملات بیشتری با فراکسیون اصناف داشته باشند تا در کمیسیون‌ها نگاه بهتر و جدی‌تری به جایگاه اصناف در اقتصاد داشته باشیم. رییس اتاق اصناف ایران نیز در این دیدار با ارائه گزارشی از عملکرد اتاق در سال جاری، بر لزوم تغییر نگاه به نقش اصناف در اقتصاد کشور تاکید کرد و گفت: دولت با واگذاری امور اجرایی به اصناف، از بخش عظیمی از وظایف اجرایی و به تبع آن هزینه‌های مترتب بر آن رها خواهد شد. علی فاضلی افزود: این تغییر نگاه باید در قانون نظام صنفی ایجاد شود و در قوانین دیگر از جمله قانون کسب‌وکار و همچنین حمایت از تولید ملی نیز تسری یابد.

وی آمادگی اتاق اصناف ایران را برای بررسی کارشناسی مسائل اصناف با همکاری مجلس شورای اسلامی برای خروج از وضعیت فعلی اعلام کرد.

فاضلی تصریح کرد: ما نیازمند قوانین حمایتی هستیم و این موضوع جز از طریق تصویب قوانین راهگشا در مجلس شورای اسلامی امکان پذیر نیست.

تجارت

دفاع وزارت صنعت از تجارت ترجیحی با ترکیه

زبان قاچاقچیان در کام منتقدان

براساس دیدگاه رسمی سازمان توسعه تجارت، هیاهوی انتقاد به ترجیحات تجاری با ترکیه حبابی است که در بستر عدم درک صحیح از واقع و نظرات غیرکارشناسانه مطرح شده و با توجه به اینکه کسب امتیاز از بخش کشاورزی ترکیه که دارای سطح حمایتی بسیار بالایی است و همچنین جلوگیری از قاچاق از نکات مثبت توافقنامه ترجیحی با این کشور است، بیم آن می‌رود که زبان قاچاقچیان در کام برخی منتقدان باشد. روابط عمومی این سازمان در انتقاد به کسانی که تجارت ترجیحی ایران و ترکیه را به معاهده ترکمانچای تشبیه می‌کنند اعلام داشت: این تشبیه و این مقایسه ناشی از عدم شناخت معاهده ترکمانچای و عدم بررسی دقیق در خصوص مفاد تجارت ترجیحی ایران و ترکیه است زیرا که تجارت ترجیحی ایران و ترکیه تداعی‌کننده معاهده ارزنه‌الروم است.

روابط عمومی سازمان توسعه تجارت در پاسخ به منتقدان اجرای تعرفه ترجیحی، تصریح کرد: باتوجه به نقش بازدارنده قوی تجارت ترجیحی و کاهش تعرفه‌ها در کاهش قاچاق از ترکیه، بیم آن می‌رود که منتقدان و مخالفان این موضوع خواسته یا ناخواسته به زبان قاچاقچیان تبدیل شوند.

در گزارش سازمان توسعه تجارت آمده است: انتقاد به تجارت ترجیحی با ترکیه درحالی مطرح می‌شود که منتقدان از شوک‌آور بودن لیست کالاهای ایرانی

مشمول طرح تعرفه ترجیحی صحبت می‌کنند، اما آنچه بیشتر شوک‌آور است، استدلال و نتیجه‌گیری منتقدان بر اساس اطلاعات مخدوش و عدم بررسی دقیق مفاد توافقنامه و شرایط و ویژگی‌های هر دو کشور است. فهرست کالاهای ترجیحی ایران برای ورود به ترکیه در حالی ارائه شده است که ایران نیازی به گرفتن امتیاز در بخش صنعتی ندارد؛ چراکه بر اساس نظام تعرفه‌ای کشور ترکیه، تعرفه واردات محصولات غیرکشاورزی ۵.۵درصد تعیین شده است که این امر نشان‌دهنده سطح بسیار پایین تعرفه‌ها برای کالاهای صنعتی است. سازمان توسعه تجارت اعلام کرد: ترکیه با اتحادیه اروپا اتحادیه گمرکی تشکیل داده، بنابراین در تجارت با کشورهای ثالث، تعرفه وارداتی را هماهنگ با تعرفه گمرکی اتحادیه اروپا در نظر می‌گیرد و از آنجا که کالاهای کشاورزی و تعداد محدودی از کالاهای صنعتی ترکیه مشمول قواعد این اتحادیه نیستند، بنابراین کشور ترکیه تنها قادر است در بخش‌هایی که خارج از توافق با اتحادیه اروپا است، به سایر کشورها تحت عنوان موافقت‌نامه ترجیحات تجاری، امتیاز اعطا کند.

بیمه

مدیرعامل بیمه ایران:

مردم از خدمات بیمه‌ای ناراضی هستند

مدیرعامل بیمه ایران گفت: هم‌اکنون خدمات و ارائه سرویس بیمه‌ای مورد رضایت عموم مردم نیست و این در حالی است که صنعت بیمه به مشتریانش وابسته است و باید برای جلب رضایت مشتریان خود به دنبال تغییر در ارائه خدمات به بیمه‌گذار و زیان‌دیدگان باشیم.

به گزارش روابط عمومی بیمه ایران، محمود امراللهی در نخستین همایش تخصصی مسئولان روابط‌عمومی مدیریت‌ها و شعب بیمه ایران افزود: یکی از دلایل گلایه‌های بیمه‌گذاران درحال حاضر عدم اطلاع کافی از بیمه‌نامه، وضعیت رسیدگی و پرداخت خسارت در صنعت بیمه است که نارضایتی بیمه‌گذاران را درپی داشته، در همین ارتباط باید خدمات و خسارت‌های پرداخت شده به روش‌های مختلف به اطلاع عموم مردم رسانده شود. رییس هیات‌مدیره بیمه ایران ادامه داد: هدف اصلی ما توسعه بازار و ایجاد رفاه برای عموم مردم است تا همگان از خدمات مناسب بیمه‌ای به نحو مطلوب بهره‌مند شوند.

مسکن

تکمیل مسکن‌مهر با فروش اراضی تجاری دولت

وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه از پیشنهاد کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی برای تکمیل خدمات زیربنایی مسکن‌مهر استقبال می‌کنیم، گفت: از اراضی تجاری برای تکمیل خدمات زیربنایی و روبنایی مسکن‌مهر بهره می‌بریم.

به گزارش پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، عباس آخوندی با بیان اینکه از محل فروش اراضی تجاری برای خدمات زیربنایی پروژه‌های مسکن‌مهر بهره می‌بریم، گفت: هم‌اکنون از فروش اراضی تجاری برای تکمیل خدمات زیربنایی و روبنایی استفاده می‌کنیم و این موضوع همیشه مورد استقبال ما در وزارت راه و شهرسازی بوده و هست.

بهره‌مندی از این اراضی سبب افزایش قیمت تمام شده واحدهای مسکونی نخواهد شد.

وزیر راه و شهرسازی با اشاره به اینکه بررسی دو راهکار کمیسیون عمران برای کمک به تکمیل پروژه‌های مسکن‌مهر در دستور کار وزارت راه و شهرسازی است، گفت: از پیشنهادات مجلس استقبال می‌کنیم و برای خدمات زیربنایی و روبنایی از آن استفاده خواهیم کرد.

به گفته آخوندی، این موضوع قانون و مقررات خاص خودش را دارد که پیگیری می‌شود.

علیرضا خسروی، یکی از اعضای کمیسیون عمران مجلس نیز از دو پیشنهاد این کمیسیون برای کمک به تکمیل و کاهش آورده‌های مردمی مسکن‌مهر خبر داد.

به گفته وی، فروش زمین‌های تجاری، فرهنگی، ورزشی و تفریحی به‌عنوان نخستین راهکار نمایندگان مجلس ارائه شد. یعنی زمین‌هایی که مجلس مجوز فروش آنها را در شهرهای جدید صادر کرده است.

فروش زمین‌های مسکن‌مهر ۹۹ ساله به افرادی که تمایل به خرید مسکن خودمالکی دارند راهکار دوم مطرح شده در کمیسیون عمران مجلس بود تا از محل درآمد این دو بخش، پروژه‌های مسکن‌مهر تکمیل شود.

این دو راهکار به‌عنوان پیشنهاد از سوی کمیسیون عمران به وزارت راه و شهرسازی ارائه شد که البته گویا احتمال اجرای طرح فروش اراضی تجاری متعلق به دولت بیشتر است.

گزارشی از پرمتقاضی‌ترین مسکن مهر کشور

پردیس، فرصتی برای سرمایه گذاری در بازار مسکن

پدرام صادقی

شهر جدید پردیس براساس مطالعات مردمی که سال ۸۹ انجام گرفت، رتبه اول استقبال سکونتی را در مقایسه با دو شهر جدید دیگر متعلق به استان تهران در اختیار دارد، اما دو سال قبل از این مطالعه، دولت برای ساخت ۱۵۰ هزار مسکن‌مهر در پرند و هشتگرد مجوز صادر کرد و پردیس را به علت آنچه بعدا «ارزش بالای زمین در پردیس و اختصاص آن به افراد خاص» اعلام شد، از پذیرش خانوارهای کم‌درآمد معاف کرد. دو سال پیش در یکی از خوش آب و هواترین نقطه از شهرهای جدید اطراف تهران کلنگ ساخت بیش از ۳۰ هزار واحد مسکونی مسکن مهر به زمین زده شد و براساس برنامه‌ریزی انجام‌شده، قرار بود این واحدها ظرف یک سال ساخته شده و تحویل متقاضیان واجد شرایط شود. محل احداث این واحدها در تپه‌های شهر جدید پردیس، در مجاورت لواسان است؛ نقطه‌ای که پایتخت‌نشین‌ها زمانی بیشتر از آن به‌عنوان سکونت ییلاقی استفاده می‌کردند. حالا پس از گذشت بیش از دو سال از کلنگ زنی، نه تنها این واحدها هنوز تکمیل نشده‌اند، بلکه مدتی پیش با اعلام اینکه در یکی از فازهای این شهر جدید متقاضیان باید مبلغ ۱۲ میلیون تومان بیشتر پرداخت کنند، اعتراضاتی متوجه این موضوع شد.

ماجرای پرداخت ۱۲ میلیون تومان و لغو آن

مدیرعامل این شهر جدید اعلام کرده بود که برای متقاضیان ایجاد زیرساخت در این واحدها در فاز ۱۱ باید مبلغی را اضافه بر آن مبلغ اولیه پرداخت کنند. همین موضوع سبب شد تا برخی از متقاضیان مسکن مهر که گفته می‌شد اغلب آنها مشاوران املاک بودند با ورود به طبقه اول شرکت عمران پردیس نسبت به افزایش قیمت مسکن مهر اعتراض کنند. کشاکش این موضوع مدتی ادامه داشت که در نهایت عضو کمیسیون عمران مجلس از توافق با وزارت راه و شهرسازی برای عدم دریافت این مبلغ از متقاضیان خبر داد. علیرضا خسروی با اشاره به آخرین جلسه کمیسیون عمران برای رسیدگی به موضوع افزایش دوباره قیمت مسکن مهر، گفت: در جلسه‌ای که با حضور معاونان وزارت راه و شهرسازی در کمیسیون عمران برگزار شد، اعلام کردند با نظر مساعد وزیر راه و شهرسازی دریافت رقم و ریال مازاد بر قیمت اولیه (۱۲ میلیون تومان) واحدهای مسکن مهر از مردم منتفی شود. نماینده مردم سمنان در مجلس شورای اسلامی، افزود: براین اساس مبلغ اضافه‌ای که قرار بود به منظور ایجاد برخی تاسیسات زیربنایی از جمله تونل، پل، راه و تصفیه‌خانه فاضلاب در حوزه مسکن مهر پردیس از سوی مالکان این واحدها پرداخت شود با پیگیری‌های صورت گرفته منتفی شد. عضو کمیسیون عمران مجلس تصریح کرد: بر این اساس این رقم از مردم گرفته نمی‌شود و به جای آن با فروش زمین‌های تجاری و خدماتی و زمین‌های خودمالکی، اعتبار مورد نیاز برای ایجاد تاسیسات زیربنایی تامین و در اختیار پیمانکاران قرار گیرد.

پردیس، پرمتقاضی‌ترین مسکن مهر

هرچند که در سال‌های اخیر انتقادات زیادی متوجه مسکن مهر در نقاط مختلف شده است، اما مسکن مهر پردیس همچنان به‌عنوان پرمتقاضی‌ترین مسکن مهر کشور مطرح است و در همین مدت نیز افزایش قیمت خوبی در واحدهای آن ایجاد شده است. مضاف بر آنکه امکان خریدوفروش واحدهای مسکونی مسکن مهر نیز فراهم شد، افراد بیشتری برای این واحدها متقاضی شدند.

افزایش تعداد متقاضیان مسکن مهر نیز دغدغه‌ای شد تا نمایندگان مجلس نیز برای شناسایی افراد واجد شرایط دست به کار شوند. در این خصوص چهاردولی، عضو کمیسیون عمران مجلس همچنین با بیان اینکه برخی از ثبت‌نام‌کنندگان در شهر پردیس واجد شرایط دریافت مسکن مهر نبوده‌اند، گفت: تعداد واحدهای پردیس به اندازه تعداد خریداران نیست، چراکه افرادی که فرم «ج» آنها قرمز است و زمین یا واحدی را خریداری کرده در طرح مهر ثبت‌نام کرده‌اند. بر این اساس افرادی که پیش از ثبت‌نام در مسکن مهر اقدام به خرید زمین یا واحدی کرده باشند از شرایط لازم برای دریافت مسکن مهر برخوردار نخواهند بود. بنابراین به نظر می‌رسد که از این طریق تعدادی از این متقاضیان از فهرست دریافت این واحدها حذف خواهند شد.

در حالی که براساس برخی آمار پیشرفت فیزیکی طرح مسکن مهر پردیس از مرز ۵۰ درصد گذشته است، مدیرعامل این شهر جدید مدعی شده که تا پایان سال ۹۳ می‌توان ۲۰ هزار واحد مسکونی از این طرح را آماده تحویل کرد. ولی‌پور از تحویل ۲۰ هزار واحد مسکن پردیس تا پایان سال منوط به آماده بودن زیرساخت‌ها، خبر داده و گفته است که آمادگی تحویل ۲۰ هزار واحد مسکن مهر پردیس به متقاضیان را تا پایان سال دارد، اما به شرط اینکه زیرساخت‌های آب، برق و گاز و فاضلاب تامین شود.

افزایش قیمت مسکن مهر پردیس و ادامه روند آن

اما این روزها صحبت از افزایش قیمت واحدهای مسکونی مهر پردیس و ادامه روند افزایش قیمت آن در سال ۹۴ می‌شود که باعث بالا رفتن ارزش افزوده این واحدها شده است. بیت‌الله ستاریان، کارشناس حوزه مسکن درباره احتمال افزایش قیمت‌ها در سال آینده می‌گوید: با توجه به کسری تولیدی که در سال‌های گذشته داشته‌ایم، اگر برنامه‌های اقتصادی دولت برای خروج از رکود فراهم شود، قطعا قیمت مسکن افزایش پیدا خواهد که شهر جدید پردیس نیز از این قاعده مستثنا نیست، چراکه اگر قیمت‌ها افزایش پیدا کند قیمت همه نقاط در یک شهر افزایش پیدا خواهد کرد. وی درباره مولفه‌های منطقه‌ای تاثیرگذار در افزایش قیمت‌های یک منطقه خاص گفت: معمولا ایجاد زیرساخت‌های شهری مثل مترو، ایجاد دسترسی بهتر، پروژه‌های تجاری و... می‌تواند در افزایش قیمت یک منطقه تاثیرگذار باشد. وی معتقد است که در حال حاضر شهر پردیس افزایش قیمت خود را از این حیث داشته و افزایش قیمت آن دیگر درگیر مولفه‌های منطقه‌ای نیست.

بنابراین با توجه به اینکه برخی آمار حاکی از به راه افتادن نقل و انتقالات مسکن در مدت اخیر است، می‌توان پیش‌بینی کرد که قیمت مسکن مهر پردیس نیز در سال آینده افزایش یابد که البته این افزایش در کنار افزایش قیمت سایر نقاط شهری خواهد بود.

حمل و نقل

شرایط دوگانه «ایران ایر» را برطرف کنید

مدیرعامل شرکت هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران گفت: شرایط دوگانه باعث شده هر جا که ایجاب می‌کند ایران ایر به‌عنوان یک شرکت خصوصی و هرجا که ضروری است به‌عنوان شرکت دولتی مطرح شود و این شرایط دوگانه ایران ایر (هما) شایسته شرکت هواپیمایی ملی حامل پرچم نیست.

به گزارش ایرنا، فرهاد پرورش افزود: همگان ایران ایر (هما) را به‌عنوان شرکت هواپیمایی ملی کشور می‌شناسند و ضروری است همانند بسیاری از کشورهای جهان، این ایرلاین به‌عنوان شرکت هواپیمایی حامل پرچم کشور به کار خود ادامه دهد.

پرورش با بیان اینکه با تصویب هیات وزیران هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران از سال ۸۶ مشمول واگذاری به بخش خصوصی شده است، تصریح کرد: با این حال تلاش‌های سازمان خصوصی‌سازی در این سال‌ها و ارزیابی دارایی‌های آن در بورس به علت مشکلات ساختاری و برخی موانع تحریم‌های ناعادلانه از جمله درج نام این شرکت در لیست شرکت‌های ممنوعه از طرف آمریکا و دول غربی باعث شد عرضه سهام آن در بازار بورس یا فرابورس توفیقی پیدا نکند.

مدیرعامل هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران یادآور شد: با این حال به منظور حفظ جایگاه ایران‌ایر بررسی‌های زیادی از طرف کارشناسان و متخصصان به‌خصوص در وزارت راه و شهرسازی انجام شد و در نهایت با نظر مثبت وزیر راه و شهرسازی لایحه‌ای از طرف این وزارتخانه تحت عنوان لایحه بازسازی ساختار شرکت ایران ایر (هما) تدوین و برای تصویب به دولت ارائه شده که دراین لایحه ضمن رعایت اصل خصوصی‌سازی بر اصلاح ساختار هما و سپس واگذاری ۵۱ درصد آن تاکید شده، زیرا یکی از ارکان مهم این لایحه افزایش سرمایه دولت در شرکت ایران‌ایر و سپس واگذاری آن است.

مدیرعامل هما اظهار داشت: این لایحه پس از تصویب در هیات دولت به مجلس شورای اسلامی تقدیم می‌شود.

پرورش افزود: با مصوبه مجلس شورای اسلامی این شرکت همچنان به‌عنوان شرکت هواپیمایی حامل پرچم به فعالیت‌های تجاری خود ادامه می‌دهد و شرایط لازم برای توسعه و سرمایه‌گذاری در ایران ایر فراهم می‌شود.

وی اظهارداشت: اکثر کشورهای جهان یک شرکت هواپیمایی حامل پرچم دارند هرچند که در این کشورها ده‌ها شرکت خصوصی نیز در حوزه صنعت حمل ونقل هوایی فعال هستند.

مدیرعامل هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران با اشاره به سابقه هما در منطقه و سطح بین‌المللی، خاطرنشان کرد: هما از دیر باز دارای اعتبار بین‌المللی در منطقه بوده است و به‌عنوان نخستین شرکت‌های هوایی در منطقه خدمات هوایی کیفی خود را به مسافران داخلی و خارجی ارائه داده و شایسته نیست در چنین وضعیتی باقی بماند.

پرورش افزود: با تقدیم این لایحه به مجلس شورای اسلامی و احیای این شرکت، هما تابع قانون تجارت خواهد بود و با استفاده از قوانین تجارت اداره خواهد شد. وی در خصوص هتل‌های هما نیز گفت: هتل‌های هما به علت بدهی‌های دولت به سازمان تامین اجتماعی تهاتر شده است، اما اخیرا ابراز تمایل شده که این هتل‌ها بار دیگر در اختیار شرکت هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران قرار گیرد و برای تحقق این مسئله مصوبه هیات دولت ضروری است.

تعرفه‌های بندر کاهش یابد

مدیرعامل کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران گفت: تعرفه‌های بندری در مقایسه با سایر کشورها بالا است و متاسفانه سازمان بنادر و دریانوردی هر سال به جای رقابتی‌کردن بنادر ایران، نسبت به افزایش ۱۰درصدی تعرفه‌ها اقدام می‌کند که این موضوع تجدیدنظر در تعرفه‌های بندری در برنامه ششم توسعه را ضروری می‌سازد. به گزارش جامعه دریایی (مانا)، محمدحسین داجمر در دومین نشست کارگروه تدوین احکام برنامه ششم درحوزه ناوگان دریایی افزود: دلیل اقدام سازمان بنادر و دریانوردی در ارتباط با افزایش تعرفه‌ها خصوصی‌نشدن فعالیت‌های بندری است، در حالی که دولت بر واگذاری فعالیت‌های اقتصادی سازمان‌ها و دستگاه‌های دولتی به بخش خصوصی تاکید دارد و فقط فعالیت‌های مهم و استراتژیک که برای بخش‌خصوصی توجیه ندارد یا امکان ورود نیست باید توسط دولت کماکان اداره شود. رییس کارگروه ناوگان دریایی در برنامه ششم تاکید کرد: در حال حاضر، تعرفه‌های بندری کشور چند برابر کشورهای منطقه است. در صورتی که در برنامه ششم رقابتی شدن بنادر و اقتصاد کشور مدنظر باشد باید در تعرفه‌های بنادر و نحوه مدیریت آن تجدیدنظر شود. داجمر افزود: نگاه سازمان بنادر و دریانوردی به مبحث تعرفه‌ها کسب هرچه بیشتر درآمد است و با وجود سیاست‌های کلان مبنی بر واگذاری فعالیت‌ها به بخش خصوصی حتی از ورود به سرمایه‌گذاری در تجهیزات بندری نیز منع می‌شود. داجمر با اشاره به این موضوع که قوانین باید تسهیل‌کننده باشد، اظهار کرد: سختگیری در قوانین و ایجاد محدودیت نه تنها راهگشا نیست بلکه مشکلات را مضاعف می‌کند. به همین دلیل در برنامه ششم باید نگاه‌ها تغییر کرده و قوانینی سهل و آسان برای حل مشکلات حوزه دریا تدوین شود.

خبر

طرح جامع ۱۲ساله مسکنی دولت‌یازدهم با وام ۸۰میلیونی

معاون امور مسکن و ساختمان وزیر راه و شهرسازی درباره طرح جامع مسکن گفت: طرح جامع مسکن که با پشتوانه پنج‌دهه برنامه‌ریزی در ایران و با توجه به تجربه‌های برنامه‌های توسعه قبل و پس از انقلاب شکل گرفته است؛ به اجمال می‌توان طرح جامع مسکن را نقشه راه نیل به اهداف بخش مسکن در افق ۱۲ ساله تا سال ۱۴۰۵ دانست.

به گزارش تسنیم حامد مظاهریان ادامه داد: بر این اساس دولت باید مسیر پیش‌روی را به طور مستمر بازنگری و با توجه به دستاوردها، ناکامی‌ها و شرایط اجتماعی و اقتصادی موجود، اصلاحات احتمالی را در مسیر دستیابی به اهداف اعمال کند. گذشت حدود هشت سال از تدوین طرح جامع مسکن، بروز تحولات جمعیتی به روایت سرشماری‌های نفوس و مسکن سال‌های ۱۳۸۵ و۱۳۹۰ و بالاخره تغییرات اساسی در رشد اقتصادی و به تبع آن تحولات محسوس در نحوه توزیع درآمد و حجم خانوارهای کم‌درآمد را می‌توان از جمله دلایلی دانست که لزوم بازنگری در نقشه راه طرح جامع مسکن را دوچندان کرد.

وی با بیان اینکه طرح جامع مسکن به عنوان یک طرح راهبردی ساختاری است که به صورت جامع همه ابعاد را در نظر گرفته، اظهار کرد: درحال‌حاضر هدف ما مرور و تغییر زمان برنامه‌ها متناسب با اتفاق‌های بازار است. توجه طرح جامع مسکن با همین رویکرد به بافت‌های فرسوده معطوف شده است. به این منظور و با تدقیق آمار، تأمین ۳۰۰هزار وام در سال برای بازسازی بافت‌های فرسوده کشور (به مدت شش سال) یکی از برنامه‌های این وزارتخانه تعیین شد که رقم بالایی را شامل می‌شود و ۱.۸ میلیون خانه در بافت‌های فرسوده بازسازی و نوسازی می‌شوند.

نرخ سود تسهیلات مسکنی

مظاهریان درباره نرخ سود این تسهیلات ادامه داد: این وام‌ها با بهره ۹درصد پایین‌تر از نرخ تسهیلات در نظام بانکی است، این وام برای شش سال آتی و در شهرهای مختلف به میزان ۳۰، ۴۰ و ۵۰ میلیون‌تومان تعیین شده است. در واقع دولت یازدهم به دنبال تسهیل در فرآیند تولید مسکن بوده و از دخالت مستقیم در این فرآیند برحذر است.

معاون وزیر راه و شهرسازی ادامه داد: دولت به عنوان تسهیل‌گر در فرآیند ساخت و به دنبال اعطای تسهیلات در استطاعت خانوارها به جای تسهیلات ۲۳ و ۲۴ درصدی سیستم رایج بانکداری است. اجرای این برنامه نه‌تنها به نیاز مسکن پاسخ می‌دهد بلکه می‌تواند در بازسازی بافت‌های فرسوده موثر باشد.

وی با اشاره به ساخت مسکن اجتماعی گفت: بخش دیگری از برنامه‌های تأمین مسکن برای دو دهک پایین جامعه که امیدواریم بتوانیم آن را در سال آینده آغاز کنیم، مسکن اجتماعی است که سازوکار متفاوتی با برنامه‌های قبل دارد.

مظاهریان ادامه داد: بخش‌هایی که به آنها اشاره شد برای تقویت طرف عرضه است که با پرداخت تسهیلات مسکن به توسعه بخش تولید کمک می‌شود یا در روستاها بهسازی و نوسازی واحدهای مسکونی محقق می‌شود اما مسکن اجتماعی برای افرادی است که هیچ آورده‌ای نداشته، حتی امکان تهیه وثیقه جهت اخذ تسهیلات را ندارند، در اصطلاح می‌گویند بانک‌پذیر هم نیستند.

معاون امورمسکن و ساختمان افزود: طبقه مستضعفی که دولت ناگزیر است با دخالت مستقیم نقش اصلی را در تأمین مسکن آنها ایفا کند، این موضوع بسیار پیچیده‌ای است؛ زیرا مسائل اجتماعی در اینجا نیز مطرح می‌شود.

معاون وزیر راه و شهرسازی درباره چگونگی شناسایی این دهک‌ها گفت: شناسایی این افراد خارج از حدود اختیارات و توان وزارت راه و شهرسازی است و نهادهایی مانند کمیته امداد و سازمان بهزیستی که این افراد را تحت پوشش خود دارند و گاهی برای آنان مقرری پرداخت می‌کنند، در این امر می‌توانند کارا عمل کنند. مضاعف بر این ایده تجمیع یارانه نیز می‌تواند به اجرای این سیاست کمک کند.

جانمایی مسکن اجتماعی متفاوت از مسکن مهر

مظاهریان درباره جانمایی مسکن اجتماعی اظهار کرد: ظرفیت‌های خالی مسکن مهر یکی از جاهایی است که می‌تواند مورد استفاده طرح مسکن اجتماعی قرار گیرد، البته نه اینکه به صورت انبوه باشد.وی ادامه داد: ما به دنبال اجرای سنت‌های حسنه‌ای هستیم که در جامعه جاری بوده است، خاطرم هست در محله‌ای که زندگی می‌کردیم از کسی که وضع بهتری نسبت به ما داشت انگلیسی یاد می‌گرفتیم و کسی هم بود که مثلا در ریاضی از ما وضع بدتری داشت و به او ریاضی یاد می‌دادیم. جامعه این‌گونه و بدون هیچ‌گونه مداخله از سوی دولت رشد می‌کند و همبستگی جامعه حفظ می‌شود.

وام ۵۰ میلیون تومانی عرضه را تقویت می‌کند

معاون وزیر راه و شهرسازی درباره وام ۵۰ میلیون‌تومانی گفت: وام ۵۰ میلیونی برای ساخت در نظر گرفته شده است و هدف ما تقویت طرف عرضه است، فردی که در مرحله اول آورده زمین را دارد (بافت فرسوده) ، زمین هم حدود ۶۰درصد قیمت ملک را شامل می‌شود. برآوردهای ما نیز نشان می‌دهد که در سال ۹۳ هزینه هر مترمربع حدود ۹۰۰ هزار تومان است.

وی همچنین درباره شرایط دهک‌های بالای کشور گفت: فکر می‌کنم دهک‌های بالای جامعه مسائل خودشان را حل می‌کنند و به دخالت دولت نیازی نیست. براساس آماری که داریم در دوره ۱۵ ساله، مردم سالانه حدود ۷۶۰ هزار مسکن در کشور ساخته‌اند. واقعیت این است که مردم ایران در طول صدها سال سرپناهشان را خودشان ساخته‌اند و به نظر می‌رسد، دولت در بخش مسکن باید تسهیل‌گر باشد. اگر دولت هیچ تسهیلاتی هم ندهد باز مردم ساخت‌وساز می‌کنند. با توجه به برنامه‌ریزی برای ساخت سالانه ۷۰۰ هزار مسکن نباید نقش دولت بیش از این باشد.

وام ۸۰ میلیونی در راه است

مظاهریان درباره تقویت قدرت خرید سایر قشرهای جامعه گفت: همانگونه که اشاره شد وام نوسازی بافت فرسوده و مسکن روستایی برای تقویت طرف عرضه است. به منظور تقویت طرف تقاضا ما نیز برنامه‌هایی داریم و پیشنهادی را به‌طور رسمی به بانک مرکزی ارائه کرده‌ایم.

وی ادامه داد: بر این اساس پیشنهاد داده‌ایم که به یک خانوار در ازای سپرده‌گذاری ۲۰ میلیون تومانی، ۸۰ میلیون وام پرداخت شود. به عبارت دیگر، خانوارها با سپرده‌گذاری ۲۰ میلیون تومانی در یک سال (چهار دوره سه ماهه) می‌توانند ۸۰ میلیون تومان وام دریافت کنند. این میزان وام برای میانگین قیمت‌های کشوری است نه تهران و حدود ۵۰درصد قیمت‌ها را پوشش می‌دهد. اگر میانگین یک واحد را ۸۰متر در نظر بگیریم که متوسط قیمت هر مترمربع آن ۲.۵ (دو و نیم) میلیون‌تومان است بنابراین وام ۱۰۰ میلیون تومانی ۵۰درصد قیمت خانه را تامین می‌کند.

معاون امور مسکن و ساختمان گفت: این پیشنهاد درحال‌حاضر در بانک مرکزی در دست بررسی است و هفته گذشته رییس کل بانک مرکزی از بررسی وام ۸۰ میلیونی تومانی خبر داده بود. منتظریم این بانک نظرش را درباره با وام مذکور اعلام کند.

وی ادامه داد: پیشنهاد وزارت راه و شهرسازی برای این روش تامین مالی سالانه ۱۰۰ تا ۳۰۰ هزار وام خرید است و بر اساس برآوردی که در این زمینه انجام داده‌ایم، نرخ سود این تسهیلات برای خانوارهای متوسط بیشتر از ۱۴درصد نیست. بنابراین دولت مابه‌التفاوت سود را پرداخت می‌کند.معاون وزیر راه و شهرسازی با اشاره به اقساط این وام تصریح کرد: میزان اقساط به عوامل مختلفی از جمله میزان وام، طول دوره بازپرداخت و ... بستگی دارد و حدود ۷۵۰ هزار تومان ماهانه است، تلاش بر این است که اقساط ماهانه در استطاعت خانوارها باشد. در کنار ارائه پیشنهاد وام خرید، وزارت راه و شهرسازی برنامه‌های دیگری را برای تامین مالی از جمله راه‌اندازی صندوق‌های پس‌انداز، صندوق زمین و ساختمان، رهن ثانویه و... در دستور کار دارد.

مظاهریان ادامه داد: هدف وزارت راه و شهرسازی گسترش بازار رهن است، به‌عنوان مثال همین جمعیت انبوه جوانان به سن ازدواج رسیده که باید تشکیل خانواده بدهند، چیزی که به خانه‌دار شدن آنها کمک می‌کند، گسترش بازار رهن است. هر راه دیگری را برویم منطبق بر واقعیت‌های اقتصادی ما نیست، بنابراین بازار رهن ثانویه نیز از برنامه‌هایی است که مطرح است.

برنامه دولت برای سازندگان

معاون وزیر راه‌وشهرسازی درباره برنامه‌های دولت برای انبوه‌سازان گفت: در واقع مفهوم انبوه‌ساز در ایران همان چیزی است که در دنیا به آن توسعه‌دهندگان (Developers) می‌گویند. تفاوتی که دارد این است که توسعه‌دهنده در ادبیات جهان تمام ریسک سرمایه‌گذاری را بر عهده می‌گیرد و عمده خدمات زیربنایی و روبنایی را تامین می‌کند. حتی خدمات روبنایی را هم تامین می‌کند و بعد از فروش فضاهای مسکونی پروژه را به سودآوری می‌رساندوی ادامه داد: در ایران انبوه‌سازان وضعیت بلاتکلیفی دارند، مسکن مهر این‌ها را به پیمانکار تبدیل کرد. مسکن مهر به این انبوه‌سازان که حاضر به ریسک بودند پروژه‌ای داد که دیگر لازم نبود پول بیاورند و ریسک کنند. دوباره در حال تلاشیم که انبوه‌سازان جایگاه واقعی خود را پیدا کنند و به توسعه‌دهنده تبدیل شوند. اگر این نقش را پیدا کنند می‌توانند تاثیرگذاری بهینه در نظام ساخت‌وساز داشته باشند.

معاون وزیر راه و شهرسازی افزود: درحال‌حاضر انبوه‌سازان از ظرفیت‌های خود استفاده می‌کنند اما در همه برنامه‌ها ما بخش خاصی را برای آنها جهت مشارکت در نظر گرفته‌ایم و به دنبال این هستیم تا از طریق این مشارکت تقویت شده و بتوانند به وضعیت بهینه یعنی توسعه‌دهندگی بازگردند.

باغداری

دستور وزیر بر لزوم جلوگیری از واردات مرکبات

وزیر جهاد کشاورزی در نامه‌ای به استانداران مرزی کشور با اشاره به اینکه مجوزی برای واردات میوه به‌ویژه مرکبات صادر نشده، بر جلوگیری از ورود غیرقانونی مرکبات به کشور تاکید کرد.

به گزارش مهر، محمود حجتی، در این نامه خطاب به استانداران سیستان و بلوچستان، بوشهر، هرمزگان، ایلام، خوزستان و کردستان با تاکید بر لزوم حمایت از باغداران، تصریح کرد: واردات بدون مجوز و غیرقانونی میوه به لحاظ عدم نظارت بهداشتی و قرنطینه گیاهی روی این محصولات موجب ورود و سرایت عوامل خسارت‌زا به باغ‌های کشور می‌شود و نگرانی بسیاری برای بخش کشاورزی به همراه دارد که در بعضی از موارد مانند سال‌های قبل، جبران آن با صرف هزینه‌های گزاف نیز عملا غیرممکن خواهد بود. وزیر جهاد کشاورزی در این نامه خاطرنشان کرد: مرکبات در سال جاری به اندازه کافی تولید شده است و نیازی به واردات وجود ندارد. حجتی از استانداران مرزی درخواست کرد تا به طور جدی از ورود محصولات کشاورزی بدون مجوز وزارت جهاد کشاورزی جلوگیری کنند.

احتکار عامل گرانی پرتقال

در پی افزایش قیمت پرتقال به کیلویی ۷۰۰۰تومان، وزارت جهاد کشاورزی علت گرانی پرتقال را ذخیره کردن حدود ۷۰۰ هزار تن در انبارهای شخصی برخی افراد عنوان و اعلام کرد که طبق قانون، برخورد بامتخلفان، نظارت بر توزیع در بازار و قیمت از اختیارات وزارت صنعت، معدن و تجارت است.به گزارش ایسنا، ابوالقاسم حسن‌پور، مدیر کل دفتر میوه‌های گرمسیری و نیمه گرمسیری وزارت جهاد کشاورزی اظهار کرد: امسال یک میلیون و ۹۵۰ هزار تن پرتقال در کشور تولید شد و از نظر تولید هیچ مشکلی نداریم، چراکه همچنان برخی از انواع پرتقال جنوب مانند والنسیا روی درخت است و در انبارهای شمال کشور و برخی انبارهای شخصی افراد حدود ۷۰۰ هزار تن پرتقال برای شب عید ذخیره سازی شده است.

عرضه پرتقال‌های دولتی در صورت ادامه گرانی

وی افزود: سازمان تعاون روستایی براساس مصوبه وزارت جهاد کشاورزی در شهریور امسال موظف به خرید حدود ۴۵ هزار تن پرتقال و ذخیره‌سازی این محصول برای تنظیم بازار شب عید شده است که اگر وضعیت به همین منوال ادامه پیدا کند، ممکن است در زمان زودتری پرتقال ذخیره سازی شده به بازار تزریق شود. چرا که وزارت جهاد کشاورزی از قیمت‌های کاذبی که در بازار این محصول به وجود آمده رضایت ندارد و معتقد است، نباید به مردم اجحاف کرد. مدیرکل دفتر میوه‌های گرمسیری و نیمه‌گرمسیری وزارت جهاد کشاورزی گفت: با توجه به وضعیت و هزینه‌های تولید، هر کیلوگرم پرتقالی که نهایتا ۲۵۰۰تومان از باغدار خریداری می‌شود باید حداکثر ۳۵۰۰تومان به دست مردم برسد اما وقتی قرار نیست وارداتی صورت بگیرد و برخی سود خود را در ذخیره سازی پرتقال و عرضه آن در شب عید می‌دانند، این اتفاق می‌افتد و با افزایش قیمت مواجه می‌شویم.

بازار

تعاونی، صادرات زیتون را رونق می‌بخشد

مجری طرح زیتون گفت: راه‌اندازی تعاونی در باغ‌های زیتون در رونق صادرات این محصول موثر است و تشکیل این نوع تعاونی در حال پیگیری است.

به گزارش ایرنا، محمد رمضانی ملک رودی افزود: با بهره‌گیری از دانش‌های نوین، تجربه دو دهه قبل درگزینش ارقام سازگار با مناطق و ایجاد تعاونی در باغ‌های زیتون می‌توان در ارتقای سطح کشت موفق بود. وی ادامه داد: ایجاد تعاونی بین باغ‌های کوچک می‌تواند در بهره‌گیری از مکانیزاسیون در این مکان‌ها موثر و در نتیجه کاهش هزینه تولید را به‌دنبال داشته باشد.

رمضانی اضافه کرد: بالا بودن هزینه تولید زیتون در کشور و پایین بودن سطح دانش، این محصول را در رقابت با بازارهای جهانی ناتوان کرده است. مجری طرح زیتون کشور بیان داشت: امسال ۱۲۰هزار تن زیتون در کشور تولید شده که ۳۰درصد آنها به کارخانه‌های روغن‌کشی تحویل شده و مابقی به‌صورت کنسروی مصرف شده است.

هم‌اکنون ۴۰ کارخانه روغن‌کشی و تعدادی ماشین‌های پرتابل روغن‌کشی در استان‌های مستعد کشت‌زیتون فعال هستند. مشاور معاون وزیر جهاد کشاورزی و مجری طرح زیتون کشور گفت: باغ‌های زیتون کشور در سطح ۱۰۰ هزار هکتار توسعه می‌یابد.

مدیریت سفره‌های خالی آب به آب‌بران واگذار می‌شود

صندلی خالی کشاورزان در میزگرد تخصصی آب

مولود غلامی

میزگرد تخصصی«مدیریت محلی آب و نقش نهادهای خودکنترل‌کننده» باهدف مشخص شدن ابعاد راهبردی بحران آب و تقویت گفتمان‌سازی برای سیاست‌گذاری راهبردی در این حوزه، روز دوشنبه (۶ بهمن) در دانشکده علوم اجتماعی دانشگاه تهران برگزار شد. در این نشست، پرویز پیران، جامعه‌شناس و پژوهشگر، عباس سعیدی، استاد برنامه‌ریزی روستایی، جواد میبدی، مدیرکل نظام‌های بهره‌برداری و حفاظت آب وزارت نیرو، کاوه معصومی، تحلیلگر مسائل اجتماعی حوزه آب از شرکت مهاب قدس و هادی خانیکی، رییس انجمن مطالعات فرهنگی و ارتباطات، سخنرانی کردند.

مسئولان و برگزارکنندگان این میزگرد، اهداف خود را از این نشست در قالب سه پرسش؛ در سطح محلی چه گزینه‌های نهادی برای مدیریت وکنترل بهره‌برداری از منابع طبیعی مشترک وجود دارد؟ منظور از نهادهای خودکنترل‌کننده در مدیریت محلی آب چیست و چگونه تشکل‌های آب بران می‌توانند توانایی کنترل و صیانت از منابع آب مشترک را داشته باشند، مطرح کردند و موضوعات را به بحث گذاشتند.

مدرنیزاسیون منابع آب کشور مناسب نبود

پرویز پیران، مدرنیزاسیون را یکی از مسائلی دانست که بر مدیریت آب در دهه‌های اخیر تاثیرگذار بوده است. وی مدرنیزاسیون را به خواب پیش از به هوش آمدن فردی که در کما به‌سر می‌برد، تشبیه و اظهار کرد: این فرد می‌خواهد به دنیای جدید برسد و «مشارکت» یکی از بخش‌های آن است. در مدرنیزاسیون چند رویکرد شکل می‌گیرد یا باید سرتاسر آن را بپذیریم و چشم بسته و حداکثری اجرا کنیم. این یک قطب است و قطب دیگر آن که مدرنیزاسیون را فاجعه بار می‌داند و اصلا آن را نمی‌پذیرد.

این پژوهشگر اجتماعی ادامه داد: نگاه دیگری نیز وجود دارد که می‌توان درصدهایی از دو رویکرد را ترکیب کرد و در ظرف مورد نظر ریخت. رویکرد ما در مدرنیزاسیون تاکنون به گونه‌ای بوده که هیچ یک از آنها را به درستی اجرا نکرده‌ایم.

مشارکت ترانسفور قدرت

وی با اشاره به رویکردها در مدیریت منابع آب کشور، گفت: در حالی که برخی از کارشناسان در سال ۱۳۶۷ بزرگ‌ترین نیاز کشور را مدیریت منابع آب اعلام کردند اما هیچ اتفاقی در کشور نیفتاد و مسئولان وقت توجهی به این موضوع نکردند. در سال ۷۱ همان کارشناسان زینهار دادند که در درازای تاریخ حکومت‌هایی در ایران ماندگار شدند که مدیریت آب را محور اصلی قرار دادند، بنابراین باید به فکر آب بود. همین افراد باز تنها پروژه حیاتی کشور را طرح جامع آب و فاضلاب اعلام کردند اما هیچ اتفاقی نیفتاد و کسی کاری در این زمینه انجام نداد.

پیران، همچنین با انتقاد از اخباری که حاکی از مشارکت‌های عمومی در این زمینه‌هاست، اظهار کرد: عده‌ای پرچمی برافراشته اند که مشارکت در کشور عالی است و تعاونی‌ها و مشارکت‌های دستوری را مصداق این مشارکت‌ها می‌دانند.

وقتی دولت حاضر نیست سر سوزنی از قدرت را انتقال دهد چگونه می‌توان از یک جامعه مشارکتی دم زد؟!

وی مشارکت را ترانسفور قدرت برشمرد و افزود: باید برخی از مفاهیم را سر جای اصلی‌شان قرار دهیم و در به‌کارگیری مفاهیم دقت کنیم. چطور مردم در حوادثی مانند زلزله و سیل نگران می‌شوند و مشارکت عمومی به اندازه‌ای می‌رسد که مسئولان اعلام بی‌نیازی می‌کنند اما در بحران آب این مشارکت‌ها کمتر دیده می‌شود؟

تفاوت معانی و مفاهیم از نگاه دولت و دانشگاه

این جامعه‌شناس و پژوهشگر، ادامه داد: برنامه‌ریزی از بالا به پایین همواره مشکل آفرین بوده و انسان را ناتوان می‌کند. برای نمونه، در دولت‌های گذشته، مسئولان و مهندسان شهری تمام دانش فنی‌ومهندسی کشور را به کار گرفتند و خواستند پنج شهر جدید اطراف تهران بسازند اما هیچ کدام شهر نشد. در سوی دیگر مردم بدون دخالت مسئولان و مهندسان و با دست خالی در اطراف تهران حدود ۲۰ شهر ساختند و این نشان از توانمندی مردم دارد.

وی تصریح کرد: این مفاهیم از نظر دولت و دانشگاهیان متفاوت است و به همین دلیل ما زبان هم را نمی‌فهمیم. پیران همچنین از رسانه‌ها خواست که مسائل آب را آگاهانه انتقال دهند هرچند خودش از پاسخ‌گویی به خبرنگاران حاضر در نشست، امتناع کرد.

> **سدهایی در سه دهه گذشته ساخته شد و پیامدهای آن خشک شدن دریاچه‌ها، تالاب‌ها، رودها و دشت‌های کشور بود؛ چرا کسی جلوی آن را نگرفت؟**

مشارکت بدون حضور شرکا بی‌معنی است

اندیشکده تدبیر آب ایران با همکاری مرکز بررسی‌های استراتژیک نهاد ریاست‌جمهوری، از مهرماه امسال سلسله نشست‌هایی را در چارچوب«باید درباره آب گفت‌وگو کنیم» برگزار کرده است. در این نشست‌ها و میزگردها، همواره به حکمرانی محلی آب و واگذاری بخشی از مدیریت منابع آب به مردم و نهادهای مردم‌نهاد تاکید می‌شود.

در این میزگرد، عباس سعیدی، استاد برنامه‌ریزی روستایی نیز بازنگری در مفاهیم را لازم دانست و با انتقاد از آمارها و ارقامی که در این نشست‌ها توسط مسئولان بخش آب اعلام می‌شود، افزود: مشارکت بدون حضور شرکا، معنی ندارد. وقتی از مشارکت سخن می‌گوییم باید طرف دیگر یعنی شرکا (مردم و کشاورزان) نیز نماینده‌ای در این نشست‌ها داشته باشند. آنها با واقعیت‌ها سروکار دارند و می‌توانند فضای اجتماعی روستاها را ترسیم کنند.

وی در واکنش به بحران آب در کشور تصریح کرد: پرسش من این است که چرا باید کار را به جایی برسانیم و بحران درست کنیم و سپس در شرایط بحرانی در پی راهکار باشیم؟ این همه سدهایی که در سه دهه گذشته ساخته شد و پیامدهای آن خشک شدن دریاچه‌ها، تالاب‌ها، رودها و دشت‌های کشور بود؛ چرا کسی جلوی آن را نگرفت؟ وقتی به هامون خالی با قایق‌های روستاییان در دل کویر شده آن می‌رسیم آیا نباید بپرسیم که با این منابع آبی چه کرده‌ایم؟

اصلاحات ارضی، برنامه غلطی که ادامه یافت

سعیدی، از عده‌ای که همچنان گناه و تقصیر را به گردن اصلاحات ارضی و برنامه‌های ۵۰ سال پیش می‌اندازند، انتقاد و اظهار کرد: این اصلاحات ارضی هم که صاحب ندارد و هر کسی که از راه می‌رسد لگدی به آن می‌زند. درست است که اصلاحات ارضی یک خطای بزرگ بود اما ما آن را ادامه دادیم.

وی ادامه داد: هنوز یاد نگرفته‌ایم و نمی‌دانیم که در ایران آب و زمین یک عامل تولید است و دو تا نیست. چون مدل‌های غربی را اجرا کرده‌ایم بر اساس الگوهای توسعه‌ای آنها آب و خاک را جدا کردیم، بسیاری از مفاهیم مهم و اثرگذار در این حوزه را از بین بردیم و حتی حقابه‌های کشاورزان و روستاییان را نیز فراموش کردیم. اکنون باید بحران را در این عوامل جست‌وجو و با اقدامات معکوس از ادامه این بحران جلوگیری کنیم.

اقدامات معکوس نتیجه‌بخش است

استاد برنامه‌ریزی روستایی، تخریب آب بندها در آلمان را پس از اتحاد دو آلمان، نمونه یکی از اقدامات معکوس در بخش مدیریت منابع آب برشمرد و افزود: تعادل محیطی باید برقرار شود و با استفاده از علم و دانش در جهان حاضر، می‌توان دست به اقدامات معکوس (تخریب برخی از سدها) زد.

سعیدی، با اشاره به یکی از اهداف این میزگرد، اظهار کرد: مدیریت محلی آب که یکی از اهداف این نشست‌هاست، چگونه باید انجام شود؟ کدام آب را می‌خواهیم به آب بران واگذار کنیم و روستاییان آن را مدیریت کنند؟ جای دور نرویم، در همین نزدیکی دشت ورامین را مثال بزنیم. دشت ورامین از قدیمی‌ترین مناطق کشاورزی و باغداری ایران است و تا چند سال پیش بخش زیادی از سبزی و تره‌بار تهران را تامین می‌کرد اما اکنون ببینید چه فجایعی در روستاهای آن به بار آمده است و حقابه‌های روستاییان چه شد؟ با این وضعیت چگونه از آب بران انتظار مشارکت داشته باشیم؟

وی تاکید کرد: باید نگاهی به عقب بیندازیم و مسیرهای غلط را اصلاح کنیم. ایران با داشتن ۶۵ هزار روستا، حتی یک تعاونی تولید فعال ندارد. وقتی سفره‌های زیر زمینی خالی است و در برخی دشت‌ها تا ۶۰ متر افت آب وجود دارد، در چنین شرایطی می‌خواهیم مشارکت آب بران را شکل دهیم!

۲۸۳ هزار چاه غیرمجاز با برداشت ۶ میلیارد متر مکعب

جواد میبدی، مدیرکل نظام‌های بهره‌وری و حفاظت آب وزارت نیرو، در میزگرد تخصصی«مدیریت محلی آب و نقش نهادهای خود کنترل‌کننده»، نقش وزارت نیرو را در تشکل‌های آب قوی ندانست و افزود: این وزارتخانه در قالب تشکل‌های آب دخالتی ندارد و وزارت جهاد کشاورزی در این زمینه فعالیت دارد، اما با توجه به اهمیت موضوع، وزارت نیرو در قالب همان تشکل‌ها، کارهایی انجام داده است.

وی با اشاره به اجرای طرح احیا و تعادل‌بخشی آب‌های زیرزمینی، از سوی وزارت نیرو در سال ۸۴، گفت: طرح احیا و تعادل بخشی آب‌های زیرزمینی از سال ۸۴ به مرحله اجرا درآمد. ما در هر استان با هدف ایجاد تشکل و مدیریت مردمی در بخش آب کشاورزی، مشاورانی انتخاب کرده و فکر می‌کردیم موضوع به همین آسانی است اما پس از سه سال، این طرح با تصویب قوانینی مسکوت ماند و متوقف شد.

مدیرکل نظام‌های بهره‌وری و حفاظت آب وزارت نیرو، اظهار کرد: تشکل‌هایی که در قالب طرح احیا و تعادل بخشی آب‌های زیرزمینی تشکیل شده بود، خواستار تفویض اختیاراتی در نصب کنتور و غیره شدند و حق هم داشتند. ما موافق آن بودیم اما در عمل موارد قانونی (گرید، تاییدیه و. . .) باعث شد تا نتوانیم به اهدافمان دست یابیم. هرچه تلاش کردیم، موفق به ادامه کار نشدیم.

وی افزود: در دولت هشتم و نهم، طرح تعادل بخشی کمی رشد کرد اما کم‌کم از رده خارج شد و با تصویب قانون طرح و توسعه کشاورزی، طرح تعادل بخشی آب‌های زیرزمینی از رده خارج شد و به این ترتیب چاه‌های غیرمجاز افزایش یافت.

میبدی افزود: در حال حاضر ۴۶۳هزار و ۱۷۲ حلقه چاه مجاز در کشور وجود دارد که حجم برداشت سالانه این چاه‌ها از منابع آب زیرزمینی ۴۹/۷میلیارد متر مکعب است که از این میزان چاه ۳۹۹هزار حلقه برای تامین آب کشاورزی با حجم آب سالانه ۶/۴۲ میلیارد مترمکعب و مابقی چاه‌ها برای تامین آب شرب است.

وی در خصوص تعداد چاه‌های غیرمجاز نیز اظهار داشت: قبل از سال ۸۵ تعداد چاه‌های غیرمجاز ۱۰۳ هزار حلقه بود که به میزان ۴/۸میلیارد مترمکعب در سال آب از منابع زیرزمینی برداشت می‌کردند. در حال حاضر ۲۸۳ هزار حلقه چاه غیرمجاز در کشور داریم که بیش از شش میلیارد مترمکعب آب از منابع زیرزمینی را مصرف می‌کنند.

نظام حکمرانی آب، اقتدار لازم را ندارد

کاوه معصومی، تحلیلگر مسائل اجتماعی در حوزه آب، در میزگرد «مدیریت محلی آب و نقش نهادهای خودکنترل کننده» مشارکت جوامع محلی را تنها راه کنترل مصرف آب در کشور دانست و افزود: نزدیک به دو دهه از پیامدهای زیست‌محیطی و مخاطره‌های کمبود آب در کشور سخن گفته می‌شود و توافق عمومی نیز به وجود آمده اما در راهکارهای خروج از بحران تفاوت نظر وجود دارد. وی با انتقاد از برنامه‌های گذشته مانند اصلاحات ارضی (سال ۴۲)، اظهار کرد: برنامه اصلاحات ارضی، ساختارهای سنتی تولید به‌ویژه نظام‌های بهره‌برداری را به‌شدت تحت تاثیر قرار داد و تیر خلاصی بر سنت‌ها بود.

این برنامه ابتدا ساختارهای سنتی را از کار انداخت و سپس ناپدید کرد. این کارشناس مسائل اجتماعی شرکت مهاب قدس، در ادامه، اجرای قانون اصلاحات ارضی را آغاز دولتی شدن مدیریت آب در کشور برشمرد و افزود: در دوره پس از اصلاحات ارضی با وجود تغییر در ساختارهای کشاورزی و تشکیل کشت و صنعت‌های بزرگ، اقدامی در زمینه سیاست‌گذاری‌های مدیریت سازمان‌های جمعی و گروهی، همچنین ارتقای جایگاه همیاری‌های سنتی انجام نشد. معصومی اظهار کرد: در کشاورزی جدید با به کارگیری موتور پمپ‌های قوی، آب را از عمق به‌سطح زمین آوردند و برخی از پروژه‌های کشاورزی و عمرانی در این دوران به‌شدت طعم سیاست‌ورزی می‌دهد. با بررسی سیر تحولات کشاورزی در ایران درمی‌یابیم که سیاست‌های پرنوسانی در جلب مشارکت آب‌بران، اجرای پروژه‌های آب و خاک و سایر زمینه‌های مرتبط با آب، وجود داشته است.

معصومی ادامه داد: تعاریف دولت، بخش خصوصی و سایر نهادهای موجود در ایران با تعاریف رایج در جهان هم‌خوان نیست و این مجموعه‌ها در کشور، کنشگران مستقل غیرپاسخگویی هستند که اهداف متفاوتی را دنبال می‌کنند. در حال حاضر بخش خصوصی ایران نمی‌تواند از منافع عمومی و مشترک حفاظت کند، بنابراین اگر قصد ساماندهی وضعیت موجود را داریم همه ساختارهای کشور باید بازسازی شود.

وی بازنگری در ساختار نظام حکمرانی آب را یکی از اولویت‌های خروج از بحران دانست و افزود: نظام حکمرانی کنونی، اقتدار لازم را ندارد و بحرانی‌تر شدن وضعیت آب‌های زیرزمینی به‌رغم تلاش‌های انجام شده برای مسائل بخش آب، نشانه نبود اقتدار کافی برای نظام حکمرانی فعلی بخش آب است.

دام

سفر مرغ‌های ایرانی به روسیه منتفی شد

رییس انجمن پرورش‌دهندگان مرغ گوشتی کشور گفت: ما هرگز نمی‌توانیم به روسیه مرغ صادر کنیم، چراکه قیمت تمام شده تولید ما بالاست و توان رقابت با کشوری مانند برزیل را در زمینه صادرات به روسیه نداریم.

به گزارش مهر، محمد یوسفی اظهار داشت: قیمت مرغ طی هفته جاری مقداری بهبود یافته است، چراکه اوایل هرماه قدرت خرید مردم افزایش پیدا می‌کند. وی، قیمت مرغ زنده را بین ۴۲۰۰ تا ۴۳۰۰ تومان (به شکل مدت‌دار) و ۴۱۰۰ تومان (به شکل نقدی) عنوان کرد و گفت: قیمت مرغ آماده به طبخ در مراکز عمده فروشی بین ۵۷۰۰ تا ۶۰۰۰ تومان است، ضمن اینکه بهای این کالا در مراکز خرده‌فروشی در نقاط مختلف شهر متفاوت و از ۵۸۰۰ تا بیش از ۶۰۰۰ هزار تومان متغیر است. یوسفی با اشاره به گفته‌های مسئولان مبنی بر توزیع سبد خانوار، تصریح کرد: با توزیع این سبد قیمت مرغ کاهش پیدا می‌کند، ضمن اینکه مرغ موجود در سبد خانوار یقینا از مرغ‌های ذخیره شده در انبارهای شرکت پشتیبانی امور دام است.

وی در مورد زمان آغاز صادرات مرغ به روسیه اظهار کرد: این صادرات اصلا شروع نخواهد شد. ما هرگز نمی‌توانیم به روسیه مرغ صادر کنیم، چرا که قیمت تمام شده تولید ما بالاست و توان رقابت با کشوری مانند برزیل را در زمینه صادرات به روسیه نداریم.

مجلس

سیب‌زمینی‌ها روی دست کشاورزان ماند

نماینده اردبیل در مجلس از وزارتخانه‌های صنعت و جهاد کشاورزی خواست به داد کشاورزان سیب‌زمینی‌کار اردبیلی برسند.

کمال‌الدین پیرموذن اظهار کرد: در استان اردبیل ۱۱۵ هزار کشاورز سیب‌زمینی‌کار هستند که ۲۰۰هزار تن سیب‌زمینی روی دست‌شان مانده است.

نماینده اردبیل در مجلس افزود: از معاون اجرایی رییس‌جمهور و وزرای صنعت و جهاد کشاورزی می‌خواهم به داد این کشاورزان برسند.

خبر

تنها ۲۸درصد جمعیت در روستاها مانده‌اند

محمدرضا رضوانی، دبیر «همایش ملی چشم‌انداز توسعه پایدار روستایی در برنامه ششم توسعه کشور» گفت: از آنجا که در آستانه تدوین برنامه ششم هستیم، این همایش، چشم‌انداز توسعه پایدار روستایی در برنامه ششم نام‌گذاری شد. وی افزود: آسیب‌شناسی برنامه توسعه روستایی در برنامه‌های گذشته و کسب این موضوع که چشم‌انداز مطلوب در برنامه‌های آینده چیست، از اهداف کلی برگزاری همایش مذکور است.

به گزارش فارس، رییس انجمن جغرافیا و برنامه‌ریزی روستایی ایران اظهار داشت: در ساختار تدوین برنامه ششم انجمن جغرافیا و روستایی برنامه ایران حضور دارد و به همین دلیل سعی کرده‌ایم که جهت‌گیری همایش کسب خروجی مناسب از همایش باشد. رضوانی با اشاره به اهمیت و ضرورت توسعه روستایی گفت: ۲۸.۵ درصد جمعیت کشور یعنی یک سوم جمعیت در مناطق روستایی زندگی می‌کنند. وی با بیان اینکه سهم واقعی جمعیت روستایی کشور حدود ۳۵ تا ۴۰ درصد است، گفت: بسیاری از روستاهای بزرگ کشور تبدیل به شهر شده‌اند، در حالی که هنوز هم کارکرد روستایی دارند. دبیر همایش ملی چشم‌انداز توسعه پایدار روستایی در برنامه ششم توسعه بیان داشت: تعداد شهرهای کشور در سال ۹۳ به ۱۲۴۲ شهر افزایش یافته در حالی که نیمی از شهرهای کشور جمعیتی کمتر از ۱۰ هزار نفر و بیش از یک چهارم از شهرها هم جمعیتی کمتر از پنج هزار نفر دارند. این استاد دانشگاه از حدود ۶۵ هزار آبادی دارای سکنه در کشور خبرداد و گفت: از این تعداد حدود ۳۵ هزار آبادی که جمعیتی بالای ۲۰ خانوار دارد طبق قانون به‌عنوان روستا شناخته می‌شوند. وی گفت: تبدیل نقاط روستایی به شهر نقش موثری در کاهش نسبت جمعیت روستایی داشته و جمعیت روستایی از حدود ۲۲ میلیون در سال ۸۵ به ۲۱ میلیون در سال ۹۰ رسیده است. رضوانی با بیان اینکه تبدیل روستاها به شهرهای کوچک از جمعیت واقعی روستاها کاسته است، گفت: دولت یازدهم روند ارتقای تقسیمات کشوری و تبدیل روستاها به شهرها را متوقف کرده است.

دبیر همایش ملی چشم‌انداز توسعه پایدار روستایی در برنامه ششم توسعه کشور اظهار داشت: تشویق شهرگرایی و رهاسازی روستاها کاری بود که در دولت‌های قبل با تبدیل روستا به شهرها انجام گرفت و این موضوع کار مطلوبی نبود.

اصلاحیه

در شماره ۱۴۶ روزنامه «فرصت امروز»، تاریخ ۵ بهمن ۹۳، در گزارش بی‌آبی و بیابان، تهدید تمدن ایران (صفحه ۷)، در چاپ برخی اعداد و ارقام اشتباهاتی رخ داد که به این وسیله اصلاح می‌شود. در ستون دوم این گزارش در سطر یازدهم، عدد ۶۱۲ میلیارد متر مکعب، ۱۲ میلیارد و در ستون آخر، پاراگراف سوم، میلیارد متر مکعب، میلی متر چاپ شده است.

فرصت امروز
روزنامه اقتصادی - مدیریتی

صاحب امتیاز: مهدی صیافی
مدیر مسئول: محمدرضا قدیمی
شورای سردبیری:
محمدرضا قدیمی، حمیدرضا اسلامی، شهریار شمس مستوفی
چاپ: شرکت رواق روشن مهر توزیع: نشر گستر امروز

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۴۳۳(خط ویژه)
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۴۳۳
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۸۹۶۰۷۴ و ۸۸۸۹۵۴۳۴
سامانه پیامکی: ۵۰۰۰۱۲۴۳
آدرس: میرزای شیرازی، نبش چهارم پلاک ۶۸، طبقه سوم

چهارشنبه | ۸ بهمن ۱۳۹۳ | شماره ۱۴۹ | صفحه ۸

ایمیل: INFO@FORSATNET.IR سایت: WWW.FORSATNET.IR

مصائب آسمان خاک‌آلود جنوب

فرماندار اهواز با اشاره به وقوع پدیده گرد و غبار در سطح شهر گفت: مدارس نوبت بعدازظهر اهواز در تمامی مقاطع تحصیلی تعطیل شده است. اسماعیل ارزانی در گفت‌وگو با ایسنا حوزه خوزستان اظهار کرد: با توجه به بروز پدیده گرد و غبار و شدت این پدیده، هفتم بهمن‌ماه مدارس نوبت بعدازظهر شهرستان اهواز در همه مقاطع تحصیلی تعطیل شده است. به گزارش ایسنا، از ظهردیروز وزش باد شدید و وقوع پدیده گرد و غبار در آسمان اهواز، شهر با موجی از هوای خاک‌آلود مواجه شده است.

۶۲ درصد زنان معتاد متاهل هستند

مدیرکل برنامه‌ریزی و فناوری اطلاعات ستاد مبارزه با مواد مخدر با اشاره به نتایج تحقیقی که در پنج کشور انجام شد، گفت: نیمی از زنان این کشورها طی یک سال گذشته مواد مخدر روانگردان دارویی مصرف کرده‌اند و میزان وابستگی آنان به مواد مخدر در حال افزایش است. به گزارش ایسنا، دکتر سعید قاسمیان در همایش «زنان در مسیر توسعه اجتماعی» افزود: طی مطالعه‌ای که در سال‌های ۸۹ تا ۹۲ انجام شد از نظر شیوع‌شناسی ۲۶ درصد از مصرف‌کنندگان مواد مخدر از ماده مخدر شیشه استفاده می‌کنند و به دلایل اقتصادی ۳۴۸ ماده روانگردان جدید تولید شده است.

وی در ادامه گفت: براساس آمار سال ۲۰۱۲ زنان حدود ۲۲ درصد از جرائم قاچاق و ۲۰ درصد از جرائم مصرف را مرتکب شده‌اند. از سوی دیگر شاهد افزایش روند وابستگی زنان به مواد مخدر هستیم. ۶۲ درصد از زنان مصرف‌کننده متاهل، ۴۱ درصد زیر ۳۵ سال و ۷۱ درصد دارای تحصیلات دیپلم و زیر دیپلم بوده‌اند. بیشتر زنان معتاد، تریاک، شیشه و هروئین مصرف می‌کنند.

قاسمیان با اشاره به تبعات مصرف مواد مخدر گفت: این کار ۶۵ درصد موجب همسرآزاری و ۵۵ درصد طلاق می‌شود.

فیدل: به آمریکایی‌ها اعتماد ندارم و با آنها صحبت نکرده‌ام

فیدل کاسترو در نامه‌ای اعلام کرد: من نه به آمریکایی‌ها اعتماد دارم و نه با آنها صحبت کرده‌ام. به گزارش خبرگزاری فرانسه، تلویزیون دولتی کوبا نامه‌ای را به نقل از فیدل کاسترو، رهبر سابق ۸۸ ساله این کشور منتشر کرد. در این نامه که یک هفته پس از مذاکرات تاریخی کوبا و آمریکا برای عادی‌سازی روابط نوشته شده، آمده است: من به آمریکایی‌ها اعتماد ندارم و با آنها نیز گفت‌وگو نکردم، با این حال حل صلح‌آمیز درگیری‌ها را رد نمی‌کنم. رییس‌جمهوری کوبا گام‌هایی را در راستای اختیاراتش برداشته و این اختیارات از سوی مجلس ملی و حزب کمونیست کوبا به وی اعطا شده است. ما همواره از همکاری و دوستی با تمام مردم جهان و خصوصا دشمنان سیاسی‌مان حمایت می‌کنیم.

باراک اوباما، رییس‌جمهوری آمریکا و رائول کاسترو همتای کوبایی وی در هفدهم دسامبر ۲۰۱۴ اعلام کردند که این دو رقیب جنگ سرد برای عادی‌سازی روابط که از ۱۹۶۱ تیره شده بود، تلاش خواهند کرد. بسیاری از تحلیلگران مستقل انتظار داشتند که رائول کاسترو، رییس‌جمهوری کوبا بدون تایید برادرش اقدامی انجام ندهد.

سکوت فیدل کاسترو این گمانه‌زنی را مطرح کرد که احتمالا وی با از سرگیری روابط دیپلماتیک میان هاوانا و واشنگتن مخالف است. در نامه جدید فیدل کاسترو درخصوص سلامت جسمانی وی صحبتی به میان نیامده است. اخیرا شایعاتی مبنی بر مرگ وی در شبکه‌های اجتماعی منتشر شد. وی در سال ۲۰۰۶ به دلیل بیماری جدی از قدرت کناره‌گیری و آن را به برادرش واگذار کرد.

سازمان آگهی‌ها: ۸۸ ۸۹ ۵۴ ۳۴

شرکت ملی نفت ایران
شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب
شرکت بهره برداری نفت وگاز مارون (سهامی خاص)

شماره مجوز: ۱۳۹۳۶۴۹

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای با ارزیابی کیفی شماره م م م /۹۳/۱۳۲

نوبت دوم

شرکت بهره برداری نفت وگاز مارون در نظر دارد انجام خدمات تحت مناقصه فوق الذکر را طبق شرایط کلی زیر از طریق مناقصه عمومی واگذار نماید.

۱- **شرح مختصر خدمات موضوع مناقصه:** امور تولید نفت وگاز(عملیات تولید و نگهداری و تعمیرات) بر روی چاهها، کارخانجات بهره برداری، نمکزدائی، تاسیسات تقویت فشار و تزریق گاز، گاز وگاز مایع، خطوط لوله اصلی و جریانی، چندراهه ها و شیرگاه های تولید در شرکت بهره برداری نفت وگاز مارون

۲- **مدت و محل اجرای خدمات:** مدت انجام خدمات از تاریخ ابلاغ کتبی کارفرما یکسال ومحل اجرای آن واحدهای عملیاتی شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون می باشد.

۳- **مبلغ برآورد:** برآورد کارفرما برای انجام خدمات بدون احتساب سود سهم مدیریت مبلغ ۵۹/۸۷۰/۳۲۷/۴۰۸ریال می باشد.

۴- **تضمین ها:** توانائی ارائه ضمانتنامه بانکی شرکت در مناقصه به میزان ۱۸۶/۵۰۰/۰۰۰ (یکصد وهشتادوشش میلیون و پانصد هزار ریال) و در صورت برنده شدن تهیه ضمانتنامه انجام تعهدات به میزان ۱۰درصد بار مالی یکساله پیمان براساس قیمت پیشنهادی

۵- **شرایط پیمانکاران متقاضی**

۵-۱ داشتن گواهی صلاحیت معتبر از اداره کل تعاون، کار و رفاه اجتماعی

۵-۲ ارائه مدارکی دال بر دارا بودن خط مشی و نظام مدیریت HSE متناسب با موضوع مناقصه

۶- **محل و زمان، مهلت و نشانی دریافت اسناد مناقصه و تحویل و گشایش پاکات:** تاریخ دریافت اسناد مناقصه ۹۳/۱۲/۳ بمدت دو هفته و محل آن امور حقوقی و قراردادها و تاریخ تحویل پاکات قیمت ۹۳/۱۲/۱۸ و گشایش پاکات ۹۳/۱۲/۱۹ و محل آن کمیسیون مناقصات می باشد. از کلیه مناقصه گران علاقمند و واجد شرایط تقاضا می گردد ظرف مدت حداکثر ۱۰ روز از تاریخ انتشار آگهی نوبت دوم، تقاضای کتبی خود را بهمراه مدارک مشروحه ذیل به آدرس اهواز، کیلومتر ۱۲جاده اهواز- بندر امام، بعد از سه راهی صنایع فولاد سمت چپ، شرکت بهره برداری نفت وگاز مارون ساختمان شماره یک ، امور حقوقی و قراردادها ، اتاق ۷ بطور حضوری تحویل و فرم ارزیابی کیفی دریافت نموده و حداکثر ظرف مدت ۱۴ روز آنرا تکمیل و به آدرس فوق تحویل نمایند. (در صورت عدم تکمیل و اعاده مدارک ارزیابی کیفی درخواست متقاضی مورد بررسی قرار نخواهد گرفت).

- اساسنامه
- آگهی تاسیس شرکت با آخرین تغییرا ت
- پیمانهای اجرا شده با گواهینامه پایان کار و فرم ارزشیابی و مفاصا حساب از تامین اجتماعی
- مدارک مثبته ISO,HSE

لازم به توضیح است پس از بررسی مدارک و مستندات ارسالی (که در مراجع ذیصلاح برابر با اصل شده باشد)، اسناد مناقصه به متقاضیان واجد شرایط تحویل داده خواهد شد.

در صورت نیاز به اطلاعات بیشتر متقاضیان می توانند با تلفن ۳۴۴۳۴۰۶۸-۰۶۱ تماس حاصل فرمایند.

www.nisoc.ir http://mogpc.nisoc.ir

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۳/۱۱/۵
تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۳/۱۱/۸

۱۰۵

روابط عمومی شرکت بهره برداری نفت وگاز مارون

سیاست

احتمال لغو روادید ایران و روسیه

سفیر ایران در مسکو از احتمال لغو روادید دو کشور در آینده نزدیک خبر داد. مهدی سنایی، سفیر ایران در روسیه در گفت‌وگو با خبرگزاری ریانووستی روز سه‌شنبه اعلام کرد که مسکو و تهران به دنبال رژیم لغو روادید میان تجار و گردشگران هستند. او گفت: برای تجار ما اخذ روادید برای سفر به روسیه به‌خصوص روادید بلندمدت دشوار است اما ما خوشحال هستیم که وزرای کشورمان در سال ۲۰۱۴ بر لغو رژیم روادید به‌خصوص برای تجار و گردشگران توافق کردند.

تیتر اخبار

- حوثی‌های یمن برای تشکیل «شورای ریاست‌جمهوری» متشکل از نمایندگان تمام احزاب یمنی آماده می‌شوند.
- گروه تروریستی داعش در پیامی خواستار انجام حملات بیشتری در اروپا شد.

رییس‌جمهوری آمریکا سه‌شنبه برای ادای احترام به پادشاه عربستان به ریاض رفت

جامعه

۱۰ درصد جمعیت کشور زیر خط فقر شدید هستند

بایزید مردوخی، مشاور وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی در همایش «زنان در مسیر توسعه اجتماعی» گفت: در کشور ما برخی زنان کارتن‌خواب هستند و باید به آنان توجه کرد. ۱۰درصد جمعیت کشور زیر خط فقر شدید هستند بنابراین ما ناگزیر هستیم این گروه را در اولویت قرار دهیم. به گزارش ایسنا، مردوخی در ادامه به تدوین‌کنندگان برنامه ششم توسعه پیشنهادهایی داد و گفت: تضمین آموزش‌وپرورش رایگان زنان تا پایان دوره متوسطه، برگزاری دوره‌های مهارت‌آموزی با هدف ورود زنان به بازار کار، تهیه برنامه اشتغال کامل برای زنان متقاضی کار در بخش خصوصی، پوشش کامل جمعیت زیر فقر مطلق از طریق اجرای برنامه‌های توانمندسازی و تهیه طرح جامع توانمندسازی جوانان به‌ویژه دختران از جمله این پیشنهادهاست.

تیتر اخبار

- دولت با مجموع کارمندان بازنشسته و مشغول به کار در دستگاه‌های اجرایی کشور به ۸.۵ میلیون نفر حقوق پرداخت می‌کند.
- وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی نسبت به تجاری شدن طبابت در کشور هشدار داد و گفت: نوک پیکان این تجارت از دارو شروع می‌شود.

ناهید خداکرمی، رییس انجمن علمی مامایی ایران گفت: متاسفانه تعرفه زایمان طبیعی به‌گونه‌ای تعریف شده که بیشترین نفع به سود پزشک متخصص زنان و زایمان است

فرهنگ

واتسون، دلبر «دیو و دلبر»

به گزارش ورایتی، اما واتسون بریتانیایی به عنوان بازیگر نقش اصلی نسخه جدیدی از انیمیشن «دیو و دلبر» ظاهر می‌شود. واتسون این خبر را دوشنبه در صفحه فیس‌بوکش اعلام کرد. کمپانی دیسنی نیز دیروز اعلام کرد قصد ساختن مجدد این انیمیشن را این بار به صورت فیلم واقعی دارد. واتسون تایید کرد که در نقش «بل» یعنی نقش دلبر ظاهر می‌شود. او همچنین نوشت این انیمیشن بخش بزرگی از خاطراتش در دوران کودکی را تشکیل می‌داد و او این را خیلی فراواقعی می‌بیند که بخواهد در نقش این شخصیت کارتونی ظاهر شود. او نوشته است: مثل اینکه وقت درس آواز گرفتن رسیده است. ورایتی همچنین نوشته است کار تهیه این فیلم از اواخر ۲۰۱۵ کلید می‌خورد، اما هنوز زمانی برای اکران آن تعیین نشده است.

تیتر اخبار

- حسین سناپور می‌گوید: هنوز به اعتراض‌های او به توقیف یکی از کتاب‌هایش (با نام نیمه غایب) پاسخ داده نشده است.
- زاون قوکاسیان، منتقد و صاحب‌نظر سینمای ایران که مدتی در بیمارستانی در «اتریش» تحت درمان بود، ۷ بهمن‌ماه به ایران بازگشت.

به گفته عکاس‌های مهر، دختربچه سوژه عکس‌ها که در تئاترهای خیابانی دیده می‌شود، گل‌فروشی است که وقتی تئاترهای خیابانی اجرا می‌شوند به تماشا می‌آید

ورزش

خریداران سرخابی باید ۷۰۰میلیارد بدهند

هاشم ساعدی، معاون پیشین باشگاه استقلال در مورد رقم‌هایی که باید از سوی خریداران برای در اختیار گرفتن استقلال و پرسپولیس پرداخت شود، گفت: خریداران باید طی دو سال ۲۹۰ میلیارد تومان پرداخت کنند. ۶۰ میلیارد هم باید هزینه باشگاه کنند که در مجموع می‌شود ۳۵۰ میلیارد تومان. میانگین این رقم سالی نزدیک به ۱۲۰ میلیارد تومان می‌شود که باید تامین شود. در مجموعه خریداران باید برای این دو باشگاه در دو سال حداقل ۷۰۰ میلیارد تومان هزینه کنند.

تیتر اخبار

- عباسی، سرپرست باشگاه تراکتورسازی تبریز می‌گوید: اخبار مربوط به حضور نیافتن آندرانیک تیموریان در این تیم برای نیم‌فصل دوم لیگ برتر صحت ندارد.
- عبدالزهرا، بازیکن تیم ملی فوتبال عراق تاکید کرد، حتی اگر یک میلیارد دلار هم به او بدهند دیگر هیچ‌گاه به فوتبال ایران بازنمی‌گردد.

تیم ملی فوتبال استرالیا با پیروزی مقابل امارات در مرحله نیمه‌نهایی رقابت‌های جام ملت‌های آسیا به فینال این مسابقات راه یافت

کامل ترین سبد محصول نرم‌افزاری در ایران

پگاه سیستم
شرکت مهندسی نرم‌افزار
www.pegahsystem.com

انتخابی هوشمندانه

نرم افزارهای : مالی ، بازرگانی ، بهاء تمام شده ، CRM ، خدمات پس از فروش ، ایزو ، برنامه ریزی تولید، PM ، اتوماسیون اداری و... با رویکرد ERP ویژه شرکت های بزرگ و متوسط
نرم‌افزارهای برند تابلو ویژه شرکت های کوچک
نرم افزار ویژه فروشگاهی

یازده سال حضور موفق و همگامی موثر با تلاشگران عرصه کسب و کار

۸۸ ۹۳۰ ۳۲۰
www.PEGAHSYSTEM.com

آیین نامه

الزام قانونی اقدام کردن تامین‌کنندگان مطابق رویه حرفه‌ای

محمد نفر
کارشناس حقوق

مـاده (۵۶) قانون تجارت الکترونیکی این الزام را برای تامین‌کنندگان پیش‌بینی کـرده که در تبلیغات درباره کالاها و خدمات خود، براساس رویه حرفه‌ای عمل کنند. از این رو تامین‌کنندگان باید در تبلیغات مزبور اطلاعاتی را در اختیار مصرف‌کنندگان و مخاطبان تبلیغ قرار دهند که به نوعی مورد نیاز مصرف‌کنندگان است و در حرفه موردنظر با عنایت به ویژگی‌های کالاها و خدمات حائز اهمیت است و به صورتی شفاف و روشن اعلام می‌شود.

در حرفه‌هـای مختلف و برای عرضه کالاها و خدمات گوناگون عرف‌های تجاری خاصی وجود دارد که حسب مورد برای عرضه و فروش کالاها و خدمات به کار می‌رود، چنان کـه درباره عرضـه دارو یا موادغذایـی موردنیاز مصرف‌کنندگان اطلاعاتی مانند نکات تجویز شده برای استفاده از داروی مزبور یا عوارض احتمالی و مخاطرات ناشی از استعمال آن یا عناصر و ترکیبات به کار رفته در موادغذایی مورد تبلیغ اعلام می‌شـود و به صورت‌هایی متناسب با ویژگی‌های هر فرآورده دارویی یا موادغذایی عرضه شده، در اختیار مصرف‌کنندگان قرار داده می‌شود. در این ماده قانون‌گذار اصطـلاح رویه حرفه‌ای را بدون استفاده از قیدی مانند موجود به کار برده است. این اقدام موجب شده است ماده مورد نظر از صراحت و دقت لازم برای بیان مقصود قانون‌گذار برخوردار نشود و به تفسیر نیازمند باشـد. افزون برآن اصولا در حرفه یا صنفی که به تبلیغات الکترونیکی مبادرت می‌کند با تکرار برخی از اقدامات رویه خاصی در عمل ایجاد می‌شود که از سوی صاحبان حرفه‌ها یا اصناف مربوط پذیرفته می‌شود و از آن برای پرداختـن به فعالیت‌های خود بهره می‌گیرند. بنابرایـن ضرورت دارد بـرای رفع ابهـام در این زمینه اصطـلاح رویه حرفه‌ای به کار رفته در این ماده با کلمه موجود مقید شـود، زیرا رویه‌ای که در یک حرفه ایجاد نشده باشد یا به آن مربوط نباشد و از سوی افراد شاغل در حرفه موردنظر پذیرفته نشود، نمی‌تواند در موارد مقتضی مورد استناد قرار گیرد یا از آن استفاده شود.

براسـاس قسـمت اخیر مـاده (۵۵) قانـون تجارت الکترونیکی و بند ب ماده (۷۹) این قانون، ضوابط تبلیغات در آیین نامه‌ای که به پیشنهاد وزارتخانه‌های بازرگانی و فرهنگ و ارشاد اسلامی و سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور تهیه شده و به تصویب هیات وزیران خواهد رسید، تعیین خواهد شد. شـایان ذکر است آیین‌نامه اجرایی مورد نظر تاکنون به تصویب نرسیده و لازم الاجرا نشده است. از این رو، ضوابط ناظر بر تبلیغات که برای اجرای ماده ۵۶ قانون تجارت الکترونیکی کشور باید مورد توجه قرار گیرد، مشخص نیست. گرچه ضوابط ناظر بر تبلیغات در تجـارت الکترونیکی در آیین‌نامـه اجرایی مورد نظر مشخص و اعلام می‌شود، اما برای پیشگیری از ابهام در پی‌بردن به مقصود قانون‌گذار و رفع اختلافات در دعاوی احتمالی درباره تبلیغات و بازاریابی در تجارت الکترونیکی ضرورت داشت برخی از اصول و استانداردهای موردتوجه در تبلیغـات از دیـدگاه قانون‌گذار تعیین شـود. چنان کـه ماده (۵۱) این قانون ممنوعیـت به خطر انداختن سـلامت افراد را در تبلیغ از سوی تامین‌کنندگان مقرر داشـته اسـت. این اصول بایـد در حیطه‌های تبلیغات برای تمام مصرف‌کننـدگان و مخاطبان عام تبلیغات و همچنین تبلیـغ برای مخاطبان خاص مانند کودکان و بیماران به روشـنی تعیین و اعلام شـود و تعیین موارد جزئی در تدوین آیین‌نامه‌های اجرایی مربوط مورد توجه قرار گیرد تا در تولید تبلیغات در تجارت الکترونیکی از سـوی تامین‌کنندگان و شرکت‌های عهده‌دار طراحی و تهیه تبلیغات رعایت شـود. برخی از اصول قابل ذکر در این موارد عبارتند از: لزوم صادقانه بودن تبلیغات و پرهیز تامین‌کنندگان از استفاده از تمهیدات فنی و شیوه‌های رایج برای تاثیرگذاری بر ضمیر ناخودآگاه مخاطبان‌عام یا مخاطبان نیازمند حمایت‌های خاص مانند کودکان، بیمـاران و کودکان و القا کردن تصورات غیرواقعی مورد نظر خود در آنان نسبت به کالاها و خدمات مورد تبلیغ؛ تاکید بر کالا یا خدمات موردنظر، متناسب با اهمیت آن و خودداری از مقایسـه محصولات تولید شده در کشور با انواع مشـابه خارجی و پایین‌تر جلـوه دادن کیفیت محصولات داخلی.

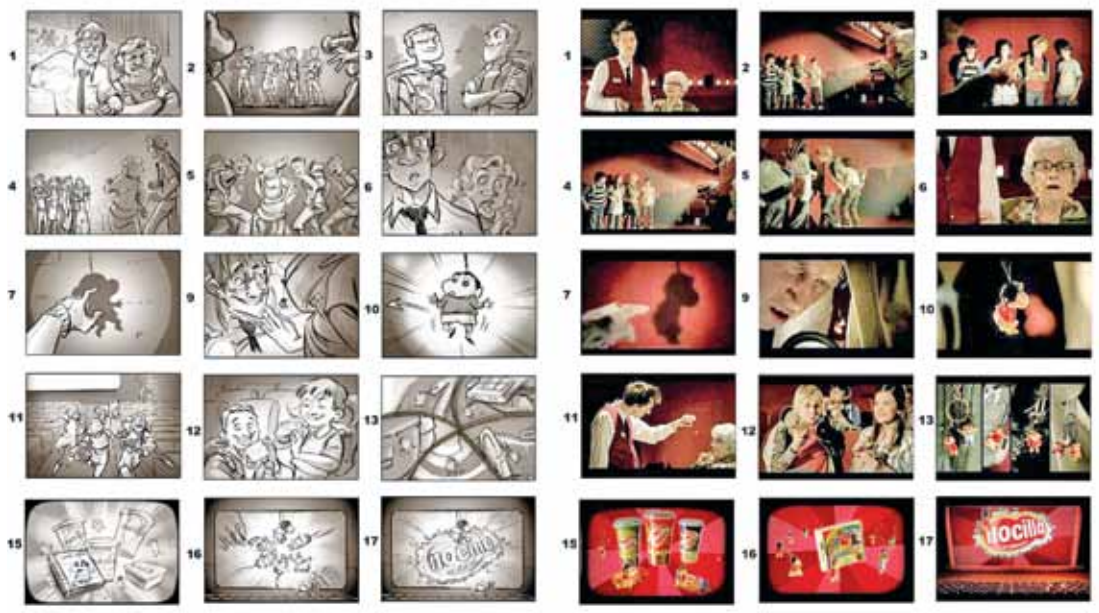
قواعـد کلی ناظر بر تبلیغات در بـازار فیزیکی مانند ممنوعیت طـرح ادعاهـای غیرقابل اثبـات و مطالب گمراه‌کننده در آگهی‌های تبلیغاتی، خودداری از تبلیغات فریبکارانه و لزوم اطلاع‌رسانی مناسب به مخاطب برای تبلیغات در فضای مجازی نیز قابل اسـتفاده است. اما با عنایت به ویژگی‌های فضای مجازی و استفاده از این فضا برای انجام تجارت الکترونیکی و تفاوت‌های تبلیغات در فضای مجازی با تبلیغات در دنیای واقعی، علاوه بر استفاده

از قواعد کلی مزبور، وجود مقررات خاص درباره تبلیغات در فضای مجازی و مشـخص کردن و تصویب ضوابطی معین برای رفع مشکلات ناشی از تبلیغات درباره کالاها و خدمات در فضای مجازی ضرورت دارد تا با اعمال آنها پوشش مناسبی برای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان ایجاد شـود و اقامه دعوا از سـوی زیان‌دیـده و جبران خسارت‌های وارد شده به مصرف‌کننده در صورت لزوم امکان‌پذیر شـود. زیرا پوشـش حمایتی ایجادشده در مقررات ناظر بر تبلیغات در محیط فیزیکی، برای حمایت از مصرف‌کننده در محیط مجازی وافی به مقصود نیست و نمی‌تواند تمام مخاطرات ایجاد شـده در این محیط را برای مصرف‌کنندگان در برگیرد. نمونه قابل ذکر در این زمینه تبلیغات ناخواسته است که با استفاده از امکانات موجود در محیط مجازی برای مصرف‌کنندگان ارسـال می‌شود و در مواردی حریم خصوصی مصرف‌کننده از این طریق نقض می‌شـود. در شرایط کنونی و قبل از تدوین و لازم الاجرا شـدن مقررات تکمیلی درباره تبلیغات در فضای مجـازی، برای اتخاذ تصمیـم در موارد مقتضی استناد به عرف، بهره‌گیری از رویه‌های حرفه‌های موجود و اظهارنظر کارشناسان صالح را می‌توان توصیه کرد.

نقدی بر کمپین تبلیغات چاپی اپراتور تلفن‌همراه

کمیک‌استریپ اما بدون خواننده!

نرگس فرجی



میان شـرکت‌های تبلیغاتی داخلی و شـرکت‌های خارجـی یـک وجـه تمایز مهـم وجـود دارد. تمایز اصلی آنها این اسـت که شرکت‌های داخلی دائم به فکر پاک کردن صورت‌مسئله به‌جای حل مسئله هستند، درحالی‌که رقبای خارجی همیشه به دنبال یافتن راه‌حل‌هـای جدید برای حل مسـئله می‌گردند. همین وجه‌تمایز باعث شده که شـرکت‌های تبلیغاتی داخلی دائم به فکر استفاده از سبک‌ها و رسانه‌های تبلیغاتـی جدیـد باشـند. آنهـا فکر می‌کنند که با استفاده از این شیوه‌های جدید، تاثیـر پیام تبلیغاتی‌شـان بر مخاطب بیشتر خواهد شد. درحالی‌که این نکته را درنظر نمی‌گیرند که باید از این شـیوه‌ها خلاقانه استفاده کنند و اگر در به‌کار بردن آنها درست عمل نکنند، نه‌تنها رسـانه موردنظر کاربرد اصلی‌اش را از دسـت خواهد داد، بلکه پیام‌های آنها نیـز تاثیری برمخاطب نخواهد گذاشت.

این روزها همـراه اول برای معرفی خدمت «نوترینو» از سـبک تبلیغاتی کمیک‌استریپ اسـتفاده کرده است. سبکی که به‌ندرت در تبلیغات داخلی به‌کار مـی‌رود و مخاطبان خاص خود را دارد. قبل از این اپراتور، شرکت‌های دیگـری نیـز از این شـیوه تبلیغاتی اسـتفاده کرده بودند که مانند هزاران آگهی اکران شده از بازخورد آن توسط مخاطبان اطلاع دقیقی در دسـترس نیسـت. به همـراه سـیدعبدالکریم موسـوی، طراح گرافیک که سـابقه طولانی در طراحی آگهی‌های تجاری دارد، به بررسـی آگهی جدید نوترینو پرداخته‌ایم.

بهترین رسانه برای کمیک‌استریپ

عبدالکریـم موسـوی در مـورد رسـانه‌هایی کـه بایـد بـرای اکـران کمیک‌استریپ استفاده‌شوند، می‌گوید: کمیک‌استریپ به‌طور کلی جایگاهش در بیلبورد نیسـت. از بیلبورد به‌عنوان یـک رسـانه در تبلیغـات انتظـارات دیگری وجود دارد و برای آن چارچوب مخصوصی تعریف شـده اسـت. متن، فونت و زمان اسـتفاده شده در بیلبورد مهم و متفاوت از دیگر رسانه‌هاسـت. در مـورد بیلبـورد بایـد ایـن نکته را درنظـر گرفت که نزدیک به ۸۰ درصد مخاطبان آن سـوار بر ماشین هستند، پس بایـد بـه چنیـن مخاطبانی در فاصله زمانی کم، اطلاعات رسـاند. در کمیک‌استریپ داستانی روایت می‌شود؛ داسـتانی کـه مخاطـب آن را دنبال می‌کند، پس بحث زمان و دنبال کردن داستان کمیک‌استریپ توسط مخاطبان اهمیت دارد. حال اگر شرکتی بخواهد از آگهی تبلیغاتی با سبک کمیک‌استریپ در بیلبورد استفاده کند، باید مخاطبان را مجبور کند که در یک زمان مشخص مجددا از مقابل بیلبورد موردنظر عبور کنند، البته هنگام عبور مخاطبان باید وقـت بگذارند و ادامه داسـتان آگهی کمیک‌اسـتریپ را هـم بخواننـد. به نظرم اسـتفاده از این سـبک تبلیغات در بیلبورد مانند نام کمیک‌اسـتریپ بـرای مخاطب طنزگونـه خواهد بود. واقعـا اتفاق کمیکی می‌افتد اگر آگهی کمیک‌اسـتریپ روی بیلبورد استفاده شود. بهترین رسانه استفاده شده برای این سـبک تبلیغات، رسانه‌های چاپی و مطبوعات اسـت. با توجـه به میزان اسـتفاده از سـبک کمیک‌استریپ در مطبوعات و کتاب‌های منتشـر شـده امـروزی، می‌تـوان نتیجـه گرفت که اسـتفاده از این سـبک درحال‌حاضر محدود است. براین اساس، مخاطب این سبک نیز محدود خواهد بود. درنتیجه نمی‌تـوان گفـت که چه درصـدی از مخاطبـان از این آگهی دیدن خواهند کرد و آیا این آگهی موفقیت‌آمیز خواهد بود یا نه. ولی این سـبک تبلیغات یک ویژگی خـوب دارد و آن درگیر کردن مخاطب در زمان طولانی‌تر اسـت. اگر دقت کرده باشـید، در شیوه‌های دیگر تبلیغـات مخاطب یـک لحظه درگیر پیام می‌شود و بلافاصله ارتباط او با پیام قطع می‌شود، همین علت، باعث تکرار آگهی‌های تبلیغاتی توسط سازندگان آنها می‌شـود. پیـام تبلیغاتـی آنقدر تکرار می‌شـود که تا حدودی در ذهن مخاطبان باقی بماند. بنابراین تبلیغات ذاتا به این نیاز دارد که تکرار شود. حال اگر آگهی تبلیغاتی به‌صورت داستان یا یک فیلم روایت شود در ذهن مخاطب ماندگارتر خواهد شد.

تداومی خوشایند برای آگهی

موسوی درباره شیوه ادامه‌دار کردن آگهی همـراه اول می‌گوید: در انتهای این آگهی آمده این داستان ادامه دارد. چگونگی ادامه دادن این آگهی بسیار مهم است. بخش اول این آگهی مانند قسمت اول یک سریال است. قسمت اول سریال باید به‌گونه‌ای ساخته شود که مخاطب انگیـزه لازم را برای ادامه دادن داشـته باشـد. اگر در قسـمت اول ضعیف عمل شـود و کشش لازم برای قسـمت‌های بعدی ایجاد نشود، سـریال هرچقدر هم از ساختار قوی برخوردار باشـد، نمی‌تواند مخاطب را برای دیدن بخش‌هـای بعدی جذب کنـد. حال اگر بخواهـم در مورد این آگهی به‌طور خاص صحبت کنم، باید بگویم قسمت اول این کمیک‌استریپ، متن بسـیار پراکنده‌ای دارد. ادبیاتی که در ایـن آگهی به‌کار رفتـه و قرار اسـت یک داسـتان را روایـت کند، بسیار ادبیات نامنظم و ضعیفی است، برای مثال به بخشی از عبارتی که در این آگهی اسـتفاده شده، دقت کنید: «سرعتی بی‌نظیر برای تفریح، ارتباط و انجام کارهای مختلف در زمانی کوتاه، همیشه و همه‌جا!» این عبارت نثر یک داستان نیست. مخاطب با خواندن این عبارت قرار اسـت قصه‌ای را بخواند و درگیر یک داسـتان شود، درحالی‌که ایـن عبارتی تبلیغاتی اسـت که انگار برای یک تیزر تلویزیونی نوشـته شده است. این عبارت بیشتر به‌صورت یک شعار تبلیغاتی و تعریف یک محصول نوشته شده است، درحالی‌که نباید در بخش اول کمیک‌استریپ به این شکل عمل کرد.

این کارشـناس در ادامـه می‌گوید: البته عبارات اسـتفاده شـده در این آگهـی فقـط به ایـن دلیل کـه نثر داسـتانی ندارنـد، ضعیف نیسـتند. آنهـا از لحاظ دسـتوری و قواعد زبان فارسی نیز دچار مشکل هستند. برای مثـال عبـارت «از اون روز به بعد من قدرتی ویژه پیدا کردم». هر ویراسـتار ساده و غیرحرفه‌ای متوجه این موضوع خواهد شـد که در جمله «من قدرت ویژه پیدا کردم»، در فعل «کردم» واژه

«من» مستتر است و نیازی به آوردن مجدد مـن در جمله نیسـت؛ یعنی عبارت درسـت این اسـت: از اون روز به بعد قدرت ویژه پیدا کردم. علاوه بر این موضوع، اگر در کمیک‌استریپ‌ها دقت کرده باشید، مخاطب به‌گونه‌ای بـرای خوانـدن راحت‌تـر داسـتان هدایت می‌شـود. درحالی‌کـه در این آگهـی نـه شـماره‌گذاری مشـاهده می‌شود و نه مخاطب می‌تواند ترتیب جمـلات را به‌خوبی تشـخیص دهد، درنتیجه مخاطب باید چندین‌بار این کمیک‌اسـتریپ را بخوانـد تا بالاخره متوجه شود که تصویر اول و دوم کدام اسـت. معمولا در کمیک‌اسـتریپ‌ها عبارات داسـتانی رونـدی از چپ به راسـت یا از راسـت به چپ دارند یا از شـماره‌گذاری برای هدایت مخاطب استفاده می‌شود.

اطلاعات لورفته در آگهی

این طراح دربـاره روند حرکتی این آگهی می‌گوید: در این آگهی از خدمات نوترینو صحبت شده است، درحالی‌که با اکران همزمان این آگهی در سـایت این اپراتور یا سایت‌های مختلف دیگر، درباره نوترینو توضیحات مفصلی داده شده است. بنابراین آوردن نام اپراتور و خدمت نوترینو در قسمت اول آگهی، جذابیت کمیک‌استریپ و داستان گونه بودن آن را از بین برده اسـت. در این حالت دیگر مخاطب داستان را دنبال نمی‌کند چون به این نتیجه می‌رسـد کـه با ایـن آگهی داسـتان جذابی را دنبال نخواهد کرد و در این آگهی نیز همـراه اول مانند مابقی آگهی‌ها قصد تبلیغ خود را دارد یعنی سازندگان این آگهی در همان قسـمت اول داستان اصلی را لو داده‌انـد، درحالی‌که نباید در کمیک‌اسـتریپ رو بازی کرد و به مخاطـب همه اطلاعـات را در همان بخش اول داد. باید با آوردن نام نوترینو سـوالی در ذهن مخاطـب ایجاد کرد یعنی باید این آگهی آنقدر سوال‌برانگیز باشـد کـه مخاطـب بـرای خواندن بخش‌هـای بعدی هیجان‌زده شـود، درحالی‌کـه این آگهی نه‌تنها سـوالی در ذهن مخاطب ایجاد نمی‌کند بلکه مخاطب با دیدن آن به‌راحتی می‌تواند با سـرچی در گوگل اطلاعات لازم را درباره نوترینو به‌دسـت آورد و نیاز به همراهـی با این آگهی نـدارد. به نظر می‌رسد سـازندگان این آگهی خیال می‌کنند کسی که روزنامه می‌خواند با اینترنت یا تلویزیون سروکار ندارد. این سوال را باید از طراحان آگهی پرسید که چگونه می‌خواهنـد یک موضوع لورفته را به‌صورت داسـتان ادامه‌دار به مخاطب منتقل کنند؟ برای مثال وقتی می‌خواهند برای تبلیغ خودرو یک فیلم سینمایی بسازند، در بخش تعقیب و گریز فیلم از ماشین‌های بنز یا بی‌ام‌دبلیو استفاده می‌کنند. همین حرکت بزرگ‌ترین تبلیغ برای خودرو محسـوب می‌شـود. اینکه از ابتدای فیلم از خودرو صحبت شـود داستان را تحت‌الشـعاع خود قرار می‌دهد و برای مخاطب جذابیتی ندارد. درمورد این آگهی نیز به همین شـکل است و باید داستان جذاب شروع شود. در نهایت ارتباطی نیز با همراه اول و این خدمت برقرار شـود. بـه نظرم هیچ مخاطبی بـا توجه به روند این آگهی ترغیب بـه خواندن بخش‌های بعدی آن نخواهد شد.

اول طرح، بعد ساختن داستان

موسـوی درباره طراحی این آگهی می‌گوید: طراحـی و رنگ‌آمیزی این آگهی تاحدودی قابل قبول اسـت. از لحاظ طراحی گرافیک و ترکیب رنگ به نظر خوب است و طرح آگهی شلوغ نیست که این نکته‌ای مثبت محسوب می‌شود. به نظرم در این آگهی بیشتر به طراحی و رنگ‌آمیزی بها داده شده و به قالب اصلی کمیک‌استریپ کمتر پرداخته شده اسـت. این شرکت باید بداند که کمیک‌اسـتریپ اساسـا در خدمت داسـتان و روایت است یعنی برای داسـتان باید تصویرسازی شود نه اینکه ابتدا تصویری بکشـید و بعد دو جمله بنویسید و به راحتی بگویید که این آگهی سـبک کمیک‌استریپ به خود گرفته اسـت. به نظرم شرکت سازنده این آگهی فقط به خاطر اینکه می‌خواسـته فعالیت تازه‌ای در عرصه تبلیغات انجام دهد به سراغ این شیوه تبلیغ رفته است. درحالی‌که این سبک تازه‌ای نیست و نزدیک به ۵۰ سال در کشور ما سابقه دارد. این سبک از دهه ۴۰ وارد ایـران شـده و زمانی نیز در اوج خود بوده است؛ برای مثال کانون پرورش فکری و دیگر سازمان‌ها به آن مفصل پرداخته‌اند. بنابراین این آگهی و این سبک کمیک‌استریپ برای نسل گذشـته حس نوسـتالژیک به همراه خواهد داشت. شـاید برای نسل‌های امـروزی که کمتر با کمیک‌اسـتریپ سـروکار داشـته‌اند، ایـن آگهـی تازگی‌هایی داشته باشد.

تبلیغات خلاق

آگهی: یخچال فریزر چنددره LG- شعار: وقتی مجبورید سرعت عمل داشته باشید

ایستگاه تبلیغات

لباس‌هایی که از نبود اتوی تفال شاکی می‌شوند

جان‌بخشـی به اشـیا، یکی از جذاب‌ترین کارهایی اسـت کـه در تبلیغـات انجام می‌شـود و ایـن کار جالب همیشـه توانسـته روی مخاطبان تاثیر مثبت گذاشـته و نتایـج جالبـی را به جای بگـذارد. اخیرا برند مشـهور تفال که در زمینـه تولید و عرضه لوازم خانگـی بـه فعالیـت می‌پردازد، در فرانسـه دسـت بـه راه‌انـدازی یک کمپیـن تبلیغاتـی زده که نکته اصلـی ایـن کمپین همیـن موضوع جان‌بخشـی به اشیا است.

تفـال از مخاطبانـش می‌خواهد که بـه لباس‌های خـود احترام بگذارند و برای از بین بردن چروک‌های موجود روی لباس‌های‌شـان اتوی مناسب را انتخاب کنند. در غیراین صورت لباس شـاکی شده و با همان اتوی نامناسب حساب صاحبش را کف دستش خواهد گذاشت.

به گـزارش دنیای تبلیغات، ایـن کمپین تبلیغاتی بـه کمک آژانس تبلیغاتـیPublicisConseil، در پاریـس راه‌اندازی شـده و تا به امروز توانسـته نظر خیلی از فعالان حـوزه تبلیغات و بازاریابی را به خود جلب کند.

بازاریابی مجانی

رهبری هزینه در شرکت‌های بزرگ

هدی رضایی

هنگامی که زمان بازاریابی کسب‌وکارها فرامی‌رسد، سه استراتژی عمومی می‌تواند مورد استفاده قرار بگیرد: تمرکز، تفکیک و رهبری هزینه. در حالی‌که استراتژی رهبری هزینه می‌تواند بسیار موفقیت‌آمیز باشد، اعمال آن نیز می‌تواند دشوار باشد. این استراتژی شامل بازاریابی محصولات شرکت شما با ارزان‌ترین منبع ممکن برای خدمات و کالاهاست؛ به این معنا که شما به کاهش دادن هزینه‌ها و صرفه جویی نیاز دارید. با نظر به مثال‌های شرکت‌هایی که این استراتژی را به طور موفقیت‌آمیز به کار گرفتند، شما می‌توانید مزایای حاصل از آن را برای بازاریابی کسب‌وکارتان مستقیما شاهد باشید.

وال مارت

کارخانه وال مارت این استراتژی قیمت‌های پایین روزانه را برای جذب مشتریانش با موفقیت اعمال کرد. ایده قیمت‌های پایین روزانه برای محصولاتی که پایین‌تر از مبنای قیمت رقبا بودند، به جای متکی بودن بر فروش بود. وال مارت توانست به سبب زنجیره تامین کافی و مقیاس بزرگش به این موفقیت دست یابد. آنها محصولات را از تامین‌کنندگان محلی با قیمت ارزان یا بازارهای خارجی با دستمزد کم می‌خریدند. این کار به شرکت اجازه می‌داد که اقلامش را با قیمت پایین بفروشد و در حجم بالا به سود قابل‌توجه برسد.

مک دونالد

صنعت رستوران‌داری به بازده حاشیه سود کم معروف است، حاشیه سودی که می‌تواند رقابت با استراتژی‌های بازاریابی رهبری هزینه را دشوار سازد. مک دونالد با پیشنهاد غذاهای فست فود با قیمت کم توانست در این استراتژی موفق عمل کند. آنها قادر بودند از طریق تقسیم کار قیمت‌ها را پایین نگه دارند. تقسیم کار به آنها اجازه می‌داد تا افراد بی‌تجربه را آموزش داده و به جای آشپزهای ماهر که دستمزد بالا طلب می‌کنند، استخدام کنند.

ایکیا

شرکت IKIA سوئد می‌تواند الگوی بسیار با ارزشی برای این استراتژی باشد؛ شرکتی که در یک کشور ۱۰ میلیون نفری است. این شرکت با استراتژی رهبری در هزینه و قیمت پایین، توانسته است ۲۹۶ فروشگاه در ۳۶ کشور جهان دایر کند. ایکیا با پیشنهاد مبلمان ارزان قیمت اما شیک به مشتریان توانست انقلابی در صنعت مبلمان ایجاد

کند. ایکیا قادر است با منبع‌یابی محصولاتش در کشورهای با دستمزد پایین و پیشنهاد سطوح اولیه خدمات قیمت‌هایش را پایین نگه داشته و در بازاریابی موفق باشد. ایکیا مبلمان را گردآوری یا انتقال نمی‌داد، مشتریان باید آنها را از انبارها جمع‌آوری و در خانه خودشان جمع می‌کردند. در حالی‌که این کار نسبت به خرده‌فروشی سنتی کمتر مناسب بود، اما به ایکیا اجازه می‌داد که قیمت‌های پایین را برای جذب مشتریان پیشنهاد کند.

خطوط هواپیمایی ساوت وست

صنعت هواپیمایی صنعتی است که در آن سود بدون ارائه قیمت بالای بلیت به دست نمی‌آید. خطوط هواپیمایی سات وست این مفهوم را با بازاریابی خود به‌عنوان یک رهبر هزینه به چالش کشید. سات وست در تلاش بود تا قیمت پایین‌تری نسبت به خطوط هواپیمایی سنتی به مشتریان ارائه دهد. آنها زمانی تاخیر پرواز هواپیماها را کاهش دادند و سودشان را بالا بردند، همچنین مزایای دیگری با قیمت پایین و به صرفه برای مشتریان فراهم کردند.

از میان خبرها

درآمد اپ‌استور اپل از هالیوود بیشتر است

سالیان دراز است که هالیوود، سردمدار صنعت سرگرمی در ایالات‌متحده بوده است اما وقتی صحبت از کسب درآمد می‌شود این اپل است که این صنعت را از طریق اپ‌استور به پول تبدیل می‌کند! به گزارش «هوراس ددیو» تحلیلگر اپل، توسعه‌دهندگان اپلیکشن‌های iOS در سال گذشته، درآمدی بیش از درآمد دفاتر هالیوود در ایالات‌متحده داشته‌اند. بنا به گزارش سایت Asymco، تعداد اپلیکیشن‌های گوشی‌های همراه از مجموع تمام محتواهای دیجیتالی نظیر آهنگ، برنامه‌های تلویزیونی، اجاره و خرید فیلم‌های سینمایی بیشتر بوده است.به گزارش فارنت، اپل تقریبا ۲۵ میلیارد دلار به توسعه‌دهنگان خود پرداخت کرده که این نه تنها به معنی برتری صنعت اپلیکیشن نسبت به هالیوود است، بلکه در سطح فردی می‌توان گفت درآمد بعضی توسعه‌دهندگان از ستارگان هالیوود نیز بیشتر است. بنابراین اگر به فکر ثروتمند شدن هستید، سعی نکنید یکی مثل براد پیت شوید! تلاش‌تان را روی «دانگ نگویان» شدن متمرکز کنید.

تاثیر چرخه عمر محصول بر استراتژی‌های بازاریابی

اگر عمرمان کفاف بدهد...

مهسا عربی
کارشناس ارشد مدیریت صنایع

در بسیاری از شرکت‌های داخلی، استراتژی‌های بازاریابی تنها براساس وضعیت فروش و مد روز و با سیاست جا نماندن از قافله رقبا تعیین می‌شود و مفهوم «چرخه عمر محصول» از دید برخی از مدیران ایرانی یک مفهوم تئوریکال و غیرکاربردی است. این در حالی است که درک تاثیر چرخه عمر محصول بر استراتژی‌های بازاریابی انتخابی، می‌تواند به صاحبان کسب‌وکارها و مدیران بازاریابی کمک کند آمیخته بازاریابی خود را به نحوی برنامه‌ریزی کنند که در آن به ویژگی‌های خاص هر دوره توجه شده باشد.

اصطلاح چرخه عمر محصول، به پنج مرحله مختلفی اطلاق می‌شود که محصول طی دوره عمر خود طی می‌کند. این مراحل عبارتند از: توسعه، معرفی، رشد، بلوغ و نزول. بعد از تمام شدن مرحله توسعه که در آن ایده محصول اولیه رشد پیدا می‌کند، محصول آماده معرفی به بازار می‌شود. طی دوره رشد محصول به مرور مشتریان آن بیشتر می‌شود تا جایی که شرایط محصول در بازار تثبیت شده و محصول به مرحله بلوغ خود می‌رسد. پس از گذشت مدت زمانی از رسیدن محصول به دوره بلوغ، توسط رقبای جدیدی که در مرحله توسعه یا معرفی قرار دارند، کنار زده شده و در مرحله نزول قرار گرفته و در نهایت از بازار کنار گذاشته می‌شود. ویژگی‌های محصول در هر یک از مراحل چرخه عمر متفاوت از مراحل دیگر بوده و بنابراین لازم است طی دوره‌های مختلف از چرخه عمر محصول، اقدامات متفاوتی در رابطه با آن اتخاذ شود. یکی از این اقدامات، متناسب‌سازی آمیخته بازاریابی براساس جایگاه محصول در چرخه عمر آن است.

مرحله توسعه محصول

طی دوره توسعه محصول، ممکن است کار به جای سر و داشتن با یک محصول فیزیکی، با یک ایده مواجه باشید که در حال طی کردن مراحل تولید و آماده‌سازی برای فروش است. در این مرحله، آمیخته بازاریابی نیز در مرحله برنامه‌ریزی قرار دارد، بنابراین تمرکز مدیر بازاریابی به جای پیاده‌سازی استراتژی‌های بازاریابی، بر بررسی تکنیک‌های مختلف بازاریابی قرار دارد تا برنامه‌ریزی کند در مرحله معرفی محصول، استفاده از کدام یک از آنها می‌تواند جوابگوی نیازهای سازمان باشد. فعالیت اصلی بازاریابی در این مرحله، یافتن راه‌هایی برای آگاهی‌بخشی به مشتریان بالقوه از طریق کمپین‌های بازاریابی و استفاده از تاکتیک‌های تشویقی ویژه است.

مرحله معرفی محصول

همزمان با ورود محصول به بازار، دوره معرفی در چرخه عمر محصول آغاز می‌شود. از آنجایی که محصول در بازار جدید بوده و مشتری هنوز با آن آشنایی کافی پیدا نکرده است، طی این دوره، میزان فروش محصول عمدتا در سطح پایینی قرار دارد. هزینه‌های بازاریابی در این مرحله بسیار بالا است زیرا تلاش بسیاری صرف شناساندن محصول به مشتریان بالقوه آن می‌شود. در این مرحله فشاری برای دستیابی به سود آنی وجود ندارد. آمیخته بازاریابی طی دوره معرفی محصول، به شرح زیر است:

– **محصول:** در رابطه با محصول به‌عنوان یکی از اجزای آمیخته بازاریابی، پیش از شروع این مرحله باید برندسازی انجام گرفته و سطح کیفیت مورد نظر برای محصول، مشخص شده باشد. توجه به اقدامات در زمینه مالکیت معنوی و اخذ پتنت یا نشان تجاری محصول در آغاز این مرحله از چرخه عمر محصول نیز از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

– **قیمت‌گذاری:** شرکت می‌تواند با توجه به ماهیت محصول خود و اهدافی که برای آن در نظر دارد، در این مرحله دو استراتژی کاملا متفاوت به کار گیرد. نخستین استراتژی، استراتژی قیمت‌گذاری با هدف نفوذ در بازار است که در آن شرکت با تعیین قیمت اولیه پایین‌تر نسبت به سایر رقبا می‌کوشد به جذب مشتری و افزایش حجم فروش خود بپردازد. شرکت‌های پیرو در بازار معمولا از این استراتژی استفاده می‌کنند. بسیاری از محصولات شرکت دل یا برخی از محصولات در والمارت، با این استراتژی به بازار معرفی می‌شوند. استراتژی دوم، استراتژی قیمت‌گذاری با هدف عصاره کشیدن از بازار است. در این استراتژی که بیشتر به وسیله شرکت‌های پیشرو و شناخته شده در بازار مورد استفاده قرار می‌گیرد، شرکت ابتدا محصول خود را با یک قیمت اولیه بالا به بازار معرفی می‌کند و سپس به‌صورت دوره‌ای این قیمت را پایین می‌آورد. مثال استفاده از این استراتژی در شرکت‌های پیشرو تولیدکننده گوشی تلفن همراه به چشم می‌خورد.

> **در مرحله بلوغ، نرخ رشد فروش محصول در بازار کاهش می‌یابد زیرا رقابت محصولات مشابه با آن شدت گرفته است. در مرحله بلوغ شرکت حالت تدافعی به خود گرفته و هدف اصلی از اتخاذ استراتژی بازاریابی در این مرحله، حفظ سهم بازار و درآمد حاصل از محصول است**

– **جایگاه‌یابی و سیستم توزیع:** انتخاب جایگاه مناسب در بازار برای محصول در این مرحله از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. در این مرحله تا زمانی که نرخ پذیرش قابل قبولی از طرف مشتریان در بازار مشاهده شود، سیستم توزیع انتخابی خواهد بود.

– **فعالیت‌های پیشبردی:** در این مرحله از چرخه عمر محصول، تاکتیک‌های تشویقی مختلفی به منظور تاثیرگذاری بر گروه مشتریان پیشتاز در بازار اتخاذ می‌شود. ضمنا بخش عظیمی از هزینه‌های بازاریابی در این مرحله صرف استفاده از ابزارهای ارتباطی مختلف به منظور شناساندن محصول به مشتریان می‌شود.

مرحله رشد محصول

در این مرحله به علت شناخته شدن محصول در بازار، میزان فروش آن بالاتر می‌رود. در این زمان، احتمالا رقبا با پیشنهادهای مشابه، محصول شما را در بازار مورد تهاجم قرار داده‌اند. اصلی‌ترین هدفی که در این مرحله از انتخاب استراتژی‌های بازاریابی دنبال می‌شود، ایجاد تمایز محصول در بازار و افزایش سهم بازار است. آمیخته بازاریابی طی دوره رشد محصول، به شرح زیر است:

محصول: در این مرحله تمرکز اصلی بر حفظ کیفیت در نظر گرفته شده برای محصول، افزودن ویژگی‌ها و قابلیت‌های جدید به آن و تمرکز بر ارائه خدمات پس از فروش است.

قیمت‌گذاری: در این مرحله قیمت محصول تثبیت می‌شود چرا که تقاضا در حال افزایش بوده و رقبایی نیز در بازار به وجود آمده‌اند.

جا یگا ه یا بی سیستم توزیع: در این مرحله جایگاه محصول در بازار تثبیت شده و تمرکز اصلی در این مرحله، بر انتخاب سیستم توزیع مناسب است چرا که با افزایش تقاضا و نرخ پذیرش محصول در بازار، انتخاب کانال توزیع مناسب می‌تواند نقش موثری در جلب رضایت مشتری داشته باشد.

– **فعالیت‌های پیشبردی:** تاکتیک‌های تشویقی و تبلیغات در این مرحله، بخش بزرگ‌تری از بازار را هدف قرار می‌دهد.

مرحله بلوغ محصول

محصولاتی که توانسته‌اند بقای خود را در مراحل پیشین حفظ کنند، بعد از گذراندن دوره رشد، به دوره بلوغ می‌رسند. در مرحله بلوغ، نرخ رشد فروش محصول در بازار کاهش می‌یابد زیرا رقابت محصولات مشابه با آن شدت گرفته است. در مرحله بلوغ شرکت حالت تدافعی به خود گرفته و هدف اصلی از اتخاذ استراتژی بازاریابی در این مرحله، حفظ سهم بازار و درآمد حاصل از محصول است. آمیخته بازاریابی طی دوره بلوغ محصول، به شرح زیر است:

– **محصول:** در این مرحله ایجاد نوآوری در محصول در دستور کار قرار می‌گیرد و با ارتقای قابلیت‌های آن، تلاش می‌شود تا بر متمایز ساختن محصول نسبت به محصولات مشابه ارائه شده توسط رقبا تاکید شود.

– **قیمت‌گذاری:** به علت وجود رقابت شدید در بازار، ممکن است قیمت‌ها پایین‌تر آورده شود.

– **جایگاه‌یابی و سیستم توزیع:** اهمیت به‌کارگیری سیستم توزیع مناسب در این مرحله افزایش می‌یابد زیرا سیستم توزیع مناسب می‌تواند به‌عنوان عاملی انگیزشی برای مشتریان عمل کرده و بر درک مشتریان از کیفیت و عملکرد محصول نسبت به محصولات رقیب، تاثیرگذار باشد.

– **فعالیت‌های پیشبردی:** کلیه فعالیت‌های پیشبردی شامل تبلیغات و بهره‌گیری از کانال‌های بازاریابی مختلف، بر متمایزسازی محصول نسبت به محصولات رقبا متمرکز می‌شوند.

مرحله نزول محصول

در این مرحله به دلیل ورود محصولات نوآورانه یا تغییر ذائقه مشتری، سهم بازار کاهش می‌یابد. در این مرحله احتمالا شرکت ناچار به کاهش قیمت محصول خود بوده و برای جبران آن ناچار است از هزینه‌های بازاریابی کم کند. در این مرحله شرکت چند گزینه مختلف پیش رو دارد:

– محصول خود را حفظ کرده و برخی قابلیت‌های آن را ارتقا بخشیده یا کاربردهای جدیدی برای آن شناسایی کند.

– محصول پیشین خود را همچنان به بازار عرضه کرده و گروه مشتریان وفادار خود را هدف قرار دهد.

– محصول خود را از بازار خارج کند و موجودی باقی‌مانده خود را به شرکت دیگری که قصد باقی ماندن در آن بازار را دارد، واگذار کند.

کافه بازاریابی

پایپ‌لاین، نگرشی ویژه در روند بازاریابی

مسلم نوری

به جرأت می‌توان گفت استراتژی پایپ‌لاین، منظم‌ترین روندی است که می‌توان با استفاده از آن مشتری معمولی را به مشتری ثابت تبدیل کرد. در این روش از استراتژی‌های فروشی که از پیش تعریف شده برای تمامی مراحل، به صورت‌های مختلف تعیین می‌شود. بدنه این استراتژی به شکلی است که به‌راحتی با سیستم مدیریت ارتباط با مشتری ادغام می‌شود.

استراتژی پایپ‌لاین به‌راحتی می‌تواند با توجه به ساختاری که دارد، مدیریت فعالیت‌های فروش کسب‌وکار شما را رهبری کند و بر تمام عملکردهای آن نظارت ویژه‌ای داشته باشد و باتوجه به دارا بودن مراحلی ویژه و متنوع، مشتری می‌تواند تصمیم به خرید بگیرد. شما با دانشی که در این استراتژی کسب خواهید کرد می‌توانید حدس بزنید چه تعداد مشتری احتمالی به‌طور متوسط به مراحل بعدی این سیستم راه خواهند یافت. این دانش، پیش‌بینی شما را نسبت به میزان فروش شرکت خود منسجم و دقیق می‌کند و همچنین پی خواهید برد که در چه مرحله‌ای مشتریان بالقوه را از دست می‌دهید و در چه محلی نیازمند اصلاح عملکرد هستید.

در نخستین مرحله برای اجرای استراتژی پایپ‌لاین، مجموعه‌ای از مراحل را که برای اعمال فرآیند فروش خود نیاز دارید طراحی کنید. باید در نظر داشت که هر اندازه که تعداد مراحل کمتر باشد مدیریت بر آن بسیار راحت و امکان‌پذیر خواهد شد.

با هوشمندی که خواهید داشت در کمترین زمان ممکن ریزش مشتریان را در نخستین مرحله خواهید فهمید. اگر متوجه این امر نشوید، میزان ریزش مشتریانی را که در مراحل بعدی شرکت شما خواهد داشت، هرگز متوجه نخواهید شد. بنابراین دقت در اوایل کار بسیار مهم و حیاتی است.میزان ضرری که شما در مراحل مختلف کسب‌وکار خود با آن مواجه می‌شوید نسبت به سایر کسب‌وکارهای دیگر متفاوت است. در مرحله اول تمام تلاش خود را به جذب مشتری اختصاص دهید تا آنجا که می‌توانید اقدام به جذب مشتری کنید. توجه داشتن به تعداد مشتریان در مرحله اول فروش در استراتژی پایپ‌لاین (قیف) عامل مهمی به‌شمار می‌رود زیرا تمام فرآیند فروش از آن نشات می‌گیرد. همواره سعی کنید پایپ‌لاین (قیف) را همیشه پر از مشتری نگه دارید و زمانی‌که احساس کردید در حال خالی شدن است، تلاش خود را در جذب مشتریان دیگر افزایش دهید.

در این خصوص یک قانون کلی وجود دارد و آن این است که شما برای هر فروش کامل به ۱۰ مشتری احتمالی نیاز دارید. با این وجود با کمی تجربه در بحث پایپ‌لاین شما می‌توانید درصد موردنظرتان را به دست آورید. این نرخ تبدیل، یک متریک مهم و حیاتی برای فرآیند فروش به حساب می‌آید. اگر شما نرخ تبدیل‌تان را بدانید، می‌توانید پیش‌بینی کنید که چه میزان فروش را باید انتظار داشته باشید تا بتوانید به تعداد مشتریان احتمالی دست پیدا کنید.

به هر اندازه که مشتری احتمالی وارد مراحل بعدی می‌شود دارای جایگاه ویژه‌ای نزد کسب‌وکار شما خواهد شد و همچنین نباید از مشتریان دیگر غافل ماند. مشتریان بالقوه در مراحل بعدی این استراتژی ارزش بیشتری پیدا کرده و هر مقدار زمان و تلاش بیشتری را به آنها اختصاص دهید کار ارزشمندی خواهد بود.

به زمانی که طول می‌کشد یک مشتری احتمالی تبدیل به مشتری ثابت شود توجه داشته باشید. هر صنعت چرخه مخصوص به خود را دارد، اما اگر بتوانید این زمان را سرعت بخشید مسلما درآمد شما نیز افزایش خواهد یافت. استراتژی پایپ‌لاین موثر نه‌تنها ابزار مهمی برای فروش است، بلکه به شما کمک می‌کند تا فرآیند فروش خود را مدیریت کنید. این روند به شما امکان می‌دهد که نتایج فروش خود را با شیوه‌ای خاص پیش‌بینی و پیگیری کنید و به شما اجازه می‌دهد که دید خود را نسبت به فروش محصولات از حالت خوش‌بینانه به حالت واقع‌بینانه تغییر دهید.

کارگاه برندینگ

ثبات در عین پویایی؛ رمز زنده ماندن برند

محمد زرین
کارشناس برندینگ

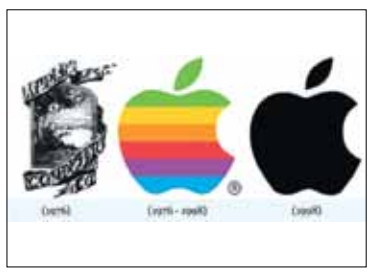
شاید مهم‌ترین خصیصه یک برند که در بسیاری از آموزش‌ها و مقالات به آن پرداخته شده، پایداری برند و رویه‌ای بدون تغییر در طول زمان برای تثبیت تصویری مشخص در ذهن مخاطبان باشد. مفهوم قول برند که در نوشته پیشین به آن پرداختیم و بسیاری از المان‌های دیگری که سازنده هویت برند هستند، اعم از المان‌های بصری و کلامی هویت برند و مفاهیمی چون شخصیت برند، همگی در راستای ساختن تصویری واحد و هویتی ثابت از برند در بازار و بین مخاطبان تدوین، تعریف و ترویج می‌شوند. ماندگاری و گسترش یک برند در جامعه و در ذهن و قلب مخاطبان و تعریف مشخص جایگاه آن نسبت به رقبا به میزان صبر و استقامت رویه‌ای واحد وابستگی مستقیم دارد.

مخاطبان به همین ثبات در عملکرد و ارائه خدمت مبتنی بر جایگاه برند و قولی که داده است، اعتماد می‌کنند و مشتری وفادار آن می‌شوند و مطمئن هستند درپی هر بار خرید کالایی با برندی قوی و مورد اعتماد، همان چیزی را دریافت می‌کنند که برند وعده داده و آنها انتظار دارند و همین اطمینان به برند، مشتریان وفادار را به مبلغان و توصیه‌کنندگان برند به دیگران نیز تبدیل می‌کند. تثبیت جایگاه برند و اطمینان خاطر مشتریان از هماهنگی میان قول و عمل برند در برآورده ساختن نیاز آنها، مهم‌ترین عامل رشد و گسترش برند است و همه صاحبان کسب‌وکار آرزو می‌کنند به این ثبات برسند.

اما نکته ظریف و مهم در این میان، وجه دیگری از برند است که در نگاه اول با این ثبات و پایداری رویه‌ها تناقض دارد و آن پویایی و هماهنگ شدن برند با تغییرات بازار و جامعه است؛ موضوعی که از آن به‌عنوان یک تناقض (پارادوکس) بسیار مهم و تامل برانگیز در خلق و پرورش برند یاد می‌شود.

بگذارید واضح‌تر بگوییم. از یک سو گفته می‌شود برند باید دارای خصوصیات شخصیتی و هویتی متمایز و ثابت باشد و بر قول و وعده خود بایستد و به هر آنچه می‌گوید عمل کند تا در طول زمان بتواند مخاطبان بیشتری را جذب و حفظ کند. همیشه و در همه حال المان‌های بصری و کلامی ثابتی به مخاطب ارائه دهد تا در ذهن او جا گرفته و به راحتی شناخته و متمایز شود. همگی این توصیه‌ها منتهی به پذیرش اصل رعایت ثبات و یکپارچگی در ایجاد هویت برند خواهد شد.

اما از سوی دیگر گفته می‌شود که برند باید هماهنگ با تغییرات جامعه و ذائقه مخاطبان و رفتار و عملکرد رقبا و حضور رقبای جدید، تغییرات لازم را در بخش‌هایی از عملکرد و نحوه تبلیغات و بازاریابی‌اش اعمال کند و کالا و خدمتی متناسب با تغییرات روز ارائه دهد.



در ظاهر این دو حرف کمی تناقض دیده می‌شود اما کشف چرایی این تناقض دقیقا رمز و راز زنده بودن برند است. شنیده‌اید که امروزه برند به‌عنوان یک موجود زنده قلمداد و شخصیت برند از نسبت دادن صفات انسانی به برند ایجاد می‌شود. اگر با این نگرش به برند نگاه کنیم تناقض میان ثبات و پویایی برند قابل درک خواهد بود. یک انسان زنده مجموعه‌ای از صفات و خصوصیات فردی است که شخصیت و هویت او را می‌سازد اما همواره و در طی سال‌های عمرش تغییرات کوچک و بزرگ زیادی می‌کند. از ظاهر جسمی و تغییرات فیزیکی گرفته تا طرز لباس پوشیدن و صحبت کردن و فکر کردن و بسیاری تغییرات دیگر. در واقع بخشی از تغییرات انسان به ناچار صورت می‌گیرد، مثل افزایش قد، سن، وزن و تغییرات فیزیکی و ظاهری و بخشی از تغییرات هم بنا به قرار گرفتن در موقعیت‌ها و مکان‌های مختلف هم در ظاهر و هم در باطن فرد ایجاد می‌شود. مثل مهاجرت به کشوری دیگر، تحولات اجتماعی و... ظاهر و گاه باطن برند نیز به مثابه یک موجود زنده در تعامل و تقابل با تغییرات و اتفاقات بیرونی، تغییر و تحول پیدا می‌کند. گاه لباس ظاهری‌اش تغییر می‌کند و گاه طرز حرف زدن و گاهی هم تغییرات درونی‌تری برایش اتفاق می‌افتد.

با تامل در انسان‌هایی که در طی زمان باوجود تغییرات ظاهری و بعضا درونی، همچنان قابل اعتماد و اتکا هستند، می‌توان به نوع رابطه میان ثبات و پویایی یک برند نیز پی برد. جوهره اصلی و ذات درونی یک برند قوی که هویت و شخصیت او را می‌سازند، از جمله مفاهیم ثابت است. همچنین نام، فلسفه وجودی، قول یا وعده و نشانه‌ها و شعار اصلی یک برند جزو المان‌های ثابتی هستند که در طول زمان تغییر نمی‌کنند و استقامت و عدم تغییر آنها، ثبات و در نتیجه بازشناسی برند و اعتماد و همراه شدن مخاطبان را به دنبال دارد.

اما مواردی مثل تغییرات جزئی در لوگو، به روز بودن شعارهای تبلیغاتی، تاکتیک‌ها و تکنیک‌های بازاریابی، گسترش ویژگی‌ها و خصوصیات فنی و تکنولوژیکی محصول و خدمات و مواردی از این دست، نشانه‌هایی برای پویایی و زنده بودن برند و همراه شدن با نیازها و طرز نگاه جامعه است. ثبات در هویت به اندازه همراه شدن با تغییرات مهم است و پیدا کردن مرز تعادل میان این دو مفهوم یعنی پویایی در عین حفظ ثبات، معنی بخشیدن به هر دو ماهیت برند است. هنری که برندهای موفق به خوبی از آن بهره می‌گیرند. برندهای موفق خود را با تغییرات وفق می‌دهند. نه هویت‌شان را دستکاری می‌کنند تا ذهن مخاطب را مشوش سازند و نه بی‌توجه به ملزومات زمان و مکان، حیات خود را به خطر می‌اندازند تا به دست خودشان، مرگ‌شان رقم بخورد.

الگوهای طلایی

درس‌هایی کاربردی از عملکرد برندهای جهانی

اکسپدیا؛ فروش کالای مکمل به مشتریان

مترجم: معراج آگاهی

فروش کالای مکمل به مشتریان به معنای فروش یک محصول اضافه بر محصول اصلی به کسانی است که کالای اصلی را خریداری کرده یا قصد دارند آن را خریداری کنند. فروش کالای مکمل سبب می‌شود تا وابستگی مشتری به شرکتی که از آن خرید کرده بیشتر شده و هزینه‌های مراجعه وی به شرکت‌های رقیب به منظور خرید محصولات مشابه از آنها بالاتر برود.

ایده

این ایده ابتدا در دهه ۸۰ میلادی رونق گرفت و سپس شرکت‌هایی که طیف وسیع و متنوعی از محصولات و خدمات را به بازار عرضه می‌کردند. با بهره‌گیری از سیستم فروش یکپارچه کالاهای مکمل را تولید و به مشتریان خود در بازار عرضه کردند. به‌عنوان نمونه هنگامی که مشتریان به یک شرکت برای خرید بیمه خدمات درمانی اعتماد و از محصولات آن استفاده می‌کنند، چنانچه آن شرکت خدمات مربوط به بیمه خودرو را نیز ارائه دهد یقینا برای خرید بیمه خودرو نیز از خدمات همان شرکت استفاده خواهند کرد.

شرکت مزبور نیز می‌تواند با ارائه خدمات وسیع‌تر در حوزه فعالیت تجاری خود از اعتماد مشتریان به خود و سابقه مثبتی که نزد آنان دارد از مزایای این وضعیت به خوبی استفاده کرده و با بهره گیری از طرح‌های بازاریابی، محصولات و خدمات مکمل بیشتری به مشتریان خود ارائه کند.

آژانس مسافرتی اینترنتی اکسپدیا مثال منحصر به فرد و فوق‌العاده جذابی از مبحث فروش کالای مکمل به مشتریان را ارائه می‌کند. زمانی که مشتریان سفارشی برای رزرو هتل یا خرید بلیت هواپیما را از طریق این سایت ثبت می‌کنند صفحه جدیدی برای آنان باز می‌شود که در این صفحه به آنها پیشنهاد اجاره خودرو در مقصد موردنظرشان را ارائه می‌کند.

شرکت دیگری که از این ایده پیروی می‌کند شرکت هواپیمایی ایزی جت است که به ارائه بلیت‌های ارزان قیمت در اروپا شهرت دارد. این شرکت نیز به افرادی که بلیت هواپیماهای آن را خریداری می‌کنند خدمات بیمه سفر ارائه کرده و از این طریق از ایده ارائه محصولات و خدمات مکمل استفاده می‌کند.

این ایده و به کارگیری آن مخصوص شرکت‌های تجاری بزرگ یا کسب‌وکارهای آنلاین و فرآیند استفاده از آن لزوما یک پروسه پیچیده نبوده و نیازی به پیشرفته بودن به لحاظ تکنولوژی نیست، بلکه کسب‌وکارهای آفلاین و کوچک‌تر نیز می‌توانند با استفاده از این ایده از مزایا و مواهب آن بهره‌مند شوند. بلکه وجود یک سازوکار یکپارچه و ساده فروش برای استفاده از این ایده کافی خواهد بود. به‌عنوان مثال ارائه توضیحاتی از سوی فروشندگان به خریداران در مورد سایر محصولات و خدمات شرکت می‌تواند مشتریان را به خرید سایر خدمات و کالاهای تولید شده توسط آن شرکت ترغیب کند.

فروش کالای مکمل با وجود شباهت بسیار زیاد با فروش کالاهای گران‌تر به مشتریان، تفاوت‌های آشکاری نیز با آن دارد. فروش کالای گران‌تر به مشتریان شیوه‌ای است که براساس آن فروشنده سعی دارد با متقاعد کردن مشتری به خرید کالا یا خدمات گران‌تر و مرغوب‌تر فروش بهتر و بیشتری داشته باشد. در متُد فروش کالای گران‌تر تمرکز بر ارائه خدمات و کالایی است که سودده‌تر و پر منفعت‌تر باشد.

اضافه کردن مخلفات به غذای اصلی در رستوران‌ها، فروش خدمات پس از فروش گسترده‌تر برای لوازم‌خانگی و فروش لوازم‌جانبی لوکس برای خودرو از جمله مثال‌های فروش کالاهای گران‌تر به مشتریان است.

آنچه باید در عمل انجام دهیم

بررسی کنید که سود حاصل از فروش کالاها و خدمات مکمل به مشتریان کلیه هزینه‌ها و زمانی را که برای فروش آنها صرف کرده‌اید جبران کند.

با آموزش صحیح کارمندان بخش فروش این امکان را برای آنها فراهم کنید تا درک صحیحی از آنچه می‌فروشند داشته باشند.

برنامه‌ریزی کنید که کدام محصول را به کدام بخش از مشتریان باید ارائه کنید. مانند فروش هر محصول دیگری، اعتماد و صداقت در برخورد با مشتری نتایج بسیار مثبتی در پی دارد.

تنها محصولاتی را به‌عنوان کالاهای مکمل برای فروش عرضه کنید که پیش از آن کالای اصلی مرتبط با آن محصول مکمل را به مشتری عرضه کرده‌اید. این امر زمینه را برای بازاریابی مثبت به جای بازاریابی فرصت‌طلبانه فراهم می‌کند.

کلینیک کسب‌وکار (۱۴۹)

انتخاب بازیگر برای تیزرهای تلویزیونی

اگر شما هم در کسب‌وکار خود با چالشی روبه‌رو هستید، در صورت تمایل مشکل خود را از طریق ایمیل business@forsatnet.ir با ما در میان بگذارید و پاسخ خود را در همین بخش پیگیری کنید.

پرسش: مدیر تولید ساخت برنامه‌های تلویزیونی و همچنین تیزرهای شبکه‌های سراسری هستم. گاهی در جریان ساخت این تیزرها به بازیگرانی با چهره‌های جدید در تمامی رده های سنی نیاز دارم، پیشنهاد شما برای انتخاب درست در این زمینه چیست؟

پاسخ کارشناس؛ محمد مظلوم‌پور:

متاسفانه در کشور ما به علت نبود سازمان‌هایی که کار انتخاب و معرفی بازیگر را به‌صورت حرفه‌ای انجام می‌دهند، راه مشخص و مدونی برای این موضوع وجود ندارد. براین اساس برخی از افراد فعال در این حوزه آرشیوی از بازیگران تبلیغاتی آماده می‌کنند و در اختیار کارگردانان این حوزه قرار می‌دهند که اکثرا این بازیگران تکراری هستند. البته برخی اوقات این افراد چهره‌های تازه‌ای را نیز به آرشیوشان اضافه می‌کنند. اگر این کارگردان می‌خواهد از شیوه جدیدتر و متفاوت‌تری در این راستا استفاده کند، می‌توان به او راه‌هایی مثل آگهی‌دادن در روزنامه یا سایت‌های اینترنتی و تست گرفتن از داوطلبان و جدا کردن افراد مستعد را پیشنهاد داد. به طور مثال، این کارگردان اشخاصی را استخدام کند تا در سطح شهر و مکان‌های عمومی و فضاهای مجازی به چهره‌های موردنیاز پیشنهاد همکاری دهند و آنها را ترغیب کنند که به سمت این کار بیایند. در نهایت فرمی از آنها تهیه کرده تا در فرصت مناسب از آنها تست بگیرد و عکس آنها را آرشیو کند. این شیوه به نظر بهترین راه‌حل در کشور ما برای این منظور است.

نگاهی به مزایا و معایب کسب‌وکارهای خانوادگی

فامیل‌های دور در کسب‌وکارهای خویشاوندی!

هدی رضایی

در کشور ما رسم بر این است که وقتی نتیجه تلاش‌های یک کارآفرین به‌ثمر رسیده و کسب‌وکاری راه می‌افتد، بسیاری از مدیران ترجیح می‌دهند پست‌های سازمانی را به آشنایان، اعضای خانواده و اقوام‌شان بسپارند، چرا که هم به آنها اعتماد دارند و هم اینکه فرد وابسته در شغلی که مرتبط با یکی از اعضای خانواده‌اش باشد، اثربخشی بیشتری را نشان خواهد داد. نتیجه این می‌شود که در بسیاری از کسب‌وکارهای ایران وقتی وارد شرکتی می‌شویم از آبدارچی تا سرپرست و دیگر مناصب، همه را با هم قوم و خویش می‌یابیم، اما این کسب‌وکارهای خانوادگی در کنار مزایای عمده‌ای که دارند، بی‌نقص هم نیستند. به همین بهانه به سراغ امیر یوسفی، کارشناس ارشد بازاریابی و کسب‌وکار رفتیم تا نظر کارشناسی او را در مورد خوب و بد کسب‌وکارهای خانوادگی بدانیم.

مزایا و معایب کسب‌وکارهای خانوادگی کوچک

کسب‌وکار خانوادگی، به مثابه سازمانی است که اصلی‌ترین تصمیمات و برنامه‌های عملیاتی آن برای انتقال و جایگزینی رهبری، تحت‌تاثیر و نفوذ اعضای خانواده‌ای قرار دارد که این اعضا در مالکیت یا مدیریت آن سازمان نقش اصلی را برعهده دارند. مزایا و معایب این مبحث در سطح کسب‌وکارهای بزرگ و کوچک متفاوت است. امیر یوسفی درباره مزایا و معایب کسب‌وکارهای خانوادگی در سطح کوچک به «فرصت امروز» چنین می‌گوید: «استفاده از اقوام و آشنایان در کسب‌وکارهای کوچک مزایایی دارد که شامل موارد زیر است: اعتمادی که بین افراد در کسب‌وکار خانوادگی است باعث ایجاد همگرایی بین کسب‌وکار و خانواده و برقراری رابطه‌ای مستحکم و دوستانه در محیط کار می‌شود و در واقع محیطی شکل می‌گیرد که بیشترین تعاملات و حسن اعتماد افراد شاغل را می‌توان شاهد بود.

چنین کارمندانی به موسس مجموعه وفادار بوده و این باعث حفظ انسجام و کار تیمی می‌شود. همچنین وجود مشارکت در سرمایه و دارایی‌ها هم مطرح است. اگر تهدید یا بحران در کسب‌وکار به وجود آید، در آن دسته کسب‌وکارهایی که بین‌شان وفاداری و اعتماد وجود دارد، مسئولیت عبور از بحران بین سهامداران تقسیم شده و باعث می‌شود به‌صورت تیمی برای عبور از آن اقدام کنند. در این مواقع و در هنگام بروز تهدیدات خارجی بازار و رقبا مجموعه‌های خانوادگی از استحکام و قابلیت چرخش و همخوانی بیشتری برخوردارند. این شرکت‌ها اگر از افراد توانمند و متخصص در پست‌های خودشان استفاده کنند باعث ایجاد چابکی، پویایی و نوآوری در کسب‌وکارهای‌شان می‌شوند.

از دیگر مزایای این نوع کسب‌وکار می‌توان انتقال رهبری و جانشینی و تحکیم مالکیت خانواده بر شغل را نام برد.

آشناپروری

این کارشناس درمورد معایب کسب‌وکارهای خانوادگی چنین می‌گوید: اکثر قرابت‌های فامیلی در شرکت باعث انتصاب افرادی می‌شود که بعضا فاقد تجربه مدیریتی در کسب‌وکار به‌صورت عینی و ذهنی و فاقد تجربه لازم در کسب‌وکار یا شغل موردنظرهستند.

همچنین به واسطه عدم‌تناسب مشاغل و لیاقت‌ها، باعث اطمینان از بقای شخص در مجموعه شده و باعث می‌شود تعهد و پایبندی به شغل به حداقل ممکن برسد. به دلیل انتقال دستورات از بالا به پایین (ساختار هرمی) توان کار گروهی، انگیزه و ارتباطات به حداقل ممکن می‌رسد و از سوی دیگر مدیران و کارکنان در این ساختار، تنها در یک رشته خاص که ماموریت و وظیفه آنهاست تجربه و آگاهی پیدا می‌کنند و با سایر تخصص‌ها در واحدهای دیگر، بیگانه می‌مانند.

در اغلب مواقع فضایی برای شایسته‌سالاری کارکنان وجود ندارد و این امر سد راه پرورش کارکنان و مدیران در سازمان و آمادگی آنان برای قبول مشاغل در رده‌های بالاتر است.

همچنین عملکرد ضعیف و درگیر کردن تعارضات خانوادگی با شغل را نیز می‌توان به‌عنوان دیگر معایب نام‌برد.

مزایا و معایب کسب‌وکارهای خانوادگی بزرگ

امیر یوسفی در مورد مزایای این نوع کسب‌وکار در سطح سازمان‌های بزرگ اضافه می‌کند: کم شدن بروکراسی اداری، همبستگی و پوشش یکسان شغل در سازمان‌های بزرگ از مزایای کسب‌وکارهای خانوادگی است، به این معنا که افرادی که قرابت و نزدیکی با مدیریت یک سازمان دارند به واسطه شناخت ذهنی و تجربه قبلی یک استراتژی کلی را برای سازمان در نظر گرفته و تفکر ارائه شده هم‌راستا با نیاز و اهداف کلی مدیریت مجموعه است. یکی دیگر از مزایا که در میان سازمان‌های بزرگ و کوچک مشترک است، وجود اعتماد فی‌مابین مدیریت و پرسنل و انتقال وظایف سازمان با ایجاد انسجام و وحدت رویه در بین این افراد است.

با وجود یک فرد در رأس هرم سازمانی فرصتی پیش می‌آید تا افراد خانواده، دوستان و آشنایان با اتکا به منابع مالی و انسانی سازمان، برای توسعه و رشد کارآفرینی در تلاش مضاعفی قرار بگیرند.

در مورد معایب آن هم باید گفت، روابط و میزان آن جای خود را به شایستگی داده و همچنین باعث کم شدن قدرت مانور مدیریت سازمان می‌شود.

عدم‌وجود فرصت‌های یکسان برای رشد و تعالی کارکنان و ایجاد تنبلی و اهمال کاری در محیط سازمان و مدیریت یک نفره از دیگر نتایج ناخواسته آن است. این مسئله در سازمان‌های کوچک نیز صادق است.

جانشین‌پروری

این کارشناس در مورد مبحث کسب‌وکارهای خانوادگی در خارج از کشور می‌گوید: سهم شرکت‌های خانوادگی از کل شرکت‌های موجود در اروپا حدود ۶۰ تا ۹۳ درصد، در ایالات‌متحده حدود ۹۵ درصد و در آمریکای مرکزی و جنوبی حدود ۶۵ درصد است.

در خارج از کشور بحث توانمندسازی و جانشین‌پروری شامل پرورش دادن افراد برای احراز مشاغلی معین است. اشخاص پس از چند سال فعالیت و کسب تجربه و دانش لازم در محیط سازمانی می‌توانند ارتقای شغلی معقولی را نیز تجربه کنند. وی در انتها وجود تخصص‌های لازم برای شروع یک کسب‌وکار در بین افراد خانواده را لازم دانسته و پیشنهاد می‌کند کسب‌وکارها در مراحل ابتدایی از محیط خانوادگی شروع کرده و طی روند تخصص‌های لازم را به مجموعه اضافه کنند.

از صنایع موفق داخلی در این زمینه می‌توان به صنایع بهروز، روغن لادن، کفش ملی، محصولات ارکیده و... و در خارج کشور از کمپانی‌های پژو، هنکل، BMW و IKEA نام برد که با محوریت دوستانه و خانوادگی به موفقیت و شهرت جهانی رسیدند.

سهم شرکت‌های خانوادگی از کل شرکت‌های موجود در اروپا حدود ۶۰تا۹۳ درصد، در ایالات‌متحده حدود ۹۵ درصد و در آمریکای مرکزی و جنوبی حدود ۶۵ درصد است. در خارج از کشور بحث توانمندسازی و جانشین‌پروری شامل پرورش افراد برای احراز مشاغلی معین است

کارمندنوازی

۱۰ گام اساسی در برنامه‌ریزی استراتژیک نیروی انسانی (بخش دوم)

رضا اصغریان
دکترای مدیریت منابع انسانی

هفته گذشته به پنج مرحله ابتدایی در برنامه‌ریزی نیروی انسانی اشاره شد. در ادامه قصد دارم پنج گام نهایی را که در برنامه‌ریزی نیروهای سازمان استفاده می‌شود به تفصیل شرح دهم.

گام ششم: بررسی متقاضیان جویای کار؛ در این مرحله نوبت به آن می‌رسد که مدیر منابع انسانی، بازار متقاضیان جویای کار را مورد بررسی و ارزیابی قرار دهد. این بررسی در دو سطح خرد و کلان انجام می‌شود. مدیر منابع انسانی در شیوه بررسی در سطح کلان باید همواره نشریات مرتبط با بازار کار را مطالعه کرده و به مسائل مختلف پیرامون خود آگاه باشد. مواردی نظیر نرخ بیکاری، نرخ تورم، نسبت متقاضیان جویای کار برحسب سن، جنسیت، تحصیلات و سابقه کار و همچنین موارد تخصصی نظیر میزان سرمایه‌گذاری‌های دولت در صنعت در سال‌های آینده، نرخ رشد تکنولوژیک و آنالیز روند رشد یا نزول شرکت‌های رقیب از جمله مواردی است که در بررسی سطح کلان موردتوجه قرار می‌گیرد. در سطح خرد نیز به مواردی نظیر بررسی متقاضیان جویای کار، نرخ بیکاری و اشتغال به کار و مشخصه‌های فرهنگی و قومیتی منطقه، شهر و استانی که سازمان در آن قرار دارد توجه می‌شود.

گام هفتم: بررسی تخصص‌ها و مهارت‌های متقاضیان جویای کار؛ پس از آنکه به ارزیابی نرخ متقاضیان جویای کار و شرایط محیطی مرتبط با آنان پرداخته شد زمان آن می‌رسد تا با بررسی موشکافانه به میزان مهارت‌ها و تخصص‌های موردنیاز دست‌یافته و از آن به‌عنوان ابزاری موثر در برنامه‌ریزی نیروی انسانی سازمان استفاده کنیم. به‌این‌منظور نیاز است مدیر منابع انسانی نمایندگانی از سوی خود به مراکز کاریابی فرستاده تا تحقیقات مرتبط را انجام دهند. همچنین از آنان بخواهد با استفاده از نظرسنجی‌ها و تحقیقات محلی، گزارشی از وضعیت متقاضیان در زمینه تخصص‌های موردنیاز سازمان تهیه و تدوین کنند. فراموش نکنید شناخت محیط به تصمیم‌گیری موثر و هوشمندانه کمک شایانی خواهد کرد.

گام هشتم: تدوین طرح و نقشه آموزشی؛ گزارش‌های دریافتی به راحتی نشان می‌دهد کمبود چه تخصص‌هایی در بازار متقاضیان جویای کار احساس می‌شود. این مورد می‌تواند زنگ خطری برای مدیران سازمان باشد و در صورتی که تنها کارمند خود را که دارای مهارت نایابی است از دست بدهند به راحتی امکان جاگذاری فرد مناسب در مدت زمان کوتاه وجود نخواهد داشت. مدیر منابع انسانی برای رفع این مشکل احتمالی می‌تواند یکی از دو روش زیر را انتخاب کند: از یکی از موسسات آموزشی درخواست برگزاری دوره‌های آموزشی مرتبط با مهارت موردنظر کند یا از کارمند خود بخواهد مهارت‌های خود را به جانشینان احتمالی ارائه دهد. مشکلی که در اغلب سازمان‌ها پدید می‌آید این است که استفاده از هر دو شیوه می‌تواند در کنار سودمند بودن، مضر هم باشد. مدیر منابع انسانی باید کارمند کنونی را از مثبت بودن نتیجه این آموزش‌ها و ثبات و ارتقای شغلی و درآمدی مربوط به آن آگاه سازد تا منجر به کاهش انگیزه و کارایی وی نشود.

گام نهم: برنامه‌ریزی استخدام نیروی انسانی؛ در این مرحله تمام اطلاعات دریافت شده در طی مراحل گذشته در قالب یک برنامه جذب نیروی انسانی تدوین شده و توسط مدیر منابع انسانی و کمیسیونی متشکل از مدیران هریک از واحدهای سازمان مورد بررسی و ارزیابی قرار می‌گیرد. در این بررسی، هریک از تخصص‌ها و مهارت‌های مورد نیاز بر حسب اهمیت، امتیاز مشخصی دریافت کرده و بر آن اساس اولویت‌بندی می‌شود.

گام دهم: ارائه درخواست جذب نیرو؛ در مرحله نهایی برنامه‌ریزی نیروی انسانی، مدیران هریک از بخش‌های سازمان، درخواست خود را مبنی‌بر نیروی انسانی موردنیاز در شرایط کنونی و آینده نزدیک در قالب درخواست و در فرم‌های از پیش تهیه شده تقدیم واحد مدیریت‌منابع‌انسانی می‌کنند.

لازم به توضیح است که پروسه برنامه‌ریزی منابع انسانی باید در چند نوبت در طول سال انجام و اطلاعات برنامه‌های استخراج شده از آن همواره به روز شود. هفته آینده به یکی از موضوعات مهم و جذاب در حوزه رفتار سازمانی تحت عنوان انگیزش و تکنیک‌های مربوط به آن خواهم‌پرداخت.

چرک‌نویس‌های یک‌مدیر اینجایی

ماضی بعید

علی معروفی

پیرمرد موهای تنک سفیدی دارد که انگار با مایع زردرنگی به هم چسبانیده شده‌اند، چشمانی آبی‌رنگ و مرطوب که در چشمخانه‌ها دودو می‌زنند. ترکه‌ای است و تکیده و با غبغبی که مثل پرده گوشتی کوتاه و لرزان زیر گلویش آویزان است. گوشه لب‌هایش کف سفید رنگ مختصری جمع شده. کوچک اندام و جمع‌وجور است. باورم نمی‌شود چنین موجود به ظاهر ضعیف و کوچکی چطور می‌تواند با این مهارت تخریبی صحبت کند و این‌جور در زیر آب‌زنی غوغا به راه بیندازد. پیرمرد خطاب به رییس، رییس: جناب مهندس بنده حسب‌الامر جنابعالی بود که همه نفراتم رو در حال آماده باش نگه داشتم، نه کم‌کاری و اهمال، نه اتلاف وقت، نه مرخصی. تمام وقت روی این پروژه نیرو گذاشتیم. همه گروه تحت امر من یک هفته تمام کارهای این پروژه رو جمع کردیم و اونوقت این آقا (اشاره به بنده) برای جواب دادن یک نامه فنی ناقابل دو روز تموم وقت ما رو گرفتن و آخرشم همون‌طور که ملاحظه می‌کنید جوابش به همه موارد مطروحه نامه با فعل مستقبل داده شده. اعمال خواهد شد، انجام خواهد شد، درج خواهید گردید. ملاحظه فرمودید؟ حالا کی انجام خواهد شد باید از این آقا و رییسشون پرسید (می‌خواهم حرف بزنم و از خودم دفاع کنم که با حملات ایشان و پشتیبانی رییس رییس از ایشان خفقان حاکم می‌شود!) بنده همین‌جا اعلام می‌کنم، با این وضع بار این پروژه به منزل نخواهد رسید. این شرکت به افراد اهمال کار، بی‌قابلیت و ناکارآمد مثل ایشون نیاز نداره. شاید بد نباشه در مورد شخص ایشون و گروه متبوعش تجدیدنظری انجام بشه. متشکرم آقای رییس.

باورم نمی‌شود به همین راحتی صحبت اخراج و تجدیدنظر در کل گروه و محکوم کردن تا این حد؟ تازه مهندس هستم و هنوز صابون روش‌های تعامل اینجایی به بدنم نخورده. هنوز چندسالی تا رسیدن به رتبه رفیع مدیریت فاصله دارم. سعی می‌کنم با زبان الکن جواب بدهم که پیرمرد و رییس رییس مستقیما به دامان پرمهر رییس هدایتم کرده و خود به تبادل خاطرات جنگ ممسنی و نبرد کازرون مشغول می‌شوند!

با بغضی فروخفته در گلو بر رییس وارد می‌شوم و شرح ماوقع می‌دهم. رییس نامه پیرمرد، پاسخ من به آن نامه و پیوست‌های آنها را خارج کرده و لحظاتی در آنها مستغرق می‌شود.

- خب جوون شما که همه موارد رو یا جواب دادی یا اونطور که می‌خواستن اصلاح کردی و تغییر دادی.

- بله آقای مهندس، دونه‌دونه‌شونم با خودتون چک کردم اگه خاطرتون باشه.

- خب حالا مسئله چیه؟

- می‌گن چرا جواب نامه‌رو با فعل آینده دادین، گفتین انجام خواهد شد، اعمال خواهد شد. پس کی می‌خواین انجامش بدین.

- خب شما چرا فعل آینده استفاده کردی؟ بعدا می‌خواستی انجام بدی؟

- نه آقای مهندس گفتم که انجام دادم. متن نامه رو اول تهیه کردم، اون موقع هنوز تغییرات اعمال نشده بود دیگه، برای همین فعل آینده به کار بردم.

- خب باشه، بعد اتمامش افعالش رو به ماضی بعید مستمر تبدیل می‌کردی بفهمن همین‌جوری تند و تند داری کار می‌کنی.

- مهندس نامه ۱۰ برگ پیوست داشته. ایشون اصلا پیوست‌ها رو نگاه نکرده. اونجا اعمال شده بوده خب.

- خیله‌خب جوون. حالا جوش نزن بذار برات بگم چه خبره. ببین این پیرمرد مشکلش با منه، دنبال بهونه می‌گرده یه ضربه‌ای چیزی به من بزنه. البته قطعا پیوست‌های نامه تو رو هم ندیده‌ها، حواسپرت‌تر از این صحبتاس. ولی دیده موقعیت بدی نیست شلوغش کرده.

- یعنی من الان تبرئه‌ام آقای مهندس؟

- شما جوون از نظر من و هر فرد موجه دیگه‌ای تبرئه هستی. اما یه چیزیو بدون. اون رییس من که اونجا دیدیش هم یه آدم مسن و جاافتاده‌اس. این موضوع با همه بی‌دلیلی و مسخره بودنش تا مدت‌ها تو ذهنش می‌مونه. تو نوشتن نامه‌ها دقت کن جوون. حتی کارایی که قراره یه ماه دیگه انجام بدی بگو دوماهه انجام دادم. ملتفتی؟

آیا می‌دانستید

رقابت‌پذیری

آیا می‌دانستید رقابت‌پذیری را قابلیت‌ها و توانمندی‌هایی می‌دانند که یک کسب‌وکار، صنعت، منطقه و کشور را در میان رقبا متمایز می‌کند؟ آنها می‌توانند این توانمندی‌ها را حفظ کنند تا در عرصه رقابت بین‌المللی نرخ بازگشت بالایی را در فاکتورهای تولید ایجاد کرده و نیروی انسانی خود را در وضعیت نسبتا بالایی قرار دهند. به عبارت دیگر، رقابت‌پذیری توانایی افزایش سهم بازار، سوددهی، رشد ارزش افزوده و ماندن در صحنه رقابت عادلانه و بین‌المللی برای یک دوره طولانی است.

رقابت‌پذیری در اثر ترکیبی از دارایی‌ها و فرآیندها به وجود می‌آید. دارایی‌ها یا به‌صورت موهبتی (مثل منابع طبیعی) یا ساخته شده به وسیله انسان است (مثل زیرساخت‌ها) و فرآیندها که دارایی‌ها را به منافع اقتصادی حاصل از فروش به مشتریان تبدیل می‌کند و در نهایت موجب ایجاد رقابت‌پذیری می‌شود. این مطالب را می‌توان به‌صورت فرمول رقابت‌پذیری جهانی نشان داد.

خبر

بازار سرمایه آیینه‌ای از بخش واقعی اقتصاد

علی طیب‌نیا در حاشیه چهارمین همایش بانکداری الکترونیک درباره وضعیت بورس و حمایت احتمالی دولت از بازار سرمایه گفت: با توجه به اینکه بازار سرمایه می‌تواند نقش موثری در تامین مالی فعالیت‌های اقتصادی ایفا کند و همچنین به دلیل اینکه بخش قابل توجهی از دارایی مردم در بازار سرمایه است، بنابراین باید از حقوق و منافع آنها حمایت کنیم. سعی کرده‌ایم در همه موارد برنامه لازم را داشته باشیم. یکی از حوزه‌ها، ریسک‌های سیستماتیکی است که متوجه بنگاه‌های اقتصادی بوده و در این زمینه سعی کردیم مسائل و مشکلات را مرتفع کنیم. وی گفت: در زمینه بحث کیفی‌سازی پالایشگاه‌ها و قیمت خوراک پتروشیمی‌ها موضوعاتی بررسی و تصمیمات خوبی هم در دوره اخیر برای این موارد گرفته شده، همچنین تامین نقدینگی لازم که مشکل همه بخش‌های اقتصادی از جمله بازار سرمایه است به طور جدی در دستور کار ما بوده، بنابراین برداشتم این است که با توجه به تصمیمات اتخاذ شده و همراهی خوبی که نمایندگان مجلس در این زمینه خواهند داشت مشکلات بازار سرمایه موقتی خواهد بود. طیب‌نیا ادامه داد: باید بدانیم که بازار سرمایه آیینه‌ای از بخش واقعی اقتصاد است. آن چیزی که در بازار سرمایه اتفاق می‌افتد این است که خریداران و فروشندگان در یک محیط رقابتی توافق و کالاهای خود را خریدوفروش می‌کنند و دولت و سازمان بورس اوراق بهادار در تعیین قیمت و تعیین شاخص مداخله‌ای ندارند و اصولا این با ضوابط عملکرد بازار سرمایه سازگار نیست، اما ما مایلیم که سودآوری منطقی برای سرمایه‌گذاران وجود داشته باشد.

سهامداران قبل از معامله تحلیل کنند

امیر هامونی، مدیرعامل فرابورس ایران تاکید کرد: در شرایط کنونی نیاز است تا سهامداران با تحلیل بیشتر در بازار سرمایه فعالیت کنند. وی گفت: با توجه به پیگیری و اقداماتی که سازمان بورس و مجموعه وزارت امور اقتصادی و دارایی در حال انجام آن است، امیدواریم مشکلات صنایع و در پی آن شرکت‌های بورسی و فرابورسی حل شود. مدیرعامل فرابورس ایران با بیان اینکه یکی از این موارد و ابهامات بازار سرمایه موضوع بازگشایی نماد شرکت‌های پالایشگاهی است، افزود: با توجه به پیگیری‌های در حال انجام، امیدواریم نماد این شرکت‌ها، در سریع‌ترین زمان ممکن بازگشایی شود که این اتفاق در گروی ارسال صورت‌های مالی و پیش‌بینی‌هایی است که باید ارائه دهند. وی اضافه کرد: سایر صنایع بورسی نیز در حال حاضر نیم‌نگاهی به بحث تصویب بودجه سال آینده توسط مجلس دارند؛ به‌علاوه اینکه در هفته‌های پیش‌رو که زمان بودجه‌ریزی برخی شرکت‌هاست، اعلام جزییات بودجه شرکت‌ها نیز می‌تواند در بهبود بازار سرمایه تاثیرگذار باشد. هامونی در ادامه با اشاره به اینکه جو حاکم بر صورت‌های مالی ۹ ماهه شرکت‌ها عموما خوب و مثبت است، گفت: هر چند که کلیت بازار منفی است اما شرایط بورس به‌گونه‌ای است که نقدشوندگی سهام با مشکل همراه نیست. مدیرعامل فرابورس ایران در توصیه به سهامداران بورسی نیز تاکید کرد: باید شرایطی در بورس به‌وجود بیاید تا استفاده از تحلیل جای رفتارهای هیجانی براساس اطلاعات سطحی را بگیرد.

دلیل عرضه نشدن سرخابی‌ها در بورس و فرابورس

میر علی اشرف عبدالله پوری حسینی، رییس کل سازمان خصوصی‌سازی گفت: عرضه استقلال و پرسپولیس در بورس و فرابورس به دلیل عدم شفافیت حساب‌ها و صورت‌های مالی و نیز عدم سودآوری قابل انجام نبود و در نهایت تصمیم بر این شد تا سرخابی‌ها از طریق مزایده واگذار شوند.

واگذاری سهام دولتی تعمیرات نیروگاهی ایران لغو شد

عرضه بلوک ۴۹. ۹ درصدی سهام شرکت تعمیرات نیروگاهی ایران که قرار بود در روز ۱۸ بهمن از طریق مزایده واگذار شود، بنابر اعلام سازمان خصوصی‌سازی لغو شد. این بلوک، دو میلیون و ۴۹۵ هزار و هفت سهم شرکت تعمیرات نیروگاهی ایران را شامل می‌شود و قرار بود به ارزش پایه هر سهم ۳۲۲ هزار و ۴۴۷ ریال و ارزش کل پایه ۸۰۴ میلیارد و ۵۰۷ میلیون و ۵۲۲ هزار و ۱۲۹ ریال به‌صورت ۲۵درصد نقد و بقیه اقساط چهار ساله واگذار شود.

۵ اختراع جدید در بازار دارایی فکری فرابورس عرضه شد

پنج اختراع جدید به فهرست عرضه بازار دارایی فکری فرابورس ایران اضافه شد و تعداد اختراعات و طرح‌های صنعتی حاضر در این فهرست به ۲۵ عدد رسید. «کنتورهای آنالوک و دیجیتالی اعتباری هوشمند، آب، برق، گاز با قابلیت قرائت، باز و بست و کنترل از راه دور آنها»، «میز مطالعه متحرک و قابل حمل»، «تولید لواشک رب گوجه فرنگی»، «شیربرقی دیجیتال با قابلیت باز و بست دیجیتال (آنالوگ) و کنترل از راه دور» و «دستگاه سیفون اتوماتیک با حداقل دو سنسور و قابلیت صرفه‌جویی در مصرف آب ویژه توالت‌های شرقی (ایرانی)، عناوین اختراعات جدید درج شده در فهرست عرضه بازار دارایی فکری فرابورس ایران هستند.

سیف: پول بانک مرکزی برای احیای بورس مناسب نیست

چرت شاخص کل در حمایت ۶۵ هزار واحدی

سیدمحمد صدرالغروی

بورس اوراق بهادار تهران همچنان روند کم‌رمقی را به نمایش گذاشت و با رشد ۱۳ واحدی شاخص بورس مواجه شد. در بازار نقدی فرابورس ایران نیز شاخص کل با دو واحد افزایش به ۷۱۱ واحد رسید. در شرایطی که بازار سهام از کمبود نقدینگی رنج برده و طی روزهای گذشته وعده‌هایی پیرامون تزریق نقدینگی از سوی بانک‌ها به بازار سهام به گوش می‌رسید، رییس کل بانک مرکزی گفت: منابع بانک مرکزی برای این بازار قابل استفاده نیست. ولی‌الله سیف روز دوشنبه در حاشیه چهارمین همایش بانکداری الکترونیک در خصوص ورود بانک‌ها برای تامین نقدینگی بازار سهام گفت: بانک مرکزی در این رابطه نقشی نداشته و تنها منابع نظام بانکی تا حدودی که مجوز آن صادر شده، برای انجام این کار می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد. او اعلام کرد که پول پرفشار و پرقدرت بانک مرکزی برای استفاده در مواردی همچون بازار سرمایه قابل استفاده نیست و همواره دولت مقید به ایجاد انضباط پولی و بانکی در کشور است. بورس تهران که در شرایط فعلی در رکود عمیقی فرورفته و موجب کاهش شدید سرمایه‌های سهامداران شده است، تنها از طریق حمایت‌های عملی دولت و بانک مرکزی می‌تواند جان تازه گرفته و از شرایط بحرانی خارج شود. در شرایطی که مسائلی همچون توقف نماد شرکت‌های پالایشگاهی به دلیل موضوع کیفی سازی، کاهش قیمت نفت و تاثیر آن بر شرکت‌های بورسی در کنار کاهش نیافتن سود سپرده‌های بانکی و مشخص نشدن وضعیت مذاکرات هسته‌ای موجب قرار گرفتن بازار سهام در وضعیت مبهم شده، انتظار می‌رفت طبق وعده‌های داده شده، نقدینگی مناسبی از سوی بانک‌ها و دولت تزریق شود تا اعتماد از بین رفته به بازار برگردد. شرایط فوق باعث خروج نقدینگی از بازار سهام شده و آمارهای معاملات دی ماه این بازار خود گواهی است بر این وضعیت. چنان که در دی‌ماه امسال ارزش معاملات در ۲۱ روزکاری در مقایسه با آذرماه، ۲۷ درصد کاهش یافت و از ۴۱۹۰۰ میلیارد ریال به ۳۰۶۸۴ میلیارد ریال رسید. همچنین حجم سهام معامله شده از ۱۶۵۷۰ میلیون سهم به ۱۲۹۱۲ میلیون سهم معادل ۲۲ درصد کاهش یافت. در حالی از ابتدای امسال متوسط روزانه حجم و ارزش معاملات به ترتیب برابر با ۶۶۸میلیون سهم و ۲۳۶۶ میلیارد ریال بوده است که در دی ماه، دفعات معاملات برابر با ۳۴ درصد در مقایسه با آذرماه کاهش یافت و از یک میلیون و ۳۳۴ هزار دفعه به ۸۸۵ هزار دفعه رسید.

کاهش ۶ درصدی شاخص کل و کاهش ۱۳ درصدی ارزش بازار

شاخص بورس در پایان دی ماه امسال نسبت به آذرماه، به میزان ۳۹۷۳ واحد برابر با ۶ درصد کاهش یافت و از ۶۹۵۳۸ واحد به ۶۵۵۶۵ واحد رسید. افزون بر این، ارزش بازار سرمایه در پایان ماهی که گذشت در مقایسه با آذرماه، به میزان ۵۸۹۶۴ میلیارد ریال برابر با ۱۳ درصد کاهش یافت و از ۳۴۴۰۶۰۱ میلیارد ریال به ۳۰۰۲۱۹۴ میلیارد ریال رسید. بررسی صنایع از نظر ارزش بازار نیز نشان می‌دهد گروه محصولات شیمیایی با در اختیار داشتن ۲۹ شرکت و ارزش بازار ۶۷۱ هزار میلیارد ریال در پله اول قرار دارد و فرآورده‌های نفتی، کک و سوخت هسته‌ای با ۳۴۴ هزار میلیارد ریال و گروه بانک‌ها، موسسات اعتباری و سایر نهادهای پولی با ۳۳۰ هزار میلیارد ریال رتبه‌های بعدی را به خود اختصاص داده‌اند. همچنین براساس معاملات نرمال، در دی‌ماه امسال ارزش سهام خریداری شده اشخاص حقوقی حدود ۱۵۲۲۳ میلیارد ریال و معادل ۵۷ درصد از کل خریدها بود، در حالی که ارزش سهام فروخته شده آنها ۱۳۶۴۶ میلیارد ریال و حدود ۵۱ درصد از کل فروش‌ها بود. به‌علاوه اینکه در نخستین ماه فصل زمستان سرمایه‌گذاری خالص اشخاص حقوقی به میزان ۱۵۷۸ میلیارد ریال مثبت شد و در عین حال میزان خریدوفروش سهام اشخاص حقیقی به ترتیب ۴۲ و ۴۸ درصد از ارزش خریدوفروش بود.

کاهش سود شرکت‌ها

بر پایه این گزارش، نسبت قیمت به عایدی P/E بازار در پایان دی ماه ۹۳ برابر با ۵.۰۷ مرتبه بوده است. همچنین بنابر اعلام شرکت بورس در این مدت ۱۹ شرکت دارای پیش‌بینی سود صفر یا منفی بودند که در محاسبات لحاظ نشده‌اند و به دلیل عدم الزام ارائه پیش‌بینی سود شرکت‌های واقع در صنعت سرمایه‌گذاری‌ها، ۱۶ شرکت فعال در این گروه نیز در گزارش P/E لحاظ نمی‌شود که بر این اساس نسبت قیمت به عایدی (P/E) محاسبه شده بر مبنای ارزش بازار ۲۸۰ شرکت معادل ۲۹۱۲ هزار میلیارد ریال و سود پیش‌بینی شده بیش از ۵۷۰ هزار میلیارد ریال است. همچنین تطبیق سود (زیان) پیش‌بینی شده شرکت‌ها در دی‌ماه نسبت به ماه قبل از آن نشان می‌دهد که تعداد ۵۵ شرکت با افزایش، تعداد ۴۳ شرکت با کاهش و بقیه شرکت‌ها برابر با ۲۰۱ شرکت، تغییری در سود (زیان) پیش‌بینی شده نداشته‌اند که بر این اساس، سود و زیان پیش‌بینی شده شرکت‌ها در پایان دی ماه نسبت به آذر معادل ۳۵۴۰ میلیارد ریال کاهش را نشان می‌دهد.

تمهیدات بورس سنگاپور برای خروج از نوسان

بورس سنگاپور در سال جاری با کمترین ارزش معاملات نسبت به سال‌های گذشته روبه‌رو شد و به ارزش معاملاتی پایین‌تر از سال ۲۰۰۸ میلادی (بحران جهانی) دست یافت. این بازار در راستای ارائه راهکارهایی برای کاهش ضررهای بیشتر، محدودیت‌هایی را اعمال کرده که براساس آن میزان معاملات هر کد معاملاتی را از هزار سهم در روز به ۱۰۰ سهم کاهش داده است. این در حالی است که میانگین ارزش روزانه بازار سنگاپور با کاهش ۲۵ درصدی به ۷۹۴ میلیون دلار در سال جدید رسیده است.

نتایج انتخابات یونان بازارهای مالی را تکان داد

به دنبال پیروزی حزب سیریزا در انتخابات یونان و وعده این حزب برای متوقف کردن اقدامات ریاضتی که آتن را در مقابل طلبکاران بین‌المللی‌اش قرار داد، روز دوشنبه ارزش یورو به پایین‌ترین رقم در ۱۱ سال اخیر رسید و قیمت سهام نیز کاهش یافت. پس از اعلام نتایج انتخابات یونان، ابتدا ارزش یورو به پایین‌ترین رقم در ۱۱ سال اخیر یعنی ۱,۱۰۹۸ دلار رسید، اما سپس با اندکی ترمیم ۱,۱۱۷۱ دلار شد، هرچند که همچنان نسبت به هفته گذشته ۰,۳ درصد پایین‌تر بود.

فراز و نشیب‌های پر استرس بازارهای عربی

اتفاقاتی که بازارهای عربی را در هفته گذشته کاری تهدید کرد، از جمله کاهش چشمگیر قیمت نفت و مرگ پادشاه عربستان بازارهای این منطقه را در فراز و نشیب قرار داد. در هفته روز کاری گذشته در بازارهای عربی، در مجموع سه بورس بازده منفی و هفت بورس بازده مثبت داشتند.پس از بورس مصر، شاخص بورس‌های عمان، دوبی و ابوظبی بیش از یک درصد و شاخص سه بورس کویت، اردن و بحرین کمتر از یک درصد رشد داشتند. این در حالی است که، بورس قطر با نزول ۱,۴ درصدی بیشترین کاهش را داشت.

از نگاه کارشناسان

بورس به سمت تعادل پیش می‌رود

علی زارع‌پور
کارشناس بازار سهام

تسنیم – با توجه به معاملات چند روز گذشته و قرارگرفتن شاخص بورس در بستر کانال ۶۵ هزار واحد به نظر می‌رسد، این ارتفاع سطحی مهم و کف‌جدید نماگر بورس باشد؛ هر چند که روند معاملات بورس در چند روز آینده می‌تواند این موضوع را تایید یا رد کند. حجم و ارزش معاملات بورس این روزها به پایین‌ترین حد خود در سال‌جاری رسیده است. این موضوع بیانگر این مطلب است که سهامداران تمایلی به فروش سهام خود ندارند که این اتفاق نشانه خوبی برای دادوستدها و تلاش بازار سرمایه برای حفظ تعادل خود بوده و رفتار هیجانی در معامله‌گران در حال فروکش‌کردن است. شرایط فعلی بورس گذراست و در حال حاضر بازار سرمایه به‌طور مستقیم متاثر از افت جهانی نفت نیست، بلکه پس‌لرزه‌های کاهش نفت در اقتصاد کشور کلیت بازار را تحت تاثیر قرار داده است. فوت پادشاه عربستان تغییر محسوسی در نفت ایجاد نکرد. این موضوع نشان می‌دهد، سیاست و تصمیم بلندمدتی در جهان در خصوص کاهش قیمت نفت گرفته شده و با وجود اینکه اقتصاد همه کشورهای صادرکننده تحت تاثیر این موضوع است اما روندنزولی قیمت نفت کماکان ادامه دارد؛ با این حال چند روزی است که خوشبختانه از نوسانات نفت خبری نیست. به‌عنوان مثال افت قیمت نفت باعث ایجاد کسری بودجه عربستان برای نخستین بار پس از پنج سال شده که این کسری بودجه در تاریخ این کشور بی‌سابقه است، اما این کشور با داشتن ذخیره ارزی ۷۰۰ میلیارد دلاری توانسته تورم و اثرات ناشی از کاهش قیمت نفت را کنترل کند.

آثار تصمیم‌های اخیر دولت و مجلس بر بازار سهام

کیارش مهرانی
مدیرعامل سرمایه‌گذاری آتیه‌اندیشان مس

سنا – یکی از مهم‌ترین مسائلی که بازار سهام را در روزهای اخیر برجسته کرده، به تعویق‌افتادن طرح کیفی‌سازی پالایشگاه هاست که این امر می‌تواند در تصمیم‌گیری‌های سهامداران و فعالان بازار اثر مثبتی بگذارد و شرایط را شفاف‌تر کند. از مهم‌ترین بازیگران در بازار سهام، می‌توان به متولیان بازار پول اشاره کرد. در هر حال وجود بانک‌ها در بازارهای مالی می‌تواند به نقدشوندگی سهام و تخصصی شدن فعالیت‌های مالی کمک کند و اثرات مثبتی در بازار سهام بر جای گذارد. یکی از آثار مثبتی که کاهش قیمت نفت بر بازار سهام خواهد داشت، این است که اقتصاد ما را به سمت اقتصاد دانش بنیان سوق می‌دهد. اگر تغییرات خوبی را در بحث‌های سیاسی داشته باشیم، به یقین بازار سهام حجم امروز را نخواهد داشت و بنابراین کسانی که افق میان مدت برای سرمایه‌گذاری متصور می‌شوند باید به این نکته هم توجه کنند. شوک نفتی باعث شد که قیمت سایر مواد مربوط در بورس کالا کاهش یافته و این مسائل موجب شد تا سهامداران نسبت به این پدیده‌ها واکنش نشان دهند، اما این واکنش از حیطه منطقی خارج و وارد فضای احساسی شد. سرمایه‌گذارانی که به دنبال سفته‌بازی هستند، نگرانی دارند اما سرمایه‌گذارانی که دید بلندمدتی دارند و به دنبال بازده منطقی هستند، در میان مدت از این شوک‌های منطقی نگرانی ندارند. سرمایه‌گذارانی که افق کوتاه‌مدت برای خود متصور هستند، وارد بازار سرمایه نشوند زیرا بازار سرمایه مورد مناسبی برای سرمایه‌گذاری‌های آنها نیست.

شاخص بورس نشان‌دهنده اقتصاد کشور است

اسماعیل جلیلی
عضو کمیسیون برنامه، بودجه و محاسبات مجلس

خانه ملت – بازار سهام تابعی از شرایط حاکم بر اقتصاد بوده و با توجه به میزان رشد اقتصادی کشور، شاخص بورس نیز در مدار صعودی قرار می‌گیرد. در زمان وقوع رکود، فعالیت بخش‌های تولیدی و خدماتی، شرایط تحرک بخشی لازم را نداشته و همین موضوع به افت شاخص منتهی می‌شود، وضعیت کنونی بازار سهام ایران نیز تحت‌تاثیر همین عامل بوده و اکنون افت شاخص، رخدادی طبیعی قلمداد می‌شود.

از طرفی هم به دلیل کمبود منابع، ظرفیت‌های بیکار واحدهای تولیدی فعال نمی‌شوند که این موضوع باعث افت شاخص‌های بورس در سازمان‌ها و شرکت‌ها شده و ما تاثیر آن را بر عملکرد کل بازار سهام شاهد هستیم. مدیریت بازار سهام در نوسان شاخص دخیل نیست، چون ساز و کارهایی که برای انجام فعالیت‌های بازار سهام وجود دارد؛ به مدیر مجموعه ارتباطی ندارد.

مدیران سازمان بورس تنها ساختار داخلی را مدیریت کرده و روند رشد یا کاهش شاخص، به مجموعه فعالیت‌هایی که در بازار صورت می‌گیرد، مربوط است، مدیر ساختار بورس نیز تنها سیاست‌های دولت‌ها را اجرا کرده و در افزایش و کاهش سهم‌ها نقشی ندارد.

به هر حال باید توجه داشت که رییس ساختار به‌عنوان یک هماهنگ‌کننده، تاثیر چندانی بر نوسان شاخص ندارد، بلکه مدیر شرکت فروشنده سهام، عملکرد تاثیرگذاری بر رشد یا کاهش شاخص دارد.

نماگر بازار سهام

شاخص کل بورس ۱۳ واحد رشد کرد

شاخص کل بورس اوراق بهادار در پایان معاملات روز سه‌شنبه با ۱۳ واحد افزایش به ۶۵ هزار و ۱۲۷ واحد رسید. شاخص ۳۰ شرکت بزرگ ۱.۳ واحد، آزاد شناور ۵۳ واحد و بازار اول ۱۷ واحد رشد کرد. شاخص بازار دوم ۲۱ واحد و شاخص صنعت ۶۱ واحد با افت مواجه شد. همچنین در جریان معاملات بازار سهام ۳۷۶ میلیون سهم و حق تقدم به ارزش ۶۵ میلیارد تومان در ۲۶ هزار نوبت دادوستد شد. ارزش بازاری بورس نیز ۲۹۲ هزار میلیارد تومان است.

بازار نقدی بورس در یک نگاه

شاخص کل	۶۵,۱۲۷,۸۰
میزان تغییر	۱۳,۶۷
ارزش بازار	۲,۹۲۴,۵۰۷,۶۰۶ B
ارزش معاملات	۶۶۳,۵۷۳ B
حجم معاملات	۳۷۶,۱۶۹ M

تاثیر در شاخص

نماد	قیمت پایانی	تاثیر
ارتباطات سیار	۲۹,۴۶۳	۵۳,۹۸
کشتیرانی	۳,۳۹۴	(۳۸,۳۳)
بانک ملت	۱,۹۷۹	۳۷,۴۱
ملی صنایع مس	۱,۸۱۴	(۲۸,۰۳)
فولاد مبارکه	۲,۰۶۳	(۲۳,۳۸)

برترین تقاضا

نام کامل شرکت	خرید	ارزش
ح. رایان سایپا	۱۸,۳۶۱ M	۱۱,۰۳۵ B
نورد آلومینیوم	۲,۳۲۷ M	۱۰,۳۰۳ B
ح. فولاد مبارکه	۱۰,۱۳۱ M	۸,۱۰۵ B
سایپا آذین	۱,۲۳۴ M	۳,۲۶۵ B
رایان سایپا	۱,۹۶۴ M	۳,۲۱۹ B

برترین عرضه

نام کامل شرکت	فروش	ارزش
کمباین سازی	۶۰,۹۵۱ M	۶۲,۵۳۶ B
ملی صنایع مس	۱۴,۷۱۸ M	۲۶,۰۵۲ B
سیمان تهران	۴,۸۲۲ M	۱۳,۷۰۵ B
پتروشیمی فناوران	۴۰۴,۱۰۷	۱۰,۴۴۷ B
داروپخش	۵۲۳,۹۵۸	۹,۱۲۹ B

بیشترین افزایش

نام کامل شرکت	قیمت	درصد
سخت آژند	۳,۹۸۲	۱۸,۹۷
افست	۱۰,۳۴۲	۳,۹۹
فیبر ایران	۳,۴۱۶	۳,۹۹
سایپاآذین	۲,۶۴۷	۳,۹۷
رفاهی آبادگران	۲,۶۳۲	۳,۸۳

بیشترین کاهش

نام کامل شرکت	قیمت	درصد
کمباین‌سازی	۱,۰۴۴	(۱۰)
لاستیکی سهند	۴,۸۶۰	(۳,۹۹)
ماسه ریخته گری	۴,۵۰۸	(۳,۹۸)
ایران یاساتایرورابر	۴,۰۵۳	(۳,۹۶)
فنرسازی زر	۱,۶۵۱	(۳,۹۶)

بیشترین حجم معامله

نام کامل شرکت	حجم	ارزش
بانک تجارت	۱۹,۱۴۵ M	۱۵,۸۳۴ B
ح. رایان سایپا	۱۸,۶۸۸ M	۱۰,۹۱۰ B
بانک ملت	۱۸,۶۱۷ M	۳۶,۸۵۱ B
ایران خودرو	۱۵,۲۷۹ M	۳۷,۵۹۹ B
توسعه معادن و فلزات	۱۳,۵۴۵ M	۲۶,۳۵۴ B

بیشترین ارزش معامله

نام کامل شرکت	حجم	ارزش
ارتباطات‌سیار	۱,۵۱۳ M	۴۴,۶۳۹ B
ایران خودرو	۱۵,۲۷۹ M	۳۷,۵۹۹ B
بانک ملت	۱۸,۶۱۷ M	۳۶,۸۵۱ B
توسعه معادن	۱۳,۵۴۵ M	۲۶,۳۵۴ B
نوسازی‌تهران	۳,۷۲۸ M	۱۹,۲۴۱ B

بیشترین تعداد

نام کامل شرکت	قیمت	تعداد
ح. رایان سایپا	۵۸۴	۲۳۷۰
زامیاد	۱۲۵۶	۶۹۱
صنایع آذرآب	۲۵۹۲	۶۵۱
نوسازی تهران	۵۱۶۱	۶۲۸
توسعه معادن و فلزات	۱۹۴۶	۶۱۱

بازار نقدی فرابورس در یک نگاه

شاخص کل	۷۱۱,۲۰
میزان تغییر	۲,۴۰
ارزش بازار	۵۸۸,۵۱۳,۱۰۳ B
حجم معاملات	۹۵,۷۱۲ M

فرصت نت
www.forsatnet.ir
■ مطالب تکمیلی صفحه مدیریت سهام را هر روز در قسمت راهنمای سرمایه‌گذاران سایت فرصت نت بخوانید.
■ تحلیل‌های روزانه بازار سرمایه و سهام شما را در امر تصمیم‌گیری یاری می‌کند.
سیگنال
راه را به شما نشان می‌دهد

یادداشت

حباب ثاباد تخلیه شد

محمدمهدی جمشیدیان
کارشناس و تحلیلگر بازار سرمایه

شرکت مجتمع‌های توریستی و رفاهی آبادگران ایران که با نماد ثاباد در بورس شناخته می‌شود، مدتی به همراه نوسازی و ساختمان تهران دیگر سهم گروه املاک و مستغلات، نقل محافل بورسی شده بود و رشد قیمتی خیره‌کننده ۱۴۰ درصدی را در بازه زمانی کوتاهی از تاریخ ۲۳ مهر ماه تا سوم آذر ماه ۹۳ از قیمت ۲۰۷ تومان تا ۴۹۶ تومان تجربه کرده بود، به یکباره با تغییر روند با همان شدتی که صعود داشت، نزول پیدا کرد. به نحوی که از چهارم آذر تا هفتم بهمن ماه به قیمت ۲۵۲ تومان نیز رسید. ولی از روز گذشته به دلیل ارسال گزارش افزایش سرمایه به بازار، دوباره تغییر روند داده و به صف خرید هم رسید.

طبق گزارش ارسالی، ثاباد در نظر دارد سرمایه خود را از ۱۵۰ میلیارد ریال به ۲۰۰ میلیارد ریال برساند که ۳۱ میلیارد ریال از این افزایش سرمایه ۵۰ میلیارد ریالی از محل مطالبات حال شده سهامداران و آورده نقدی و مابقی آن به مبلغ ۱۹ میلیارد ریال از محل سود انباشته است. ضمنا شرکت موضوع این افزایش سرمایه را اصلاح ساختار مالی اعلام کرده است.

اما طبق بیانیه ثبت سهام «شرکت مجتمع‌های توریستی و رفاهی آبادگران ایران» که ضمیمه مجوز افزایش سرمایه ۳۳,۳ درصدی شرکت به بازار ارسال شده، این شرکت در نظر دارد برای افزایش سرمایه درگردش مورد نیاز و تامین نقدینگی لازم، از محل سود انباشته و همچنین تبدیل مطالبات حال شده و آورده نقدی سهامداران، نسبت به افزایش سرمایه ۱۰۰درصدی اقدام کند. این اقدام در راستای اجرای مصوبه پنجاه و دومین جلسه هیات پذیرش اوراق بهادار مبنی بر احراز حداقل مبلغ سرمایه به منظور تداوم حضور شرکت در بازار دوم و همچنین حداکثرسازی ثروت صاحبان سهام و نیز به منظور تامین مالی جهت اجرای پروژه‌های در دست اجرا شامل پروژه مجموعه تجاری سایت کوهسنگی مشهد و پروژه‌های جدید با مدنظر قراردادن صرفه و صلاح شرکت صورت می‌گیرد، یعنی سرمایه خود را از محل سود انباشته و مطالبات حال شده سهامداران و آورده نقدی از ۱۵۰هزار میلیون ریال به ۳۰۰هزار میلیون ریال، به شرح زیر افزایش دهد:

۲۰ هزار میلیون ریال (معادل ۱۳درصد) از محل سود انباشته، ۱۳۰هزار میلیون ریال (معادل ۸۷ درصد) از محل مطالبات حال شده و آورده نقدی سهامداران. با وجود ابهامی که در این خصوص وجود دارد به نظر می‌رسد پیشنهاد شرکت ۱۰۰درصد بوده ولی سازمان بورس فعلا با ۳۳,۳ درصد از آن موافقت کرده و بقیه افزایش سرمایه در اختیار هیات‌مدیره شرکت قرار بگیرد تا پس از اخذ مجوز از بورس نهایی شود.

با توضیحات بالا اگر فرض را به افزایش ۱۰۰درصدی سرمایه در یکسال آینده بگذاریم، با مراجعه به بیانیه ثبت متوجه می‌شویم که شرکت پیش‌بینی کرده می‌تواند سود سال مالی ۹۴ خود را بیش از ۱۰۳درصد افزایش دهد. رشدی که قابل توجه بوده و با توجه به اینکه به پایان سال مالی نزدیک می‌شویم می‌تواند قیمت فعلی سهم در محدوده ۲۵۰ تومان را تا حدی توجیه‌پذیر کند. بنابراین می‌توان گفت پس از آن صعود و سقوط شدید، در حال حاضر قیمت سهم در سطح معقولی واقع شده و می‌تواند نزول چندانی را دست کم تا ارسال اخبار جدیدتر شاهد نباشد.

ثاباد همچنین در جدیدترین گزارش خود سود هر سهم منتهی به ۹۳/۱۲/۲۹ شرکت را مبلغ ۲۵۱ ریال اعلام کرده است که نسبت به پیش‌بینی قبلی شرکت با افزایش شش درصدی همراه بوده است. دلیل این تعدیل مثبت اندک، عدم دریافت تسهیلات پیش‌بینی شده در ۹ ماه ابتدای سال جاری است که موجب کاهش هزینه‌های مالی شده است. شرکت در دوره ۹ ماهه خود توانست به ازای هر سهم ۱۸۸ ریال سود کنار بگذارد و ۷۵ درصد از پیش‌بینی‌هایش را پوشش دهد.

چرا سرمایه‌گذاری در بورس یک حرفه نیست؟

یک کارشناس بازار سرمایه در گفت‌وگو با بورس نیوز عنوان کرد: برخی از سهامداران حقیقی طی سال‌های گذشته در صدد آن برآمدند تا با همکاری یکدیگر کانون حمایت از سهامداران حقیقی را تشکیل دهند تا سهامداران در یک مکان مشخص تحت این عنوان متمرکز شوند. در همین راستا اقداماتی جهت پوشش بیمه‌ای سهامداران عضو کانون انجام پذیرفت و نتایج خوبی نیز از مذاکرات انجام شده با شرکت‌های بیمه‌ای مختلف حاصل شد، اما متولیان تشکیل کانون با مخالفت‌های متعدد مقامات دولتی و متولیان بازار سرمایه مواجه شدند. در نهایت تلاش‌ها برای راه‌اندازی کانون حمایت از سهامداران حقیقی به بار ننشست.

سهیلا فروزانی در پاسخ به این سوال که چرا سرمایه‌گذاری در بورس به‌عنوان یک حرفه و شغل در کشور ما به شمار نمی‌رود؟ ، گفت: سهامداران خرد در پی عدم حصول نتایج مثبت از تشکیل کانون حمایت از سهامداران، از سوی هیچ نهادی تحت پوشش بیمه قرار نمی‌گیرند و از نظر دولت سهامداران به دلیل عدم پرداخت حق بیمه شاغل محسوب نمی‌شوند. حال آنکه این افراد نخستین افرادی هستند که مالیات پرداخت می‌کنند. وی در ادامه سخنان خود به اتاق بازرگانی و فعالان اقتصادی آن اشاره کرد و اظهار داشت: فعالان اتاق بازرگانی افرادی هستند که شخصا به انجام فرآیند واردات و صادرات محصولات می‌پردازند و به نوعی همچون سهامداران بورسی سرمایه‌گذار هستند، با این تفاوت که به دلیل اینکه کانونی تحت عنوان اتاق بازرگانی تشکیل شده و فعالیت‌های آنها تحت نظر این اتاق انجام می‌شود از نظر دولت و مقامات دولتی سرمایه‌گذارند و از حقوق و مزایایی نیز برخوردارند.

در بررسی بازدهی صنعت کانی‌های غیرفلزی از ابتدای امسال مطرح شد

تفاوت بازدهی خیره‌کننده سال‌های ۹۲ و ۹۳

صنعت کانی‌های غیرفلزی دارای پنج طبقه همچون فرآورده‌های نسوز، عایق‌ها، فرآورده‌های چینی، محصولات سیمانی و انواع شیشه است و سهام ۱۴ مجموعه فعال در این گروه نیز در بورس معامله می‌شود.

براساس گزارش بورس نیوز، گروه کانی غیرفلزی در حالی بازدهی بیش از هفت درصدی را طی ۱۰ماهه امسال به دست آورده که بورس طی این مدت کمتر از یک درصد بازدهی مثبت به سهامداران خود اعطا کرده است.

این در حالی است که طی دوره مشابه سال گذشته گروه مذکور بازدهی مثبت بیش از ۳۵۵ درصدی کسب کرده بود و سهامداران نیز بازدهی مثبت ۱۸۰درصدی از معاملات ۱۰ ماهه خود در همان سال به دست آورده بودند.

شرح	دور مشابه سال ۹۳	دوره مشابه سال ۹۲
بازدهی صنعت	۷/۵۵	۳۵۵/۶
بازدهی بورس	۰/۶۹	۱۸۰

براساس اطلاعات موجود، از میان ۱۴ شرکت فعال در این گروه، هفت مجموعه با رشد قیمتی همراه شدند و به معاملات خود در مسیر صعودی پایان دادند و در مقابل، نمادهای باقیمانده نیز با افت ارزش سهام مواجه شدند.

به‌گونه‌ای که شرکت شیشه دارویی رازی با بازدهی مثبت حدود ۲۰۲ درصدی عنوان پربازده‌ترین سهم این گروه را از آن خود ساخت. مجموعه‌های پارس سرام و خاک چینی ایران در ردیف‌های بعدی قرار می‌گیرند.

نام شرکت	دوره مشابه ۹۳	دوره مشابه ۹۲
شیشه دارویی رازی	۲۰۲/۰۶	۲۶۰/۱۴
پارس سرام	۴۸/۴۵	۲۱۶/۳۹
خاک چینی ایران	۱۸/۶۱	۳۳۴/۶۱

همچنین شرکت‌های فارسیت درود، آذریت، فرآورده نسوز پارس و نیز پشم شیشه ایران رتبه‌های چهارم تا هفتم را از آن خود ساختند.

این در حالی است که شرکت سرامیک اردکان از ابتدای امسال تا اواخر دی ماه بازدهی منفی بیش از ۴۶ درصدی را محقق ساخته و به همین دلیل به‌عنوان کم‌بازده‌ترین سهم مطرح می‌شود. نماد معاملاتی «کسرا» از ۲۵ تیر ماه سال جاری تاکنون به دلیل برگزاری مجمع عمومی عادی سالانه سهامداران متوقف مانده است.

بعد از آن شرکت‌های آبگینه و فرآورده‌های نسوز ایران در جایگاه‌های بعدی قرار می‌گیرند.

نام شرکت	دوره مشابه سال ۹۳	دوره مشابه سال ۹۲
سرامیک اردکان	-۴۶/۵۷	۲۲۵/۶۷
آبگینه	-۳۴/۴۵	۴۲/۰۳
فرآورده‌های نسوز ایران	-۳۰/۵۴	۶۸۴/۳۰

همان‌طور که از جدول فوق مشخص است، مجموعه‌های مذکور طی دوره مشابه سال گذشته بازدهی‌های قابل توجه چندصددرصدی را محقق کرده‌اند.

همچنین طی معاملات ۱۰ ماهه سال گذشته شرکت آذریت تنها مجموعه‌ای بود که بازدهی منفی محقق ساخته که البته نماد معاملاتی آن در بازار پایه توافقی معامله می‌شود، «ساذری» طی این دوره با افت قیمتی ۵۳,۳۴ همراه شده است.

شرکت‌های فرآورده‌های نسوز آذر، فرآورده‌های نسوز ایران و نیز شیشه همدان به‌عنوان نقدشونده‌ترین سهام در گروه کانه‌های غیرفلزی مطرح می‌شوند.

نام شرکت	رتبه نقدشوندگی
فرآورده‌های نسوز آذر	۷۱
شیشه همدان	۸۷
فرآورده‌های نسوز ایران	۹۷

حجم و ارزش معاملات نیز طی ۱۰ ماهه امسال نسبت به دوره مشابه سال گذشته با روند نزولی همراه بوده است.

شرح	دور مشابه سال ۹۳	دوره مشابه سال ۹۲	درصد تغییر ۹۳ به ۹۲
حجم معاملات (میلیون سهم)	۸۹۵	۱/۰۰۶	(۱۱)
بازدهی بورس	۵/۲۸۵	۸/۶۸۹	(۳۹)

تحلیل عوامل موثر در شرایط فعلی بورس

احمد احمد آبادی
تحلیلگر کارگزاری پورسیران

شرایط رکودی اقتصاد و کاهش بیش از ۵۰ درصدی قیمت نفت، به‌عنوان نخستین منبع درآمدی کشور، عواملی هستند که در کنار هم شرایط فعلی بازار سرمایه را رقم زده‌اند. هر چند در معدود صنایع و شرکت‌هایی این روند و سطوح ارزش قابل‌توجیه نیست اما با مشاهده گزارش‌های ۹ ماهه و واقعیت‌های اقتصادی پیرامون می‌توان علل عدم اقبال بازار را درک کرد.

دو متغیر مهم مسبب رشد و نزول قیمت سهام عبارت است از سود و نسبت P/E در حال حاضر به واسطه شرایط کلان اقتصادی، اهالی بازار سرمایه نسبت به متغیر اول سود، خوش‌بین نبوده و تحلیلگران نیز به واسطه رکود حاکم و همچنین به واسطه کاهش شدید قیمت نفت که اثر آن هم در صنایع پتروشیمی و پالایشی و هم در صنایع معدنی و مواد خام مشهود است، برآوردهای خوشایندی از روند سودآوری صنایع در سال پیش رو ندارند. متغیر دوم، P/E نیز به واسطه افزایش دو عامل نرخ بازده بدون ریسک، نرخ سود سپرده بانکی و افزایش سطح عمومی ریسک با کاهش رو به رو شده است.

مجموع این تحولات روند نزولی قیمت‌ها و کاهش ارزش بازار را در پی داشته است. در حال حاضر تنها می‌توان به رشد نسبت P/E به واسطه دو رویداد محتمل امیدوار بود. نخست کاهش نرخ سود سپرده بانکی که زمینه و امکان بروز آن جای بحث مفصلی دارد و دیگری انجام توافقات هسته‌ای. اتفاق دوم علاوه بر رشد P/E، شرایط را در میان مدت و بلندمدت برای ورود سرمایه‌های خارجی و نیز برطرف شدن بخش بزرگی از نیاز به تامین مالی از طریق فاینانس خارجی که به‌زعم بسیاری از کارشناسان اقتصادی تنها راه برون رفت از شرایط فعلی اقتصادی است، هموار می‌سازد.

پیش‌بینی قیمت نفت

در مورد پیش‌بینی قیمت، پیچیدگی‌های زیادی وجود دارد. حدودا می‌توان گفت هیچ موسسه‌ای تا چندین ماه پیش این میزان کاهش قیمت نفت را پیش‌بینی نکرده بود. در حال حاضر هم فاصله و گسستگی زیادی بین پیش‌بینی‌های موسسات مطالعاتی وجود دارد. برخی ادامه روند نزولی را تا سطوح ۳۵ دلار برآورد می‌کنند و برخی نیز اهداف قیمتی ۹۰ دلار در سال ۲۰۱۵ را نوید می‌دهند. لذا برآورد قیمت نفت برای سال آتی امری دشوار است. اما اتفاقی که در حال حاضر رخ داده است، کاهش تراز ارزی کشور است. با کاهش بیش از ۵۰ درصدی قیمت نفت، کشور با کاهش ۵۰ درصدی درآمد ارزی مواجه شده است. از طرفی کشور ما واردکننده محصولات نهایی محسوب می‌شود. محصولاتی که یا کاهش قیمتی نداشته‌اند یا قیمت آنها به میزان کاهش قیمت نفت نبوده یا با وقفه زمانی کاهش می‌یابند. لذا می‌توان نتیجه گرفت که در بازه کوتاه‌مدت با کاهش شدید تراز ارزی مواجه هستیم.

پیش‌بینی نرخ دلار

در مورد نرخ دلار باید گفت که با توجه به محاسبات اینجانب براساس سال پایه ۱۳۷۱ و مقایسه تورم انباشته ایران و آمریکا، نرخ تعادلی دلار برای سال ۱۳۹۳، ۳۲۵۱۰ ریال و برای سال ۱۳۹۴، ۳۷۷۵۱ ریال برآورد شده است. اما با توجه به مطلبی که درمورد کاهش منابع ارزی بانک مرکزی گفته شد، این احتمال می‌رود که تا انتهای سال شاهد نرخ دلار در محدوده ۳۷۰۰۰ ریال باشیم.

اقدامات در شرایط فعلی

در مجموع با توجه به شرایط موجود می‌توان گفت که سطح ارزش کل بازار سرمایه و نسبت‌های P/E در بسیاری از شرکت‌ها در سطح معقولی قرار گرفته‌اند و می‌توان به خریدهای گام به گام اقدام کرد. اما در حد ممکن صنایع و شرکت‌هایی که از لحاظ بنیادی تایید شده باشند. با توجه به اخبار موجود از احتمال کاهش نرخ گاز مصرفی پتروشیمی‌ها و نیز افزایش احتمالی نرخ اوره تحویلی به سازمان خدمات کشاورزی و نیز با توجه به همبستگی کم قیمت اوره با قیمت نفت، یکی از گزینه‌های مناسب برای سرمایه‌گذاری را می‌توان بخش تولید اوره صنعت پتروشیمی در نظر گرفت. هرچند رشد نرخ ارز مبادلاتی بخشی از کاهش احتمالی بهای تمام شده اوره‌ای‌ها را خنثی می‌کند. از صنایع دیگر می‌توان صنایع آلومینیوم را برشمرد که با توجه به شرایط عرضه و تقاضای جهانی موجود روند مثبتی برای آن دیده می‌شود. روندی که حداقل نسبت به سایر مواد پرمصرف دنیا مثل مس، شاهد اثرپذیری کمتری خواهد بود. صنایع ذوب آلومینیوم اروپا در اثر فشار روزافزون ناشی از افزایش هزینه‌های تامین انرژی مورد نیاز و همچنین تبعیت از مقررات و قوانین سختگیرانه محیط زیستی، با خطر ادامه حیات خود روبه‌رو شده‌اند. از سال ۲۰۰۷ تاکنون ۱۱ واحد ذوب آلومینیوم از ۲۴ واحد تولیدی فعال در این قاره فعالیت خود را متوقف کرده‌اند.

توسعه مصارف جدید آلومینیوم و نیز رشد میزان تقاضای آن نیز آینده روشنی را نوید می‌دهد. صنایع لاستیک‌سازی نیز به واسطه کاهش قیمت مواد اولیه از گزینه‌های مطلوب هستند که البته با رشد واردات لاستیک‌های چینی نیز مواجه هستند، اما به واسطه تناسب قیمت و کیفیت و نیز رشد محتمل نرخ دلار، توان رقابت با تولیدات داخلی را ندارند. در حال حاضر شرکت‌های بسیاری نیز وجود دارند که میزان سود تقسیمی آنها با توجه به قیمت‌های کنونی جذاب هستند.

تحلیل تکنیکال

تحلیل تکنیکال تراکتورسازی ایران (تایرا)

پشوتن مشهوری‌نژاد
تحلیلگر تکنیکال

تایرا پس از تشکیل الگوی سروشانه روی ۶۳۰ تومان و پس از شکستن خط گردن این الگو در ۵۲۰ تومان آغاز به ریزش کرد و هم‌اکنون در حوالی ۴۵۰-۴۳۰ تومان قرار دارد. همان‌طور که ملاحظه می‌کنید این سهم درون یک کانال نزولی درحال حرکت است و درحال حاضر به کف این کانال در نقطه ۴۳۰ تومان رسیده است.

اکثر اندیکاتورهای تکنیکال مانند RSI، استوکاستیک و مکدی همگی در تایم فریم‌های کوتاه‌مدت، سیگنال خرید داده‌اند و بنابراین احتمال رشد کوتاه‌مدت قیمت تا محدوده سقف کانال یعنی ۴۵۰ الی ۴۷۰ تومان وجود خواهد داشت. فعلا محدوده نوسانات احتمالی قیمت در ۵۲۰-۴۳۰ تومان واقع است و به‌رغم آنکه این سهم به لحاظ فاندامنتال از ارزندگی مطلوبی برخوردار است اما مادامی‌که قیمت موفق به شکستن سقف این ناحیه در ۵۲۰ تومان نشده باشد نمی‌توان انتظار رشد بلندمدت از آن داشت.

عمق بازار

بازار سرمایه همچنان سرد و بی‌رمق

سیداحسان حسینی
کارشناس و تحلیلگر بازار سرمایه

روز گذشته شاخص بازار با کمک معاملات بلوکی با افزایش ۱۳,۸ واحدی به عدد ۶۵,۱۲۷ رسید. این درحالی بود که حجم معاملات همچنان پایین است و از ریزش‌های شدید بازار خبری نیست. روز گذشته در ادامه بررسی بودجه سال ۹۴، سخنگوی کمیسیون تلفیق لایحه بودجه کل کشور سال ۹۴ از تعیین درآمد حاصل از صادرات نفت و سهم شرکت نفت و صندوق توسعه ملی از درآمدهای حاصل از صادرات نفت در سال ۹۴ خبر داد. براساس مصوبه کمیسیون تلفیق، سهم شرکت نفت از درآمد حاصل از صادرات نفت و میعانات گازی ۱۴,۵ درصد و سهم صندوق توسعه ملی از همین محل ۲۰ درصد تعیین شد. همچنین مقرر شد ۲۰ درصد ارزش خالص صادرات گاز طبیعی پس از کسر واردات گاز به صندوق توسعه از ماه یازدهم سال به بعد محاسبه و واریز شود.

در رابطه با حمایت از بازار سرمایه، مستخدمین حسینی، معاون سابق بانک مرکزی معتقد است بازار سرمایه در جوانی مانده و باید بازار پول در کنار آن بماند و پیشنهاد کرد بانک‌ها با تشکیل یک صندوق مشترک، سرمایه‌ای را گردهم آورده و از سهام‌های موجود دفاع کنند. وی همچنین درباره درخواست سازمان بورس برای ورود بانک‌ها به منظور تامین نقدینگی بازار سرمایه با اعتقاد بر این که اقتصاد در اغلب موارد تحلیل رفته اظهارکرد: بنابراین اینکه بخواهیم با تبلیغ و گفتمان‌های امیدبخش به اقتصاد روحیه داده و عاملی برای افزایش شاخص بورس باشیم چنین چیزی امکان‌پذیر نیست. در صنعت سنگ آهن، روز دوشنبه در کمیسیون تلفیق که با حضور نماینده گل‌گهر و چادر ملو، معاون معادن وزارت صنعت، معدن و تجارت، معاون برنامه‌ریزی دولت و اعضای کمیسیون تلفیق برگزار شد، مقرر شد از محل فروش شرکت‌های معدنی ۲۵درصد بابت بهره مالکانه به دولت پرداخته شود. نهایی شدن این موضوع، نیازمند تصویب در صحن علنی مجلس شورای اسلامی است.

در صنعت بانک، معاون نظارتی بانک مرکزی با بیان اینکه دورزدن نرخ‌های سود بانکی در بازار پول مشاهده می‌شود، گفت: نرخ سود ۲۲ درصدی در اکثر بانک‌ها رعایت می‌شود، البته بانک‌ها و موسسات به بی‌نظمی عادت کرده‌اند و فکر می‌کنند که بانک مرکزی متوجه نمی‌شود و می‌توانند سر بقیه بانک‌ها را کلاه بگذارند. وی مثال زد که بعضا نرخ سود را ۲۲ درصد اعلام می‌کنند اما اقداماتی روی این نرخ انجام می‌دهند که نظم بازار را به هم می‌زند، مثلا اعلام می‌کنند سود آخر ماه را ابتدای ماه پرداخت می‌کنیم که در واقع با این کار، جذابیت سود ۲۲ درصدی خود را در مقایسه با بانک‌های دیگر افزایش می‌دهد. انتظار می‌رود، با تلاش جدی بانک مرکزی سیستم غیرمتشکل پولی جمع‌آوری شده و قابلیت نظارت بهتری در بازار پول فراهم شود. این اقدام می‌تواند در بلندمدت به برنامه‌ریزی‌های دقیق بازار پول و سروسامان دادن منسجم وضعیت‌های مختلف اقتصادی کشور منجر شود. فعالان بازار انتظار دارند، با ثبات در قیمت‌های جهانی و خبرهای خوب از توافق هسته‌ای روند متعادل و حتی مثبتی را در هفته‌های آینده برای بازار شاهد باشیم.

قاسم در نزدیکی نقطه شروع

محمد صفانور
تحلیلگر بازار سرمایه

۱۸ میلیون سهم معادل ۵ درصد از سهام شرکت قاسم ایران از زیرمجموعه‌های شرکت صنعتی مینو، در تاریخ ۲۱ آبان‌ماه سال جاری با قیمت ۱۰۰۰ تومان به‌ازای هر سهم روانه بازار سرمایه ایران شد. قیمتی که در همان روز نخست عرضه، پی برای P/E سهم را معادل ۱۱ واحد قرار داد. قیمتی که به زعم برخی کارشناسان بسیار بیشتر از ارزش واقعی سهم بود. برخی از کارشناسان از ارزندگی سهم در محدوده های ۵۰۰ تومان خبر می‌دادند اما جالب اینکه حرکت شارپ این سهم از روز بعد از عرضه آغاز شد و تا حدود سه هفته بعد از آن بدون وقفه ادامه پیدا کرد تا جایی که قیمت هر سهم آن با رشد ۱۰۶ درصدی به محدوده ۲۰۶۳ تومان رسید. در همین برهه زمانی مصاحبه‌های بسیاری از قول مدیران این مجموعه درباره ارزشمندی سهام این شرکت و اهداف قیمتی بالاتر تا محدوده‌های ۲۵۰۰ تا ۳۰۰۰ تومان، در بازار دهان به دهان می‌چرخید و از افزایش سرمایه حدود ۴۰ درصدی این شرکت در آینده‌ای نزدیک خبر داده می‌شد. هر افزایش سرمایه‌ای بسته به محل تامین آن، اهداف مختلفی از جمله اصلاح ساختار، تامین مالی برای اجرای پروژه‌های جدید و ... در پیش دارد که در گزارش توجیهی شرکت مشخص خواهد شد، اما بازار بدون در نظر گرفتن این گزارش و میزان تاثیرگذاری افزایش سرمایه بر سودآوری شرکت، به‌طورکلی به خبر افزایش سرمایه واکنش مثبت نشان می‌دهد و همین عامل به‌عنوان محرکی برای رشد قیمت سهام به‌شمار می‌آید. امروز با گذشت حدود دوماه و نیم از تاریخ عرضه سهام این شرکت به بازار هنوز خبری از گزارش‌های توجیهی و مجوز افزایش سرمایه این شرکت در بازار نیست. همچنین این شرکت در آخرین گزارش خود به بازار از تحقق سود ۴۷۲ ریالی در ۹ ماه عملکرد خود یعنی تنها معادل پوشش ضعیف ۵۲ درصدی سود پیش‌بینی شده، خبر می‌دهد. اما روند نزولی ریزش قیمت سهم از روز بعد از معامله ۳۵۷ میلیارد ریالی بازار روی این سهم در تاریخ ۱۲ آذرماه آغاز شده و با ۴۵ درصد کاهش قیمت نسبت به آن روز، هر سهم این شرکت در تاریخ تهیه گزارش با صف فروش در قیمت ۱۱۰۲۷ ریال مواجه است. آنچه از نظر گذشت شاید به‌نوعی تلنگری برای بازار باشد، بازاری که پر است از هیجانات مثبت و منفی، بازاری که ۳۵ میلیارد از پول خود را در سهامی با P/E ۲۲ واحد سرمایه‌گذاری می‌کند. (ارزش معاملات روزانه بازار در آن مقطع در حدود ۲۰۰ میلیارد تومان). تنبهی برای بازاری که مدام از مسئولان خود شکایت دارد. بازاری که مصاحبه و تبلیغات می‌تواند در جهت‌دهی آن نقش پررنگی داشته باشد. شاید این بار هم باید گفت «از ماست که بر ماست...».

سرمایه‌گذاری در پرورش دام سبک

بز حیوان عجیبی است!

وحید زندی فخر

«یکی از کارخانه‌های بزرگ لبنیات کشور اعلام کرده که چنانچه فرد یا افرادی در زمینه پرورش بز شیرده سرمایه‌گذاری کنند، به مدت پنج سال شیر تولید شده را با دو برابر قیمت بازار از واحد مربوطه خریداری خواهد کرد.» این دقیقا سخنی بود که از طرف معاون وزیر جهادکشاورزی در نشستی که هفته گذشته با خبرنگاران برگزار کرد، بیان شد، اما متاسفانه رسانه‌ها آن‌طور که باید و شاید به آن نپرداختند و این موضوع در لابه‌لای خبرهای دیگر پنهان ماند.

از آنجا که رسالت و خط مشی این صفحه، معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری و چگونگی مدیریت آن است، بر آن شدیم تا موضوع را از کارشناسان و متولیان امر پیگیری کنیم بلکه بتوانیم به‌عنوان یکی از نخستین روزنامه‌ها در این راستا پیش قدم باشیم. به این ترتیب، اکنون می‌خواهیم درباره پرورش بز، آن هم از نوع شیری با شما صحبت کنیم.

دامپروری، تنها گاوداری نیست

شاید وقتی کلمه دامپروری به گوش می‌رسد، بلافاصله تنها تصویر یک گاوداری در ذهن نقش می‌بندد، اما امروز دیگر دامپروری به روش صنعتی تنها در دام سنگین خلاصه نمی‌شود و می‌تواند دام‌های سبک از جمله بز و گوسفند را نیز دربر بگیرد. بز، حیوانی است که شاید تا دو، سه سال اخیر تنها می‌شد آن را در مراتع آزاد یافت. ولی به دلیل مزایا و برتری که شیر این حیوان نسبت به گاو دارد، کم‌کم کارشناسان اصلاح‌نژاد به فکر تولید نژادی افتادند که بتوان شیر بیشتری از آن گرفت؛ در این صورت است که پرورش بز، توجیه اقتصادی پیدا می‌کند. البته هنوز هستند عشایری که به پرورش سنتی بز اکتفا کرده و حتی چادر اسکانشان را از موی این حیوان تامین می‌کنند.

شاید بیش از هشت نژاد از این حیوان در کشور وجود داشته باشد. در این میان بز سانن بیشترین قابلیت را برای تولید شیر داراست. به جرأت می‌توان گفت کشور فرانسه در اصلاح نژاد این نوع، پیشتاز دنیاست و دام‌های خود را به کشورهای دیگر صادر می‌کند. ایران هم از واردات این نژاد مستثنا نبوده و اکنون حدود ۱۵ واحد صنعتی در کشور وجود دارد که البته نوع سانن و آلپاین را پرورش می‌دهند.

طریقه سرمایه‌گذاری

مانند هر کسب‌وکار دیگری گرفتن مجوزهای لازم از ملزومات اولیه است. سیاست‌های وزارت جهادکشاورزی طبق نیازها و امکاناتی که در مناطق مختلف کشور وجود دارد، به سازمان‌های متولی و زیرمجموعه ابلاغ می‌شود. سازمان‌هایی که سرمایه‌گذاران این حوزه باید با آنها در تعامل باشند، نظام مهندسی کشاورزی و نظام دامپزشکی است.

سرمایه‌گذار تقاضای خود را ابتدا به سازمان نظام مهندسی کشاورزی اعلام می‌کند. اگر طرح موردنظر، با سیاست‌های وزارتخانه همخوانی داشته باشد، تقاضا در سامانه مربوطه ثبت و به سازمان نظام دامپزشکی اعلام می‌شود. سازمان اخیر هم طی مدت یک ماه موظف است نظر نهایی خود را نسبت به قبول یا رد طرح اعلام کند. اگر طی یک ماه، خبری از سازمان نظام دامپزشکی نشد، نظام مهندسی وارد عمل شده و از ۱۱ سازمان دیگر (مانند منابع طبیعی، گردشگری، آب، برق و...) برای مکان موردنظر استعلام می‌کند. در صورت موافقت این سازمان‌ها پروانه تاسیس صادر می‌شود.

البته زمان آن هم بستگی به پیگیری متقاضی دارد. اما معمولا تا سه ماه جواب خواهد گرفت.

لازم به ذکر است طبق قانون، تعرفه کارشناسی برای سازمان نظام مهندسی کشاورزی، ۱۱۳هزار تومان و برای سازمان نظام دامپزشکی، ۱۳۱هزار تومان است. در مجموع ۲۰۰ تا ۳۰۰هزار تومان برای اخذ موافقت اصولی، پروانه تاسیس و پروانه بهره‌برداری از حساب سرمایه‌گذار کم می‌شود.

> **نگهداری گله بز، طبق گفته کارشناسان بسیار راحت‌تر از دام‌های دیگری مانند گاو است، زیرا این حیوان می‌تواند از دمای منفی ۲۵ تا مثبت ۴۵ درجه را تحمل کند. از طرف دیگر انعطاف‌پذیری آن نسبت به خوراک بسیار زیاد است و حتی می‌توان از برخی ضایعات کشاورزی در تغذیه بز استفاده کرد. گذشته از اینها مقاومت بز در برابر بیماری‌ها و مشکلات بهداشتی مثال‌زدنی است**

به گفته کارشناسان، برای شروع کسب‌وکار حداقل یک گله ۵۰ رأسی نیاز است تا توجیه اقتصادی داشته باشد. برای همین، با در نظر گرفتن تمام جزییات، سرمایه‌گذار به فضایی دست‌کم ۳۰۰متری احتیاج دارد. زیرا هر رأس بز، حدود چهار متر مساحت اعم از مسقف و غیرمسقف می‌خواهد.

از طرفی باید به فکر اسکان کارگران، دفتر مدیریت، راهرو بین بهاربندها و غیره هم بود.

کشت در کنار صنعت

اغلب پرورش‌دهندگان معتقدند که در اختیار داشتن یک زمین کشت، در کنار واحد دامپروری ضروری است. گفته می‌شود یک هکتار زمینی که علوفه می‌دهد برای ۶۰ رأس کفایت می‌کند. بنابراین می‌توان سرمایه‌گذار را مدیری دانست که با تلفیق کشت و صنعت، واحدی را تاسیس می‌کند تا بتواند از آن سود ببرد.

جالب اینجاست که برخلاف گاو، چندقلوزایی در این حیوان امری عادی است و دوره آبستنی آن هم پنج‌ماه طول می‌کشد. با توجه به اینکه سه‌ماه هم برای بازگشت رحم بعد از زایمان نیاز است، با یک حساب سرانگشتی می‌توان نتیجه گرفت که در هر دو سال، سه مرحله زایمان خواهد داشت. سرمایه‌گذار می‌تواند از تسهیلات مختلف هم استفاده کند. از آنجا که بخش کشاورزی با مشکلات کمبود نقدینگی مواجه است، بعید به نظر می‌رسد بتوان از تسهیلات آن‌که سودی کمتر از ۱۷درصد دارد، استفاده کرد. بنابراین به ناچار باید به تسهیلات بانکی که اغلب سود آن بالای ۲۳درصد است، قناعت شود.

نگهداری گله بز، طبق گفته کارشناسان بسیار راحت‌تر از دام‌های دیگری مانند گاو است. زیرا این حیوان می‌تواند از دمای منفی ۲۵ تا مثبت ۴۵ درجه را تحمل کند. از طرف دیگر انعطاف‌پذیری آن نسبت به خوراک بسیار زیاد است و حتی می‌توان از برخی ضایعات کشاورزی در تغذیه بز استفاده کرد. گذشته از اینها مقاومت بز در برابر بیماری‌ها و مشکلات بهداشتی مثال‌زدنی است. ناگفته نماند که قیمت هر رأس بز مولد، بیشتر از دو میلیون تومان نیست و سرمایه‌گذار می‌تواند آن را از مراکز اصلاح‌نژاد یا دامداری‌هایی که مشغول پرورش آن هستند، تامین کند. بز سانن معمولا در شش‌ماهگی به سن بلوغ می‌رسد و از آن به بعد توانایی تولید مثل دارد.

آینده‌ای روشن

هم‌اکنون پرورش صنعتی این حیوان بیشتر در مناطق مرکزی، روندی رو به‌رشد دارد؛ مناطقی مانند یزد، اصفهان و اراک. پرورش بز همان‌طور که گفته شد از قدیم‌الایام به‌صورت سنتی و چرای مرتعی وجود داشته و طبق کاوش محققان، قدیمی‌ترین گله پرورشی در منطقه اندیمشک پیدا شده است. اما یکی از محدودیت‌هایی که ممکن است در سرمایه‌گذاری خلل ایجاد کند، بحث تامین منابع آب است. طبق اطلاعات موجود، هر رأس بز حداقل در هر روز به ۹/۵ لیتر آب احتیاج دارد. بنابراین بسیار مهم است که سرمایه‌گذاران بیش از هر چیز به فکر تامین مایه حیات باشند. اگر مشکلی در این زمینه نبود، باقی مسائل به مرور حل خواهد شد. بنابراین با توجه به سخنان معاون وزیر جهادکشاورزی درباره مشوقی که یکی از کارخانه‌های کشور برای خرید شیر در نظر گرفته، پرورش بز می‌تواند یکی از فرصت‌های ناب سرمایه‌گذاری باشد. زیرا هم‌اکنون نوع اصلاح‌نژاد شده آن تا روزی پنج کیلوگرم شیر تولید می‌کند و هر کیلوگرم آن به قیمت ۲۵۰۰ تا ۳۰۰۰هزار تومان به فروش می‌رسد. البته به جز شیر، گوشت، مو، پوست، کرک و حتی شاخ آن نیز سودآور است و پتانسیل تجارت در بازار را دارد. از شیر بز، پنیر و ماست بسیار مرغوب تولید می‌شود که قیمتی بالاتر از نرخ همین اقلام توسط شیر گاو برای آن تعیین می‌شود. حمایت‌های دولتی نیز شامل حال سرمایه‌گذاران خواهد شد که از آن جمله می‌توان به تامین مایه ژنتیکی به‌صورت رایگان تا دو نسل متوالی برای گله موردنظر اشاره کرد.

میزان سرمایه‌گذاری در واحدپرورشی، به ازای هر رأس بز

سرمایه مورد نیاز	سرمایه در گردش	سرمایه ثابت	ساختمان	تجهیزات
مقدار برآورد (میلیون ریال)	۱۶	۵۰/۶	۳۹/۳	۱۹/۷

بزرگ‌ترین مزرعه پرورش بز در رومانی، پررونق و پولساز

مترجم: سارا گلچین

در رومانی و با ایده فردی به نام گرکو لون، صاحب یک شرکت بزرگ کشاورزی، بزرگ‌ترین مزرعه پرورش بز در شهر دوبروگای این کشور ساخته شد.

شرکت کشت و صنعت الکومکس در سال ۲۰۰۴ با راه‌اندازی مزرعه‌هایی برای تولید غلات و حبوبات کار خود را آغاز کرد. این شرکت به تدریج به ۱۵۰۰ هکتار زمین زراعی گسترش یافت.

میل و رغبت برای اضافه‌کردن شاخه‌های دیگر به کار سرانجام در سال ۲۰۱۱ به گسترش این کسب‌وکار انجامید. در این راستا پرورش احشام و تولید خوراک‌های ترکیبی هم به کار این مزرعه بزرگ افزوده شد. به این ترتیب، جایگاهی برای پرورش احشام درست شد که پرورش بز سانن هم جزئی از این پروژه بود.

در نیمه دوم سال ۲۰۱۲، بخشی از این سرمایه‌گذاری به بز نژاد سانن و بزهای آلپاین اختصاص یافت. این بزها از مزرعه‌ای در فرانسه وارد رومانی شدند و ۱۱۰۰ لیتر شیردهی آنها مورد تایید قرار گرفته بود. اجرای پنج طرح نوسازی پناهگاه‌ها برای نگهداری از این میهمانان فرانسوی، ساخت چهار پناهگاه تازه برای بزهای شیرده و دو مرکز نگهداری بزغاله‌های نوپا از جمله اقدامات این مزرعه‌دار برای بخش پرورش بزها بود. این سرمایه‌گذاری‌ها در سال ۲۰۱۳ هم ادامه داشت و با ساخت دو ایستگاه شیردوشی و سایر کارهای ساختمانی و عملیاتی طرح‌هایی پیگیری شد که هدف‌شان اضافه کردن پنج هزار رأس بز دیگر به این مزرعه بود. این محل پرورش احشام، اکنون بزرگ‌ترین مزرعه از این قبیل در کشور رومانی به شمار می‌آید.

این مزرعه اکنون ۳۱۰۰ رأس بز دارد که ۲۶۰۰ رأس از آنها ماده و در مرحله شیردهی هستند و هفت تا ۱۱ماه در دوره بارداری به سر می‌برند. میانگین تولید شیر این بزهای سانن و آلپاین وارد شده از فرانسه طبق اعلام و تایید واردکنندگان پس از بار دوم شیردهی بیش از ۱۰۰۰ لیتر بود.

کارهایی را که در رومانی برای پرورش این بزها انجام شد می‌توان در چند سرفصل به طور خلاصه بیان کرد:

- دانش‌افزایی پرورش‌دهندگان درباره تولید بزها در یک سیستم قدرتمند؛
- بهبود ژنتیکی بز؛
- پژوهش‌های فناورانه و گسترش تولید براساس میزان شیر؛
- سیر تکاملی پیوسته بازار پنیر و سایر فرآورده‌های لبنی و گوشت بز.

منبع: iga-goatworld.com

سرمایه های آموختنی ۲۶

تجربه‌های کارآفرینان و سرمایه‌گذاران باسابقه و موفق همیشه می‌تواند چراغ روشنی برای شروع راه پرتلاطم سرمایه‌گذاری باشد، از این رو از کارآفرینان موفق دنیا این سوال مهم پرسیده شده «آرزو می‌کردید قبل از شروع کسب‌وکارتان چه تجربه‌هایی کسب کرده بودید؟»

در این بخش هر روز پاسخ یکی از این کارآفرینان را نقل می‌کنیم تا سرمشق راه‌تان قرار دهید...

با نخستین شرکتم که تاسیس کردم، آرزو می‌کردم اول کاری مشتریانم را به خط می‌کردم و از آنها تعهد می‌گرفتم از من خرید کنند قبل اینکه وارد گود شوم.

پاتریک جی. سوینی

سرنخ

پیوند ظرفیت‌ها در جنوب کشور

کلاف اول:

جنوب کشور ما به دلیل وجود منابع طبیعی به علاوه مرزهای مناسب جغرافیایی، پتانسیل‌های بسیاری برای انواع سرمایه‌گذاری‌ها دارد، البته کارشناسان معتقدند مثلا در خوزستان حجم عظیمی از سرمایه‌گذاری شکل گرفته است اما وجود صنایع بالادستی مانند نفت و گاز و میان‌دستی مانند فولاد و نیشکر باعث شده که در صنایع پایین‌دستی سرمایه‌گذاری بزرگ و اتفاق جدی رخ ندهد.

در این کلاف به بازتاب سخنان رییس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی استان خوزستان می‌پردازیم که وی اظهار داشته: سه هزار واحد صنعتی در استان خوزستان وجود داشت که در هشت سال گذشته به‌طور قابل توجهی کاهش یافته، بنابراین لازم است مدیران بخش صنعتی دولت به این امر بپردازند که بنگاه‌ها و صنایع پایین‌دستی مورد نیاز صنایع بالادستی را رونق دهند.

سلیمانی با اشاره به ظرفیت‌های منطقه آزاد اظهارکرد: استفاده از ظرفیت‌های خوب منطقه آزاد اروند و منطقه ویژه پتروشیمی بندر امام(ره) از مزیت‌های جدی خوزستان است که می‌تواند برای خروج از رکود و تورم تاثیر جدی داشته باشد. از هر هکتار زمین در منطقه آزاد فرصت‌های شغلی بسیاری به دست می‌آید.

وی با تاکید بر استفاده از بازار گردشگری خوزستان گفت: موانع صادرات محصولات خوزستان باید برطرف شود. بازار عراق ظرفیت بسیار خوبی برای صادرات محصولات خوزستان و همچنین خدمات فنی و مهندسی است، درحالی‌که خدمات فنی و مهندسی خوزستان کمترین نقش را در اقتصاد عراق دارد.

در این کلاف ما هم پیشنهاد می‌دهیم از ظرفیت بندری در خوزستان غافل نشوید که حدود ۴۵ درصد از تجارت بین‌المللی کشور از طریق بنادر این استان انجام می‌شود و اگر با ظرفیت‌های منطقه آزاد اروند پیوند بخورد می‌تواند در خروج از تورم و رونق کسب‌وکار هم تاثیرگذار باشد.

کلاف دوم:

گرفتن انواع عکس‌های پرسنلی به علاوه عکس‌های آتلیه‌ای و ثبت خاطره‌ها توسط عکاسی همواره یک اتفاق جالب و البته سودآور برای صاحبان این کسب‌وکار است.

در این کلاف قصد داریم به شما پیشنهاد دهیم که یک مغازه عکاسی با تمام امکانات، تاسیس کنید. امروزه روش‌های عکاسی و چاپ عکس روی انواع کاغذ و شاسی و فیبر و .... بسیار متنوع شده و هر کدام در جای خود می‌توانند باعث کسب درآمد خوب برای صاحب این کار باشند.

این کار نیازمند مقداری ذوق و سلیقه به علاوه مبلغی سرمایه اولیه است، گرفتن مجوز عکاسی چندان مشکل نیست و برای شروع کار هم با توجه به حجمی‌که مدنظر است، می‌توانید از پایه مبلغ ۵۰ میلیون تومان کار را شروع کنید اما به دلیل انواع سفارش‌هایی که در این کار می‌گیرید این‌گونه به نظر می‌آید که شغلی مطمئن و پردرآمد است.

پس شما هم اگر مقداری با نرم‌افزارهای گرافیکی آشنا هستید و ذوق و هنری در عکاسی دارید با سرمایه‌گذاری در تاسیس یک عکاسی به علاوه خرج کردن مقداری از سلیقه خود، کسب‌وکاری هنرمندانه راه بیندازید.

خبر

کام تلخ صنعت شیرینی و شکلات

صنعت شیرینی و شکلات با وجود اینکه توانسته جایگاه خوبی در سایر کشورها حتی آمریکا به‌دست آورد و صادراتی دوبرابر صنعت خودرو داشته باشد، مشکلاتی همچون نبود ماشین‌آلات مناسب برای بسته‌بندی و واردات بی‌رویه و عرضه محصولات تاریخ‌گذشته خارجی کامش را تلخ کرده است.

به گزارش ایسنا، یکی از دلایل این امر شاید نبود تمایل ایرانی‌ها برای سرمایه‌گذاری در چنین صنعتی باشد، زیرا ترجیح سرمایه‌گذاران ایرانی این است که پول خود را در مسیرهای کم‌ریسک قرار دهند و به گفته فعالان این صنعت حدود ۲۷ سال است که کسی تمایل به سرمایه‌گذاری در این صنعت ندارد و تا زمانی که بهره بانکی پایین نیاید سرمایه‌گذاری نیز محقق نمی‌شود.

صنعت شیرینی و شکلات به‌خصوص در واحدهایی که به تعاملات بانکی با خارج از کشور نیاز دارند نیز مانند بسیاری از صنایع از فشارهای خارجی بی‌نصیب نمانده است و با این مشکلات دست و پنجه نرم می‌کند. علاوه بر این حضور شیرینی و شکلات خارجی تا حدودی فرصت خودنمایی را از صنعت شیرینی گرفته است.

می‌توان در این زمینه به واردات بی‌رویه شیرینی و شکلات اشاره کرد و این مسئله را یکی از مشکلات اصلی صنعت شیرینی و شکلات دانست زیرا به گفته دست‌اندرکاران این صنعت برخی محصولات خارجی تاریخ‌مصرف‌گذشته از بازارهای کشورهای اروپایی یا کشورهای همسایه جمع‌آوری شده و با دستکاری تاریخ‌ها به کشورمان وارد می‌شوند و نظارت چندانی نمی‌شود.در این زمینه علی سالک نجات، عضو انجمن شیرینی و شکلات در گفت‌وگو با ایسنا اظهار کرد: باید تمهیدات اساسی برای مقابله با مشکلات این صنعت اندیشیده شود، زیرا درحال‌حاضر بسیاری از فعالان این حوزه با مشکلاتی همچون نقدینگی و نبود تسهیلات مناسب درگیر هستند.

آزموده

اهمیت رعایت حقوق مصرف‌کنندگان از دیدگاه صاحبان کسب‌وکار
مشتری اساس یک کسب‌وکار است

ترجمه: سارا گلچین

تجزیه و تحلیل مدیریت بازاریابی نشان داده است که مشتری کلید خوشبختی بازار است و تولیدکننده باید توجه ویژه‌ای به نیازهای مشتری و امنیت او در مصرف نشان دهد. اما دیده شده که برخی کسب‌وکاردارها به این تعهد بی‌اعتنا هستند و کالاهایی را با فرسنگ‌ها فاصله از استاندارد، کیفیت نامطلوب و دغل کاری ارائه می‌دهند. به این ترتیب نیاز به حفظ حقوق مصرف‌کننده بیشتر حس می‌شود. پس رعایت حقوق مصرف‌کننده در واقع حفظ اشتیاق او نسبت به کالا یا خدمات است.

رعایت حقوق مصرف‌کننده مبحثی بس گسترده است که شامل حقوق، مسئولیت‌ها و راه حل‌های گوناگون برای راضی نگاه داشتن مصرف‌کنندگان می‌شود. توجه به این حق وحقوق نه تنها به سود مشتری است بلکه برای صاحبان کسب‌وکار هم فایده دارد.

چرا حمایت از حقوق مصرف کننده؟

۱- مشتری‌های آگاه

رعایت حقوق مصرف‌کننده به مشتریانی که توجهی به این حیطه ندارند اهمیت حفظ حقوق آنها از دیدگاه صاحبان کسب‌وکار را یادآور شده و آگاهی را در میان آنان نشر می‌دهد. به این ترتیب مشتری‌ها با راه‌های جبران خسارت و نهادهای مسئول در این باره بیشتر و بهتر آشنا می‌شوند.

۲- سازمان یافتن مشتری‌ها

در کشورهای درحال توسعه‌ای چون هند، مشتری‌ها سازماندهی خاصی ندارند. تنها تعداد اندکی سازمان وجود دارد که کارشان حمایت از حقوق مشتری است. رعایت حقوق مشتری انگیزه برای ایجاد سازمان‌هایی با این ماموریت را بیشتر از پیش می‌کند. اهمیت دادن به حقوق مشتری قدرت و حق این سازمان‌ها را برای دفاع جانانه از مشتری‌ها بیشتر و آسانتر می‌سازد.

۳- منافع گسترده برای مشتری ها

اگرچه در روزگار حاضر مشتری کلید خوشبختی بازار است اما آنقدر مشتری در دنیا هست که صاحبان کسب‌وکار گاهی وسوسه می‌شوند تا از راه‌هایی که نباید به تقویت کسب‌وکار خود بپردازند. حمایت از مشتری‌ها سپر محکمی برایشان در برابر این دغل‌کاری‌ها ایجاد می‌کند.

صاحبان کسب‌وکار بدون توجه به علاقه و رضایت مشتری‌های خود هرگز نمی‌توانند در درازمدت در بازار دوام بیاورند. آنها اگر خواهان کامیابی در بازار رقابتی هستند، باید برای مشتری اهمیت قائل شوند. رعایت حقوق مصرف‌کننده به دلایل زیر به سود صاحبان کسب‌وکار است:

۱- توجه درازمدت به کسب‌وکار

در دنیای اقتصاد آزاد و جهانی شدن، سطح رقابت در بازار آنقدر افزایش یافته که کسب‌وکارها نه تنها در داخل مرزهای خود، بلکه در سطح بین‌المللی نیز با رقابت مواجه هستند. در این میدان کسب‌وکارهایی موفق هستند که بتوانند رضایت مشتری‌ها با تولید محصولات مطابق با نیاز آنها تامین کنند.

صاحبان کسب‌وکاری که به رضایت و خرسندی مشتری بی‌اعتنا باشند، به سرعت حسن‌نیت و مشتری‌های خود را از دست می‌دهند. بنابراین به نفع خود کسب‌وکار است که مشتری راضی و خشنود باشد.

۲- بهره‌برداری از منابع اجتماعی

کسب‌وکاردارها از ظرفیت‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. آنها سود خود را از مسیر عرضه کالا و خدمات به مردم یک جامعه به دست می‌آورند. پس باید کاری درخور برای جامعه انجام دهند. صاحبان کسب‌وکار صرفا متولی این منابع هستند و باید از آنها به نفع مشتری‌ها استفاده کنند.

۳- مسئولیت‌های اجتماعی

یک صاحب کسب‌وکار تعهداتی نسبت به گروه‌های مختلف دارد و مشتریان یکی از مهم‌ترین گروه‌ها هستند. این مسئولیت صاحب کسب‌وکار است که کالای باکیفیت را با قیمتی منطقی به مشتری عرضه کند. حمایت از مشتری‌ها چراغ راه صاحبان کسب‌وکار برای عمل به مسئولیت‌های اجتماعی است.

۴- رعایت انصاف

دیدگاه سنتی به ما می‌گوید که انصاف تنها برای حرفه‌های خاصی است اما واقعیت این است که در دنیای امروز داشتن انصاف و وجدان در کار نقشی مهم در هر کسب‌وکاری دارد. انصاف و وجدان عناصری هستند که وجودشان در یک کسب‌وکار به آن شکوه و بزرگی می‌بخشد. در محیط این روزهای کسب‌وکار بدون ارزش‌های اخلاقی، کار کردن به تنهایی هر لحظه قابلیت تبدیل شدن به یک جرم و بزه را دارد. در این شرایط جامعه نیز چنین کسب‌وکاری را تحمل نمی‌کند و به آن اجازه دوام و پایداری نمی‌دهد.

۵- مداخله دولت

اگر صاحبان کسب‌وکار می‌خواهند از مداخله‌های دولتی در کاروبار خود جلوگیری کنند، باید از کارهای تجاری غیرمنصفانه و ناپذیرفته از سوی مشتری خودداری کنند. مداخله‌های دولتی می‌تواند به چهره کسب‌وکار آسیب بزند. صاحبان کسب‌وکار باید به‌صورت داوطلبانه درگیر فعالیت‌هایی شوند که نفع مشتری را حفظ می‌کنند. در غیراین صورت درافتادن با دولت برایشان گران تمام می‌شود.

۶- مشتری، هدف یک کسب‌وکار است

نخستین و مهم‌ترین هدف یک کسب‌وکار این است که مشتریان بیشتری برای خود دست‌وپا کرده و بتواند آنها را حفظ کند. در این میان تنها کسب‌وکارهایی در رسیدن به این هدف موفق هستند که به منافع مشتری توجه پررنگی نشان دهند. مشتری، اساس یک کسب‌وکار است.

منبع: yourarticlelibrary.com

بایدها و نبایدهای حمایت از حقوق مصرف‌کننده

به نام مصرف‌کنندگان به کام تولیدکنندگان

طرح: بهزاد باشو | فرصت امروز

زهرا تعالی

امروزه شعارهای مرتبط با رضایت مشتریان و مصرف‌کنندگان به‌قدری افزایش پیدا کرده و روی سردر فروشگاه‌ها به چشم می‌خورد که یادمان می‌رود همه‌چیز فقط به حرف و شعار نیست، به قولی به عمل کار برآید به سخندانی نیست...

فعالیت‌های اقتصادی و کارهایی که در حوزه کسب‌وکار و تجارت صورت می‌گیرد، همانند یک خیابان دو طرفه است و همه‌چیز باید با دقت و ظرافت انجام شود، زیرا احتمال خطر و آسیب‌دیدگی بیشتر از یک عمل یک‌سویه است. به‌عبارتی در فعالیت‌هایی که رفتارها متقابل است و عملکرد هر یک به دیگری بستگی دارد نمی‌توان به‌سادگی از کنار تاثیر مستقیم کنش یکی در مقابل دیگری گذشت.

برای مثال اگر یک تولیدکننده در فرآیند تهیه و تولید محصول مورد نظر خود رضایت و پسند و حق و حقوق مشتریان بالقوه و بالفعل خود را مورد توجه قرار ندهد و فقط به سودی که قرار است نصیب خودش بشود فکر کند، مطمئنا در کوتاه‌مدت باید به فکر یک حرفه و شغل جدید باشد، زیرا در فعالیت‌هایی که فقط رضایت یکی از طرفین منظور شود موقعیت و پیشرفتش دوام چندانی نخواهد داشت؛ چون این مصرف‌کننده است که با حمایت از تولیدات تولیدکننده بقا و دوام او را در بازار داخلی و گاهی خارجی تضمین می‌کند. در غیر این‌صورت اگر مصرف‌کننده در مورد هر نوع کالایی که در داخل تولید می‌شود رضایت نداشته باشد و حقوق وی تامین نشود، فعالیت‌های اقتصادی تولیدکننده بومی از رونق می‌افتد. در اصل آنچه ضامن ماندگاری و پیشرفت تولیدات داخلی است رعایت حق و حقوق مصرف‌کنندگان در بازار است که اگر چنین نباشد و تولیدات بومی و داخلی هر کشوری از جانب مردم آن کشور حمایت نشود، روند تولیدات به سرعت به سمت رکود سیر می‌کند و چرخه اقتصادی از حرکت بازمی‌ایستد. این امر یعنی حمایت مصرف‌کننده از تولیدات داخلی میسر نیست مگر با بذل توجه و ارج نهادن به جایگاه و شأن مصرف‌کننده و در نظر گرفتن فاکتورهای اساسی آنها در خرید اقلام موردنیازشان در جهت جلب رضایت و رعایت حقوق تعریف شده ایشان در همه زمینه‌ها.

اصلا و اساسا به همین منظور هم «مرکز بررسی قیمت‌ها» در تیرماه سال ۱۳۵۴ به منظور تعیین، تعدیل و تثبیت قیمت تولیدات داخلی کشور و کالاهای وارداتی و خدمات و انجام بررسی‌ها و تهیه طرح‌های لازم در جهت متعادل ساختن و پیشگیری از افزایش نامتناسب قیمت‌ها تشکیل شد و به دنبال آن در تیرماه همان سال به منظور تهیه فهرست کالاهایی که مصرف‌کنندگان یا تولیدکنندگان آن باید موردحمایت قرار گیرند صندوق حمایت مصرف‌کنندگان تشکیل شد و در نهایت در سال ۱۳۵۸ از ادغام مرکز بررسی قیمت‌ها « صندوق حمایت مصرف‌کنندگان» سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان تشکیل و اساسنامه آن به تصویب شورای انقلاب رسید.

دولت هدایتگر به‌جای دولت مداخله‌گر

در همین زمینه آقای غلامعلی رموی، کارشناس تنظیم بازار معتقد است: در مورد حمایت از مصرف‌کننده نقش هدایتگر و نه مداخله‌گر دولت می‌تواند شایان توجه باشد، جایی‌که دولت با ارائه راهبردها و راهکارهای عملی و اجرایی مناسب، می‌تواند زمینه را برای توانمندسازی تشکل‌های مردمی حامی حقوق مصرف‌کننده ارائه و آنها را با شرایط و قواعد حاکم بر نظام اقتصادی کشور آشنا کند. لازم است در راهبردهای دولت تدبیر و امید، برنامه‌ها و سیاست‌هایی پیش‌بینی شود تا به موازات حمایت از رونق تولید و بهبود فضای کسب‌وکار، زمینه رشد و توسعه تشکل‌های مردم‌نهاد حامی حقوق مصرف‌کننده هم گسترش یافته و این تشکل‌ها امکانی پیدا کنند تا در محافل تصمیم‌گیری کلان کشور درخصوص موضوعات مبتنی‌بر حقوق مصرف‌کنندگان موضع‌گیری کرده و از حقوق جامعه بزرگ مصرف‌کنندگان همانند نمایندگان قدرتمند تولیدکنندگان دفاع کنند.

زیرا این موضوع هم می‌تواند از دغدغه‌ها و نگرانی‌های دولت در حوزه نظارت و کنترل بازار تاحدود زیادی بکاهد و هم می‌تواند نقش مردم‌سالاری دینی را در جامعه اسلامی بسط و گسترش دهد و نهادینه کند. در چنین شرایطی است که مردم با تغییرات و تحولات عرصه تولید تا مصرف آشنا شده، نسبت به این تغییرات هم واکنش‌های مناسب و منطقی نشان خواهند داد. از سوی دیگر تولیدکننده واقعی متوجه خواهد شد که به‌راحتی برای پوشش برخی هزینه‌های بحق یا نابحق خود نمی‌تواند از ابزار افزایش قیمت و کاهش کیفیت یا موضوعاتی از این دست برای حل مشکلات مالی خود بهره گیرد، بلکه باید در یک فرآیند رقابتی کامل و سالم به سمت کاهش هزینه‌های تولید حرکت کرده و نسبت به مدیریت قیمت و کیفیت محصول خود اقدام کند تا امکان حضور در بازار را داشته باشد.

این کارشناس تاکید می‌کند: بنابراین لازم است تیم اقتصادی دولت تدبیر و امید ضمن مطالعه و بررسی جامع و کامل نقش تشکل‌های حامی حقوق مصرف‌کننده در اقتصاد کشورهای صاحب صنعت و تکنولوژی، نسبت به بازبینی و ارزیابی شرایط موجود این تشکل‌ها در ایران، اقدام کرده و با ایجاد تشکل‌هایی فعال و پویا ضمن ایجاد موازنه قدرت در عرصه تصمیم‌گیری، درخصوص محصولات و تولیدات بازار و جلوگیری از اجحاف به مصرف‌کنندگان شرایط را برای رونق اقتصادی، توسعه تولید و امنیت و رفاه مصرف‌کنندگان به ارمغان آورند. البته توجه به این مهم تنها به یک یا دو کشور محدود نمی‌شود و در قوانین جهانی و بین‌المللی هم مورد توجه قرار گرفته است.

حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان در قوانین بین‌المللی

امروزه دولت‌ها در راستای کنترل و حمایت از روابط اقتصادی جامعه نه‌تنها به وضع قوانین و مقررات معین در اعمال مجازات شدید برای بزه‌هایی از قبیل کلاهبرداری یا تقلب در معاملات تجاری مبادرت می‌کنند، بلکه با وضع قوانین انتظامی از مصرف‌کنندگان به‌عنوان طرف‌های ضعیف قرارداد در برابر معاملات غیرعادلانه، تجارت کالاهای معیوب و خطرناک و تحمیل یک‌جانبه شرایط قرارداد از سوی تولیدکنندگان، فروشندگان و مراکز خدماتی حمایت می‌کنند. نظام‌های حقوقی اغلب کشورهای جهان حق مصرف‌کننده را مقدم داشته و تلاش دارند تولیدکنندگان، واردکنندگان، توزیع‌کنندگان و فروشندگان را تشویق و ترغیب بلکه وادار کنند تا حقوق مصرف‌کنندگان را در کالاهای تولیدی خود موردتوجه قرار دهند.

بر همین اساس سازمان ملل حقوقی را به‌عنوان حقوق پایه به‌عنوان رهنمود به کشورهای عضو پیشنهاد کرده است.

حقوق هشت‌گانه مصرف‌کننده براساس رهنمودهای سازمان ملل:

۱ حق برخورداری از سلامتی و ایمنی
مصرف‌کننده اطمینان حاصل کند که کالایی که در اختیار او قرار می‌گیرد، هیچ‌گونه آسیبی به تندرستی او وارد نمی‌کند.

۲ حق داشتن اطلاع‌رسانی صحیح و کامل
کلیه اطلاعات لازم برای انتخاب آگاهانه کالا در دسترس مصرف‌کننده گذارده شود و مصرف‌کننده در قبال تبلیغات گمراه‌کننده یا اطلاعات نادرست مورد حمایت قرار گیرد.

۳ حق برخورداری از بازار رقابتی و ضدانحصار
مصرف‌کننده باید از حق انتخاب آزادانه برخوردار باشد و در یک قضای رقابتی قادر شود که از بین انواع کالاها و خدمات، کالا یا خدماتی را که به کیفیت آن اطمینان دارد با قیمتی رقابتی خریداری کند.

۴ حق لحاظ شدن تامین نیازهای اساسی در تصمیم‌گیری‌ها
دولت‌ها مکلفند در تصمیمات اجرایی خود منافع مصرف‌کنندگان را لحاظ و نیازهای اساسی آنان را تامین کنند.

۵ حق داشتن جبران خسارت
مصرف‌کننده از حق خسارت برخوردار است و باید خسارت وارده به وی در نتیجه خرید کالاهای نامطلوب یا عرضه نادرست کالاها و خدمات جبران شود و به دعاوی او در این مورد به طرز منصفانه رسیدگی شود.

۶ حق آموزش
آموزش مصرف‌کننده و افزایش تخصص و مهارت وی در انتخاب کالاها و خدمات باید مورد توجه قرار گیرد.

۷ حق داشتن محیط‌زیست سالم
مصرف‌کننده حق دارد که از محیط کار سالمی برخوردار باشد به‌گونه‌ای که از مشکلات زیست‌محیطی که رفاه وی و نسل‌های آتی را تهدید می‌کند در امان باشد.

۸ حق داشتن تشکل
مصرف‌کنندگان اجازه دارند که برای حفظ حقوق یا حمایت از منافع خویش به ایجاد تشکل‌های صنفی اقدام کنند.

دولت‌ها باید در چارچوب منافع با سازمان‌های مصرف‌کنندگان، توزیع‌کنندگان و تولیدکنندگان همکاری نزدیک داشته باشند و مقررات با استانداردهای لازم برای نظارت بر فعالیت‌های آنان تدوین کنند. تشکیل سازمانی برای حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان گامی در جهت افزایش تولید داخلی و کاهش واردات کالاهاست زیرا این مصرف‌کننده است که با انتخاب خود چرخه تولید را به حرکت درمی‌آورد و انگیزه‌ای به تولیدکننده برای تلاش بیشتر می‌دهد.

دقیقا به همین علت است که تولیدکنندگان و فعالان اقتصادی نخستین چیزی که باید در دستور کارشان و در صدر جدول اهدافشان وجود داشته باشد همین موضوع توجه به نیاز و تمایل مصرف‌کنندگان و جلب رضایت و حمایت آنهاست. تا این عنصر مهم در رونق اقتصادی همچنان به قوت خود باقی باشد.

تجارت

اجناس تقلبی چگونه جای برندهای واقعی را در اقتصاد گرفتند؟

مجید سلیمی بروجنی

بنابرگزارش‌های اتاق بین‌المللی بازرگانی تولیدات تقلبی ۵ تا ۷ درصد از سهم تجارت جهانی را به خود اختصاص می‌دهند و درآمد سالانه ۶۰۰ میلیارد دلاری این صنعت که در مقایسه با قاچاق مواد مخدر تجارتی کم‌خطرتر و سودآور شناخته شده است روز به روز در حال افزایش است. گسترش بازار برندهای تقلبی تنها به دلیل کپی‌برداری بیشتر تولیدکنندگان از کالاهای لوکس نیست. بازارهای جهانی در سمت تقاضا نیز شاهد افزایش چشمگیری هستند که باید علل و عوامل سبب‌ساز آن به درستی شناسایی شوند. بدیهی است که هنگام بروز بحران اقتصادی نگرش مردم نسبت به سرمایه‌گذاری یا نحوه هزینه‌کردن پول، تغییر پیدا می‌کند. همه ما عاشق برند هستیم و نسبت به برندها احساس تعلق و وفاداری می‌کنیم. گویی رایحه پنهان و جادویی وجود دارد که تنها از برند ساطع می‌شود. تحقیقات و مطالعات بسیاری در تلاش بوده و هستند که ماهیت این رایحه جادویی را کشف و تبیین کنند، اما اکثر این تحقیقات ما را به مسیرهای بن‌بستی رهنمون می‌کنند. تردیدی نیست که برندهای نام‌آور دنیا با استفاده از ایده‌ها و نوآوری‌های روز شکل می‌گیرند و با آخرین تکنولوژی، بهترین مواد اولیه و زیرنظر کارآمدترین کارشناسان و متخصصان تولید می‌شوند. این برندها در تولید خود بالاترین استانداردهای کیفی را رعایت می‌کنند و به همین دلیل است که کالایی که در نهایت به دست مشتریان خود می‌دهند، مرغوب، بادوام و با کیفیتی متمایز از دیگر کالاهاست. ضمن آنکه تمامی برندها از سیستم جامع خدمات مشتری بهره‌مند هستند و خدمات پس از فروش آنها نیز به بالاترین کیفیت و سرعت به مشتریان ارائه می‌شود. مطالعات گسترده در حوزه بازاریابی نشان داده است دلایل روان‌شناختی که افراد را صرف‌نظر از هزینه‌های گزاف، به خرید برندها متمایل می‌سازد تاثیر عمیق‌تر و حیاتی‌تری در گرایش مردم به برند دارد. یک برند خوب به آرزوها و اشتیاق پاسخ می‌دهد. برند، ظهور و ابراز نیمه برتر گمشده ماست. آرزویی است که برآورده نشده است. انعکاسی است از اندیشه‌ها، احساسات و رفتارهای فردی که آرزو داریم باشیم.

تحقیقی که سال گذشته میلادی در انگلستان انجام شد نشان داد برخلاف گذشته که گروه کوچکی از مردم از دستفروش‌ها و دوره‌گردهای زبان‌باز اجناس تقلبی می‌خریدند نگرش جامعه نسبت به این پدیده تغییر کرده و معاملات تقلبی به جریان اصلی بازار تبدیل شده است. تنها در این کشور، بازار کالاهای تقلبی سالانه بیش از یک میلیارد پوند به اقتصاد صدمه می‌زند و همین امر سبب شده است پژوهشگران در پی یافتن پاسخ این سوال باشند که چرا مردم برند تقلبی می‌خرند و نگرش آنان نسبت به این پدیده چیست؟ در مطالعه مذکور، با وجودی‌که ۹۰ درصد از پاسخگویان، خرید برند تقلبی را کاری غیراخلاقی معرفی کرده‌اند، اما گفته‌اند که این مسئله باعث نمی‌شود در آینده از خرید یک ساعت تقلبی با کیف کپی شده گوچی خودداری کنند. اکثر آنان می‌گویند قادر به پرداخت پول خرید کالاهای اصل نیستند و به همین دلیل به خرید برندهای کپی شده ارزان روی می‌آورند. جالب آنکه میان گروه‌های سنی مختلف جوانان بیش از سایرین به خرید تقلبی‌ها گرایش دارند. نام برندهای مشهور در ذهن خریداران همواره کیفیت و دوام را منعکس می‌کند. مصرف‌کنندگان برای نخستین‌بار از یک برند خاص خریداری می‌کنند به امید آنکه کیفیت آن کالا به اعتبار برندش خوب باشد. از سوی دیگر مصرف‌کنندگان برای هر خرید به تجربیات قبلی خود یا دیگران – که در واقع همان تبلیغات شفاهی است – اتکا می‌کنند. به مرور زمان خریداران نسبت به برندهایی که از آن تجربه کیفیت، راحتی و دوام داشته‌اند حس وفاداری پیدا می‌کنند. وفاداری به برند اساساً وابستگی عاطفی به یک نام تجاری است و سبب می‌شود افراد هنگام خریداری کالا به قیمت آن توجهی نداشته باشند و خیلی بیشتر از دیگر اجناس مشابه، برای خرید برند مورد نظر خود پول پرداخت کنند. در کنار این‌همه، برندها برای افراد انگاره‌های شخصی خاص به همراه دارند. به عنوان مثال دارندگان لوازم الکترونیکی اپل خود را تکنیکال و متخصص می‌دانند. کسانی که بی‌ام‌دبلیو یا لکسوس سوار می‌شوند به نظر متمول و متشخص می‌آیند یا رایحه شنل یا دیور افراد را با کلاس نشان می‌دهد. این همه مزایایی است که خریدار یک برند انتظار دارد در ازای پولی که پرداخت می‌کند به‌دست آورد. اما وقتی بازار در تسخیر برندهای تقلبی است چه بر سر اعتبار برند و اعتماد خریدار می‌آید؟

در گذشته مطالعات بسیاری در سمت تقاضای کالاهای تقلبی صورت می‌گرفت تا مشخص کند افراد چرا به خرید برندهای فیک گرایش دارند، اما با ورود به قرن حاضر نگرش محققان نسبت به بازار محصولات تقلبی دستخوش تغییر شده است. پژوهشگران بسیاری در صدد برآمدند تا مشخص کنند کالاهای فیک چگونه بر انگاره برند در ذهن مخاطبان تاثیر می‌گذارد. عرضه‌کنندگان کالاهای تقلبی معتقدند برندهای اصل به سبب حضور محصولات جعلی مشتریان خود را از دست نمی‌دهند، چرا که خریداران برندها گروه خاصی از جامعه هستند و خریداران اجناس تقلبی اساسا توان خرید برندهای گرانقیمت را ندارند. حتی اگر این توجیه را بپذیریم باز هم نمی‌توان انکار کرد که حضور اجناس تقلبی می‌تواند بر ارزش و اعتبار مرتبط با برندها تاثیر بگذارد و این حوزه‌ای است که به مطالعات میدانی گسترده نیاز دارد. نکته مهم اینجاست که به منظور بالا نگه داشتن تقاضا لازم است توزیع کالاهای لوکس محدود باقی بماند. از آن سو به دلیل حضور اجناس تقلبی در بازار، مدیریت توزیع برند برای تولیدکنندگان آن با دشواری‌های زیادی روبه‌رو خواهد شد. خطر دیگری نیز تولیدکنندگان برندها را تهدید می‌کند. از دست رفتن خوشنامی. این در حالی است که خوشنامی و شهرت برای برندها بیش از هر چیز دیگری حائز اهمیت است. در مورد برندهای لوکس این وضعیت پیچیده‌تر نیز می‌شود. به دلیل قیمت بالا و عرضه محدود هر کسی توان خرید این برندها را ندارد. در واقع این کالاها متوجه گروه خاصی از مصرف‌کنندگان هستند که می‌خواهند نشان دهند به کدام طبقه اجتماعی تعلق دارند و خود را از دیگر گروه‌ها متمایز کنند. تولیدات جعلی برندهای لوکس این پدیده را دستخوش تغییر کرده است. مصرف‌کنندگانی که شانس خرید کالاهای اصل و گرانقیمت را ندارند اشتها و هوس خود را با خرید کپی‌های جعلی و ارزان‌قیمت فرومی‌نشانند. بنابراین صرف‌نظر از طبقه اجتماعی که بدان تعلق دارند، همه می‌توانند (دست‌کم به ظاهر) مالک برندهای لوکس باشند.

آخر فرصت امروز
www.forsatnet.ir
صفحه ۱۶
شماره ۱۴۹

منطقه آزاد

باشگاه مشتریان، از فانتزی تا حقیقت (۱)

آیدین نامدار
مشاور برندینگ

باشگاه مشتریان، عبارتی است که این روزها در دنیای کسب‌وکار ایران، بیش از گذشته به گوش می‌رسد و اغلب کسب‌وکارهای خرد و کلان، یا دست به تشکیل آن زده‌اند یا اینکه رویایش را در سر می‌پرورانند، اما اینکه باشگاه مشتریان چیست، چه ضروریاتی دارد و راهکارهای عملیاتی برای خلق و مدیریت آن چیست، مفاهیمی است که برای گروه بزرگی از مدیران ارشد هنوز رمزگشایی نشده است. نبود دانش در کنار وجود حرص و ولعی که گاه از چشم و هم‌چشمی ناشی می‌شود، همانند بسیاری از حوزه‌های دیگر، باشگاه مشتریان را نیز به سمتی نامطلوب در دنیای کسب‌وکار ایران می‌برد.

آنچه در این یادداشت در جست‌وجوی آن هستیم، بایدها و نبایدها و راهکارهای عملیاتی خلق و مدیریت بهینه یک باشگاه مشتریان کارآمد است. باشگاهی که کمی و فقط کمی گام خود را بلندتر از صرف وجود بردارد و به معنی حقیقی ارزش افزوده در زندگی مشتریان ایجاد کند.

باشگاه مشتریان دقیقا چیست؟

شاید بتوان گفت بخش بزرگی از مشکلاتی که مسیری به نام باشگاه مشتریان تجربه می‌کند، به نام آن باز می‌گردد. این نام عبارتی کاملا سهل و ممتنع است که همین کنار هم چیده شدن «باشگاه» و «مشتریان»، اغلب مدیران را به این تفکر وامی‌دارد که چرا ما یک باشگاه مشتریان نداشته باشیم.

اما باشگاه مشتریان در معنی واقعی آن، یعنی یک گردهمایی حقیقی یا مجازی از مشتریان یک فروشنده مشخص که به‌واسطه حضور در این باشگاه، در قبال هزینه‌کردی مشخص، ارزشی بیشتر را تجربه می‌کنند.

بسیاری از مدیرانی که مجموعه‌شان باشگاه مشتریانش را به راه انداخته است، در جواب این سوال چنین پاسخ می‌دهند که باشگاه ما، جایی است که در آن مشتریان وفادارمان از خدمات و کالاهای جدید مطلع شده و زودتر از دیگران اقدام به خرید می‌کنند، اما این تنها یک استراتژی مارکتینگ روی مشتریان پیشین است و تنزل مفهوم باشگاه مشتریان تا این حد، جفایی است نابخشودنی.

حلقه مفقوده میان چنین تعاریف پیش‌پاافتاده و حقیقت جهان‌شمول باشگاه مشتریان را باید در فقدان تفکر برای خلق ارزش افزوده بیشتر جست‌وجو کرد. سوال اساسی اینجاست که آیا صرف اطلاع از کالاها یا خدمات جدید یا حتی برخورداری از تخفیفات ویژه، کل ارزشی است که یک باشگاه می‌تواند برای مشتریانش خلق کند. اگر جواب مثبت است، تفکر خلق باشگاه مشتریان را از سر خود بیرون کنید که راه به جایی نخواهد برد، اما اگر برنامه‌هایی دارید که معتقدید در میان‌مدت و حتی بلندمدت، خواهد توانست مشتریان شما را با دریافت بیشتری مواجه سازد، به‌گونه‌ای اصولی اقدام به راه‌اندازی باشگاه مشتریان کنید.

چرا امروزه اغلب مجموعه‌ها به فکر راه‌اندازی باشگاه مشتریان هستند؟

در رأس قرار گرفتن، همیشه دلچسب است. هرچه هرمی که شما در رأسش هستید بزرگ‌تر باشد، جایگاهی که در همان رأس وجود دارد ارزشمندتر شده و آن که بر آن جایگاه جلوس می‌کند نیز این اجازه را می‌یابد که باد بیشتری به غبغب اندازد. این حقیقت، اصلی‌ترین نیروی محرکه بسیاری از مدیران برای جست‌وجوی راهی جهت رسیدن به آرزوی خود در راه‌اندازی باشگاه مشتریان است.

چنین مدیرانی دوست دارند احساس کنند بر سر خوانی نشسته‌اند که صدها و هزاران نفر دور آن جمع شده‌اند و گوش به فرمان هستند، اما بی‌شک این توهمی بیش نیست، اما در این میان هستند مجموعه‌هایی که خود را در جایگاهی از ارتباطات کیفی با مشتریان‌شان می‌یابند که تصمیم به بهینه‌سازی و منظم کردن این ارتباط کیفی می‌گیرند. راستی، شما خواننده محترم، هم‌اکنون عضو چند باشگاه مشتریان بزرگ و کوچک هستید؟

خودپرداز

عید امسال، پرپول‌تره ز هر سال!

سعید هوشیار
طنزنویس

در خودپرداز امروز دو روایت را بررسی می‌کنیم.

روایت اول

خبرگزاری‌ها اعلام کردند کارگران در عید سال ۹۴ میزان ۹۷۴ هزار و ۲۵۰ تومان عیدی دریافت می‌کنند.

روایت دوم

در عید سال ۹۴ کارگران برای چه باید عیدی دریافت کنند؟ اصلا عیدی یعنی چه؟ مگر بچه بازی است که عیدی بگیرند؟ خجالت بکشید آقا! زشت است!

روایت دوم از اساس و بنیان صحیح نیست، چون دولتمردان ما آنقدر با سعه صدر و مهربان هستند که هرگز چنین برخوردی نمی‌کنند.

و اما روایت اول...

این خبر صحیح است. پس از انتشار این خبر موجی از شادی سراسر دنیا را فراگرفت. عده زیادی از مردم، از سرتاسر دنیا به مرزهای ایران هجوم آورده و خواستار مهاجرت به ایران شدند، یکی از معروف‌ترین آنان دیوید ترزگه، بازیکن سابق تیم ملی فرانسه بود که خود را به مرز بازرگان رساند و در محیطی صمیمی و سرشار از اشک و شادی به خبرنگار خودپرداز گفت: «من با اینکه فوتبالیست بودم و درآمدم به نسبت بالا بود بازهم از این میزان عیدی چونان به وجد آمدم که مانند برادران رایت در پوست خود نمی‌گنجم، در فرانسه آب هم می‌خوری باید مالیات بدهی، صمیمانه دست تک تک دولتمردان و علی‌الخصوص وزیر کار، تعاون و رفاه اجتماعی را می‌بوسم و از ایشان تقاضا می‌کنم من را به کارگری و غلامی قبول کنند.»

همچنین رهبر حزب سوسیالیست نینتندو روسیه در نامه‌ای سراسر شوق و نشاط خطاب به وزرای اقتصادی دولت نوشت:

خدمت وزرای محترم و رییس دولت تدبیر و امید

اینجانب قوچالی توپولوف در چند روز اخیر خواب و خوراک خود را از دست داده‌ام! می‌پرسید چرا؟ باید بگویم این میزان توجه شما به کارگران و قشر زحمتکش جامعه مرا تحت تاثیر قرار می‌دهد. پریشب کارل مارکس به خوابم آمد. به ایشان گفتم بگذارید دستتان را ببوسم، ایشان گفت زر زر نکن، خفه شو، کارت دارم. در ادامه تصریح کرد که بعد از من هیچ کس نتوانست اینطور به کارگران اهمیت دهد و آنها را ارج نهد، از تو می‌خواهم که به ایران بروی دست‌شان را ببوسی.

در همین راستا کارشناسان خودپرداز ساعت‌ها بررسی کردند که کارگران عزیز چطور می‌توانند این پول را خرج کنند؟

کارگران عزیز با این مبلغ می‌توانند:

* ۱۰ شلوار تانا برای خود و خانواده‌شان تهیه کنند.
* می توانند حداقل ۱۰ هزار دانه برنج دانه بلند تهیه کنند.
* می‌توانند صد هزار دانه ماسه بادی تهیه کنند.
* می‌توانند ده‌ها کاغذ A4 بخرند.
* می‌توانند هزاران کار دیگر کنند.

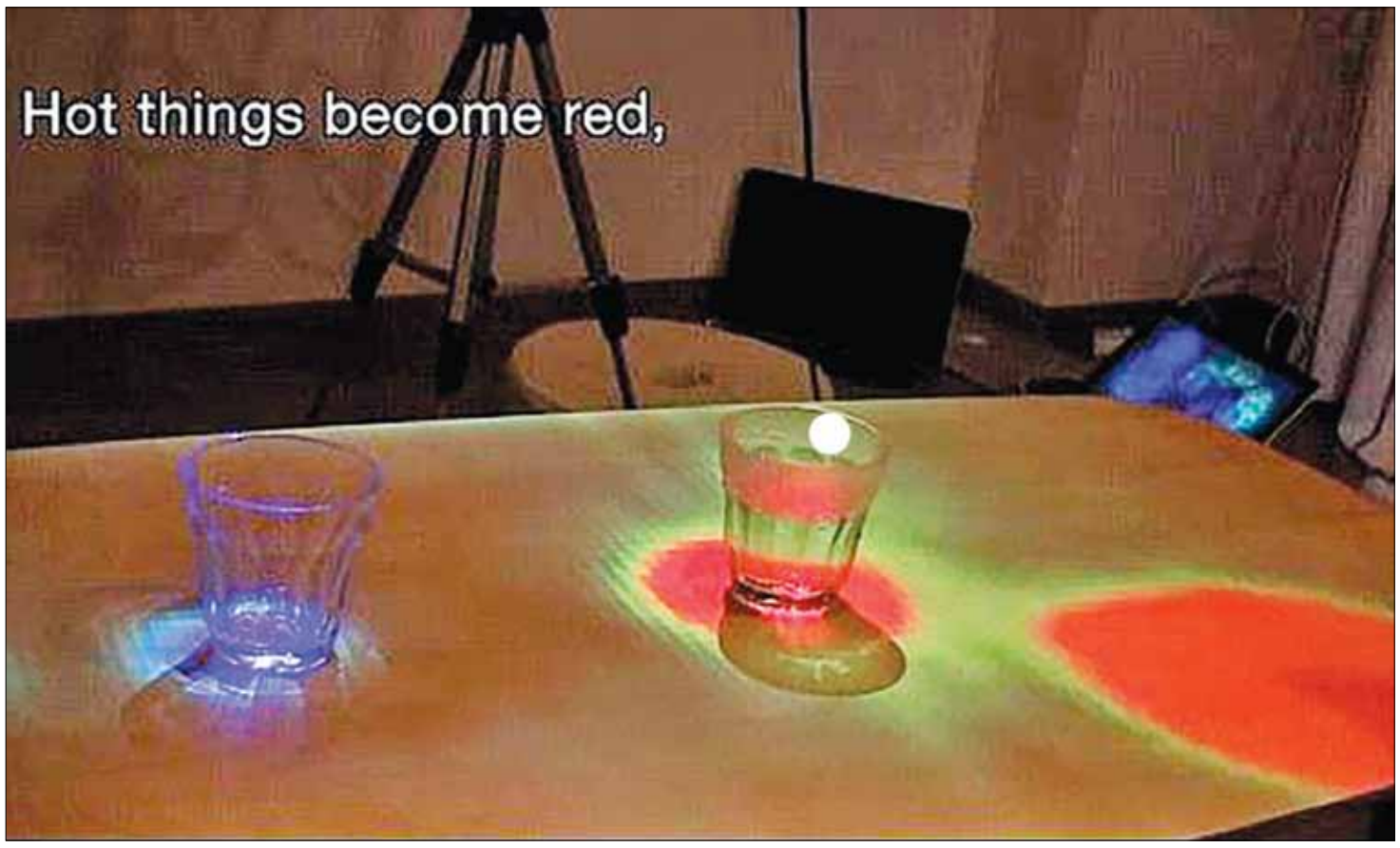
دیدید؟ میزان عیدی آنقدر بالاست که آدمی نمی‌داند چطور خرجش کند.

سودوکو

نرخ بیکاری در ترکیه طی یک سال گذشته به‌شدت افزایش یافته است. بنا به آمارهای رسمی رشد اقتصادی این کشور در سال ۲۰۱۴ حدود ۵/۲ درصد کاهش یافته است که یکی از عواقب آن افزایش بیکاری در این کشور است. یکی دیگر از خصوصیات نگران‌کننده آمار بیکاری در این کشور، بالا بودن بیکاری قشر تحصیلکرده است. یک چهارم افراد بیکار در ترکیه را فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های این کشور تشکیل می‌دهند. در حال حاضر سه میلیون و ۹۵ هزار نفر در ترکیه بیکار هستند که نسبت به ۵/۲ میلیون نفر در سال گذشته ۵۸۰ هزار نفر افزایش یافته و ۴/۱ درصد رشد داشته است. نرخ فصلی بیکاری در ترکیه ۶/۱۰ درصد ارزیابی شده است.

قاب

یک محقق ژاپنی به نام «کن کاواموتو» میز نقشه‌بردار حرارتی ارائه کرده که از یک پروژکتور و نوعی محفظه آیفون تصویرگر حرارتی برای تعیین دمای نوشیدنی‌ها استفاده می‌کند. زمانی که مولفه‌هایی مانند مایعات روی میز قرار می‌گیرد، محفظه آیفون Flir One حتی جزییات ریز در تغییرات دمای آنها را شناسایی می‌کند تا تعیین کند دمای آنها برای نوشیدن مناسب است یا خیر.



نگاه آخر

تورم، بی‌رحمی اجتماعی

مانلی فخریان
روزنامه نگار

امروزه کمتر کسی است که مفهوم تورم را نداند. هرکس کم و بیش با این مقوله درگیر است و آتش تورم دامن زندگی‌ها را گرفته اما اینکه تورم چطور می‌تواند روی زندگی برخی افراد تاثیر بیشتری بگذارد بحث دیگری است. در جامعه‌ای که بین قشر پولدار و فقیر شکاف عمیقی افتاده و اکثریت مردم زیرخط فقر محسوب می‌شوند تورم می‌تواند نقش پررنگی داشته باشد. یک نگاه ساده در پمپ بنزین به افراد نشان می‌دهد چقدر بین اقشار جامعه ما فاصله مالی عمیق است. یک نفر دست به جیب برد و با بنزین ۱۰۰۰ تومانی باک ۸۰ لیتری‌اش را پر می‌کند و دیگری برای چند لیتر بنزین ۷۰۰ تومانی چک و چانه می‌زند. در این شرایط اگر از فرد اول بپرسیم تورم یعنی چه شاید اصلا نداند چرا مردم از گرانی شاکی‌اند و دردشان چیست اما نفر دوم حتما می‌داند خریدن نان ۳۰۰ تومانی با ۱۰۰۰ تومانی چقدر فرق دارد. یک جامعه‌شناس در این خصوص می‌گفت جامعه‌ای که بین درآمد مردمش فاصله زیادی باشد جامعه ضربه‌پذیری است. افراد این جامعه راحت‌تر به جان هم می‌افتند، هیچ رحمی به هم ندارند و در مواقع بحرانی هرکه کمتر دارد سعی می‌کند جیب داراترها را خالی کند و یک نوع انتقام‌جویی در دل مردم نهفته است. از سوی دیگر قشر مرفه هم بر این باور است که آنچه دارد حقش بوده و هیچ‌کس نباید بگوید چرا و چگونه او آنقدر پولدار شده است. این درگیری میان مردم در سطح جامعه پراکنده می‌شود و گاهی اختلاف‌ها به درون خانواده هم می‌رسد. مرد خانواده وقتی درآمد کافی برای تامین نیازهای کمی حاشیه‌ای خانواده‌اش ندارد بی‌اختیار عصبی و غمگین است، اخلاق خوبی ندارد و به قول معروف با همه دعوا دارد. او تمام حرصش را سر زن و بچه‌اش خالی می‌کند و از آنها می‌خواهد توقع‌شان را کم کنند. حالا همسر این مرد می‌تواند بی‌توجه به اوضاع اقتصادی خانواده دائم دم از کمبود بزند و بچه‌ها هم ناخودآگاه علیه پدرشان که درآمد کافی ندارد تحریک می‌شوند. از همین‌جا قصه تلخ خانوادگی آغاز می‌شود. روان‌شناسان می‌گویند: در چنین خانواده‌ای که بحران بی‌پولی در آن فریاد می‌زند همه به همدیگر نگاه منفی دارند و هریک دیگری را مقصر می‌داند. پدر از خود و زندگی‌اش شاکی است، مادر از همسرش و فرزندان از هر دوی آنها و این زنگ خطر بسیاری از فجایع خانوادگی است. حال اگر کمی دقیق شویم می‌بینیم هیچ‌یک از این افراد تقصیر ندارند بلکه این شرایط بد اقتصادی جامعه است که افراد را به جان هم می‌اندازد. زمانی پدر می‌توانست با ۵۰ هزار تومان برای فرزندش کفش بخرد و او را راضی کند اما حالا همان کفش را با ۳۰۰ هزار تومان هم نمی‌تواند بخرد، حال چطور می‌توان از او انتظار داشت رفتار عادی و اخلاق خوشی داشته باشد. با یک نگاه ساده می‌بینیم عدم‌رعایت اصول درست اقتصادی در یک جامعه و درگیری‌ها و بالا و پایین شدن‌های مالی سبب‌ساز بسیاری مشکلات اجتماعی می‌شود که خواه‌ناخواه گریبان اقشار کم‌درآمدتر را می‌گیرد و یک بی‌رحمی اجتماعی را در جامعه ایجاد می‌کند. در نتیجه سنگینی بار تورم می‌تواند شانه‌های بنیان یک جامعه را جوری خم کند که در پی آن هزاران فاجعه به بار آید.

پاورقی ۳

روحیه میانجی‌گری و کدخدامنشی

شاهرخ ظهیری
بنیان گذار صنایع غذایی مهرام

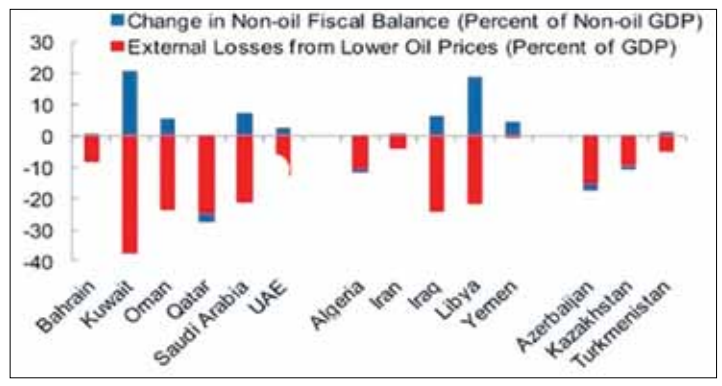
داشتن روحیه میانجی‌گری و کدخدامنشی سبب شده بود که در همان ایام جوانی که در قم کار و زندگی می‌کردم افراد زیادی برای مشاوره یا حل و فصل اختلافات‌شان نزد من بیایند و من از اینکه موفق به آشتی‌دادن آنها می‌شدم، در خود احساس غرور و لذتی وصف‌ناشدنی می‌کردم. حتی بعضی از مراجعه‌کنندگان سن‌وسالشان بسیار بیشتر از من بود. وقتی به آنها می‌گفتم چرا برای رفع اختلافات خود به فرد مسن‌تر و جا افتاده‌تری مراجعه نمی‌کنید، می‌گفتند برای آنکه به درستی و صداقت و انصاف تو اطمینان داریم. شنیدن این مطالب از زبان آن افراد، مرا برای حرکت در مسیر صداقت و درستی و امانت‌داری مصمم‌تر می‌کرد و این یکی از مهم‌ترین عواملی بود که بعدها توانستم به کمک آن بر بسیاری از مشکلات و بحران‌های زندگی غلبه کنم و بعضی موفقیت‌ها را در زمینه کسب‌وکار به دست آورم. برای جوانی که در قم زندگی می‌کرد و در همان شهر به شغل معلمی اشتغال داشت، تحصیل در رشته حقوق دانشگاه تهران کار آسانی نبود و من ناچار برای رفع مشکلاتم به دنبال راه‌حل می‌گشتم.

در آن زمان برنامه تحصیلی دانشکده حقوق شامل دو گروه درسی بود. یک گروه درس‌هایی بود که دانشجویان حتما باید به خاطر آنها سرکلاس درس حضور پیدا می‌کردند اما برای بعضی از دروس چنین الزام و اجباری در کار نبود و حضور یا عدم حضور دانشجو سرکلاس استاد بستگی به شرایط و وضعیت خود دانشجو داشت. من برای آنکه هم به کارم ادامه بدهم و هم به تحصیلاتم برسم، سال اول ورود به دانشکده طوری درس‌ها را انتخاب کردم که فقط سه روز در هفته مجبور به حضور در دانشگاه باشم و بقیه روزهای هفته را در قم بمانم. خدا رحمت کندآقای رکنی را، در آن زمان مدیر دبستان قاضی سعید بود و من هم ناظم آن مدرسه بودم، مشکلم را با مرحوم رکنی در میان گذاشتم و او قبول کرد در سه روزی که من برای ادامه تحصیل به تهران می‌روم، مسئولیت انتظامات مدرسه را هم برعهده بگیرد. نمی‌دانم امروز هم مشابه چنین مهرورزی‌ها و یاری و مساعدت کردن‌هایی در محیط‌های فرهنگی و آموزشی ما وجود دارد یا نه. چون اگر شادروان رکنی به من مساعدت نمی‌کردند مجبور می‌شدم میان کار و تحصیل یکی را انتخاب کنم و در هر صورت با مشکلات بزرگی روبه‌رو می‌شدم. سه‌روزی را که هر هفته برای تحصیلات دانشگاهی به تهران می‌آمدم در منزل مرحوم عمویم در همان محله قدیمی نایب‌السلطنه اقامت می‌کردم و میهمان عمویم بودم و او و همسرش تا جایی که برایشان امکان داشت در آن سه روز اسباب آسایش و رفاه مرا فراهم می‌کردند. در سال دوم دانشکده به دلیل تغییراتی که در مدیریت دبستان قاضی سعید به‌وجود آمد، دیگر ادامه کار به‌عنوان ناظم مدرسه برایم امکان نداشت، به همین علت به‌عنوان آموزگار خود را به دبستان حکمت قم منتقل کردم تا با فراغ بال بیشتری هم به تحصیلاتم ادامه دهم و هم برای تامین معیشت شغلم را حفظ کرده باشم. در آن زمان دوره تحصیلات لیسانس یا کارشناسی دانشکده حقوق سه سال بود که من در همان سه سال موفق به اخذ لیسانس از دانشکده حقوق شدم و حالا باید خود را برای تغییرات اساسی در زندگی و خانواده‌ام آماده می‌کردم. البته من از سال دوم تحصیل در دانشکده حقوق از اداره فرهنگ قم درخواست کردم که با انتقال من به تهران موافقت کنند اما به جای انتقال به تهران به شهرستان کرج منتقل شدم و در یکی از دبیرستان‌های کرج به‌عنوان دبیر تاریخ و ادبیات مشغول به تدریس شدم. حالا حقوق ماهانه من به ۱۵۰ هزار تومان افزایش پیدا کرده بود که با حقوق بازنشستگی پدرم و درآمدی که از محل کامیون حمل‌بار کسب می‌کردم مجموع درآمد خانواده ما به ماهی ۶۰۰-۷۰۰ تومان رسیده بود که آن زمان درآمد نسبتا خوبی محسوب می‌شد، چون هزینه زندگی پایین، و قدرت خرید بسیار بالا بود و به همین سبب یک خانواده چهار نفری با ماهانه آن مبلغ درآمد می‌توانست زندگی خوب و مرفهی داشته باشد.

ادامه دارد...

نمودار امروز

تحلیل صندوق بین‌المللی پول برای کاهش قیمت نفت



صندوق بین‌المللی در گزارشی اعلام کرد: ایران در میان کشورهای نفتی خاورمیانه و شمال آفریقا کمترین زیان را از افت قیمت نفت متحمل می‌شود. این نهاد بین‌المللی با مقایسه قیمت جهانی نفت در ژانویه ۲۰۱۵ و اکتبر ۲۰۱۴ اعلام کرد چنانچه قیمت نفت در سطح ژانویه ۲۰۱۵ باقی بماند کاهش درآمد نفتی ایران در سال ۲۰۱۵ تنها معادل سه درصد تولید ناخالص داخلی این کشور خواهد بود.

کیوسک

همکاری غرب با ایران در تولید سوخت

روزنامه گاردین نوشت: همکاری غرب با ایران در تولید سوخت هسته‌ای در خاک ایران، در جهت منافع دو طرف خواهد بود و غرب نیز از صلح‌آمیز بودن برنامه هسته‌ای ایران اطمینان حاصل خواهد کرد. روزنامه گاردین در مورد مذاکرات هسته‌ای ایران و غرب نوشت: برای پیشبرد مذاکرات و به نتیجه رسیدن آن کافی نیست که از کنگره بخواهیم تا از صدور تحریم‌های جدید اقتصادی علیه ایران منصرف شود تا به این صورت فرصت بیشتری به مذاکرات هسته‌ای با ایران داده شود. آمریکا و متحدانش باید پیشنهادی به ایران مبنی بر یک برنامه مشترک همکاری برای ساخت سوخت هسته‌ای ارائه دهند. این امر باعث افزایش اعتماد میان دو طرف و جلوگیری از تولید سوخت توسط ایران برای رآکتورهای هسته‌ای خود خواهد شد.

نکته‌ای که آمریکا و غرب باید به آن توجه کنند آن است که با ایجاد همکاری‌های گسترده میان کشورهای مختلف برای تولید انرژی و در واقع نیاز کشورها به یکدیگر در این بخش از این موضوع که کشوری بتواند به‌صورت مستقل انرژی تولید کند، جلوگیری خواهد شد.

سامسونگ تراشه نسل بعدی آیفون را می‌سازد

به گزارش رویترز، باوجود منازعات پتنتی اپل و سامسونگ، این دو کمپانی همیشه پشت پرده مراوداتی با یکدیگر داشته‌اند که شامل تولید تراشه برای آیفون‌های اپل می‌شد. پس از قطع ارتباطی کوتاه، سامسونگ دوباره تولید تراشه برای نسل بعدی آیفون را از سرخواهد گرفت. براساس گزارش منتشر شده در روزنامه کره‌ای Maeil Business، کمپانی کره‌ای سامسونگ دوباره همکاری با اپل را از سر گرفته و دوباره تولید تراشه‌های موردنیاز این کمپانی را برای آیفون شروع خواهد کرد. این گزارش حاکی از آن است که سامسونگ ۷۵ درصد از کل تراشه موردنیاز برای تولید نسل بعدی آیفون را برعهده خواهد داشت. به نقل از رویترز، سامسونگ این تراشه‌ها را در کارخانه تگزاس خود تولید خواهد کرد.

سامسونگ یکی از کمپانی‌هایی است که علاوه بر تولید گوشی‌های هوشمند با برند خود، سخت‌افزار موردنیاز از قبیل تراشه، صفحه نمایش و موارد دیگر را نیز برای سایر رقبا تولید می‌کند. سامسونگ یکی از معدود کمپانی‌هایی است که قادر است تعداد بسیار بالایی از تراشه‌های مورد نیاز اپل را برای استفاده در نسل بعدی آیفون، بدون مشکل خاصی تولید کند.

۱/۱ میلیارد دلار میانگین ارزش تیم‌های لیگ NBA

طبق اعلام مجله فوربس، ۱۱ تیم فعلی لیگ NBA حداقل یک میلیارد دلار ارزش دارند.

بعد از اینکه در ابتدای فصل جاری اعلام شد قرارداد بزرگی به ارزش ۲۴ میلیارد دلار برای حق پخش تلویزیونی مسابقات بسته می‌شود، ارزش تیم‌های NBA نیز بالا رفت. قرارداد جدید حق پخش مسابقات NBA حدود سه‌برابر قبل است. بر این اساس میانگین ارزش تیم‌های NBA نیز ۱/۱ میلیارد دلار است که ۷۴ درصد نسبت به سال قبل افزایش داشته است.

این در حالی است که دو سال پیش مجله فوربس تنها دو تیم نیکز و لیکرز را یک‌میلیارد دلار ارزش‌گذاری کرده بود.

گران‌ترین تیم‌های NBA براساس برآورد فوربس به شرح زیر هستند:

لیکرز: ۲/۶ میلیارد دلار (۹۳ درصد بیشتر از سال قبل)

نیویورک نیکز: ۲/۵میلیارد دلار (۷۹درصد بیشتر از سال قبل)

شیکاگو بولز: دو میلیارد دلار (دو برابر سال قبل)

بوستون سلتیکز: ۱/۷میلیارد دلار (۹۴ درصد بیشتر از سال قبل)

کلیپرز: ۱/۶ میلیارد دلار (این قیمت‌گذاری در حالی انجام شده است که مبلغ پرداختی استیو بالمر برای خرید واقعی تیم در تابستان گذشته، بیشتر بوده است.)

- بروکلین نتز: ۱/۵میلیارد دلار (۹۲ درصد بیشتر از سال قبل)