

فرصت امروز

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

دغدغه‌های بانک مرکزی جدی است اشکالات اساسنامه تیپ جدی‌تر

بیست و دوم اسفند ماه سال گذشته بانک مرکزی طی بخشنامه‌ای به مدیران عامل بانک‌های غیردولتی اعلام کرد، شورای پول و اعتبار اساسنامه نمونه بانک‌های تجاری غیردولتی را تصویب و مقرر کرده که بانک‌های مشمول حداکثر تا پایان تیرماه ۹۳ اقدامات لازم را برای تطبیق اساسنامه خود با اساسنامه نمونه ابلاغی انجام دهند و آن را برای تصویب نهایی به شورای پول و اعتبار...

۱۵



سهم فناوری‌های پیشرفته از صادرات همچنان نزولی

«های‌تک» در آرزوی ۱۰ سال قبل

سال‌هاست که صنایع های‌تک مورد توجه مسئولان و صنعتگران دنیا به‌ویژه کشورهای در حال توسعه قرار گرفته است و فعالان این بخش به علت مقرون‌به‌صرفه بودن و البته تاثیر مستقیم نقش آن در اقتصاد علاقه فراوانی به استفاده از این فناوری در محصولات خود دارند. در کشور ما هم تحرکاتی برای استفاده از این علم در صنایع

وزارت نفت امتیازی به بخش خصوصی نمی‌دهد

ریسک بالا و سود اندک واردات فرآورده‌های نفتی

مقاومت ۶۴هزار واحد هم از دست رفت

کف‌های بربادرفته شاخص کل

خاطره تلخ همکاری‌های گذشته مانع ساخت آینده مشترک

چرا بانک‌ها به پروژه‌های آزادراهی اعتماد نمی‌کنند؟

تخلف‌های ساخت‌وساز جرم تلقی شود

مدیرکل دفتر مقررات ملی ساختمان با اشاره به آخرین وضعیت تهیه پیش‌نویس لایحه نظام مهندسی پیشنهاد کرد که تخلف در ساخت‌وساز جرم تلقی شود. به گزارش وزارت راه و شهرسازی، غلامرضا هوایی با بیان اینکه پیش‌نویس لایحه نظام‌های مهندسی در قالب کمیته‌ای که وزیر راه و شهرسازی تعیین کرده در حال تدوین است، ادامه داد: البته پیش‌نویس این قانون را مقام عالی وزارت سال‌های گذشته آماده کرده و حالا نیازمند بازنگری است. این پیش‌نویس در گام بعد در اختیار دولت قرار می‌گیرد تا نظام و ساختار مهندسی جدیدی در کشور تأسیس شود.

مدیرکل دفتر مقررات ملی ساختمان توسعه مهندسی و ارتقای نظام‌های مهندسی را از اهداف اصلی این پیش‌نویس دانست و افزود: سازمان‌های نظام مهندسی به جای مشغول شدن در کارهای صنفی بهتر است به تولید فکر کنند؛ موضوعی که هم‌اکنون دیده نمی‌شود و مهندسان گرفتار سهمیه شدند، در حالی که سازمان نظام مهندسی نباید کار اجرایی انجام دهد. وی با اشاره به مهم‌ترین وظایف پیش‌نویس لایحه نظام مهندسی توضیح داد: این پیش‌نویس به توسعه، آموزش و تنسيق امور مهندسی می‌پردازد؛ همچنین در خصوص مباحث حاکمیتی مقرر شد در قانون جدیدی به نام «قانون نظام ساخت‌وساز با کنترل ساختمان» به مباحث حاکمیتی و حقوق مردم پرداخته شود. هوایی همچنین درباره این قانون اظهار کرد: یکی از مهم‌ترین مشکلات موجود که باید برطرف شود، نبود قانون ساخت‌وساز در کشور است. در واقع تکلیف اینکه چه کسانی حق دارند در حوزه ساخت‌وساز فعالیت کنند معلوم نیست. در قانون جدید توجه ویژه‌ای به نظام مسئولیت‌پذیری شده است و نباید از بحث کیفیت گذشت. وی یک پیشنهاد هم داد و گفت: ساخت‌وساز حق مردم است اما اگر کسی در این زمینه تخلف کند، لازم است تخلص نوعی «جرم» تلقی شود و محکومیت کیفری داشته باشد.

نایب رییس کنفدراسیون صادرات تشریح کرد

دردسرهای سازمان امور مالیاتی برای صادرکنندگان

موضوع سبب شده سازمان امور مالیاتی برای رسیدگی و تشخیص استرداد مالیات بر ارزش افزوده با مشکلاتی از جمله زمان‌بر بودن رسیدگی مواجه شود. وی افزود: از آنجا که در تمام کشورهای دنیا این مالیات از تمام مصرف‌کنندگان کالا دریافت می‌شود و هر کالایی که به خریدار فروخته می‌شود، بخشی از آن مالیات بر ارزش افزوده است، استرداد آن به‌راحتی و سهولت قابل پرداخت است. لاهوتی ادامه داد: به‌عنوان نمونه در تمام کشورهای پیشرفته دنیا حتی کسانی که شهروند آن کشور نباشند و به‌عنوان گردشگر یا بازرگان وارد آن کشور شوند، مالیات بر ارزش افزوده تمام کالاهای خریداری شده غیرمصرفی در مبادی خروجی به خریدار مسترد می‌شود.

نایب رییس کنفدراسیون صادرات اتاق بازرگانی ایران گفت: خریداران کالا به‌ویژه صادرکنندگان، مالیات بر ارزش افزوده را پرداخت می‌کنند ولی برای استرداد آن باید ماه‌ها در انتظار باشند، زیرا سازمان امور مالیاتی سازوکار درستی برای این مسئله ندارد و اجرای اشتباه قانون مالیات بر ارزش افزوده چیزی جز دردسر برای این بخش نداشته است. محمد لاهوتی در گفت‌وگو با ایسنا اظهار کرد: با وجود همه تمهیداتی که دولت، وزارت اقتصاد و مسئولان مرتبط برای حل مشکل مالیات بر ارزش افزوده و استرداد آن به صادرکنندگان در نظر گرفته‌اند، به دلیل پیچیدگی‌های خاص در روند مالیات بر ارزش افزوده، این نوع مالیات در همه بخش‌های اقتصادی دریافت نمی‌شود و همین

پیشنهادهای تبلیغاتی برای آژانس‌های گردشگری در آستانه سفرهای نوروزی

بازاری که رقابت را لمس نکرده است



گزارش «فرصت امروز»
از چگونگی مدیریت مجموعه نقاشی ساختمانی

رنگ پاشید و سود ببرید

۱۱

۱۰ مهارت طلایی

برای جذب مشتری

بقای کسب‌وکار در دنیای بی‌رحم مشتریان آگاه

۱۰

سرمقاله

گام گردشگران
در قدمگاه سالکان

محمدعلی پیری
کارشناس ارشد حفاظت آثار تاریخی

سال ۲۰۱۰ که برد پیت، بازیگر مشهور آمریکایی تصمیم به تهیه‌کنندگی فیلم گرفت، داستان «خوردن، دعا، عشق» الیزابت گیلیبرت را برای ساختن فیلمی با همین نام مورد توجه قرار داد. در این فیلم که جولیا رابرتز نقش اول آن را بازی می‌کند، سه مرتبه وجود انسان جریان داستان را هدایت می‌کند؛ خوردن به معنای بعد زمینی انسان، دعا به نمایندگی از جنبه آسمانی انسان و عشق که نتیجه به حد نصاب رسیدن دو مرتبه است.

صفحه ۵

مذاکره سازمان خصوصی‌سازی با متقاضیان سرخابی

در دوره قبل نیز نسبت به رقم پایه گله‌ای نداشتند و بیشتر منتقد شرایط واگذاری بودند. وی گفت: قرار است روز یکشنبه آگهی نوبت دوم باشگاه‌های استقلال و پرسپولیس در روزنامه‌های ایران، جام جم، اعتماد، دنیا، اقتصاد، تهران تایمز و خبر ورزشی منتشر شود. وی در پایان تأکید کرد: آخرین مهلت برای ارسال پاکت‌ها پایان وقت اداری ۱۸ اسفندماه سال جاری است و مزایده در روز ۱۹ اسفند ماه برگزار می‌شود. یادآوری می‌شود با تصویب روز

برگزار نخواهد شد. وی با اشاره به انجام مذاکره توسط متقاضیان و خریداران باشگاه‌های استقلال و پرسپولیس با سازمان خصوصی‌سازی گفت: با توجه به انجام این مذاکرات استنباط می‌شود که این مزایده در روز مذکور انجام شود. سبحانی تصریح کرد: با وجود اینکه قیمت پایه باشگاه‌های استقلال و پرسپولیس تغییر نکرده اما با توجه به تسهیل شرایط واگذاری توسط هیات واگذاری، مذاکراتی با متقاضیان انجام شده است. البته معترضان

مشاور رییس سازمان خصوصی‌سازی از انجام مذاکرات با متقاضیان سرخابی با سازمان خصوصی‌سازی و وزارت ورزش خبر داد و گفت: قرار است امروز یکشنبه نوبت دوم آگهی عرضه سرخابی در شش روزنامه کثیرالانتشار منتشر شود.

جعفر سبحانی در گفت‌وگو با ایرنا، با بیان اینکه، درخصوص وضعیت دریافت پاکت‌ها تا روز ۱۸ اسفند ماه نمی‌توان خبری را منتشر کرد، افزود: در صورتی که پاکتی دریافت نشود، مزایده ۱۹ اسفندماه

طی سال‌های ۸۷ تا ۹۲

قرار بود به بهره‌وری نیروی کار ۱۲۶،۱ برسیم اما به ۷۸،۲ رسیدیم

اقتصادی باشد که البته حمایت‌های یادشده به شکل کوتاه‌مدت آثار مناسب اما به‌صورت بلندمدت با آثار مخربی همراه بوده که در سال‌های بعدی کاهش شاخص بهره‌وری نیروی کار مشاهده می‌شود که ناشی از شرایط نامساعد اقتصادی کشور است.

وی افزود: مقایسه میزان رشد بهره‌وری در صنعت در کشور با اهداف تعیین شده در برنامه‌های چهارم و پنجم توسعه حاکی از آن است که در زمینه بهره‌وری به میزان کافی توجهی وجود نداشته و بیشتر توجه مدیران ارشد سازمان معطوف به سرمایه‌گذاری و رشد اقتصادی از طریق فعالیت‌های توسعه‌ای بوده است.

وی بیان کرد: آمارهای منتشره وضعیت نابسامان رشد شاخص‌های بهره‌وری را نشان می‌دهد و اگر مبنای قضاوت و ارزیابی رشد اقتصادی کشور، اهداف تعیین شده در برنامه‌های توسعه اقتصادی اجتماعی کشور باشد، متأسفانه ما به اهداف از پیش تعیین

ازای هر ریال هزینه برای کارکنان چه میزان ارزش افزوده ایجاد کرده است. وی تصریح کرد: تغییرهای بخش صنعت نشان می‌دهد در سال ۸۷ این میزان ۱۰۰، در سال ۸۸ معادل ۸۸، سال ۸۹ معادل ۹۰، سال ۹۰ معادل ۱۰۰، سال ۹۱ معادل ۱۰۰، سال ۹۲ معادل ۹۲ بوده است. همچنین براساس برنامه پنجم توسعه مقدار رشد این شاخص یعنی از سال ۸۷ تا ۹۲ به ترتیب برابر با ۱۰۰، ۱۰۴، ۱۱۰، ۱۱۵، ۱۲۰، ۱۲۵ و ۱۲۶،۱ پیش‌بینی شده بود.

صادقی گفت: همان‌طور که مشاهده می‌شود، میزان رشد این شاخص بسیار کمتر از رشد پیش‌بینی شده در برنامه پنجم توسعه است و تنها در سال ۱۳۸۸ مقدار رشد این شاخص مناسب بوده که این رشد نیز می‌تواند به واسطه تدابیر حمایتی کوتاه‌مدت دولت در قالب معافیت‌های مالیاتی و حمایت‌های قابل توجه نظام بانکی به شکل استمهال بدهی‌های معوق بنگاه‌های

قائم‌مقام مدیرعامل مرکز مدیریت بهره‌وری ایران گفت: نرخ بهره‌وری نیروی کار بخش صنعت که قرار بود طی سال‌های ۸۷ تا ۹۲ براساس برنامه پنجم توسعه به ۱۲۶،۱ ارتقا یابد به ۷۸،۲ رسید. عباس صادقی در گفت‌وگو با ایرنا افزود: رشد تولید ناخالص داخلی در سطح ملی یا ارزش افزوده در هر یک از بخش‌های اقتصادی از طریق دو منبع، یکی افزایش نهاده‌ها (نیروی کار و سرمایه) و دیگری بهبود ساختارها (ماشین‌آلات تولید و تجهیزات نیرو، بهبود کیفیت نیروی انسانی و مدیریت) حاصل می‌شود.

وی با تأکید بر اینکه شاخص بهره‌وری نیروی کار رایج‌ترین مقیاسی است که در مورد یک اقتصاد، صنعت یا یک واحد تولیدی به کار برده می‌شود، گفت: این شاخص از تقسیم ارزش افزوده بر هزینه جبران خدمات پرداختی به کارکنان حاصل می‌شود و نشان می‌دهد، به‌طور متوسط به

خدمات بازرگانی و صنعتی

خدمات حقوقی و ثبتی

سلامت و زیبایی

گردشگری

خودرو و خانه

خدمات چاپ و تبلیغات

لوازم و تجهیزات دیجیتال

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۵۵۳۶۳۹

نیازمندی‌های مشاغل ایران

هر روز

ضمیمه رایگان

روزنامه

فرصت امروز



پاسخگوی

نیازهای

شما صاحبان

کسب و کار گرامی

در زمینه‌های مختلف

یادداشت

يك نفره به قاضی نرويم

حمید شیرازی

کارشناس اقتصادی

علت استقبال مردم از کالای خارجی، موضوع یکی از نظریه‌های پیامکی هفته گذشته برنامه تلویزیونی پایش بود. حدود ۷۰ درصد، کیفیت کالای خارجی را علت استقبال مردم از کالای خارجی برشمردند!

مسئله درحالی‌که در کشور سخن از حمایت از تولید و اقتصاد مقاومتی است، هدف برنامه، برجسته شدن کیفیت کالاهای خارجی نبوده اما دو پرسش غیرهم‌سنگ و طراحی با شتاب برنامه، به این نتیجه و نقض غرض منجر شد.

مسئله درحالی‌که در کشور سخن از حمایت از تولید و اقتصاد مقاومتی است، هدف برنامه، برجسته شدن کیفیت کالاهای خارجی نبوده اما دو پرسش غیرهم‌سنگ و طراحی با شتاب برنامه، به این نتیجه و نقض غرض منجر شد.

نتیجه و نقض غرض منجر شد.

مسئله درحالی‌که در کشور سخن از حمایت از تولید و اقتصاد مقاومتی است، هدف برنامه، برجسته شدن کیفیت کالاهای خارجی نبوده اما دو پرسش غیرهم‌سنگ و طراحی با شتاب برنامه، به این نتیجه و نقض غرض منجر شد.

مسئله درحالی‌که در کشور سخن از حمایت از تولید و اقتصاد مقاومتی است، هدف برنامه، برجسته شدن کیفیت کالاهای خارجی نبوده اما دو پرسش غیرهم‌سنگ و طراحی با شتاب برنامه، به این نتیجه و نقض غرض منجر شد.

مسئله درحالی‌که در کشور سخن از حمایت از تولید و اقتصاد مقاومتی است، هدف برنامه، برجسته شدن کیفیت کالاهای خارجی نبوده اما دو پرسش غیرهم‌سنگ و طراحی با شتاب برنامه، به این نتیجه و نقض غرض منجر شد.

مسئله درحالی‌که در کشور سخن از حمایت از تولید و اقتصاد مقاومتی است، هدف برنامه، برجسته شدن کیفیت کالاهای خارجی نبوده اما دو پرسش غیرهم‌سنگ و طراحی با شتاب برنامه، به این نتیجه و نقض غرض منجر شد.

مسئله درحالی‌که در کشور سخن از حمایت از تولید و اقتصاد مقاومتی است، هدف برنامه، برجسته شدن کیفیت کالاهای خارجی نبوده اما دو پرسش غیرهم‌سنگ و طراحی با شتاب برنامه، به این نتیجه و نقض غرض منجر شد.

مسئله درحالی‌که در کشور سخن از حمایت از تولید و اقتصاد مقاومتی است، هدف برنامه، برجسته شدن کیفیت کالاهای خارجی نبوده اما دو پرسش غیرهم‌سنگ و طراحی با شتاب برنامه، به این نتیجه و نقض غرض منجر شد.

مسئله درحالی‌که در کشور سخن از حمایت از تولید و اقتصاد مقاومتی است، هدف برنامه، برجسته شدن کیفیت کالاهای خارجی نبوده اما دو پرسش غیرهم‌سنگ و طراحی با شتاب برنامه، به این نتیجه و نقض غرض منجر شد.

مسئله درحالی‌که در کشور سخن از حمایت از تولید و اقتصاد مقاومتی است، هدف برنامه، برجسته شدن کیفیت کالاهای خارجی نبوده اما دو پرسش غیرهم‌سنگ و طراحی با شتاب برنامه، به این نتیجه و نقض غرض منجر شد.

مسئله درحالی‌که در کشور سخن از حمایت از تولید و اقتصاد مقاومتی است، هدف برنامه، برجسته شدن کیفیت کالاهای خارجی نبوده اما دو پرسش غیرهم‌سنگ و طراحی با شتاب برنامه، به این نتیجه و نقض غرض منجر شد.

مسئله درحالی‌که در کشور سخن از حمایت از تولید و اقتصاد مقاومتی است، هدف برنامه، برجسته شدن کیفیت کالاهای خارجی نبوده اما دو پرسش غیرهم‌سنگ و طراحی با شتاب برنامه، به این نتیجه و نقض غرض منجر شد.

مسئله درحالی‌که در کشور سخن از حمایت از تولید و اقتصاد مقاومتی است، هدف برنامه، برجسته شدن کیفیت کالاهای خارجی نبوده اما دو پرسش غیرهم‌سنگ و طراحی با شتاب برنامه، به این نتیجه و نقض غرض منجر شد.

مسئله درحالی‌که در کشور سخن از حمایت از تولید و اقتصاد مقاومتی است، هدف برنامه، برجسته شدن کیفیت کالاهای خارجی نبوده اما دو پرسش غیرهم‌سنگ و طراحی با شتاب برنامه، به این نتیجه و نقض غرض منجر شد.

مسئله درحالی‌که در کشور سخن از حمایت از تولید و اقتصاد مقاومتی است، هدف برنامه، برجسته شدن کیفیت کالاهای خارجی نبوده اما دو پرسش غیرهم‌سنگ و طراحی با شتاب برنامه، به این نتیجه و نقض غرض منجر شد.

مسئله درحالی‌که در کشور سخن از حمایت از تولید و اقتصاد مقاومتی است، هدف برنامه، برجسته شدن کیفیت کالاهای خارجی نبوده اما دو پرسش غیرهم‌سنگ و طراحی با شتاب برنامه، به این نتیجه و نقض غرض منجر شد.

مسئله درحالی‌که در کشور سخن از حمایت از تولید و اقتصاد مقاومتی است، هدف برنامه، برجسته شدن کیفیت کالاهای خارجی نبوده اما دو پرسش غیرهم‌سنگ و طراحی با شتاب برنامه، به این نتیجه و نقض غرض منجر شد.

مسئله درحالی‌که در کشور سخن از حمایت از تولید و اقتصاد مقاومتی است، هدف برنامه، برجسته شدن کیفیت کالاهای خارجی نبوده اما دو پرسش غیرهم‌سنگ و طراحی با شتاب برنامه، به این نتیجه و نقض غرض منجر شد.

مسئله درحالی‌که در کشور سخن از حمایت از تولید و اقتصاد مقاومتی است، هدف برنامه، برجسته شدن کیفیت کالاهای خارجی نبوده اما دو پرسش غیرهم‌سنگ و طراحی با شتاب برنامه، به این نتیجه و نقض غرض منجر شد.



سهم فناوری‌های پیشرفته از صادرات همچنان نزولی

«های‌تک» در آرزوی ۱۰ سال قبل

محمد ممتازپور

کاهش پیدا کرده است. براساس این گزارش، ارزش صادرات صنایع های‌تک در سال ۱۳۹۰ به بالاترین مقدار خود رسید که حدود ۲۱۷/۴میلیون دلار بود و در سال‌های ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲ به ترتیب به رقم ۱۷۷ و ۱۸۴/۷ میلیون دلار کاهش پیدا کرد. آمارهای ارائه شده توسط مرکز مطالعات مجلس بیانگر آن است که طی ۱۴سال اخیر همزمان با رشد صادرات صنعتی کشور، صادرات صنایع های‌تک به اندازه آن رشد پیدا نکرد، هر سال از سهم صنایع های‌تک در صنعت کاسته و تمرکز بر یک نوع محصول خاص مانند تولید دارو افزایش پیدا کرد.

این ارقام نشان‌دهنده آن است که برخلاف کشورهای در حال توسعه و پیشرفته، در کشور ما این فناوری اصلا جدی گرفته نشده است و مشکلات بزرگی برای استفاده از این علم در صنایع مختلف وجود دارد. فرزاد آریا، کارشناس های‌تک درباره مشکلات پیش‌روی این فناوری به گفت: «فرصت امروز» گفت: با وجود اینکه های‌تک در برخی دانشگاه‌های کشور

تدریس می‌شود اما متأسفانه درصد بسیار ناچیزی از فارغ‌التحصیلان این رشته جذب بازار کار مطابق رشته تحصیلی خود می‌شوند و این نشان می‌دهد که های‌تک فقط به‌عنوان شعار در کشور وجود دارد و هیچ خروجی ندارد. وی افزود: علاوه بر این آمارهای ارائه شده از مجلس نیز نشان می‌دهد که متأسفانه رشد های‌تک در کشور ما منفی است و این خبر بسیار ناگواری در حوزه صنایع مختلف کشور است.

آریا درباره صناعی که این فناوری می‌تواند در آن نقش ایفا کند، گفت: صنایع الکترونیک یا صنایع طراحی و ساخت که شامل کامپیوتر و ملحقات آن، مدارهای مجتمع، تولید تجهیزات الکترونیکی و ارتباطی پیشرفته می‌شود البته به‌جز فرآیندهای مونتاژ می‌توانند از های‌تک استفاده کنند.

وی افزود: علاوه بر آن صنایع تولید مواد نو که تولید سرمایه‌های پیشرفته، کامپوزیت‌ها، پلیمرهای پیشرفته و مواد ابررسانا است همچنین صنایع بیوفناوری، ایتیک و لیزر، اتوماسیون صنعتی و خیلی از صنایع

دیگر می‌توانند از های‌تک بهره‌مند شوند. این کارشناس درباره نقش بهینه های‌تک در اقتصاد اظهار کرد: یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های اقتصادی صنایع پیشرفته در این است که این صنایع بدون تعامل با تجارت جهانی امکان چندانی برای توسعه بازار ندارند. به این معنی که بازار داخلی برای محصولاتی که با فناوری‌های پیشرفته تولید شده‌اند آتقدر وسیع نیست که بتواند در افزایش عرضه موثر باشد. بنابراین صنایع فعال در این زمینه برای توسعه بازار خود نیازمند ارتباط با بازارهای جهانی هستند. همین امر تأثیر بسیاری در افزایش کیفیت محصولات دارد و در نتیجه باعث بالا رفتن توان تولید می‌شود.

رقابت شدید کشورهای پیشرفته، کیفیت بالا در محصولات و خدمات در ابعاد مختلف نیاز به مهارت و ابزار دقیق و دانش فنی پیچیده و نرخ بالای تغییرات فناوری، از جمله مواردی است که تجارت آن را در دنیا مورد توجه قرار داده و رقابت آن را بسیار حساس کرده است. آریا افزود: مزیت

دیگر صنایع با فناوری پیشرفته این است که تحولات فناوری‌های روز دنیا بسیار سریع اتفاق می‌افتد و صنایع کشور ما نیز برای افزایش سطح تکنولوژی‌های خود و به‌روز ماندن ناگزیر از برقراری ارتباط با فناوری‌های روز دنیا هستند که این امر در تولید بومی علم نیز بی‌تأثیر نخواهد بود.

این استاد دانشگاه افزود: گفته می‌شود ایران در زمینه تولید داروهای هورمونی «های‌تک» و «بیایوتک» در منطقه رتبه سوم و در دنیا رتبه ۱۲ را به خود اختصاص داده است.

وی اظهار کرد: در حال حاضر در کشور ما های‌تک فقط در چند حوزه فعالیت دارد که تولید دارو و تولید محصولات کشاورزی از برجسته‌ترین این حوزه‌ها است که با مشکلات و رشد بسیار کمی در این بخش‌ها هم مواجه هستیم. آریا در پایان خاطرنشان کرد: مسئولان برای خروج از رکود صنعت کشور باید توجه زیادی به های‌تک داشته باشند چون این فناوری ارزش سرمایه‌گذاری دارد و به سرعت به درآمدزایی خواهد رسید.

اشتغال

ایجاد ۲۰۰ هزار شغل در بنگاه‌های کوچک و متوسط



ریبی، در زمینه فناوری اطلاعات، گردشگری و صنایع دستی مشاغل بسیاری قابلیت ایجاد پیدا می‌کند، همچنان‌که آیین‌نامه ایجاد

تحقیق می‌یابد و دیگر اینکه می‌توان با مداخله در بخش‌های کوچک اشتغال را در کشور توسعه داد. وی افزود: باین دو روش می‌توان در قالب بنگاه‌های کوچک و متوسط اشتغال‌زایی کرده

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی از ایجاد ۲۰۰ هزار شغل در بنگاه‌های کوچک و متوسط خبر داد و گفت: کارگروه اشتغال استان‌ها بخشودگی جرایم دیرکرد را پیگیری می‌کنند. به گزارش ایسنا، علی ربیعی با بیان اینکه دولت نزدیک به ۲۴۰هزار شغل از دست‌رفته را نجات داد، اظهار کرد: درخصوص اشتغال دو نظریه وجود دارد، یکی اینکه از طریق رشد بالای اقتصادی



سنواتی نیز به روزانه ۵۰۰ تومان رسید. مجموع افزایش‌های اعمال شده با وجود نرخ تورم حدود ۳۲ درصدی سال گذشته، ۲۸.۵ درصد بوده است.

بسته پیشنهادی ۱۵ درصدی کارفرمایان

اما با این وجود، شرایط برای تعیین حداقل دستمزد سال ۹۴ که تا روزهای آینده

تعیین تکلیف خواهد شد، دشوارتر و پیچیده است. دولت به دفعات در ماه‌های اخیر از کاهش سرعت رشد قیمت‌ها و نرخ تورم خبر داده و از سوی دیگر، کارگران می‌گویند در اقلام اصلی مصرفی خانوار تغییر چندانی حاصل نشده و برخی موارد مانند هزینه مسکن، حمل‌ونقل و خوراک نیز افزایش‌هایی به ثبت رسیده

است. در هفته گذشته بانک مرکزی در گزارشی از افزایش قیمت ۱۱ قلم اصلی در سبد معیشت خانوارهای کارگری در فاصله بهمن ماه سال گذشته تا بهمن امسال خبر داد و از این رو نمایندگان کارگران بر این نکته تأکید دارند که در سال‌جاری، بند دوم ماده ۴۱ قانون کار که به لزوم تأمین معیشت خانوار

و می‌توانیم در این زمینه تا ۵۰۰هزار شغل در کشور ایجاد کنیم. وی همچنین از بخشودگی جرایم دیرکرد خبر داد و گفت: در بخش تولید داوطلب شدیم که جرایم دیرکرد را بخشیم و پیشنهاد کردیم کمیته‌ای که در کمیسیون اقتصادی دولت تشکیل جلسه می‌دهد به این امر پردازد و کارگروه اشتغال استان‌ها این موضوع را پیگیری کنند.

دستمزد

اختلاف‌نظر شدید در افزایش مزد ۹۴

حقوق فقط ۹۰هزار تومان زیاد می‌شود؟

کارگری می‌پردازد باید مورد توجه قرار گیرد. فرامرز توفیقی، مشاور عالی مجمع نمایندگان کارگران ایران در گفت‌وگو با مهر با تأکید بر اینکه تا امسال کارگران نجات به خرج دادند و با کارفرمایان و دولت همراهی داشته‌اند، گفت: اما دیگر چیزی برای از دست دادن ندارند و سبد معیشت آنها تأمین نیست؛ بنابراین تلاش می‌شود تا بسته‌ای برای مزد ۹۴ تعیین و تصویب شود که بتواند دست‌کم بخشی از کسری زندگی کارگران را جبران کند.

وی اظهار کرد: کارفرمایان در مذاکرات امسال بر تعیین حداقل مزد سال آینده براساس بند اول ماده ۴۱ قانون کار (تعیین مزد براساس نرخ تورم بدون توجه به معیشت به میزان ۱۵ درصد تأکید دارند.

خبر

رعایت حقوق مصرف‌کننده بخشی از حق الناس است



معاون اول رییس‌جمهور با بیان اینکه موضوع حق‌الناس از اهمیت بالایی در جامعه ما برخوردار است و علما گفته‌اند که حق‌الله زمانی رعایت می‌شود که حق‌الناس رعایت شود، گفت: رعایت خداوند هم در این است که به حق‌الناس توجه ویژه‌ای داشته باشیم و حتماً صاحب‌نظران تبیین خواهند کرد که حقوق مصرف‌کننده نیز بخشی از حق الناس است.

اسحاق چهارنگیری، در چهاردهمین همایش روزملی حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان که در سالن همایش‌های صداوسیما برگزار شد، با یادآوری تأکید مقام‌معلم رهبری بر رعایت «حق‌الناس» در انتخابات ریاست جمهوری گذشته و اینکه رأی جزو حق‌الناس است و برگزارکنندگان انتخابات مکلف به رعایت حق‌الناس هستند، تصریح کرد: این تأکید رهبر معظم انقلاب حماسه‌سیاسی ۲۴ خرداد سال ۹۲ را رقم زد.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی دولت، معاون اول رییس‌جمهور با اشاره به وعده دکتر روحانی به مردم مبنی بر تدوین منشور حقوق شهروندی اظهار کرد: رییس‌جمهور به مردم وعده داد، منشور حقوق شهروندی را تدوین کرده و همه دستگاه‌ها مکلف به رعایت آن شوند. وی با بیان اینکه مردم ما امروز مسائل مرتبط با حقوق شهروندی برایشان مثل نان شب لازم است، افزود: رعایت حقوق شهروندی باعث ارتقا و بالا رفتن سرمایه اجتماعی می‌شود و شکاف میان حاکمیت و مردم در بخش‌های مختلف کاهش پیدا می‌کند، پس همه مکلف به رعایت آن هستیم و یقیناً حقوق مصرف‌کننده نیز بخشی از حقوق شهروندی است. معاون اول رییس‌جمهور، در بخش دیگری از سخنان خود با بیان اینکه برای رعایت اصل «حقوق مصرف‌کنندگان» دولت و بخش خصوصی نه جدا از هم بلکه با همدیگر می‌توانند نقش آفرین باشند، خطاب به فعالان و دست‌اندرکاران بخش خصوصی گفت: تولید، مصرف، فرهنگ و تأمین حقوق تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان کشور امری دولتی نیستند، تنها توسط دولت هم درست نمی‌شوند و مسئولیت کامل بر دوش دولت است، بلکه نقش بخش خصوصی در این زمینه به مراتب از نقش دولت مهم‌تر است.

معاون اول رییس‌جمهور با بیان اینکه فرهنگ مصرف در کشور ما ناموزون است گفت: متأسفانه برخی آثار سوءمدیریت مثل پرداخت یارانه نقدی هم بر فرهنگ مصرف و هم تولید کشور آثار سوء گذاشته است. وی افزود: تصمیم‌های غیر کارشناسی در استفاده از منابع نفتی کشور باعث شد که جهت‌گیری کشور به‌جای حمایت از تولید به سمت حمایت از واردات سوق پیدا کند، به‌طوری‌که در سال ۸۹ بیش از ۴۴میلیارد دلار کالا از مبادی رسمی کشور وارد شده است. یعنی تصور می‌شد برای مقابله با تورم و گرانی و با صرف درآمدهای نفتی در بودجه دلارهای نفتی باید به ریل تبدیل شود و در نهایت به واردات کالا تبدیل شود و امروز همه ما از این حجم واردات کشور ناراحت هستیم و هم تولیدکننده و هم سیاست‌گذاران اقتصادی کشور نگران هستند. چهارنگیری با اشاره به اینکه در ۱۱ ماهه سال جاری حدود ۴۸ میلیارد دلار واردات داشته‌ایم، گفت: البته نسبت به سال ۸۹ روند کاهنده خوبی طی شده ولی وقتی کشور با یک سرعت به یک جهتی تنظیم می‌شود، تغییر آن جهت به سرعت امکان‌پذیر نیست. وی ادامه داد: وقتی بودجه کشور به یک باره منبسط می‌شود، نمی‌توان در یک زمان تصمیم بگیریم که بودجه‌ها را کاهش دهیم، بلکه با یک روندی می‌توانیم به سمت اصلاح سیاست‌ها پیش رویم.

کسب و کار

معاون وزیر تعاون اعلام کرد

رفع بیکاری با توسعه کسب‌وکارهای خرد و کوچک



معاون وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی، حل معضل بیکاری را مستلزم توسعه کسب‌وکارهای خرد و کوچک دانست و طرح آموزش‌های بازارمحور را در بهبود و رونق فضای کسب‌وکار موثر خواند.

کوروش پرند در گفت‌وگو با ایسنا اظهار کرد: طرح آموزش‌های بازارمحور گام بلندی در جهت حمایت از تولید ملی و سرمایه‌های انسانی است و این آموزش‌ها در رشد و رونق فضای کسب‌وکار به‌ویژه مشاغل خانگی و کارگاه‌های کوچک و بزرگ صنعتی و خدماتی موثر است. وی از معرفی مدل‌های ایجاد اشتغال در سازمان آموزش فنی و حرفه‌ای کشور خبر داد و گفت: این مدل‌ها در صورت حمایت بخش خصوصی به اشتغال پایدار منجر می‌شود. پرند با اشاره به جمعیت ۴۰میلیون نفری غیرفعال در کشور اظهار کرد: به شرايطی که با مشگل بیکاری مواجهیم باید به سمت ایجاد اشتغال پایدار و توسعه کسب‌وکارهای خرد و کوچک حرکت کنیم. به گفته معاون وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی در حال حاضر ۳۵درصد از جمعیت غیرفعال کشور دارای تحصیلات دانشگاهی هستند که در صورت بی‌توجهی به این امر و عدم تغییر فرهنگ مدرک‌گرایی، دچار مشکل خواهیم شد.



بررسی لیزینگ مسکن در دولت

وزارت راه و شهرسازی با همکاری بانک مرکزی و بانک مسکن در حال تهیه شیوه نامه لیزینگ مسکن است تا متقاضیان بتوانند با پرداخت اقساطی تا ۸۰درصد قیمت مسکن و سود توافقی، مالک یک آپارتمان شوند.

به گزارش مهر، بسته پیشنهادی انبوهسازان که پاییز امسال از سوی انبوهسازان به رییس‌جمهور و وزارت راه و شهرسازی ارائه شد، وارد مراحل جدیدی شده است و کارشناسان این وزارتخانه در حال بررسی بخش‌هایی از این بسته هستند. یکی از موارد مهمی که در این بسته پیشنهادی آمده مربوط به لیزینگ مسکن است که انبوهسازان پیشنهاد داده بودند متقاضیان تا ۸۰ درصد قیمت مسکن را به‌صورت اقساطی بپردازند و سود هم به‌صورت توافقی و تفاهمی بین خریدار و فروشنده تعیین شود. براساس این گزارش، این بسته پیشنهادی دهک‌های متوسط جامعه را هدف قرار گرفت تا عمده این قشر بتوانند با تسهیلات ۸۰ درصدی مسکن مورد نیاز را خریداری کنند. در این بسته آمده است که همکاری نظام بانکی با انبوهسازان و مالکان واحدهای تکمیل شده برای فروش واحدها به‌صورت لیزینگ با این توضیح که شخص انبوه‌ساز دارای ساختمان مسکونی، اداری، تجاری تکمیل شده (مالک)، توسط نظام بانکی تا ۸۰ درصد قیمت واحد را (براساس توافق بین خریدار و فروشنده) به‌صورت لیزینگ به خریدار واگذار می‌کند. نرخ لیزینگ حداکثر معادل نرخ تورم رسمی اعلامی توسط بانک مرکزی به علاوه ۵ درصد کارمزد بانک‌ها پیشنهاد می‌شود.

این روش می‌تواند حتی بین فروشندگان در کاهش بهای ملک ایجاد رقابت نیز بکند؛ با این توضیح که فروشنده مختار است نرخ لیزینگ خود را کمتر از نرخ تورم نیز اعلام کند. در این روش، بانک سند ملک را هم‌زمان که فروشنده به نام خریدار می‌کند در رهن خود می‌گیرد و در عوض اقساط فروشنده را براساس توافق بین خریدار و فروشنده در مواعد توافق شده به فروشنده پرداخت می‌کند و خریدار نیز موظف است اقساط خود را در مواعد مقرر به بانک بپردازد و در صورت تاخیر علاوه بر جریمه دیرکرد که مطابق ضوابط بانک به وی تعلق می‌گیرد، برای تضمین تعهدات خریدار نیز کل واحد در رهن بانک قرار دارد.

پیشنهاد می‌شود برای اجرایی کردن این راهکار کمیته‌ای مرکب از نمایندگان نهاد ریاست جمهوری، وزارت راه و شهرسازی، بانک مرکزی و کانون سراسری انبوه‌سازان مسکن و ساختمان تشکیل و دستورالعمل مربوطه تهیه و جهت اجرا به بانک‌ها ابلاغ شود.

براساس این گزارش، در حال حاضر جلسات هفتگی میان کارشناسان بانک مرکزی، بانک مسکن، وزارت راه و شهرسازی و انبوه‌سازان برگزار می‌شود تا راهکارهای اجرایی لیزینگ مسکن بررسی و برای اجرا ابلاغ شود.



وزیر راه و شهرسازی:

عراق را با ریل به ترکمنستان وصل می‌کنیم

وزیر راه و شهرسازی در همایش تجاری دهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعتی بازرگانی ایران در ترکمنستان گفت: در حال حاضر روابط ایران و ترکمنستان خوب است و این سرمایه‌ای است که در اختیار دو کشور قرار دارد.

به گزارش ایسنا، عباس آخوندی افزود: سفیر ایران در ترکمنستان با رییس‌جمهور ترکمنستان ملاقات کرده که در این ملاقات رییس‌جمهور ترکمنستان دستورهای بسیار مثبت و سازنده‌ای برای توسعه روابط دوجانبه داده است و با استفاده از این اهرم می‌توان حجم روابط اقتصادی، سیاسی، فرهنگی و اجتماعی را با شتاب گسترش داد. وی با ذکر اینکه ایران دروازه کشور ترکمنستان و آسیای میانه برای اتصال به خلیج فارس و دریای عمان است، افزود: همچنین ترکمنستان معبری برای اتصال به چین، آسیای میانه و روسیه است که در پی اتصال راه‌آهن ایران به عراق هستیم که با این اتصال جاده ابریشم به خط آهنی تبدیل می‌شود. آخوندی گفت: دو کشور مصمم هستند که میزان حمل‌ونقل بار روی ریل را به ۱۰ میلیون تن افزایش دهند که در حال حاضر سه میلیون تن است و همچنین میزان تردد کامیون‌ها روزانه از ۵۰۰ به ۱۰۰۰ دستگاه برسد. وی افزود: نیاز به تسهیلات زیربنایی و جاده‌ای است که این امکان را به سرعت فراهم خواهیم کرد و مفهوم دروازه مشترک مرزی را ایجاد می‌کنیم.

۷ تا ۵۰ میلیارد تومان هزینه یک کیلومتر آزادراه

دبیر انجمن شرکت‌های راهسازی با بیان اینکه ساخت یک کیلومتر آزادراه از هفت تا ۵۰ میلیارد تومان هزینه دارد، گفت: عدم بازگشت سرمایه در مدت‌زمان مشخص، مانع ورود بخش خصوصی به پروژه‌های راهسازی می‌شود.

به گزارش مهر، علی آزاد با اشاره به هزینه‌های بالای ساخت آزادراه در کشور، اظهار داشت: ساخت یک کیلومتر آزادراه در دشت اعتباری بالغ بر هفت تا هشت میلیارد تومان نیاز دارد و اگر پروژه در مسیر تپه ماهرود باشد بالغ بر ۱۲ تا ۱۵ میلیارد تومان هزینه لازم است. وی با بیان اینکه ساخت آزادراه در مناطق کوهستانی حدود ۳۰ میلیارد تومان هزینه به دنبال دارد، گفت: در مسیرهای کوهستانی سخت که نیازمند بالغ بر یک میلیارد تا ۵۰ میلیارد تومان می‌رسد که در تمامی این شرایط شرکت‌های پیمانکاری داخلی آمادگی کامل برای ساخت دارند.

دبیر انجمن شرکت‌های راهسازی با اعلام اینکه با وجود حضور شرکتهای ایرانی می‌توان از پیمانکاران خارجی هم به‌عنوان سرمایه‌گذار استفاده کرد، افزود: اما این به معنای ناتوانی شرکت‌های داخلی در این حوزه نیست، بلکه به دلیل کافی نبودن بودجه‌های اختصاص یافته به پروژه‌های عمرانی، حضور بخش خصوصی ضروری است.

آزاد، یکی از مشکلات حضور بخش خصوصی در پروژه‌های آزادراهی را عدم بازگشت سرمایه دانست و گفت: در سال‌های اخیر بخش خصوصی ثابت کرد که توانایی‌های لازم را در حوزه راهسازی دارد اما عدم بازگشت سرمایه در مدت‌زمان مشخص، مانع ورود بخش خصوصی به عرصه راهسازی کشور است. وی تصریح کرد: درواقع باوجود اینکه دریافت عوارضی از آزادراه‌ها به‌عنوان تضمین بازگشت جزئی از مفاد قراردادهای راهسازی است، این‌عوارض با هزینه‌های صرف شده تناسب ندارد بنابراین حضور بخش خصوصی با مشکل مواجه می‌شود. دبیر انجمن شرکت‌های راهسازی با اشاره به اینکه یکی از مهم‌ترین راهکارها تغییر در قوانین است تا جذابیت سرمایه‌گذاری برای بخش خصوصی افزایش یابد، اظهار داشت: اهکار دیگر متناسب کردن قوانین فلی و تعهد‌دولت در اجرای قانون و سوم ارائه تضمین‌های مناسب به بخش خصوصی برای بازگشت سرمایه است.

قیمت بلیت اتوبوس در نوروز افزایش نمی‌یابد

مدیرعامل اتحادیه شرکت‌های تعاونی مسافربری کشور با اشاره به آغاز فروش اینترنتی بلیت نوروزی اتوبوس اظهار داشت: هر سال و در راستای جبران تردد یک‌سرخالی ناوگان در نوروز، قیمت بلیت‌های نوروزی تا ۲۵ درصد افزایش می‌یافت که امسال این افزایش اعمال نمی‌شود.

به گزارش فارس، احمدرضا عامری درباره پیش‌فروش بلیت‌های نوروزی اتوبوس اظهار داشت: طبق هماهنگی با سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای و اتحادیه شرکت‌های مسافربری کشور، پیش‌فروش اینترنتی بلیت‌های نوروزی اتوبوس از امروز ۱۰ اسفند و پیش‌فروش حضوری از ۱۷ اسفند آغاز می‌شود. وی بیان کرد: پیش‌فروش حضوری از طریق دفاتر سطح شهر و دفاتر مستقر در پایانه‌های مسافری خواهد بود، ضمن آنکه پیش‌فروش اینترنتی نیز از طریق سایت‌های شرکت‌های تعاونی مسافری انجام می‌شود.

مدیرعامل اتحادیه شرکت‌های تعاونی مسافربری کشور درباره نظارت بر عملکرد ناوگان بر ایام نوروز بیان کرد: سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای به‌عنوان حاکمیت در پایانه‌های مسافری مستقر است و بر عملکرد ناوگان نظارت دارد، همچنین در تمام ایام سال مدیران شرکت‌های تعاونی با بررسی صورت وضعیت مسافر و نظارت فنی بر ایمنی خودرو تلاش می‌کنند سفر برای مسافران با آرامش همراه باشد. عامری اظهار داشت: هر سال به دلیل انجام ترده‌های یک‌سرخالی نرخ بلیت اتوبوس برای ایام نوروز حدود ۲۰ درصد افزایش می‌یابد اما امسال فروش نوروزی بلیت اتوبوس افزایشی نخواهد داشت.

خاطره تلخ همکاری‌های گذشته مانع ساخت آینده مشترک

چرا بانک‌ها به پروژه‌های آزادراهی اعتماد نمی‌کنند؟



❖ جواد هاشمی

کاهش زمان و طول مسیر، افزایش ایمنی و کاهش تصادفات و تلفات رانندگی، صرفه‌جویی قابل توجه در مصرف سوخت و البته افزایش توان ترانزیتی کشور تنها بخشی از ظرفیتی است که گسترش توان آزادراهی کشور را با خود به همراه می‌آورد.

قرار دادن این ظرفیت‌ها در کنار مشکلات عدیده‌ای که در راه‌های فعال در کشور چه در حوزه‌های اقتصادی و چه مسائل امنیتی وجود دارد، باعث شده نگاه وزارت راه و شهرسازی نسبت به گسترش پروژه‌های آزادراهی بسیار مثبت شده و البته آنها را در راس بسیاری از پروژه‌های راهسازی قرار دهد.

پروژه‌هایی بزرگی چون حرم تا حرم، اصفهان – شیراز و تهران – زنجان – تبریز – بزرگان تنها جزئی از برنامه‌های بزرگ وزارت راه و شهرسازی برای تکمیل زیرساخت‌های آزادراهی کشور است؛ پروژه‌هایی که البته تکمیل و راه‌اندازی آنها به بودجه‌های بسیار کلان نیاز دارد. زیرسازی و آسفالت روسازی چندین کیلومتر آزادراه و چند بانده با توجه به افزایش

قابل توجه هزینه‌ها و قیمت قیر در سال‌های گذشته هزینه کار روی آزادراه‌ای در دست ساخت را به شکل قابل توجهی افزایش داده است تا حدی که طبق اعلام شرکت ساخت درحال‌حاضر تکمیل هر کیلومتر آزادراه جدید با توجه به شرایط زیرساختی و کوهستانی با مسطح بودن مسیر بین ۱۵ تا ۲۲ میلیاردتومان هزینه دارد.

اگر حتی تمام مسیرهای آزادراهی کشور را با پایین‌ترین نرخ اعلام شده از سوی شرکت

ساخت بسنجیم برای تکمیل و ساخت ۶۰۰ کیلومتر آزادراه در دست ساخت و ۱۹۰۰ کیلومتر آزادراهی که کار مطالعه برای ساخت آن اجرایی شده، دولت درحال‌حاضر رقمی معادل ۳۷ هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان بودجه نیازدارد.

این رقم هزینه ثابت ساخت آزادراه را در سال جاری نشان می‌دهد و با توجه به زمان‌بر بودن و طول چندین ساله پروژه‌های بزرگ مطرح در سطح کشور می‌توان انتظار داشت به شکل سالانه این بودجه مورد نیاز افزایشی قابل توجه را پشت سر بگذارد.

این بودجه که تنها یکی از چند حوزه توسعه محور وزارت راه و شهرسازی را در برمی‌گیرد، در حالی چندین برابر بودجه کل این وزارتخانه تخمین زده می‌شود که طبق اعلام آخوندی صرف بدهی‌های این وزارتخانه و بودجه‌های مورد نیاز برای پروژه‌هایی که کار اجرایی روی آنها ادامه دارد، بالغ بر ۱۴۰ هزار میلیارد تومان قلمداد می‌شود.

از این رو در طول ماه‌های گذشته دولت برنامه‌هایی را برای متنوع سازی منابع بودجه

پروژه‌های عمرانی در دستور کار خود قرار داده که می‌توان در این میان تهاثر بدهی‌های وزارت راه و شهرسازی را با طلب‌های دولت از پیمانکاران این وزارتخانه جزو این طرح‌ها به حساب آورد. با این وجود اما هنوز بانک‌ها به عنوان اصلی‌ترین منبع درآمدی دولت در حوزه پروژه‌های بزرگ عمرانی به حساب می‌آیند هر چند عملکرد آنها در سال‌های گذشته نشان از آن دارد که چندان علاقه‌ای به ورود به طرح‌های عمرانی طولانی مدت مانند آزادراه‌ها نداشته و این مسئله باعث ایجاد گلایه از سوی مسئولان دولتی شده است.

سرمایه‌گذاری در آزادراه‌ها برای بانک‌ها خاطره‌ای تلخ است

مدیر عامل سابق بانک صادرات با بیان اینکه سابقه همکاری بانک‌ها و مشارکت آنها در پروژه‌های آزادراهی چندین مثبت نبوده و برای آنها به جای سود گاهی ضرر به همراه داشته است، اظهار کرد: آزادراه‌هایی مانند تهران-زنجان – تبریز که با مشارکت بعضی بانک‌ها همراه بوده هنوز وضعیت سوددهی

مشخصی ندارند و این مسئله برای بانک و البته سپرده‌گذارانش چندان مثبت به نظر نمی‌رسد. سیدمهدالالدین حسینی‌هاشمی، در گفت‌وگو با «فرصت امروز» تصریح کرد: پروژه‌های آزادراهی با توجه به ماهیت عمرانی و زیربنایی که‌دارند زمان بازگشت سرمایه‌شان به ۱۵ سال یا گاهی بیشتر از آن می‌رسد. این درحالی است که با توجه به نرخ سود دسود ثابت در نظر گرفته شده در این پروژه‌ها معمولاً پس از پایان دوره چندین ساله نخست سودی که به بانک تعلق می‌گیرد، چندان قابل توجه نیست.

به گفته وی، زمانی که بانک‌ها می‌توانند با ارائه تسهیلات به مشتریان خرد خود سودی ۲۷ درصدی را دریافت کنند قطعاً این مسئله که با ورود به پروژه‌های طولانی مدت سودی در حدود ۱۵درصد را برای خود در نظر بگیرند، منطقی به نظر نمی‌رسد. در کنار آن از سال ۱۳۸۵ محدودیت‌های بین‌المللی به‌عنوان یکی دیگر از موانع اصلی بر سر نظام بانکی ایران در محایت است، اظهار کرد: آزادراه‌هایی از این پروژه‌ها به حساب می‌آیند. مدیر عامل سابق بانک صادرات با بیان اینکه دولت برای تأمین

به استفاده از فائیناس خارجی و البته توان تعهدی بانک‌های داخلی پروژه‌های بزرگ خود را به مشارکت به بانک‌ها و البته متغیر کردن نرخ سود حاصل از مشارکت آزادراه‌ها برای بانک‌ها از اهمیت بالایی برخوردار است که باید در پروژه‌های پیش رو به آنها توجه ویژه‌ای صورت گیرد. هرچند هنوز وزارت راه‌وشهرسازی طرح‌های جدید خود را برای مشارکت دادن بانک‌های داخلی در پروژه‌های زیربنایی بزرگ خود ارائه نکرده و البته جزو گلایه‌های جزئی درباره همکاری‌های جدید با بانک‌ها اظهارنظر قطعی نیز ارائه نکرده است اما به نظر می‌رسد برای بازگرداندن بانک‌های ایرانی به پروژه‌های بزرگی که نیاز دولت باید شرایط جدید را به اصول کشور به حساب می‌آید باید شرایط جدید را به وجود آورد. هرچند با توجه به شرایط نچندان مطلوب منابع مالی بانک‌ها شاید پیگیری سرمایه‌گذاری‌های خارجی و جذب فائیناس برای دولت نسبت به اتکا به منابع بانکی برد بیشتری داشته باشد.

خبر

سرمایه‌گذاری ۲۱۰۰۰ میلیاردی بخش خصوصی در ساختمان سازی

زیربنای کل طبقات در نظر گرفته شده است.

در دوره مورد گزارش، برای هر دستگاه ساختمان مسکونی شروع شده در مناطق شهری ایران به‌طور متوسط ۴۰۵ میلیون تومان هزینه بنا، ۵۶۵ مترمربع سطح کل زیربنا و ۷۰۰ هزار تومان هزینه یک مترمربع بنا پیش‌بینی شده که نسبت به سه ماهه سال گذشته ۴۰،۶ درصد سطح کل زیربنا ۱۷،۵ درصد و هزینه یک مترمربع بنای این ساختمان‌ها ۱۹،۸ درصد رشد داشته است. همچنین در بهار سال جاری احداث ۶۱۹۰ ساختمان مسکونی در تهران شروع شده که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل ۱۱،۸ درصد افزایش دارد. هزینه این ساختمان‌ها حدود پنج هزار و ۳۹۶ میلیارد تومان و سطح کل زیربنای طبقات آن ۶،۱ مترمربع پیش‌بینی شده است.

ساختمان‌های تکمیل شده
اما حدود ۴۲ هزار و ۸۰۰ دستگاه ساختمان در مناطق شهری ایران توسط بخش خصوصی تکمیل شده که نسبت به دوره مشابه قبل ۲۷،۳ درصد کاهش دارد. برای احداث این ساختمان‌ها حدود ۲۳ میلیون و ۶۰۰ هزار مترمربع زیربنا و ۱۴ هزار و ۲۹۳ میلیارد تومان هزینه پیش‌بینی شده.

ساختمان‌های مسکونی تکمیل شده
همچنین از کل ساختمان‌های تکمیل شده در مناطق کشور در بهار سال جاری حدود ۳۷ هزار و ۴۶۳ دستگاه مسکونی بوده که نسبت به دوره مشابه سال قبل ۲۸درصدکاهش‌دارد. هزینه بهای این بناها بالغ بر ۱۱ هزار و ۴۰۰ میلیارد تومان و سطح زیربنای آن حدود ۱۹ میلیون مترمربع است.

واحدهای مسکونی تکمیل شده
اما بانک مرکزی گزارش داد که در سه ماهه اول سال ۹۳ از کل ۴۰ هزار ۱۸۷ دستگاه ساختمان «مسکونی» و «غیرمسکونی توام» تکمیل شده توسط بخش خصوصی بناهای یک واحد مسکونی با ۳۲،۷درصد بیشترین سهم را دارا هستند. این در حالی است که ساختمان‌های شامل دو واحد ۲۴،۳ و هفت واحد مسکونی و بیشتر با ۱۳،۲ درصد دررده‌های بعدی قرار دارد.

اطلاعیه بسیار مهم

قابل توجه صاحبان چلوکبابی‌ها،سالن‌های غذاخوری،سفره خانه‌های سنتی و اغذیه فروشی‌های زنجیره‌ای فراخوان ثبت نام، آموزش و اجرای قانون مالیات بر ارزش افزوده از ابتدای سال ۹۴

بنا به اختیارات حاصل از مقررات ماده «۱۸» قانون مالیات بر ارزش افزوده، بدینوسیله فعالان اقتصادی (عرضه کنندگان کالا و ارائه دهندگان خدمات) مشمول مرحله ششم ثبت نام نظام مالیات بر ارزش افزوده به منظور آموزش و اجرای مقررات موضوع این قانون به شرح زیر تعیین و اعلام می‌گردد.

مشمولین مرحله ششم ثبت نام:

اشخاص حقوقی و همچنین اشخاص حقیقی (صرفنظر از مبلغ فروش سالانه) موضوع ماده «۹۵» قانون مالیات‌های مستقیم که به فعالیت‌های زیر اشتغال دارند:

•چلوکبابی‌ها، سالن های غذا خوری و سفره خانه‌های سنتی

•اغذیه فروشی‌های زنجیره‌ای با مالکیت واحد و یا نام و نشان و عنوان تجاری واحد فارغ از مساحت محل کسب و کار و نوع مجوز

تذکر بسیار مهم:

فعالان اقتصادی که واجد شرایط مراحل اول تا پنجم ثبت نام و اجرای قانون مالیات بر ارزش افزوده بوده‌اند، حتی در صورت انطباق با شرایط مشمولیت مرحله ششم ثبت نام این نظام مالیاتی جزء مودیان مشمول مراحل قبلی ثبت نام و اجرای قانون محسوب و مکلف به اجرای مقررات از تاریخ شمول فراخوان مربوط، خواهند بود.

مهلت و نحوه انجام ثبت نام:

۱-از فعالان اقتصادی فراخوان شده دعوت می‌شود از تاریخ درج اطلاعیه در جراید، به سامانه اینترنتی معاونت مالیات بر ارزش افزوده به نشانی **www.evat.ir** مراجعه و نسبت به ثبت نام در این نظام مالیاتی اقدام تا مقدمات لازم از جمله آموزش فعالان اقتصادی و ... جهت اجرای قانون فراهم شود. ضمنا راهنمای چگونگی ثبت نام از طریق سامانه مزبور قابل دسترسی می‌باشد.

۲- در صورت نیاز به آموزش قانون و مقررات مالیات بر ارزش افزوده مودیان می‌توانند با مراجعه به سامانه یاد شده یا به ادارات کل امور مالیاتی استان و شهرستان ذیربط برای آموزش ثبت نام نمایند، تا اقدام لازم برای آموزش آنها به صورت رایگان بعمل آید.

۳- اتحادیه‌های صنفی ذیربط نیز در صورت نیاز اعضای آنان جهت آموزش می‌توانند فهرست اعضا خود را به ادارات کل امور مالیاتی ذیربط اعلام تا اقدامات لازم جهت آموزش آنان انجام شود.

۴- تاریخ اجرای سایر تکالیف مقرر در قانون از جمله طی فرایند دریافت گواهینامه ثبت نام، وصول مالیات و عوارض ارزش افزوده از خریداران، ارائه اظهار نامه و واریز مالیات و عوارض بر ارزش افزوده به حساب‌های تعیین شده توسط سازمان امور مالیاتی کشور از ابتدای سال ۱۳۹۴ خواهد بود.

روابط عمومی سازمان امور مالیاتی کشور

بی‌مهری تاریخی دولتها به آبخیزداری

رییس سابق سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری گفت: دولتها همواره به مسئله آبخیزداری که می‌تواند سفره‌های آب زیرزمینی را تقویت کند، بی‌مهری کرده‌اند. البته در دولت یازدهم بودجه عملیات آبخیزداری دو برابر شد که نشان‌دهنده اهمیت این موضوع از دید مسئولان است.

علیرضا اورنگی در گفت‌وگو با ایسنا اظهار کرد: همواره دولتها به مسئله آبخیزداری کم توجهی و بی‌مهری کرده‌اند اما در دولت یازدهم بودجه آن برای سال آینده به دو برابر افزایش یافت که نشان‌دهنده اهمیت دادن به این موضوع از سوی مسئولان است. وی افزود: آبخیزداری نقش و اثراتش در مسائلی مانند مدیریت سیلاب، تغذیه سفره‌های آب زیرزمینی و... بر هیچ کس پوشیده نیست اما برای مسئولان و تصمیم‌گیران ملی و استانی باورپذیر نیست، چرا که تاثیرات فعالیت‌هایی مانند آبخیزداری در بلندمدت و به‌صورت کیفی قابل مشاهده است و مسئولان با وجود اینکه هنگام بازدید از طرح‌های آبخیزداری اهمیت آن را تایید می‌کنند، هنگام تخصیص منابع، کمتر توجه می‌کنند.

رییس سابق سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری با بیان اینکه همه مسئولان به دنبال نتایج یک ساله هستند اما آبخیزداری جزو مسائلی است که نتایجش در بلندمدت قابل مشاهده است، تصریح کرد: به‌عنوان مثال هنگامی که درختی را بکاریم باید حداقل سه‌سال از آن مراقبت کنیم تا به مرحله تولید برسد، نتایج آبخیزداری نیز در مدت طولانی‌تری قابل مشاهده است. در این میان مسئولان تغییر می‌کنند و باز هم مسئول جدید باید به دنبال فرهنگ‌سازی و معرفی اهمیت‌های آبخیزداری باشد.

در فرآیندهای نظام‌مند حوزه غذا بیوتورویسم معنا ندارد

مدیر کل نظارت و ارزیابی فرآورده‌های غذایی، آرایشی و بهداشتی سازمان غذا و دارو گفت: بیوتورویسم در مباحث پدافند غیرعامل از نکات بسیار مهم کشور است که به هر طریقی می‌تواند مطرح باشد، به همین دلیل واردات فرآورده‌های غذایی صرفاً از منابع ثبت شده و دارای شناسه مجاز صورت می‌گیرد.

هدایت حسینی با بیان اینکه تاکنون در محصولات تحت نظارت سازمان غذا و دارو به مورد خاصی از بیوتورویسم برخورد‌ه‌ایم، افزود: اداره کل نظارت و ارزیابی فرآورده‌های غذایی، آرایشی و بهداشتی، ورود محصولات به چرخه واردات را به گونه‌ای نظام‌مند کرده است که هیچ تهدیدی نتواند متوجه آن باشد. مدیر کل نظارت و ارزیابی فرآورده‌های غذایی، آرایشی و بهداشتی سازمان غذا و دارو ادامه داد: البته مرزهای وسیع جنوبی، شرقی و غربی کشور با همسایگان و معضل قاچاق مواد غذایی مسئله مهمی است که باید برای آن چاره اندیشید. پیرو همین نگرانی‌ها نیز اخیراً نمایندگان محترم مجلس شورای اسلامی قانونی مصوب کرده‌اند که برای مبارزه با کالاهای قاچاق دست را باز گذاشته است.

هدایت حسینی در پایان با تاکید بر اینکه قانون مصوب مجلس بسیار اطمینان‌بخش است، اظهار داشت: نگرانی درخصوص قرارگیری در معرض بیوتورویسم غذایی به بهانه تحولات سیاسی وجود ندارد.

انقلاب نظارتی

در مبارزه با کالاهای تقلبی



معاون برنامه‌ریزی و نظارت سازمان غذا و دارو گفت: به‌دلیل استفاده لفظهای و مستمر از فرآورده‌های سلامت محور و اثرگذاری بالای آنها در سلامت، بهترین راه شناسایی محصولات اصل از تقلبی «سامانه ملی مدیریت و نظارت بر محصولات سلامت محور» سازمان غذا و دارو است.

اکبر عبداللهی‌اصل در گفت‌وگو با پایگاه خبری سازمان غذا و دارو، با بیان اینکه این اپلی‌کیشن، کنترل، ردیابی و رهگیری فرآورده‌های سلامت محور را ممکن می‌سازد و هم‌اکنون در سایت ttac.fdo.gov.ir قرار گرفته است، ادامه داد: تمامی خریداران کالاهای سلامت محور می‌توانند با دانلود این نرم‌افزار آن را روی گوشی‌های همراه خود نصب کنند.

وی گفت: در صورت استعلام برچسب اعلام شده، تمام اطلاعاتی که اصالت یک محصول را نشان می‌دهد مثل نام کالا، تاریخ تولید، انقضا، نام تولیدکننده، واردکننده، اصل یا تقلبی بودن محصول مشخص خواهد شد.

عبداللهی‌اصل اظهار داشت: از نظر ما به فرآورده‌هایی که در این سامانه شناسه ندارند به راحتی نمی‌توان اعتماد کرد چون سیستم را تغییر داده‌ایم ممکن است فرآورده‌هایی که برچسب اصالت تقلبی را داشته و اصل هستند از سیستم تاییدیه نگیرند.

البته برخی شرکت‌ها، سامانه‌های را اندازاری کرده‌اند که درصورت رجوع به آن محصولات تقلبی‌شان را تایید می‌کند که ما از طریق استعلام شماره تلفن‌ها از طریق مراجع قانونی پیگیر تخلف آنها نیز هستیم.

مولود غلامی

زمانی نان را قوت لایموت عامه مردم می‌نامیدند. یعنی غذایی که در دسترس همگان است و تمامی اقشار جامعه با آن توان سیر کردن شکم خود را دارند. در سال‌های اخیر زیر نام قانون هدفمندسازی یارانه‌ها قیمت نان روند افزایشی گرفته و هر قرص نان (سنتی) از ۲۰۰ به ۱۰۰۰ و حتی ۱۵۰۰ تومان نیز رسیده است. با این همه وزیر صنعت، معدن و تجارت هفته گذشته خبر گرانی دوباره نان در سال ۹۴ را اعلام کرد و گفت که براساس قانون هدفمندسازی یارانه‌ها، قیمت نان باید به یک‌باره آزادسازی شود، اما



گران شدن نان برای جلوگیری از رانت و قاچاق



محمد رضا نعمت‌زاده

وزیر صنعت، معدن و تجارت

حذف سهمیه آرد یارانه‌ای نان‌های حجیم (فانتزی) صحت دارد. البته هیچ مصوبه‌ای مبنی بر اینکه نان‌های صنعتی و حجیم یارانه نگیرند، نداریم. در راستای اجرای قانون هدفمندسازی یارانه‌ها، ۲۰ درصد از یارانه نان‌های سنتی را نیز کاهش داده‌ایم. این کار کیفیت را بالاتر می‌برد و منجر به رقابت بیشتر می‌شود. در تبصره ۲۱ بند ۳ قانون هدفمندسازی یارانه‌ها، دولت موظف است از آزادسازی یارانه‌ها را به‌صورت کامل انجام دهد، اما در بخش نان نمی‌توانیم عجلانه تصمیم بگیریم و به یک‌باره قیمت‌ها را آزادسازی کنیم. برای ایجاد رقابت بیشتر در ماه‌های گذشته دولت تصمیم به افزایش ۲۰ درصدی نان گرفت و آن را اجرا کرد.

افزایش قیمت نان فانتزی توجیه‌پذیر نیست



رحمت‌الله نوروزی

نماینده علی‌آباد کتول و عضو کمیسیون کشاورزی مجلس

حذف یارانه نان از سوی دولت نادرست است. نان قوت لایموت مردم است و نباید با حذف یارانه‌های آرد، قیمت آن را افزایش داد. برعکس دولت باید با افزایش یارانه آرد و نان، به اقشار کم‌درآمد و ضعیف کمک کند نه اینکه قیمت نان را افزایش دهد.

در موضوع حذف سهمیه آرد نانواپی‌های حجیم و نیمه‌حجیم، باید آذعان داشت که دولت اگر می‌خواهد به نان یارانه بدهد، باید به هر دو بخش سنتی و حجیم، سهمیه آرد اختصاص دهد. حذف یک بخش از دریافت یارانه منجر به افزایش قیمت قوت غالب مردم می‌شود. همچنین نانواپی‌ها دیگر قدرت یا تمایلی برای تولید نان باکیفیت نخواهند داشت.

مردم به ارزان خریدن نان عادت کرده‌اند



محمدنظر نژاد

رییس اتحادیه نان‌وایان سنگگی

سوسپیدی که دولت به نان می‌دهد، کاهش یافته است. امسال ۲۰ درصد از سهمیه آرد نانواپی‌های سنتی را حذف کردند، اما قیمت‌ها را پس از آن گران نکردند. اگر تمام نانواپی‌ها به سمت آزادپز بروند، شاید قیمت‌ها کمی افزایش یابد اما نان با کیفیت و استاندارد به دست مردم می‌رسد. با قیمت‌های کنونی، مردم در قیال پولی که می‌پردازند نان‌های کوچک و بی‌کیفیت دریافت می‌کنند.

دولت درحال حاضر حدود ۱۲ هزار میلیارد تومان سوسپید در بخش آرد و نان می‌پردازد و ادامه این کار برای دولت امکان‌پذیر نیست. اگر آزادسازی نان در کشور اعمال شود، هم کارخانه‌های آرد رقابتی خواهند شد و محصول بهتری به نانواپی‌ها می‌دهند و هم نانواپی‌ها مجبور می‌شوند نان باکیفیت به مردم تحویل دهند.

تولیدکنندگان نان‌های سنتی و فانتزی در رقابتی نابرابر

نان سالم از سفره‌ها بر داشته می‌شود؟

به دلیل اینکه این موضوع از حساسیت برخوردار است، افزایش قیمت‌ها را به تدریج انجام می‌دهیم. با این تفاسیر در سال نو خورشیدی باید چشم به دهان مسئولان بدوزیم و افزایش قیمت چندباره نان را منتظر باشیم. بر همین اساس و برای اجرای کامل قانون هدفمندسازی یارانه‌ها، از ابتدای اسفندماه سهمیه آرد یارانه‌ای نان‌های حجیم حذف شد. نان حجیم که به دلیل سلامت و بهداشت بیشتر قرار بود جایگزین نان‌های سنتی و فلت (مسطح) شود و در سبد خانوارها جای گیرد اکنون با این مصوبه دولت چاره‌ای جز افزایش قیمت ندارد و شاید از دور رقابت بیرون رود.



حذف یارانه نان‌های حجیم با کدام توجیه؟

محمدجواد کرمی

رییس اتحادیه نان‌های حجیم و نیمه حجیم



سیاست‌های آزادسازی قیمت‌ها را مثبت می‌دانیم اما تبعیض میان بخش‌ها نادرست است. وقتی یارانه آرد یک بخش مانند نان‌های حجیم حذف می‌شود اما به بخش دیگر (نان‌های سنتی) سهمیه آرد تعلق می‌گیرد، رقابت ناسالم ایجاد می‌شود. ریزش و نشستی آرد از نانواپی‌های سنتی که سهمیه دریافت می‌کنند، رقابت سالم را از بین می‌برد و قاچاق و رانت به وجود می‌آورد. در این میان واحدهایی که سالم کار می‌کنند مشتری‌های خود را از دست می‌دهند و از دور تولید و رقابت کنار می‌روند، بنابراین دولت باید دست کم در این زمینه همه را به یک بنام نگاه می‌کرد و تفاوتی میان نان سنتی و حجیم قائل نمی‌شد. اگر هم یارانه‌ای می‌خواست بدهد باید به نان‌های حجیم و نیمه‌حجیم که سالم‌تر و بهداشتی‌تر هستند، تعلق می‌گرفت.

حذف سهمیه آرد یارانه‌ای از نانواپی‌های حجیم و نیمه‌حجیم، اتخاذ روشی نادرست است و در هیچ کجای دنیا نیز اتفاق نمی‌افتد که به واحدهای مدرن و تولیدکننده محصولات سالم یارانه ندهند، اما به نانواپی‌های سنتی که به گفته کارشناسان و مسئولان مربوطه، نان سالم تولید نمی‌کنند، سهمیه آرد دولتی بدهند! این چه عدالتی است که یارانه آرد تولیدکنندگان نان‌های سالم و بهداشتی باید قطع شود؟

گرچه ما با یارانه موافق نیستیم، اما تفاوت قائل شدن را هم مطلوب نمی‌دانیم. خواسته ما این است که اگر قرار باشد تفاوتی هم قائل شد کفه ترازو باید به سود تولید سالم و بهداشتی سنگین شود. شوربخانه این موضوع نعتنها در آرد سهمیه‌ای، بلکه در بخش مایات‌ها و حق بیمه‌ها نیز صادق است. این مسائل موجب افزایش هزینه‌های تولید نان‌های حجیم و نیمه‌حجیم می‌شود و ما چاره‌ای جز افزایش قیمت‌ها نداریم. مشتری هم به دنبال کالای ارزان‌تر می‌رود و نتیجه اینکه مردم از مصرف نان سالم دور می‌شوند. توجیه و بهانه مسئولان برای حذف یارانه‌های آرد به نانواپی‌های حجیم این است که می‌گویند این نان سفره مردم نیست!

وقتی همه شرایط و حمایت‌ها برای تولید نان سنتی فراهم باشد، مردم و مصرف‌کننده هم به آن سمت می‌روند. شوربخانه مسئولان، ما را با نان‌های صنعتی اشتباه گرفته‌اند. نان صنعتی، بسته‌بندی و لوکس است، اما نان‌های حجیم و نیمه حجیم این‌گونه نیستند. ما تولیدکننده بهترین نان از جمله نان سبوس‌داری هستیم که تمامی پزشکان و متخصصان به مصرف آن تاکید دارند. بنابراین اگر قرار به حمایت و یارانه‌های حمایتی باشد، نان‌های حجیم باید در اولویت قرار گیرند نه اینکه حذف شوند. این نان‌ها بدون جوش شیرین که برای سلامتی افراد بسیار خطرناک است، هستند و مانند نان‌های سنتی حرارت مستقیم نمی‌بینند و همچنین پروسه کامل تخمیر و پخت در مدت زمان مناسب انجام می‌شود.

در سال ۸۶ با مصوبه مجلس بودجه مناسبی به تولید نان سالم تخصیص یافت که تنها چند کارخانه نان صنعتی ساخته شد، اما شاید پول‌ها در جاهای دیگر خرج شد که نان سالم سر سفره مردم قرار نگیرد. دولت باید برای مصرف نان سالم توسط مردم حمایت و فرهنگ‌سازی کند.

تذکر سازمان حمایت برای اصلاح قیمت شیر کم‌چرب



معاون سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان اعلام کرد: برخی کارخانه‌های لبنی، قیمت شیر کم‌چرب را ۲۰۰ تومان افزایش داده‌اند که به آنها تذکر داده شده از دیروز - شنبه - شیر کم‌چرب به قیمت قبل به دست مردم برسد، درغیراین صورت برخورد قانونی می‌شود و کل توافقات این سازمان با صنایع لبنی لغو خواهد شد.

علیرضا رفیعی در گفت‌وگو با ایسنا اظهار کرد: براساس آخرین توافق‌نامه، کارخانه‌های لبنی می‌توانستند ۱۵ درصد قیمت محصولات‌شان را نسبت به سال گذشته افزایش دهند و با توجه به اینکه برخی کارخانه‌ها به دلیل شرایط رکود اقتصادی، این افزایش را اعمال نکردند، در هفته‌های گذشته قیمت‌های خود را ۱۵ درصد افزایش دادند که این موضوع باعث شد برخی سودجویان از این فرصت استفاده کنند.

وی ادامه داد: چند کارخانه لبنی قیمت اقلام پرمصرف به‌خصوص شیر کم‌چرب را افزایش دادند که موجب شد دولت حساسیت بیشتری نسبت به این موضوع داشته باشد؛ بنابراین ابتدا تذکراتی به آنها داده شد که باید نسبت به اصلاح قیمت‌های خود اقدام کنند و از دیروز - شنبه - شیر کم‌چرب باید به قیمت گذشته به دست مردم برسد.

حال و روز چای خوب نیست

دبیر اتحادیه چایکاران شمال با بیان اینکه باغ‌های چای حال و روز خوبی ندارند، ایجاد سیستم «حراج» برای ساماندهی بازار را تنها راهکار حل مشکلات چای دانست.

سیداحمد مظفری در گفت‌وگو با ایسنا اظهار کرد: سیستم «حراج» یک سیستم شناخته شده در صنعت چای جهان است که در ایران هیچ کاربردی ندارد.

در این سیستم چای تولیدی کارخانه‌ها براساس استانداردهای آزمایشگاهی به حراج گذاشته می‌شود، سپس توسط کمپانی‌های بزرگ خریداری، بسته‌بندی و به فروش می‌رسد. در این فرآیند، نوع و درجه چای، بسته‌بندی، نحوه توزیع و شرایط بازار کاملاً مشخص است.

وی افزود: سال‌هاست که قصد داریم چنین فرآیندی را در بازار چسای ایجاد کنیم که هنوز موفق نشده‌ایم، چراکه کارخانه‌های داخلی در فصل برداشت، طی یک رقابت بی‌مر سعی می‌کنند با قیمت‌های ارزان‌تر از رقبا، چای خود را بفروشند و همین مسئله مجال ایجاد ارزش افزوده قابل قبول را از این صنعت سلب کرده است.

به گفته مظفری، باغ‌های چای حال و روز خوبی ندارند که این مسئله مربوط به امروز و دیروز هم نیست، سالیان متمادی است که چایکاران از وضعیت نامناسب بازار مصرف رنج می‌برند و کسی هم برای حل این مشکل اقدامی نمی‌کند.

توسعه شرکت‌های زنجیره‌ای راهکاری برای کاهش قیمت مرغ



دبیر انجمن ملی طیور ایران گفت: برای کاهش هزینه‌های تمام شده تولید و قیمت‌ها، توسعه شرکت‌های زنجیره‌ای کامل تولید تا مصرف مرغ ضروری است.

سعید اصغری فرد در گفت‌وگو با ایرنا افزود: قیمت مرغ تولیدی شرکت‌های زنجیره‌ای کامل (تولید مرغ مادر، جوجه‌کشی، کارخانه تولید نهاده، کشتارگاه و بسته‌بندی) نسبت به دیگر واحدهای پرورش و تولید مرغ کمتر است.

وی اظهار داشت: در واقع هزینه تولید مرغی که در شرکت‌های زنجیره‌ای تولید می‌شود، بین ۷۰۰ تا ۸۰۰ تومان کمتر از قیمت تمام شده مرغ تولیدی در واحدهای معمولی است.

در بیان اینکه تنها ۱۰ درصد مرغ کشور توسط شرکت‌های زنجیره‌ای تولید می‌شود، گفت: بنابراین ۹۰ درصد تولید مرغ در اختیار واحدهای پرورش مرغ معمولی است.

به گفته وی، درحال حاضر به‌طور میانگین قیمت واقعی هر کیلوگرم مرغ در واحدهای تولیدی معمولی بین چهار هزار و ۲۰۰ تا چهار هزار و ۸۰۰ تومان است، اما قیمت تمام شده برای شرکت‌های زنجیره‌ای بین سه هزار و ۹۰۰ تا چهار هزار تومان است که تهیه چنین مرغی برای مصرف‌کنندگان نیز می‌تواند مقرون به صرفه باشد.

صاحب امتیاز: مهدی صیافی

مدیر مسئول: محمدرضا قدیمی

شورای سردبیری:

محمدرضا قدیمی، محمدرضا اسلامی، شهریار شمس مستوفی

چاپ: شرکت رواق روشن مهر توزیع: نشر گستر امروز

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۴۳۲ (خط ویژه)

روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۴۳۲

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۸۹۶۰۷۴ و ۸۸۸۹۵۴۳۴

سامانه پیامکی: ۵۰۰۰۱۳۴۳

آدرس: میزای شیرازی، نیش چهارم پلاک ۶۸، طبقه سوم

ایمیل: INFO@FORSATNET.IR

سایت: WWW.FORSATNET.IR



روزنامه دیلی میل نوشته است: آیا یک زن دلیل جراحی صورت ولادیمیر پوتین، رئیس‌جمهوری روسیه است؟ گفته می‌شود یک ژمناسستیک‌کار سابق المپیک که نصف سن رئیس‌جمهوری روسیه را دارد، از او دست‌کم یک فرزند دارد و به بانوی اول مخفی روسیه بدل شده است. گمان قطعی می‌رود که «آلینا کاپایوا» زنی است که درمورد او سخن می‌رود. براساس اظهارات منابع مختلف، وی قطعاً مادر یکی از فرزندان پوتین است. مردم روسیه گمان می‌کنند که این زن ۳۱ ساله بانوی اول اعلام‌نشده کشورشان باشد. این سخنان درباره رهبر روسیه در حالی مطرح می‌شود که این زن به‌ندرت در ملاعام رویت می‌شود و هرگز هم دست در دست پوتین دیده نشده است. طبق گزارش منابع اطلاعاتی غرب، پوتین در سال ۲۰۱۰ جراحی صورت انجام داده است و چروک‌های پیشانی و زیر چشم خود را ترمیم کرده است. با این حال گمان می‌رود که آلینا نیز همانند بسیاری از چیزها در زندگی خصوصی پوتین، در سایه پنهان مانده است.

می‌توان گفت که رهبر ۶۲ ساله روسیه در زمانی که ناتو سروصدای بسیاری را بر سر الحاق شبه‌جزیره کریمه به خاک روسیه به راه انداخته بود، به‌شدت تلاش می‌کرد تا درباره زندگی خصوصی خود سکوت اختیار کرده و با دقت تصویر عمومی از خود به‌عنوان یک قهرمان قدرتمند طراحی کند. روزنامه‌نگاران روسی مدعی هستند که گزارش مسائل امنیت ملی کشورشان به‌مراتب آسان‌تر از گزارش زندگی خصوصی پوتین است و همان‌طور که در ادامه می‌بینیم، کسانی که از خودشان دل و جرات نشان می‌دهند، با عواقب آن مواجه می‌شوند. به‌عنوان مثال، هفته گذشته یک مستند تلویزیونی در آلمان روی آنتن رفت که ادعاهای جسورانه‌ای را علیه رهبر روسیه مطرح کرد. طبق این مستند که با استناد به آرشیو آژانس جاسوسی آلمان تهیه شده بود، پوتین در سال‌های اول زندگی مشترکش با «لیودمیلا»، مردی «زن‌باره» بود و دست بزن داشت.

اطلاعات مذکور توسط زنی گزارش شده بود که در آن زمان مترجم پوتین بود. در این برنامه همچنین ذکر می‌شود که پوتین از پیر شدن می‌ترسد.

بن جوده، یک بیوگرافی‌نویس است که می‌گوید، پوتین همچنان تلاش می‌کند جوانی خود را حفظ کند

پیشرفت قابل ملاحظه در مذاکرات هسته‌ای

فنی در مذاکرات هستیم که در این زمینه قدم‌های خوبی برداشته شده است. صالحی در پاسخ به این سوال که آیا در دور بعدی مذاکرات نیز شرکت می‌کنید یا خیر، گفت: ان‌شاءالله حضور خواهد داشت.

همچنین به نقل از رویترز یک مقام ارشد آمریکایی با اشاره به دور بعدی مذاکرات هسته‌ای که هفته جاری در سوییس برگزار می‌شود از پیشرفت قابل ملاحظه در این گفت‌وگوها خبر داد. به گفته این مقام آمریکایی که خواسته نامش فاش نشود، مذاکرات هسته‌ای ایران و گروه ۵+۱ پیشرفت‌های اساسی و قابل توجهی داشته است، اما همچنان مسائل دشواری باقی مانده و انتظار

در ۹ماهه اول امسال، ۱۲ درصد مطلقه‌ها کمتر از ۲۰ سال داشتند

نباید به طلاق نگاه جزیره‌ای داشت

که بیشتر طلاق‌ها در پنج سال اول زندگی رخ می‌دهند اما در حال حاضر این زمان به دو سال کاهش یافته و حتی طلاق هنگام عقد نیز در حال رواج است. وی با بیان اینکه در حال حاضر زنان جوان کشور با مسئله طلاق درگیر شده و این موضوع باعث تشدید آسیب‌های احتمالی آنان می‌شود، عنوان کرد: این زنان نیروی انسانی کشور بوده و در چرخه انسانی کشور می‌توانند بسیار موثر باشند و درگیری آنان با طلاق و به تبع آن سایر آسیب‌های اجتماعی، آنان را از مسیر توسعه‌کنار زده و همچنین باعث کاهش قدرت آنان می‌شود.

موسوی چلک با بیان اینکه جامعه نسبت به یک زن مطلقه دید خیلی خوبی ندارد، افزود: برای مثال در جامعه ما اگر زنی که دارد شوهر است یا دوستانش به مسافرت برود، هیچ مشکلی ندارد اما اگر همین زن بعد از طلاق این عمل را تکرار کند، برچسب‌های اجتماعی متعددی به وی زده شده و با

گواهینامه ۵۰۰۰ راننده در آستانه توقیف

رئیس پلیس راهنمایی و رانندگی نیروی انتظامی از در آستانه توقیف قرار گرفتن گواهینامه رانندگی قریب به ۵۰۰۰ راننده خبر داد. سردار اسکندر مومنی در گفت‌وگو با ایسنا در این باره گفت: در حال حاضر حدود ۵۰۰۰ راننده در آستانه توقیف شدن گواهینامه رانندگی خود هستند، زیرا مجموع نمره منفی‌شان از عدد ۲۰ عبور کرده و در آستانه رسیدن به ۲۵ یا ۳۰ است. وی همچنین از وجود ۳۲ میلیون گواهینامه در کشور خبر داد و درباره تعداد آن دسته از رانندگانی که بدون اخذ گواهینامه اقدام به رانندگی می‌کنند نیز گفت: میزان رانندگی بدون گواهینامه در کشور ما بسیار اندک است و در واقع می‌توان گفت که نسبت آن به تعداد افرادی که با گواهینامه رانندگی می‌کنند حتی به چند دهم درصد هم نمی‌رسد. رئیس پلیس راهنمایی‌ورانندگی نیروی انتظامی درباره احتمال اتخاذ سیاست‌های تشویقی برای بخشش رانندگان متخلف در ایام نوروز نیز اظهار کرد: بخشی از تصمیم‌گیری درباره سیاست‌های تنبیهی یا تشویقی تماماً بر عهده پلیس نیست و باید در نهادهای مختلف تصویب شود، اما به‌دنبال این هستیم تا در ایام نوروز برای آن دسته از رانندگانی که تخلفی مرتکب نشده‌اند سیاست‌های تشویقی را اعمال کنیم.

تیتراخبار

✍ **حداد عادل، رئیس فراکسیون اصولگرایان در حاشیه مراسم ختم سیدصادق طباطبایی در پاسخ به‌سوالی مبنی بر اینکه وزیر کشور اخیرا گفته بود که پول‌های کثیفی وارد سیاست شده‌است گفت: ایشان صراحتاً نگفتند که این موضوع اتفاق افتاده است اما هشدار دادند که اگر جلوی این تجارت کثیف گرفته نشود این پول از همه جا سر در می‌آورد.**

✍ **وزارت‌خارجه سوریه باز جامعه‌بین‌الملل خواست تا به‌مبارزه با تروریسم و گروه‌های تندرو از طریق همکاری و هماهنگی کامل با سوریه به‌پایندد باشد.**

سیاست

حبس ابد و اعدام برای ۱۷ رهبر اخوان المسلمین مصر

دادگاه جنایی قاهره با برگزاری جلسه محاکمه رهبران اخوان‌المسلمین در پرونده قتل ظواهر کنندگان، محمد بدیع و دیگران از رهبران این گروه را به حبس ابد و چهار نفر را به اعدام محکوم کرد. به گزارش اسکای نیوز عربی، در این پرونده که به «دفتر ارشاد» مشهور است، محمد بدیع رهبر اخوان‌المسلمین، خیرت شاطر معاون وی و ۱۵ نفر دیگر از رهبران اخوان‌المسلمین در جلسه روز شنبه حضور داشتند. براساس حکم صادر شده از سوی دادگاه، چهار نفر از رهبران اخوان‌المسلمین به اعدام یا جوبه دار محکوم شدند.



سیدمقتدا صدر چهره جنجالی سال‌های گذشته در عراق به مراسم ختم سیدصادق طباطبایی آمد

جامعه

بررسی سقوط بالگرد

چند روز قبل سقوط کرد همان بالگرد مدیریت بحران بود که در اختیار هلال احمر قرار دارد. همچنین اکیپ ویژه‌ای برای بررسی حادثه به محل اعزام شده‌اند. براساس این گزارش هفتم اسفندماه سال جاری حدود ساعت ۱۴ یک بالگرد در سطح پایین و نزدیک به خانه‌های روستای پس‌قلعه پرواز می‌کرد که به گفته مسئولان با توجه به اینکه برف شدید و مه غلیظی در این منطقه وجود داشت موجب سقوط بالگرد شد. این بالگرد از نوع یک‌موتوره بوده و پس از سقوط دچار حریق شده است.



خبرگزاری‌های روسی در حالی از مذاکرات برای تبادل ببر آمور و یوزپلنگ ایرانی خبر می‌دهند که مسئولان سازمان محیط‌زیست آن را تکذیب می‌کنند و تکرار رسوایی پروژه‌احیای ببر می‌دانند

فرهنگ

لئوناردو دی‌کاپریو به آرزوی ۲۰ ساله‌اش می‌رسد

«شماره برنده اسلوین» را نوشته است. علاوه‌بر بازی در این فیلم دی‌کاپریو در کنار جیفر دیویسون و آلکساندرا میشلان در نقش تهیه‌کننده کار خواهد کرد. کمپانی دی‌کاپریو با ریجنسی فیلم «زندگی مجدد» به کارگردانی آلخاندرو ایناریتو، کارگردانی که برای «بردمن» برنده اسکار شد، تهیه کرده‌اند. «اتاق شلوغ» را سال‌ها کمپانی نیوریجنسی قصد داشت تولید کند اما هرگز به مرحله تولید نرسید. این فیلم با اقتباس از یک کتاب غیردستانی نوشته دانیل کی‌یس درباره میلگان ساخته می‌شود. این فرد ۲۴شخصیت مختلف داشت.



ناصر حسینی‌مهر کتاب «اکسپرسیونیسم، دادائیسم، پست مدرنیسم» را که اثری تالیفی و پژوهشی است به همراه نخستین نمایش‌نامه‌های اکسپرسیونیستی جهان توسط انتشارات «نگاه» راهی بازار کتاب کرد

ورزش

«سونامی» در لیگ برتر تکواندو

نشد راهی به جمع سه تیم اول برتر لیگ برتر پیدا کند با جذب وی در تلاش است با کسب ۹ امتیاز ممکن تا پایان فصل از کمترین روزنه برای سوم شدن استفاده کند. هرچند تحقق این هدف سخت به دست می‌آید و باید منتظر لغزش و باخت دانشگاه آزاد در سه بازی پیش رو باشد که آن هم بعید به نظر می‌رسد. هفته‌های پنجم و ششم از رقابت‌های لیگ برتر امروز در خانه تکواندو برگزار می‌شود و این تیم در دو بازی باید ابتدا با پاس قوامین و سپس بانک شهر دیدار کند که در هر دو دیدار فرزان عاشورزاده می‌تواند نقش مهمی در کسب نتیجه پیروزی داشته باشد.



سایت omroepgelderland در گزارش بازی نایمخن و روداکر کرد، علیرضا جهانبخش را غیرقابل مهار خواند

✍ **خواجehوند، سخنگوی پیشین باشگاه پرسپولیس با بیان اینکه در جریان برکناری‌اش از این سمت نبوده است، گفت: من هم از طریق سایت‌ها متوجه شدم. دیگر سخنگوی پرسپولیس نیستم.**

✍ **سجادی، معاون وزیر ورزش و جوانان گفت: مشکلی با حسین رضازاده نداریم اما او باید برای حضور در انتخابات فدراسیون وزنه‌برداری از شورای شهر استعفا کند.**

✍ **رضاییان، مدیرعامل باشگاه نفت مسجدسلیمان از پایان اعصاب تیم فوتبال این باشگاه خبر داد.**

تیتراخبار

✍ **خواجehوند، سخنگوی پیشین باشگاه پرسپولیس با بیان اینکه در جریان برکناری‌اش از این سمت نبوده است، گفت: من هم از طریق سایت‌ها متوجه شدم. دیگر سخنگوی پرسپولیس نیستم.**

✍ **سجادی، معاون وزیر ورزش و جوانان گفت: مشکلی با حسین رضازاده نداریم اما او باید برای حضور در انتخابات فدراسیون وزنه‌برداری از شورای شهر استعفا کند.**

✍ **رضاییان، مدیرعامل باشگاه نفت مسجدسلیمان از پایان اعصاب تیم فوتبال این باشگاه خبر داد.**



در آگهی خود چه کسی را هدف قرار داده‌اید؟

محمد تماش



وقتی یک آگهی قرار است پخش شود پیش از هر چیزی باید در نظر گرفت چه کسی مخاطب ماست و گروه هدف ما کیست؛ موضوعی که متأسفانه در اغلب تبلیغات ایرانی مغفول واقع می‌شود. مثلا شرکتی اخیرا در تبلیغ خود خانواده‌ای را به تصویر کشیده که در حال بازی معروف «اسم فامیل» هستند. در این خانواده همه گروه سنی و جنسی وجود دارد؛ از کودک خردسال (پسر و دختر) تا جوان و پیر. مسابقه اسم فامیل آغاز می‌شود و هر یک اسمی را از حرف «م» می‌گویند و در نهایت مردی جوان در حالی که حوله حمام پوشیده وارد می‌شود و نامی را که یکی از اعضا به کار برده و دیگران آن را قبول ندارند، تصدیق می‌کند.

وقتی به این آگهی نگاه می‌کنیم باید پرسیم سازنده آگهی چه کسی را هدف قرار داده و با چه کسی می‌خواهد ارتباط برقرار کند؟ آیا همه افراد آن خانواده مخاطب این سازنده هستند؟ و آیا این آگهی توانسته با تمامی این افراد ارتباط برقرار کند؟ آیا می‌شود به‌صورت گروهی با اعضا ارتباط برقرار کرد؟

مثلا شاید بازی اسم فامیل برای دهه ۶۰ یا قبل از آن یک حس نوستالژیک ایجاد کند ولی به ظاهر در این آگهی کودکان خردسال پسر و دختر نیز جا دارند در اصل تصویری از اسم فامیل ندارند. وقتی شما مشخصا بداندید مخاطبان کیست و چه جنسیتی را هدف قرار داده‌اید، آن وقت می‌توانید با او ارتباط برقرار کنید. این به آن معنا نیست که بگویم نمی‌شود چنین آگهی‌ای را ساخت که همه گروه‌های سنی و جنسی در آن جای داشته باشند، بلکه بیشتر تمرکز و توجه من این است که گروه هدف در ساخت آگهی در نظر گرفته شود.

مثلا یک آگهی خارجی پدری را نشان می‌دهد که قصد دارد یک خوراکی را بخورد، آن وقت دختر خانواده‌ای می‌آید و کاغذی را به پدر نشان می‌دهد و پدر بی‌توجه خوراکی خود را روی میز می‌گذارد و دختر با شیپلنت آن را برمی‌دارد و تا می‌خواهد آن را بخورد پسر کوچک‌تر در حالی که گوشی تلفن را به دست گرفته به سراغ خواهرش می‌آید و می‌گوید دوستش پشت خط است، دختر گوشی را می‌گیرد و بی‌اختیار خوراکی را به برادرش می‌دهد و تا می‌گوید الو برادرش فرار می‌کند و آنجاست که دنبال برادرش می‌دود چون متوجه شده که سرش کلاه رفته آن وقت مادر قفسه می‌آید و در حالی که چهار عدد خوراکی مورد نظر را در دست دارد آن را بین اعضا تقسیم می‌کند.

در این آگهی همه گروه‌های سنی و جنسی هدف قرار گرفته شده اما اگر دقت کرده باشید با تک تک اعضا به‌صورت جداگانه ارتباط برقرار شده است. یا به‌طور مثال شرکت لامبورگینی در یک آگهی فیلمی را طراحی می‌کند و مخاطب اصلی خود را کشورهای عربی قرار می‌دهد. در این آگهی ماشین «لامبورگینی اوانتادور» با سرعتی خیره‌کننده از میان دشت‌ها و جنگل‌ها عبور می‌کند و بعد جاده هر لحظه خراب و خراب‌تر می‌شود و ناگهان ماشین به کویر خشک و بی‌آب و غلی‌ وارد می‌شود و در آنجا نیز با سرعت خیره‌کننده حرکت می‌کند؛ درحالی که توفان شن این ماشین را احاطه کرده، طوری به بیننده القا می‌شود که توفان قصد مبارزه با این ماشین را دارد اما ماشین از میان توفان نیز عبور می‌کند و پس از پیروزی در یک جا آرام می‌گیرد.

این آگهی مشخصا هدفش تمام جوانان پولدار کشورهای حاشیه خلیج فارس است؛ جوانانی که در کشوری خشک و بیابانی زندگی می‌کنند و علاوه بر آن به قدرت مانور خیره‌کننده این ماشین در سرعت‌های بالا نیز اشاره دارد؛ طوری که هر جوانی از آن به وجد بیاید. این آگهی می‌خواهد نشان دهد لامبورگینی قابلیت حرکت در سطوح شنی و ماسه‌ای را هم به همان اندازه که روی آسفالت و جاده حرکت می‌کند، دارد.

در هر دو آگهی که در مثال بالا آمد هدف سازنده آگهی، گروه سنی و علایق خاص است. این‌طور نیست که یک آگهی ساخته شود و همه گروه‌ها را مخاطب قرار دهد.شاید این سوال پیش بیاید که چه اشکالی دارد این‌گونه آگهی بسازیم؟ در جواب باید گفت مثل آن است که فردی پشت تریبون قرار بگیرد و شروع به سخنرانی کند و موضوع سخنرانی نیروهای الکترومغناطیسی سیاره مشتری باشد و مخاطبان این سخنران از همه اقشار از کودک خردسال تا پیرمرد و پیرزن ۹۰ ساله با تحصیلات مرتبط و غیرمرتبط باشند و آن وقت انتظار داشته باشیم تمام مخاطبان حرف ما را درک کنند و با ما ارتباط برقرار کنند؛ همه بدتر گاهی به زبان لاتین هم صحبت کنیم طوری که هیچ‌کس جز افراد خاصی متوجه منظورمان نشوند.

دست آخر این نکته را باید اضافه کنم متأسفانه اصرار زیادی در اغلب آگهی‌های داخلی وجود دارد که حتما کلام نیز در آگهی وجود داشته باشد، غافل از آنکه شما می‌توانید یک آگهی با کیفیت و استانداردهای لازم بسازید؛ بدون آنکه کلامی در آن به کار برده باشید.

فرصت امروز

دوم

ترگس فرجی

تعطیلات نوروز نزدیک است و بسیاری از افراد در حال برنامه‌ریزی برای سفرهای نوروزی خود هستند؛ سفرهایی که بسیاری از آنها به واسطه آژانس‌های گردشگری صورت می‌گیرند. پس این روزها علاوه بر مشتریان، بسیاری از آژانس‌های گردشگری نیز درگیر برنامه‌ریزی برای سفرها و جذب مشتریان این حوزه هستند. آژانس‌های داخلی معمولاً برای این کار از یکسری شیوه‌های بازاریابی یکسان بهره می‌گیرند. شیوه‌هایی که آژانس‌ها اجرا می‌کنند، اکثراً کوتاه‌مدت است و به‌صورت آنی برگزار و بعد از به‌دست آوردن سود موردنظر کنار گذاشته می‌شود، درنتیجه آژانس‌ها به فکر اجرای شیوه‌های بلندمدت با برنامه‌های استراتژیک منظم نیستند. پس با این توصیفات اجرای شیوه‌های جدید در این بازار کم است و به نظر، مشاوران این حوزه باید با ارائه روش‌های خلاقانه‌تر این صنعت را پویاتر کنند. در ادامه با دکتر فرزاد مقدم، طراح و مشاور پروژه‌های برندسازی و کارشناس مدیریت برند که سال‌ها تجربه همکاری با ایران‌ها، هتل‌ها و آژانس‌های گردشگری را دارد به گفت‌وگو نشسته‌ایم.

اثربخش کردن پیامک‌های دقیقه نودی

دکتر فرزاد مقدم دربارۀ پیامک‌های تبلیغاتی اثربخش آژانس‌های گردشگری می‌گوید: چندی پیش به منظور اثربخش کردن پیامک‌های تبلیغاتی برای یکسری از آژانس‌های گردشگری تحقیقاتی را انجام دادیم. در پی این تحقیقات به این نتیجه رسیدیم که پیامک‌های متکی بر قیمت ویژه روی مشتریان دو گروه بالا تأثیر بیشتری می‌گذارد. دو گروه

بالا در تحقیق ما کسانی بودند که پاسخ‌های «به احتمال زیاد به سفر می‌روم» و «احتمالا به سفر می‌روم» را داده بودند. درنتیجه براساس این تحقیق، پیامک‌هایی که در زمان پایین آمدن قیمت‌ها به مخاطبان ارسال می‌شود به موفقیت نزدیک‌تر است. البته این پیامک‌ها همان‌طور که گفتیم روی مشتریان تأثیر می‌گذارد که قصد مسافرت دارند و احتمالا قیمت‌های چند شرکت گردشگری را نیز مورد ارزیابی قرار داده‌اند. اگر در آن لحظه براساس مقصدی که مشتری می‌خواهد به آنجا برود، پیامکی مبتنی بر قیمت مناسب‌تر از رقبا ارسال شود، آژانس گردشگری به‌راحتی مشتری را به‌دست آورده است. پیامک‌های معمولی که در مورد تورهای مالزی، دوبی و... پشت سر هم برای مشتریان ارسال می‌شود، تأثیر چندانی روی آنها نداشته و به تعداد بالای تماس منجر نخواهد شد. رفتار مصرف‌کنندگان در این حوزه به این شکل نیست که پس از دریافت یک

پیامک به سرعت تصمیم بگیرند و فوراً از همان نقطه خرید کنند. معمولاً تجربیات و ارتباطات قبلی که مشتریان با آژانس‌ها داشته‌اند، روی انتخاب آنها تأثیرگذار است. همکری با ایران‌ها، هتل‌ها و آژانس‌های گردشگری را دارد به گفت‌وگو نشسته‌ایم.

تبلیغات خلاق



آگهی: طراح بستنی Kapiti

این ساده‌انگاری فرآیندی است که برای محقق شدنش تعداد زیادی متخصص ماه‌ها برنامه‌ریزی و فکر می‌کنند. به همین خاطر می‌گویم اگر برند را فقط شهرت نیک بدانیم همه در کشور برندساز هستند.

برگزاری جلسات با محوریت دادن اطلاعات به مشتریان

این کارشناس درباره شیوه‌های اثربخش و موقتی می‌گوید: آژانس‌هایی که هتل را گرفته و هزینه کرده‌اند، چاره‌ای جز تبلیغ ندارند. این آژانس‌ها برای فروش باید کاری کنند که مشتریان متوجه شوند آژانس، محصول موردنظر آنها را دارد. در این میان به چنین آژانس‌هایی می‌توان توصیه‌های دیگری کرد. آژانس‌ها می‌توانند برای مشتریان خود برنامه‌هایی ویژه‌ای را اجرا کنند؛ برنامه‌هایی که بسیاری از آژانس‌های خارج از کشور آن را اجرا می‌کنند، درحالی که به‌جز یکی از آژانس‌های داخلی ندیده‌ام آژانس دیگری این برنامه



پیشنهادهای تبلیغاتی برای آژانس‌های گردشگری در آستانه سفرهای نوروزی

بازاری که رقابت کردن را لمس نکرده است

هنوز در مراحل ابتدایی برندسازی هستیم. درحالی که فعالیت اصلی برندسازی، کار روی ارزش ویژه برند است. این ارزش از دید کالر (ارائه‌کننده این مفهوم به جهان) یعنی اینکه برند باید روی فعالیت‌های بازاریابی سازمان تأثیر بگذارد و این موضوع را مسافر با مصرف‌کننده در مراحل سفر حس کند. درحالی که مصرف‌کننده داخلی ما در این حد باقی مانده که یک آژانس را بشناسد و دیگری را نشناسد و آژانس شناخته شده با شناخته نشده از لحاظ ارائه خدمات بازاریابی هیچ تفاوتی باهم ندارند، یعنی اثر برند روی فعالیت‌های بازاریابی دیده نمی‌شود. براین اساس می‌توان نتیجه گرفت که در این زمینه ارزش ویژه برند وجود ندارد. در واقع آنچه درحال حاضر برند نامیده می‌شود، شهرت برند همه این موارد دلیل نبود بازار رقابتی جدی است. در کشور ترکیه که هم‌اکنون جزو کشورهای پیشرو در گردشگری است، چندسالی است بحث بر سر ساخت برند شرکت و برند محصول جدی گرفته شده است. افتخار این را داشته‌ام که در چند پروژه برندسازی در آنجا حضور داشته باشم و پس از آمدن به ایران متوجه تفاوت نگاه کارفرمایان به موضوع برند شدم. متأسفانه نگاه کوتاه‌مدت

ما به کسب‌وکار و زندگی باعث شده تا برند محکمی نداشته باشیم. اگر به فکر این باشیم که این آژانس قرار است تا ۱۰۰ سال دیگر هم بماند و به‌عنوان یک برند شناخته شود آن‌وقت است که مجبوریم به دنبال برنامه‌ریزی مدون و مدارهای جدید برندسازی برویم. باز هم می‌گویم برخی از مدیران آژانس‌ها به کار درازمدت عقیده دارند اما متأسفانه به علت نداشتن دانش کافی در موضوع برندسازی، آن را فقط همین برخوردهای خوب و خدمات همراه با لبخند می‌دانند و

جدی نیست و هنوز آژانس‌های گردشگری اصلی بازار رقابت را لمس نکرده‌اند. مطمئن باشید اگر یک آژانس گردشگری حرفه‌ای وارد بازار داخلی شود، دیگر آژانس‌های بزرگ نمی‌توانند صرفاً به این دلیل برای‌شان مشکل ایجاد نخواهد کرد، به همین دلیل در تبلیغات خود فقط نام آژانس را قید می‌کنند و مشتری هم به خاطر نام به سمت آژانس آنها می‌آید. البته در این مدت با اجرای این روش جواب گرفته‌اند و به‌نوعی مشتریان، آنها را خدمات‌دهندگان اصلی بازار می‌شناسند. بسیاری از مشتریان بازار گردشگری علاقه‌مند هستند که خدمات را از تولیدکننده اصلی دریافت کنند. همین نگرش باعث شده که چنین آژانس‌هایی با جزییاتی که موجب تماس مشتریان به نتیجه برسند. برای مثال مشتری حاضر است به سراغ آژانسی برود که خودش برگزارکننده تور ترکیه

پیامک‌های معمولی که در مورد تورهای مالزی، دوبی و... پشت سر هم برای مشتریان ارسال می‌شود، تأثیر چندانی روی آنها نداشته و به تعداد بالای تماس منجر نخواهد شد. رفتار مصرف‌کنندگان در این حوزه به این شکل نیست که پس از دریافت یک پیامک به سرعت تصمیم بگیرند و فوراً از همان نقطه خرید کنند. معمولاً تجربیات و ارتباطات قبلی که مشتریان با آژانس‌ها داشته‌اند، روی انتخاب آنها تأثیرگذار است

می‌کردند، معتقد بودند هیچ فرقی نمی‌کند که خدمات ولایت سفر را از کدام آژانس گردشگری خریداری کنند. مشتریانی که در این تحقیق از آنها سوال می‌شد، حداقل در سال پنج بار به خارج از کشور سفر می‌کردند. آنها می‌گفتند خدماتی که آژانسی با دفتر شیک و قیمت بالا ارائه می‌کند، تفاوت چندانی با خدماتی که آژانسی با دفتر معمولی و قیمت پایین ارائه می‌کند، ندارد.

این کارشناس در ادامه می‌گوید: موضوع برندسازی در گردشگری داخلی به محصول وصل نشده‌است.

است نه آژانسی که نقش واسطه‌گر را در این میان بازی می‌کند. از طرفی تعداد آژانس‌های واسطه که فقط فروشنده تور هستند هم زیاد شده که تبلیغات آنها در واقع تبلیغی است برای خدمات‌دهندگان. به همین دلیل حجم بازار افزایش یافته و آژانس‌هایی که چارترکننده هستند، رشد می‌کنند.

بازار گردشگری داخلی، رقابتی نیست

مقدم می‌گوید: بازار گردشگری حال حاضر کشور ما بازار رقابتی

ایستگاه تبلیغات



مسابقه با ببر

برای حمایت از طبیعت



تنها ۴۵۰ ببر امور (Amur Tiger) در روسیه باقی‌مانده‌اند و این موضوع بهانه‌ای شده تا بنیاد جهانی طبیعت (WWF) برای جذب حمایت‌های مالی و معنوی مردم دست به اجرای یک کمپین به نام چالش ببر (Tiger Challenge) بزند.

در این چالش شما کافی است سریع‌تر از یک ببر بدوید! اگر شما برنده نشدید باید به این کمپین مالی کمک کنید.

ایده این کمپین به این شکل است که یکی از مسیرهایی که یک ببر دیده است توسط دستگاه ردیاب GPS شناسایی و علامت‌گذاری شده است. حال علاقه‌مندان با پیوستن به این کمپین و به وسیله یکی از دستگاه‌های ردیاب ورزشی خود، در این مسیر شروع به دویدن می‌کنند تا بتوانند رکورد یک ببر را بزنند.

کافه بازاریابی

سنجش اثربخشی استراتژی‌های بازاریابی

هدی رضایی

سنجش نخستین گامی است که به کنترل و سرانجام به بهبود فرآیند بازاریابی منتهی می‌شود. هر شرکتی که سعی در اتخاذ تلاش‌های بازاریابی برای مرحله‌های بعد دارد، باید به این مرحله دقت کند. هنگامی که طرح برنامه‌های سنجش را می‌ریزید، با تصمیم دربارہ چگونگی جمع‌آوری مداوم اطلاعات آغاز کنید. یک برنامه خوب برای آغاز با آن، سنجش اثربخشی بر مبنای ماهانه و سلاله و... است. قبل از اینکه سنجش را آغاز کنید، نیاز است از مسائل زیر مطمئن شوید.

۱- اهداف بازاریابی: اگر شما چندین هدف دارید، می‌توانید آنها را اولویت‌بندی کنید (اهداف شما باید با اهداف تیم مدیریت‌تان مطابقت داشته باشد و اگر ندارد، اکنون زمان مطابقت است).

۲- تعیین کنید چه کسی مسئول جمع‌آوری این اثربخشی محتوای بازاریابی‌تان را ارزیابی کنید.

۳- برنامه‌ای برای جمع‌آوری این اطلاعات عملکردی داشته باشید.

۴- تعیین کنید چه کسی مسئول جمع‌آوری و گزارش دهی این اطلاعات است.

فرآیندهای سنجش زیادی در حال حاضر در سراسر دنیا وجود دارد و پیگیری بسیاری از آنها زمان‌بر است و نیاز به تحلیل و گزارش‌دهی درباره عملکرد دارد. اما در سال‌های اخیر چگونگی اجرای صحیح این چرخه و بهینه‌سازی آن بر مبناهای مختلف به درستی تعریف شده است. نیاز است لیست معیارها به‌صورت هر سه ماه یک‌بار یا سالی دوبار با نیازهای شما و آردن اطلاعات ارزیابی شود. همچنین بازنگری معیارها بر مبنای هر سه ماه یک‌بار شرکت را قادر می‌سازد اهداف و مأموریت‌های خود را با برنامه جاری‌اش منطبق کند.

امیر صالحی، کارشناس بازاریابی درباره سنجش اثربخشی استراتژی‌های بازاریابی به «فرصت امروز» می‌گوید: همیشه برای سنجش اثربخشی برنامه‌های بازاریابی باید کنترل انجام شود، یعنی پس از اجرای هر قسمت از برنامه باید کنترل کنیم، ببینیم



چه میزان در اجرای برنامه موفق بوده‌ایم، نقاط ضعف‌مان چیست و چگونه می‌توانیم آن را اصلاح کنیم یا حتی برنامه را تغییر دهیم. جالب است که اگر این کنترل، برنامه به برنامه انجام نشود وقتی در نهایت برنامه بازاریابی یک ساله خود را مرور می‌کنید، چیزی که در آن لحظه متوجه‌اش خواهید شد این است که شما شکست خورده‌اید! وارن بافت از بزرگ‌ترین سرمایه‌گذاران آمریکایی جمله‌ای معروف دارد که می‌گوید: «اگر مشغول بازی هستی و هنوز بعد از ۲۰ دقیقه نمی‌دانی چه کسی برنده است، بدان که بازنده خود تویی!»

این کارشناس اضافه می‌کند: اجرای یک برنامه استراتژیک بازاریابی از تدوین آن سخت‌تر است، ولی باز متأسفانه اکثر شرکت‌ها فقط به تدوین استراتژی می‌پردازند و فکر می‌کنند کار تمام شده است. جالب این است که وقتی چند سال بگذرد و ببینند آن برنامه جواب قابل قبولی به آنها نداده است، دوباره برنامه‌ای دیگر را فقط تدوین می‌کنند و فراموش می‌کنند که به مرحله اجرا درآوردن از عناصر مهم یک برنامه موثر به حساب می‌آید.

ایستگاه بازاریابی

موز هوشمند تولید شد



شرکت ژاپنی Dole که بزرگ‌ترین صادرکننده میوه و سبزی در جهان است، یک موز هوشمند را به عنوان اولین محصول پوشیدنی - خوردنی تولید کرده است. این موز هوشمند مجهز به GPS بوده و با چراغ‌های LED به شرکت‌کننده زمان و مسافت طی شده را نشان می‌دهد. این موز همچنین می‌تواند ضربان قلب فرد دوندۀ را روی خود نشان دهد و در عین حال تشویق‌های مردم را از طریق شبکه‌های اجتماعی به اطلاع دارندۀ آن برساند. به گزارش آی‌تی ایران، این موز هوشمند از طریق سیم به یک دستگاه جدا که دوندۀ به خود حمل می‌کند متصل می‌شود و البته زمانی که فرد دوندۀ از خط پایان گذشت به او پیغام می‌دهد که زمان خوردن موز رسیده است. نحوه کار به این شکل است که ابتدا موز را خالی می‌کنند و سنسور و چراغ‌های LED و یک تکه موز را داخل آن قرار می‌دهند. شرکت Dole اولین محصول را نخستین خوردنی - پوشیدنی نام گذاشته اما واقعیت این است که Dole اولین سازندۀ محصولات پوشیدنی - خوردنی نیست. سازندۀ سس‌های کچاپ Kagome هم پیش از این یک ماشین گوجه‌فرنگی خوری پوشیدنی تولید و یک کلیپ طنز هم از آن منتشر کرده بود.

فروشنده حرفه‌ای باید توانایی

کنترل اتفاقات غیرمنتظره را که از قبل پیش‌بینی کرده دارا باشد و بتواند با استفاده از بهترین شیوه‌ها، ضمن حفظ منافع خود، رضایت‌مندی مشتری را نیز در نظر بگیرد. مثالی است که می‌گویند «مستحکم‌ترین دوستی‌ها همیشه از انجایی شروع می‌شود که مشکلی برسر راه قرار می‌گیرد» پس سعی شود جهت حفظ مشتری خود مشکلات را به شکلات و اتفاقات بد و غیرمنتظره را برای آنها به‌خاطرات دلنشین تبدیل کنید و در کسب‌وکار خود نیز هیچ‌گاه اصل «برد-برد» را به دست فراموشی نسپارید.

۹- برای مشتریان خود مجری اخلاق باشید نه معلم اخلاق

اخلاق درست در کار و صداقت، کلید مهارت رسیدن به یک فروش دلخواه است. در نظر داشته باشید که مردم صداقت را به‌خوبی درک می‌کنند و به آن پاسخ مثبت و چند برابر می‌دهند، تبلیغات دهان‌به‌دهان در صورت رضایت مشتری یکی از موثرترین راهکارهای افزایش آن در کشور ما محسوب می‌شود از این رو فراموش نکنید یک مشتری ناراضی با ابراز مشکلاتی که در خرید برایش ایجاد می‌شود ۱۰ مشتری راضی شما را هم مطلع می‌کند تا آنها را از مراجعه به محل کسب وکارتان منصرف کند. در ضمن برابر قوانین، جذب مشتری جدید ۱۰ برابر حفظ مشتری قدیمی برای شما هزینه در برخواهد داشت.

۱۰- یادگیری و مطالعه در حوزه تخصصی خود را افزایش دهید

فروشنده‌گانی که برای توسعه و رشد علمی حوزه تخصصی خود فعالیت‌نی‌می‌کنند به‌یقین از همکاران خود که با اشتیاق و کوشش دائمی به معلومات جدید خود می‌افزایند و جهت یادگیری مستمر خود سرمایه‌گذاری می‌کنند، عقب خواهند افتاد، بنابراین برای پیشرفت خود در دنیای کسب‌وکار امروز همواره باید در حال آموختن مهارت‌هایی باشید که نیازهای جدید و لحظه‌به‌لحظه مشتریان‌تان را مرتفع کنید.

در این میان یادگیری زبان انگلیسی را هم فراموش نکنید به‌خصوص با وجود شبکه‌های مختلف اطلاع‌رسانی و اینترنتی متعدد، مشتریان امروز و فردا برخلاف گذشته با آگاهی بسیاری قدم به

فروشگاه شما می‌گذارند. پس یادمان بماند فقر اطلاعاتی، یقیناً ما را از گردونه رقابت حذف خواهد کرد و به عبارتی صحیح، «دنیای کسب‌وکار کنونی دنیای بسیار بی‌رحمی است.» اگر خودتان را برای آینده آماده نسازید، به‌زودی متوجه خواهید شد که متعلق به گذشته هستید.



مشتری در فروشگاه موجود نباشد با استفاده از الفاظ مثبت، او را راضی کرد که کالای موردنظرش را با تأخیر هم که شده فقط از کانال شما خریداری کند، زیرا حتماً خودتان بارها مشاهده کرده‌اید فروشنده‌هایی را که حتی با داشتن کالای موردنظر به جای استفاده از الفاظ مفید و مثبت با به کار بردن الفاظ نامرئوب، مشتریان بارزش زیادی را در طول سال از دست داده‌اند.

۵- کسب حداکثر دانش درباره محصولی که عرضه می‌کنید

یک فروشنده موفق و حرفه‌ای حتماً باید شناخت عمیقی نسبت به کارکرد محصولی که ارائه می‌دهد داشته باشد تا بدین‌وسیله بتواند حس اعتماد را درقلب مشتری ایجاد کند. مقصود این نیست که فروشنده باید تمام فرآیند تولید محصول را از ابتدای ساخت بشناسد، بلکه باید نسبت به نوع تکنولوژی، جنس مصرف شده یا مترئال، خصوصیات و مزایای محصول و... شناخت کافی داشته تا در انتقال اطلاعات ضروری و مهم به‌صورت ساده و روان به مشتری دچار مشکل نشود و در نهایت قادر باشد او را جهت خرید کالای موردنظر، ترغیب کند.

لازم به یادآوری است هیچ‌گاه در حضور مشتری از جملاتی مانند من نمی‌دانم، اطلاعی ندارم، اجازه بدهید فروموش نکنید، یک فروشنده حرفه‌ای هیچ‌گاه با مشتری که ظاهر و رفتارش جدی است، شوخی نمی‌کند و همین‌طور در حضور کسی که لباس عزا به تن دارد، نمی‌خندد و با مشتری که روحشال است با ترش‌رویی برخورد نمی‌کند زیرا او به‌عنوان یک فرد حرفه‌ای قبل از هر چیز باید توانایی فهم حال مشتریان خود را در شرایط متفاوت فراگرفته باشد.

۸- قانون همیشه حق با مشتری است را فراموش نکنید

همواره امکان دارد که در ارائه، توزیع و تحویل کالا مشکلاتی بروز کند از جمله تأخیر در تحویل کالا، آسیب دیدن کالا در حین جابه‌جایی، تحویل کالا در رنگ و مدلی غیراز آنچه مشتری سفارش داده و... بنابراین در صورت بروز چنین مشکلاتی یک

دریافت کند و براساس آن همچون یک حرفه‌ای در جهت رسیدن به هدف خود یک مشاور امین، خدمت شایسته‌ای که انتظارش را دارد در سطح مطلوب به او ارائه کند.

لازم به یادآوری است هدف از اجرای این اصول، ارائه خدمات با شیوه کند و آهسته نیست، بلکه انجام امور باید همراه با صبر و حوصله‌ای توأم شود که مشتری با احساس خوب فروشگاه شما را ترک کند.

۳- توانایی گوش دادن به خواسته‌های واقعی مشتری

همچون حرفه‌ای‌ها با کمی زیرکی و توجه سعی کنید نیاز واقعی و اصلی مشتری را در خرید کالای موردنظر شناسایی کرده و در مرحله بعدی با مقایسه، تبیین و تشریح کالاهای مشابه به‌عنوان مشاورِ امین او را برای نزدیک شدن به اهدافش از انتخاب و خرید کالای موردنظر، راضی و خرسند و با خاطره‌ای خوش فروشگاه شما را ترک کند.

۴- به‌کارگیری مهارت‌های ارتباطی حرفه‌ای و نه مهارت‌های غیرحرفه‌ای و آماتور

شاید بارها برای شما هم اتفاق افتاده باشد

که در توجۀ ورود به یک فروشگاه برای خرید کالای موردنظر،تان، فروشنده از خاطرات زندگی، تجربار خود و اینکه این‌کالا را

هم برای یکی از اعضای خانواده‌اش تهیه کرده و

بسیار هم از مصرف آن راضی هستند برای‌تان پرگویی کرده باشد و قطعاً همین امر نیز موجب کلافگی‌تان شده است، از این‌رو مطلع باشید برابر اصول مسلم قوانین کسب‌وکار، مشتری‌ها هیچ علاقه‌ای به زندگی شخصی شما و خاطرات خانوادگی‌تان ندارند و برابر اصول مذکور، فروشنده باید بیشتر شنونده باشد نه گوینده تا قادر باشد با این روش موثر، اطلاعات مفیدی از ذهن مشتری

انجام دهید و او را به خدا بسپاریدش، سعی کنید با حوصله و حفظ آرامش مانند یک مشاور امین، خدمت شایسته‌ای که انتظارش را دارد در سطح مطلوب به او ارائه کنید. لازم به یادآوری است هدف از اجرای این اصول، ارائه خدمات با شیوه کند و آهسته نیست، بلکه انجام امور باید همراه با صبر و حوصله‌ای توأم شود که مشتری با احساس خوب فروشگاه شما را ترک کند.

۳- توانایی گوش دادن به خواسته‌های واقعی مشتری

همچون حرفه‌ای‌ها با کمی زیرکی و توجه سعی کنید نیاز واقعی و اصلی مشتری را در خرید کالای موردنظر شناسایی کرده و در مرحله بعدی با مقایسه، تبیین و تشریح کالاهای مشابه به‌عنوان مشاورِ امین او را برای نزدیک شدن به اهدافش یاری کنید تا جایی که پس از انتخاب و خرید کالای موردنظر، راضی و خرسند و با خاطره‌ای خوش فروشگاه شما را ترک کند.

۴- به‌کارگیری مهارت‌های ارتباطی حرفه‌ای و نه مهارت‌های غیرحرفه‌ای و آماتور

شاید بارها برای شما هم اتفاق افتاده باشد که در توجۀ ورود به یک فروشگاه برای خرید کالای موردنظر،تان، فروشنده از خاطرات زندگی، تجربار خود و اینکه این‌کالا را

هم برای یکی از اعضای خانواده‌اش تهیه کرده و بسیار هم از مصرف آن راضی هستند برای‌تان پرگویی کرده باشد و قطعاً همین امر نیز موجب کلافگی‌تان شده است، از این‌رو مطلع باشید برابر اصول مسلم قوانین کسب‌وکار، مشتری‌ها هیچ علاقه‌ای به زندگی شخصی شما و خاطرات خانوادگی‌تان ندارند و برابر اصول مذکور، فروشنده باید بیشتر شنونده باشد نه گوینده تا قادر باشد با این روش موثر، اطلاعات مفیدی از ذهن مشتری

حسین بهبودی

کارشناس ارشد علوم ارتباطات و تبلیغات

حفظ مشتری‌های وفادار و جذب مشتری‌های جدید و بالقوه همواره یکی از مهم‌ترین اهداف فعالان انواع کسب‌وکارها محسوب می‌شود و تجارت در عصر کنونی با وجود رقیبان متعدد هر لحظه دشوارتر و حساس‌تر می‌شود، بنابراین در شرایط کنونی دستیابی به افزایش سود و مشتری، بدون فراگیری و اجرای مهارت‌های حرفه‌ای امری است غیرممکن. فراموش نکنیم که در این فضای پرشتاب امروزی، رقبا به هر نحوی که بتوانند سعی دارند با به کار بردن ترفندها و شگردهای خاص، بیشترین حجم مشتری را به خود اختصاص داده و با گرفتن سهم بیشتر بازارهدف، جلوتر از سایرین به سرعت خود بیفزایند. پس برای ماندگاری و توسعه شغل‌تان می‌توانید با به کارگیری مهارت‌های مهم حرفه‌ای ضمن حفظ مشتریان کنونی، مشتریان جدید را نیز به سوی خود جذب کنید و شاهد تحولی شگرف در کسب‌وکارتان باشید.

۱- از جای خود برخیزید در هر شرایطی به محض ورود مشتری به محدوده کسب‌وکارتان، به حکم ادب و تاثیر حس خوشایند در ذهن او، از جای خود برخیزید و با کلماتی تاثیربرانگیز و مناسب ضمن خوشامدگویی، جو موجود را با هدف ایجاد حس آرامش و آسایش او تغییر دهید. اصلی که متأسفانه در کشور ما روزه‌روز کم‌رنگ‌تر و شاید در خیلی مواقع به پوته فراموشی سپرده شده است. آموزش نیز می‌تواند بخش مهمی از فرآیند خرید مشتری باشد. وقتی که چندین کالای مشابه در برابر مشتری قرار دارد که همه آنها نیازهای او را برآورده می‌کنند انتخاب بین آنها کار ساده‌ای نخواهد بود. کسب‌وکارهای کوچک تمایل بیشتری برای کمک به مشتری و ارائه آموزش‌های اولیه از خود نشان می‌دهند و همین‌طور اجناس خاص را که ممکن است فقط یک مشتری از آنها بخواهد بهتر فراهم می‌کنند. برای کسب تخصص و سواد کافی جهت انجام فعالیت‌های کسب‌وکار می‌توان قسمت کمی از سرمایه را صرف پرداخت هزینه‌های آموزش‌های تخصصی کرد و مهارت‌ها را به‌صورت حرفه‌ای آموخت. این مطمئن‌ترین روش است و کسب‌وکار ما درصورت موفق نشدن هم هیچ ضرری نکرده‌است.

لازم به یادآوری است که این عادت بسیار پسندیده و زیبا در دهه‌های گذشته از فرهنگ کشورهای موفق آسیای شرقی وارد فرهنگ بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته دنیا شد و به دلیل اثرگذاری حیرت‌انگیزی که در توسعه تجارت ایجاد کرد، به سرعت در سطح بین‌المللی، گسترش چشمگیری یافت.

۲- صبور باشید در فرهنگ ما نیز به این اصل اشارات بسیاری شده به‌گونه‌ای که آورده‌اند «صبر و ظفر هر دو دوستان قدیمی‌اند» یا «صبر کوتاه خدا، ۳۰ سال است» و... این حاکی از اهمیت این اصل در زندگی و حرفه و پیشه ما ایرانی‌ها از گذشته‌های دور تاکنون بوده است. و سراسیمه نزد شما می‌آید، به‌جای اینکه با بی‌انگیزگی و عجله درخواستش را

بازاریابی مجانی

بازاریابی کسب‌وکارهای کوچک در مقابل غول‌های صنعت

عطیه عظیمی

امروزه با توسعه وحشتناکی که کسب‌وکارهای بزرگ داشته‌اند و راه‌های پیچیده‌ای که در زمینه بازاریابی و خدمات مشتریان انجام می‌دهند طبیعی است که چنین فکری در ذهن صاحبان مشاغل کوچک نقش ببندد که بطور و با چه روش‌هایی می‌توان در برابر غول‌های صنعت خود نه تنها ایستادگی کرد، بلکه از آنها پیشی گرفت و با آنها به رقابت پرداخت. مشکل اصلی همه کسب‌وکارهای کوچک از خودکم‌بینی آنها ناشی می‌شود. کسب‌وکارهای کوچک در قدم اول باید بدانند که با استفاده از روش‌های نوین بازاریابی و استفاده از راهکارهای خلاق می‌توانند به این مهم دست یابند. اگر کسب‌وکارهای کوچک در زمان مناسب به این مهم نرسند قبل از اینکه به برتری‌های خود پی ببرند نابود می‌شوند. در ادامه به بررسی بخشی از این راهکارهای عملی که برای کسب‌وکارهای کوچک قابل استفاده است پرداخته‌ایم.

هدف شرکت‌ها و سازمان‌های بزرگ از انجام تبلیغات، اشاعه نام تجاری و ایجاد شناخت برای آینده است. اما کسب‌وکارهای کوچک توان مالی انجام تبلیغات وسیع را ندارند. در عوض، کسب‌وکارهای کوچک می‌توانند تبلیغات‌شان را طوری طراحی کنند که بر فروش در زمان حال اثر بگذارد. یک روش برای این کار، آن است که همواره در تبلیغات خود پیشنهادهای تجاری به نفع مشتریان‌تان ارائه کنید؛ این یک راه مناسب برای جلب نظر مشتریان بالقوه است.

کسب‌وکارهای کوچک می‌توانند از اندازه سازمان خود استفاده کنند و از غول‌ها سبقت بگیرند، یک کسب و کار کوچک مانند یک قایق تندرو است که می‌تواند به سرعت مانور دهد، هر گاه لازم است سرعت خود را کم یا زیاد کند و برای تغییر جهت نسبت به یک کشتی بزرگ به فضای کمتری نیاز دارد.



کسب‌وکارهای کوچک باید به مشتری توجه کرده و ارتباط نزدیک خود را با آنها حفظ کنند، صاحبان این کسب وکارها می‌توانند با مشتریان رابطه‌ای نزدیک و واقعی برقرار کرده، با آنها احوال‌پرسی و صمیمانه‌تر برخورد کنند.

آموزش نیز می‌تواند بخش مهمی از فرآیند خرید مشتری باشد. وقتی که چندین کالای مشابه در برابر مشتری قرار دارد که همه آنها نیازهای او را برآورده می‌کنند انتخاب بین آنها کار ساده‌ای نخواهد بود. کسب‌وکارهای کوچک تمایل بیشتری برای کمک به مشتری و ارائه آموزش‌های اولیه از خود نشان می‌دهند و همین‌طور اجناس خاص را که ممکن است فقط یک مشتری از آنها بخواهد بهتر فراهم می‌کنند. برای کسب تخصص و سواد کافی جهت انجام فعالیت‌های کسب‌وکار می‌توان قسمت کمی از سرمایه را صرف پرداخت هزینه‌های آموزش‌های تخصصی کرد و مهارت‌ها را به‌صورت حرفه‌ای آموخت. این مطمئن‌ترین روش است و کسب‌وکار ما درصورت موفق نشدن هم هیچ ضرری نکرده‌است.

تعدادی از کسب‌وکارهای بزرگ دنیا که امروزه شهرتی بین‌المللی برای خود به دست آورده‌اند و به بزرگان صنعت خود تبدیل شده‌اند، حاصل پرورش ایده‌هایی بوده‌اند که ساده و خلاقانه بوده‌اند. در کسب‌وکار هیچ ضمانتی وجود ندارد، اما می‌توان با طرح نقشه بازاریابی مناسب و بررسی دقیق آن احتمال موفقیت را افزایش داد. کسب و کارهای کوچک به دلیل سرعت اجرا و سرمایه محدود، قابلیت آن را دارند تا با اندک خلاقیتی به ثمر نشینند. بدین منظور باید با فراهم آوردن برنامه‌ای جامع برای بازاریابی، بسترهای ایجاد تحولات شگرف را سنجد.

آیامی دانستید

بازاریابی صنعتی

آیا می‌دانستید بازاریابی صنعتی به‌عنوان آن دسته از عملکردها و فعالیت‌های تجاری و بازرگانی تعریف شده است که فرآیندهای مبادله را بین تولیدکنندگان و مشتریان سازمانی تسهیل می‌کند؟ ماهیت بازاریابی صنعتی را می‌توان، خلق ارزش برای مشتریان به وسیله ارائه کالاها و خدماتی دانست که نیازهای سازمانی و اهداف آنها را تحقق می‌بخشد.

این نوع بازاریابی در مقایسه با بازاریابی مصرفی تفاوت‌هایی دارد. اگرچه در بازاریابی صنعتی مانند بازاریابی کالاهای مصرفی، نیاز به شناخت بازارهای هدف و تشخیص نیاز این بازارها و طراحی محصولات و خدمات مناسب برای تامین خواسته‌های بازار وجود دارد ولی باید توجه کرد که در مقایسه با بازاریابی مصرفی، بازاریابی صنعتی در حوزه مدیریت عالی قرار دارد.

حکایت برندها

BRAND

نستله، برندی که غذای خوب را به زندگی خوب پیوند زد

پروانه مسجل

تاریخچه پیدایش شرکت نستله، به سال ۱۸۶۶ یعنی زمانی برمی گردد که یک داروساز و کارآفرین سویسی آلمانی تبار به نام هنری نستله، موفق شد ایده تولید یک گزینه سالم و ارزان قیمت را به عنوان جایگزینی برای غذای کودکانی که نمی توانستند از شیر مادرشان استفاده کنند، عملی کند.

همین ایده، زمینه ساز تاسیس شرکتي شد که هم اکنون یکی از بزرگ ترین تولیدکنندگان نوشیدنی، موادغذایی و فراورده های قندی جهان، به شمار می آید. نستله یک کمپانی چندملیتی است که دفتر مرکزی آن در کشور سوییس واقع شده است تا جایی که به درآمد شرکت مربوط می شود، نستله عنوان بزرگ ترین کمپانی تولید موادغذایی را در سراسر جهان و بزرگ ترین برند را در کشور سوییس در اختیار دارد. هنری نستله یکی از نخستین تولید کنندگان سویسی بود که برند خود را با کمک گرفتن از یک لوگو ساخت. تلفظ صحیح نام این شرکت نیسل یا نسلی است که در برخی کشورها از جمله ایران به اشتباه نستله خوانده می شود. نیسل در زبان انگلیسی به معنای آشپانه گرفتن است.

لوگوی شرکت نستله نیز چند پرنده را نشان می دهد که در یک آشیانه قرار گرفته اند. تولید محصولاتی از قبیل غذای کودک، سریال های صبحانه، موادغذایی لبنی، شکلات، قهوه، بستنی، آب معدنی، تنقلات و حتی غذای حیوانات خانگی، تنوع بسیاری را به سبد محصولات این شرکت بخشیده است.

نستله در همان سال های اولیه تاسیس، توانست به سرعت دامنه فعالیت های خود را گسترش داده و محصولات خود را در استرالیا و آسیا نیز بشناساند. با وجود آنکه جنگ جهانی اول به ایجاد مسائل و مشکلاتی در توزیع محصولات به سراسر اروپا منجر شده بود، بالا رفتن تقاضا برای فراورده های لبنی، نستله را وادار به تاسیس چندین کارخانه جدید در ایالات متحده آمریکا کرد تا بتواند پاسخگوی قرار دادهایی باشد که برای تامین موادغذایی لبنی در زمان جنگ با دولت بسته بود.

به این ترتیب، تنها در طول چهار سال نستله توانست میزان تولید شیر خشک و شکلات خود را به دو برابر افزایش دهد. اما با پایان یافتن جنگ، اتمام کار دادهای دولتی و تمایل مجدد مشتریان به خرید شیر تازه، کسبوکار نستله از رونق افتاد و این شرکت در سال ۱۹۲۱ در نتیجه بالا رفتن قیمت شیر و دیگر مواد خام اولیه، نخستین ضرر خود را گزارش کرد و بحران اقتصادی پس از آن، نستله را تقریبا تا مرز ورشکستگی پیش برد.

در همان زمان مدیر جدید این شرکت یعنی لوئیس دایلز، با فروش برخی از کارخانه های کم بازده و متمرکز کردن کسبوکار نستله بر شیر و شکلات، به مقابله با بحران اقتصادی برآمد.

شاید بتوان بزرگ ترین گام در توسعه نستله را در سال ۱۹۳۰ یعنی زمانی دانست که شرکت نستله همکاری خود را با موسسه قهوه برزیل به منظور یافتن راهی برای بهره برداری از تولید انبوه دانه های قهوه در این کشور آغاز کرد.

نستله در آغاز همان تکنیکی را که برای تبدیل شیر به شیر خشک مورد استفاده قرار داده بود، آزمایش کرد و بعد از هشت سال تحقیق، سرانجام موفق شد روشی را برای خشک کردن قهوه و تبدیل آن به یک پودر قابل حل و دارای تاریخ مصرف طولانی تبدیل کند. نشان تجاری نسکافه در همان زمان متولد شد.

شاید بتوان پایان جنگ جهانی دوم را همزمان با آغاز دوران طلایی پویایی های شرکت نستله دانست، در این دوره رشد شرکت نستله شتاب بیشتری گرفت و ادغام این شرکت با بسیاری از شرکت های بزرگ دیگر از دهه ۱۹۵۰، زمینه ساز رشد فعلی این شرکت سویسی شده و طی چند دهه نستله را به یکی از بزرگ ترین تولید کنندگان موادغذایی در جهان تبدیل کرد.

هم اکنون شرکت نستله با ۴۴۷ کارخانه و بالغ بر ۳۳۳ هزار نفر کارمند، در ۱۹۴ کشور جهان فعالیت می کند و نام های تجاری شناخته شده ای مثل کیت کت، اسمارتیز، نسکافه، نسکوئیک و مگی را در زیر مجموعه خود دارد.

کلینیک کسبوکار

تبلیغ نان و شیرینی سالم

پاسخ: دکتر امین اسداللهی:

این کسب و کار برای شروع باید تبلیغاتی را متمرکز بر کیفیت محصولات انجام دهد؛ یعنی در تبلیغات خود بیشتر روی طعم و مزه محصولات تاکید کند. حال این تولیدکننده اگر تبلیغات را به صورت سمپلینگ اجرا کند، بهتر نتیجه می گیرد. یعنی یکسری از محصولات خود را به صورت رایگان در کنار فروشگاه های مختلف توزیع کند تا مشتریان هنگام عبور از مقابل فروشگاه های زنجیره ای محصول را رایگان تست کنند و بعد از مورد پسند قرار گرفتن به سمت مصرف آن جذب شوند. اگر تبلیغات درست صورت گیرد، خود محصول بعد

اگر شما هم در کسب و کار خود با چالشی روبه رو 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: تولیدکننده نان و شیرینی هستم و مزیت کسب و کار خود را تولید محصولات سالم می دانم. چگونه می توانم این مزیت را به صورت خلاقانه به مشتریان یادآور شوم؟

از مدتی می تواند تبلیغ کننده باشد. البته چون این محصول به طعم و مزه مربوط است باید مشتریان نیز آن را تبلیغ کنند. یعنی در این راستا تبلیغات دهان به دهان نیز تاثیرگذار است. در فرآیند بازاریابی و تبلیغات، این شیوه تبلیغاتی تاثیرات زیادی روی مشتریان می گذارد؛ یعنی تبلیغاتی که براساس سفارش و توصیه دوستان خریداری شده باشند، تاثیرگذارترند. این کسبوکار برای سمپلینگ می تواند از شرکت هایی که در این زمینه فعالیت می کنند، کمک بگیرد. همچنین این شرکت می تواند از شیوه سمپلینگ خانه به خانه نیز استفاده کند یعنی شرکت با بردن محصول به درب خانه های مشتریان آنها را ترغیب به استفاده کند. بسیاری از وقت ها هنگام سمپلینگ شرکت ها تحقیقات بازار را نیز انجام می دهند؛ یعنی هنگامی که مشتری محصول را مصرف می کند، چند



گزارش «فرصت امروز» از چگونگی مدیریت مجموعه نقاشی ساختمانی

رنگ بپاشید و سود ببرید

هم تحویل می گیرند اما نتیجه کار این می شود که هیچ کدام از دریافت کنندگان خدمات از کار تحویل شده راضی نیستند. کار شما کاری است که نوع رنگ آن بستگی به قدرت مالی افراد دارد اما کیفیت کار و چگونه درآوردن رنگ دیوارهای خانه هنر شماست.

از کارت ویزیت غافل نشوید
برای اینکه بتوانید خودتان را به افراد بشناسید می توانید یک کارت ویزیت برای خود تهیه کنید و آن را به مشتریانی که خدمات ارائه می دهند بدهید.

مدیریت زمان داشته باشید
برای اینکه بتوانید به همه کارهای پیش نهاد شده خدمات بدهید باید زمان خود را مدیریت کنید. زمانی که کار را تحویل می گیرید و زمانی که تحویل می دهید باید مشخص باشد و طبق برنامه باید کار خود را در زمان تعیین شده تحویل دهید. از خرده کاری هایی که باعث می شود زمان تحویل کار شما را به تعویق بیندازد بپرهیزید. روی یک کار تمرکز داشته باشید تا بتوانید بهترین کیفیت را ارائه دهید. متاسفانه برخی افراد همکار شما چند کار را با

قبلا به وی خدمات داده ای رنگ آمیزی یک ساختمان از دریافت کنندگان خدمات از کار تحویل شده راضی نیستند. کار شما کاری است که نوع رنگ آن بستگی به قدرت مالی افراد دارد اما کیفیت کار و چگونه درآوردن رنگ دیوارهای خانه هنر شماست.

از کارت ویزیت غافل نشوید

برای اینکه بتوانید خودتان را به افراد بشناسید می توانید یک کارت ویزیت برای خود تهیه کنید و آن را به مشتریانی که خدمات ارائه می دهند بدهید. ممکن است نزد خودتان بگویید که مگر یک خانه به طول یک دهه چندبار رنگ می خواهد که کارت ویزیت برای آن اجباری است. اشتباه نکنید. شما کارت ویزیت را برای معرفی کردن مشتری به وی می دهید. مطمئن باشید اگر کارتان به قول معروف تمیز و به صرفه باشد همیشه برایتان مشتری وجود دارد اما اگر دندان گردبازی در بیورید در هر خانه یک بار بیشتر مهمان نیستید برای مشتریانی که کارهای بزرگ برایتان سفارش می گیرند تخفیفات و خدمات چشمگیر در نظر بگیرید. به عنوان مثال یکی از مشتریان شما که

حائز اهمیت است؛ اولی هزینه و دوم کیفیت. برخی مشتریان حاضر هستند پول کمتری پرداخت کنند اما دریافت کیفیت خیلی برایشان اهمیت ندارد. شما باید کار خود را به گونه ای انجام دهید که این دو گزینه در آن رعایت شود. یعنی کار با کیفیت در کنار به صرفه بودن برای مشتری. برای این کار هم چند راهکار پیش رو دارید. برای تهیه رنگ به صورت عمده از مراکز پخش اصلی استفاده کنید تا رنگ برایتان ارزان تر دربیاید. با این کار کمک بزرگی به مشتری خود کرده اید. حال دستمزد شما می ماند. در خصوص دستمزد خود با مشتری کنار بیایید و اگر توانایی پرداخت یکجای مبلغ را ندارد در صورت آشنا بودن در چند نوبت پول را دریافت کنید و اگر هم آشنا نیست از او چک بگیرید. خلاصه تا می توانید هوای مشتری را در این بخش داشته باشید که با این کار متحمل دردن اوباقی می مانید. اگر کار با کیفیت بالا تحویل دهید اما دستمزد گرانی را برای پرداخت بگویید حتما خنده روی لب های مشتری خشک می شود و جای خود را به اخم می دهد. بگذارید لیخند روی لبها باقی بماند چون دوباره با وی ملاقات خواهید داشت.

مدیریت امروز

ایجاد مدل کسبوکار Canvas

ترجمه: شیدا درس

مدل Canvas با استفاده از ۹ سازه، منطق تمایلات شرکت برای به دست آوردن پول را بهتر توصیف خواهد کرد. این ۹ سازه، چهار ناحیه مهم کسبوکار از جمله زیرساخت ها، ارزش پیشنهادی، مشتریان و منابع مالی را پوشش می دهد که در این قسمت به منابع مالی اشاره خواهیم داشت.

منابع مالی

الف) جریان های درآمدی: جریان های درآمدی موفق ارزش های پیشنهادشده موفقیت آمیز به مشتری نشات می گیرند. سازه جریان های درآمدی به آن پول نقدی اشاره دارد که یک شرکت در ازای هر بخش مشتری به دست می آورد (هزینه ها باید از درآمد کسر شود). اگر مشتریان قلب یک کسبوکار باشند جریان درآمدی مشتریان آن است. یک کمپانی باید از خودش بپرسد برای دریافت چه برتری ای، یک مشتری تمایل به پرداخت دارد؟ جواب این سوال به ماجازه می دهد یک یا چند جریان درآمدی برای هر بخش ایجاد کنیم. هر کدام از این جریان ها مکانیسم های قیمت گذاری مختلف از قبیل لیست قیمت معین، چانه زنی، حراجی، بازار وابسته، حجم وابسته یا مدیریت عملکردی مختلف دارند. یک مدل کسبوکار می تواند دو نوع جریان درآمدی داشته باشد:

۱- درآمد معامله حاصل از پرداخت یک بار مشتری
۲- تکرار در آمد که ناشی از پرداخت مستمر مشتری جهت ارزش پیشنهادی و انتقال آن و خدمات پس از فروش است.
راه های مختلف ایجاد جریان های درآمدی
فروش دارایی: مفهوم کلی مشتق شده از جریان های درآمدی، حاصل از فروش حقوق مالکیت به یک محصول فیزیکی است. شرکت اتومبیل فیات، رانندگی، دوباره فروختن و حتی خراب کردن ماشین ها را برای مشتریانش رایگان کرده است.

بهای استفاده: این جریان درآمدی، خدمات خاصی را ایجاد می کند. هر چه بیشتر از خدمات استفاده شود مشتری بیشتر پرداخت می کند. اپراتور تلکام مشتری را برای استفاده چند دقیقه از تلفن بیشتر شارژی می کند. یک هتل مشتریانش را برای استفاده شب بیشتر از اتاق هایش شارژی می کند. ارائه خدمات ارسال بسته بندی، مشتریان را برای ارسال محموله از یک مکان تا مکان دیگر شارژی می کند.

هزینه اشتراک: این جریان درآمدی به وسیله فروش مستمر دستیابی به خدمات ایجاد می شود. یک سالن ورزشی به اعضایش اشتراک ماهانه یا سالانه در قبال استفاده از امکانات ورزشی اش می فروشد.

وام و اجاره: این جریان درآمدی به طور موقت حق انحصاری استفاده از دارایی خاصی را در عوض پرداخت مبلغی می دهد. برای قرض دهنده این در آمد چندین بار تکرار می شود. Zipcar.com مثال خوبی است. این شرکت به مشتری آمریکه اجاره ماشین هایش را در عوض خرید در شهر شمالی امریکه بصورت ساعتی می دهد.

صدور مجوز: این جریان درآمدی به مشتری اجازه استفاده از دارایی های حفاظت شده در قبال بهای صور مجوز را می دهد. صدور مجوز به دارنده آن این اجازه را می دهد که از دارایی اش بدون ساخت کالا یا خدمات درآمد کسب کند. صدور مجوز در رسانه ها جایی که صاحب آنها با حفظ کپی رایت می توانند آنها را به اشخاص ثالث بفروشند معمول است. در بخش تکنولوژی نیز دارندگان اختراع به شرکت های دیگر حق استفاده از این اختراع را در قبال بهای صدور مجوز می دهند.

هزینه های کارگزار: این جریان درآمدی از خدمات واسطه گری یک یا چند گروه نشات می گیرد. کارگزاران و نمایندگان املاک و مستغلات از هر بار که موفق به انجام معامله بین خریدار و فروشنده می شوند کمسیون دریافت می کنند.

تبلیغات: این جریان درآمدی ناشی از تبلیغات کالا، خدمات و نام تجاری است. به طور سنتی، روزنامه ها و تر تیب دهند و وبدا دهنه تکیه خیلی زیادی روی درآمد حاصل از تبلیغات دارند. در سال های اخیر بخش های خدماتی و نرم افزاری شروع به تکیه بر این مهم کرده اند. هر جریان درآمدی ممکن است قیمت گذاری مختلفی داشته باشد. نوع مکانیسم انتخابی منتخب تاثیر زیادی بر درآمد دارد. مکانیسم قیمت گذاری دونهوع است: قیمت گذاری ثابت و پویا.

ب) ساختار هزینه

عناصر مدل کسبوکار در ساختار هزینه مشخص می شود. این سازه تمام هزینه های عملیات یک مدل کسبوکار را در بر می گیرد. ایجاد و ارسال ارزش، نگهداری روابط با مشتری و ایجاد درآمد، همه هزینه دار. این هزینه ها می تواند بعد از تعریف منابع، فعالیت ها و مشارکت های کلیدی تعریف شود. بعضی از مدل های کسبوکار هزینه برتر هستند. برای مثال مدل کسبوکار خطوط هوایی کاملاً روی کم کردن هزینه ساخته شده است. به طور طبیعی هزینه ها باید در هر مدل کسبوکار کم شود اما ساختار کم کردن هزینه ها در بعضی مدل ها مهم تر از مدل های دیگر است. بنابراین ساختار هزینه مدل کسبوکار به دو قسمت تقسیم می شود: هزینه محور و ارزش محور (بعضی از مدل های کسبوکار بین این دو هستند).



و همچنین نرم افزارهای: برنامه ریزی و کنترل تولید، اقدامات اصلاحی، کالیبراسیون ممیزی داخلی، مدیریت عملکرد، مدیریت جلسات، مدیریت ایمنی و بهداشت و ...

واگذاری ۲۴۱۵ میلیون سهم دولتی در بورس

تعداد ۲۴۱۵ میلیون سهم دولتی به ارزش ۹۶۰۲ میلیارد ریال از ابتدای امسال تاکنون توسط سازمان خصوصی‌سازی در بورس اوراق بهادار فروخته شده که از این میزان در فروردین و اردیبهشت به ترتیب ۳۶ میلیون سهم دولتی به ارزش ۵۰ میلیارد ریال و ۱۵۶ میلیون سهم به ارزش ۱۴۸۲ میلیارد ریال در بورس واگذار شده است. همچنین در این مدت تعداد ۱۷۸۰ میلیون سهم دولتی به ارزش ۶۸۳۷ میلیارد ریال و تعداد ۱۰۷ میلیون سهم به ارزش ۴۱۷ میلیارد ریال به ترتیب در خرداد و تیر در بورس فروخته شده و تعداد ۴۳ میلیون سهم دولتی به ارزش ۱۱۲ میلیارد ریال و تعداد ۲۵۷ میلیون سهم به ارزش ۶۶۳ میلیارد ریال نیز به ترتیب در مهر و آبان امسال واگذار شده است. براساس آمار شرکت بورس اوراق بهادار در دی‌ماه امسال هم تعداد ۳۶ میلیون سهم دولتی به ارزش ۴۱ میلیارد ریال در بورس فروخته شده و در مرداد، شهریور، آذر و بهمن ماه امسال هیچ سهم دولتی توسط سازمان خصوصی‌سازی در بورس به فروش نرسیده است.

فراپورس

عرضه بلوکی سهام ۳ شرکت در فراپورس ایران

۹۹٫۵ درصد از سهام کنترلی شرکت مولد نیروگاهی تجارت فارس و ۲۰درصد از سهام مدیریتی غیرکنترلی شرکت فن‌اوا کارت به‌صورت یکجا در روز چهارشنبه ۲۰ اسفندماه در بازار سوم فراپورس ایران عرضه خواهد شد، ضمن آنکه عرضه ۳۰ درصد از سهام مدیریتی غیرکنترلی شرکت سرمایه‌گذاری اعتلا البرز در همان روز در بازار دوم فراپورس انجام می‌شود.

درج یک پتروشیمی در فراپورس ایران

سیدمهدی علم‌الهدی، معاون توسعه بازار فراپورس ایران با اشاره به پذیرش چند شرکت جدید در فراپورس ایران اظهار داشت: از آذرماه امسال تاکنون چهار شرکت در بازارهای مختلف فراپورس ایران پذیرش شده‌اند که از این تعداد، دو شرکت در بازار اول و دو شرکت در بازار دوم پذیرش شده است. معاون توسعه بازار فراپورس ایران با بیان اینکه در معاونت شرکت‌های یاد شده، تنها پتروشیمی غدیر با نماد شغدیر» در بازار اول فراپورس درج شده است، ادامه داد: پذیرش شرکت‌های سرمایه‌گذاری سبحان متعلق به سازمان اقتصادی کوثر و پتروشیمی غدیر در بازار اول و شرکت‌های چرم مشهد و بیمه کوثر در بازار دوم انجام شده است.

بورس کالا

۳۶ نوع کالا در نخستین روز هفته عرضه شد

۳۳ نوع کالا از ۳۶ تولیدکننده کشور راهی تالارهای معاملاتی بورس کالای ایران شد. در تالار فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی، ۳۲ هزار و ۳۴۴ تن انواع ماده پلیمری و شیمیایی عرضه شد. مهم‌ترین مواد پتروشیمی عرضه شده در این روز شامل استاتین بوتادین رابر، استاتین منومر، اسیدکلریدریک، اسیدپنتریک، آزوماتیک سنگین، آمونیاک، پلی اتیلن ترفتالات، پلی اتیلن سنگین، پلی بوتادین رابر، پلی وینیل کلراید، تولوئن دی‌ایزو سیانات، سلاپس واکس و سود کالستیک بود. همچنین ۲۲ هزار تن وکیوم باتوم پالایش نفت بندرعباس و پالایش نفت اصفهان راهی تالار معاملات شد. تالار فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی همچنین شاهد عرضه ۴۲ هزار و ۶۰۰ تن انواع قیر و ۱۵۰۰ تن گوگرد بود. در تالار صادراتی نیز ۱۰ هزار و ۴۰۰ تن قیر ۶۰۷۰ عرضه شد. براساس این گزارش، در مجموع حدود ۲۱۲ هزار تن انواع کالا در بازار فیزیکی بورس کالای ایران عرضه شد.

شرکت‌ها و مجامع

نگاهی بر پرتفوی یک ماهه «وغدیر»

شرکت سرمایه‌گذاری غدیر صورت وضعیت پرتفوی سرمایه‌گذاری‌های یک ماهه منتهی به پایان بهمن ماه ۹۳ را به‌صورت حسابرسی نشده منتشر کرد. براین اساس «وغدیر» طی این دوره تعدادی از سهام چند شرکت بورسی را با بهای تمام شده ۲ میلیارد و ۹۶۲ میلیون ریال و با مبلغ ۷۶ میلیارد و ۷۵۳ میلیون ریال واگذار کرد و از این بابت ۱۳ میلیارد و ۷۹۱ میلیون ریال سود کسب کرد.

«خگستر» در بهمن‌ماه امسال هم خریدار و هم فروشنده بود

ارزش بازار شرکت گسترش سرمایه‌گذاری ایران خودرو در پایان دوره یک ماهه منتهی به ۳۰ بهمن ماه ۹۳ معادل ۳۷ میلیارد و ۶۷۹ میلیون ریال افزایش یافت. این شرکت در ابتدای دوره یاد شده تعدادی از سهام چند شرکت بورسی را با بهای تمام شده سه هزار و ۱۷۵ میلیارد و ۴۶۵ میلیون ریال و ارزش بازار پنج هزار و ۴۲۷ میلیارد و ۷۳۳ میلیون ریال در سید سهام خود داشت.

مقاومت ۶۴هزار واحد هم از دست رفت

کف‌های بربادرفته شاخص کل



به رقم ۷۱۵ واحد و ارزش بازار اول و دوم فرابورس به ۵۸ هزار میلیارد تومان رسید. نمادهای پتروشیمی و کشتیرانی دریای خزر در و بندری سینا، شرکت آهن و فولاد ارفع، شرکت پتروشیمی خراسان، توکاریل و کشتیرانی دریای خزر در کاهش شاخص فرابورس اثر داشته و نماد هلدینگ صنایع معدنی خاورمیانه در افزایش شاخص فرابورس اثرگذار بودند. همچنین روز گذشته اداره نظارت بر ناشران فرابورسی دلایل توقف نمادها را اعلام کرد. بر این‌اساس شرکت پالایش نفت تهران با ارسال پیش‌بینی سود هر سهم سال ۹۳ با سرمایه جدید و صورت‌های مالی میان‌دوره‌ای سه و شش ماهه مالی سال ۹۳ بازگشایی خواهد شد. بانک سرمایه با توجه به عدم ثبت افزایش سرمایه می‌تواند نماد این شرکت را دوباره به بازار برای معاملات بازگرداند. شرکت پالایش

نفت لاون با ارائه صورت‌های مالی میان‌دوره‌ای سه و شش ماهه سال مالی ۹۳ و آخرین پیش‌بینی سود هر سهم برای سال جاری نماد شرکت دوباره بازگشایی می‌شود. پالایش نفت شیراز با ارائه صورت‌های مالی میان دوره‌ای سه و شش ماهه سال مالی ۹۳ و آخرین پیش‌بینی سود هر سهم سال مالی ۹۳ معاملات را از سرخواهد گرفت. سیمان لار سبزوار هم با ارائه عملکرد واقعی سال مالی ۹۳ و پیش‌بینی سال مالی ۹۴ دوباره برای معاملات در فرابورس آماده می‌شود.

تاثیر شاخص‌های جدید بورسی بر بازار سهام
این روزها بحث پیرامون شاخص‌های جدید بورسی و تاثیر آن بر بازار سهام بسیار جدی است. در هفته گذشته شاخص قیمت، شاخص قیمت (هم وزن) و شاخص قیمت و بازده نقدی

بورسی که هفته گذشته رونمایی شد در نخستین روز کاری خود با کاهش مواجه شدند. یکی از شاخص‌های جدید، شاخص قیمت است که قبلا هم منتشر می‌شد. شاخص قیمت با همان فرمول شاخص کل بدون احتساب سود نقدی تا آذر ۸۷ محاسبه می‌شد. تنها تفاوت شاخص قیمت (وزنی - ارزشی) با شاخص کل در این است که شاخص کل در زمانی که شرکت‌ها سود نقدی تقسیم می‌کنند

با وجود اینکه این تقسیم سود باعث کاهش قیمت سهام می‌شود این تعدیل به کاهش شاخص کل منجر نمی‌شود. به عبارتی، همان‌طور که از اسمش معلوم است بازدهی کل را نشان می‌دهد، یعنی هم به واسطه سود نقدی، هم به واسطه افزایش قیمت سهام بازده را نمایان می‌کند. از سوی دیگر، تفاوت اساسی که شاخص هم وزن با شاخص وزنی - ارزشی دارد، در این است که این شاخص به‌گونه‌ای طراحی شده که سهم تمام شرکت‌های پذیرفته شده در بورس در این شاخص به یک اندازه است. به عبارت دیگر، بزرگ‌ترین و کوچک‌ترین شرکت بورس دارای تاثیر یکسان در شاخص هستند، بنابراین زمانی که بیش از نصف سهام شرکت‌های بورس نوسانات مثبت را تجربه کنند، این شاخص مثبت می‌شود.

اما شاخص‌های جدید

همچنین یک ورقه بهادار مورد بررسی قرار گرفته است.

در این بررسی ویژگی‌های توقف معاملات در بورس‌های هند، هنگ کنگ، مالزی، برزیل، تورنتو کانادا، ایالات متحده آمریکا، اندونزی و سنگاپور بررسی شده است. توقف صلاحددی، معمولا توسط مسئولان بازار یا مقام ناظر برای توقف معاملات یک ورقه بهادار یا گروهی از اوراق بهادار اجرا می‌شود. این توقف در صورت نیاز فوری به انتشار اخبار با اهمیت از سوی ناشر یا در واکنش به رخدادهای غیرمترقبه اجرا می‌شود. توقف خودکار معاملات سازوکار مبتنی بر معیارهای از پیش تعیین‌شده (مانند مقررات بازار) است. هنگامی که نوسان زیاد در قیمت یک ورقه بهادار یا کل بازار به وجود آید و به‌طور کلی نظم بازار به خطر افتد، معاملات به‌صورت خودکار متوقف می‌شود. محدودیت قیمتی و توقف معاملات به نوع اصلی از متوقف‌کننده‌های خودکار معاملات هستند. بورس‌های کشورهای همچون هند، برزیل، مالزی، کانادا و ایالات متحده آمریکا از سازوکار توقف خودکار معاملات استفاده می‌کنند.

البته آن دسته از بورس‌هایی که توقف خودکار معاملات ندارند، در مقررات خود مجموعه‌ای از سازوکارهای نظارت بر تغییرات در قیمت یا حجم معاملات را تعریف کرده‌اند که توسط ناظر بازار و به‌صورت صلاحددی اعمال می‌شود. در بورس‌ها برای حداکثر مدت‌زمان توقف موقت معاملات ورقه بهادار یا بازار برای انتشار اطلاعیه‌ها، محدوده زمانی در قانون تعریف شده است.

در فصل سوم، مراحل معاملات و مدت‌زمان نشست معاملات تا طول برگزاری یک جلسه معاملات مورد بررسی قرار گرفته است. اکثر بورس‌های مورد بررسی در این گزارش دارای مراحل معاملاتی مشابه هستند که شامل پیش‌گشایش (pre-opening)، حراج آغازین (opening auction)، مرحله اصلی معاملات (main/continuous/market session)، پیش‌پایانی (per closing)، حراج پایانی (closing auction) و معاملات پایانی (trading at last) است. اولین مرحله در جلسه معاملات روزانه، مرحله پیش‌گشایش است. در این مرحله امکان ورود سفارش به سامانه معاملات، اصلاح و حذف آن وجود دارد، اما هیچ معامله‌ای صورت نمی‌گیرد. مرحله حراج آغازین براساس قیمت تئوریک گشایش انجام می‌شود و امکان ورود سفارش‌های جدید و اصلاح یا حذف سفارش‌های موجود وجود ندارد. در جلسه پیوسته، ورود، اصلاح و حذف انواع سفارش‌های مجاز امکان‌پذیر است. در مرحله پیش‌پایانی، سفارش‌ها بر اساس قیمت‌های پیشنهادی می‌توانند وارد، اصلاح و حذف شوند، اما سفارشی اجرا نمی‌شود. پس از اتمام مرحله پیش‌پایانی، مرحله حراج

نماگر بازار سهام

سقوط شاخص کل بورس به کانال ۶۳ هزار واحدی

شاخص کل بورس اوراق بهادار در جریان معاملات روز شنبه بازار سهام با ۹۹ واحد افت به ۶۳ هزار و ۹۵۲ واحد کاهش یافت و به این ترتیب به کانال ۶۳هزار واحدی سقوط کرد. همچنین شاخص قیمت (وزنی - ارزشی)، شاخص کل (هم وزن) و شاخص قیمت (هم وزن) به ترتیب با ۲۰، ۴۳ و ۱۹ واحد افت مواجه شده‌اند.

شاخص کل	بازار نقدی بورس در یک نگاه
۶۳,۹۵۰,۹۰	
میزان تغییر	(۱۰۰,۸۲)
ارزش بازار	۲,۸۶۳,۷۵۷,۳۳۴ B
ارزش معاملات	۵۷۵,۴۳۵ B
حجم معاملات	۲۹۱,۸۳۱ M

نماد	قیمت پایانی	تاثیر
پتروشیمی خلیج فارس	۱۰,۲۶۷	۲۲,۶۸
گروه مینا	۶,۶۷۰	(۱۹,۲)
ایران خودرو	۲,۵۶۷	(۱۷,۶۸)
نفت و گاز پارسین	۲,۸۶۲	(۱۴,۰۶)
بانک ملت	۱,۹۵۵	(۱۱,۶۱)

نام کامل شرکت	خرید	ارزش
کمک فرایندامین	۲,۹۶۲	۱۵,۲۶۷ B
سرمایه گذاری شاهد	۱,۳۵۵	۳,۰۹۳ B
ایران مریнос	۱۱,۴۱۷	۲,۲۶۳ B
س. صنایع سیمان	۱,۵۰۰	۲,۲۱۸ B
س. صنعت نفت	۲,۷۰۵	۱,۲۲۰ B

نام کامل شرکت	فروش	ارزش
پتروشیمی فناوران	۲۵,۸۱۲	۴۲,۲۶۷ B
حفاری شمال	۵,۰۴۰	۲۴,۱۶۳ B
سیمان قائن	۳۵,۵۶۵	۶,۳۴۴ B
کالسیمین	۲,۷۱۳	۵,۹۹۹ B
داروسازی سینا	۱۳,۵۱۵	۵,۴۰۶ B

نام کامل شرکت	قیمت	درصد
زغال سنگ طیس	۲,۱۵۳	۸,۰۳
دوده صنعتی پارس	۲,۹۴۳	۶,۹
نوسازی و ساختمان	۵,۹۸۱	۴
دامپروری مگسال	۳۱,۹۷۷	۳,۹
سرمایه‌گذاری ساختمان	۲,۹۰۹	۳,۸۹

نام کامل شرکت	قیمت	درصد
پتروشیمی فارابی	۸,۳۲۲	(۳,۹۹)
مواد اولیه داروپخش	۱۵,۶۳۳	(۳,۹۹)
توس گستر	۲,۹۸۷	(۳,۹۵)
کالسیمین	۲,۷۱۶	(۳,۸۹)
ریخته‌گری تراکتورسازی	۲,۲۴۲	(۳,۸۶)

نام کامل شرکت	حجم	ارزش
بانک صادرات	۶۵,۶۷۰ M	۴۷,۵۹۹ B
بیمه پارسیان	۳۰,۷۳۲ M	۶۲,۲۰۰ B
سرمایه گذاری امید	۱۴,۵۱۴ M	۳۳,۹۶۶ B
ح. رایان سایپا	۱۴,۲۲۴ M	۹,۷۱۳ B
کمباین سازی	۱۴,۰۶۸ M	۱۴,۴۴۳ B

نام کامل شرکت	حجم	ارزش
بیمه پارسیان	۳۰,۷۳۲ M	۶۲,۲۰۰ B
بانک صادرات	۶۵,۶۷۰ M	۴۷,۵۹۹ B
سرمایه گذاری امید	۱۴,۵۱۴ M	۳۳,۹۶۶ B
پتروشیمی خلیج‌فارس	۳,۲۱۵ M	۳۳,۰۰۴ B
صنایع آذراب	۵,۹۶۴ M	۱۶,۸۷۸ B

نام کامل شرکت	قیمت	تعداد
کمباین سازی	۱۰,۲۷	۱۵۲۸
ح. رایان سایپا	۶۸۳	۱۱۴۹
بانک صادرات	۷۲۵	۱۱۰۵
صنایع آذراب	۲۸۳۰	۸۸۳
نفت بهران	۱۲۸۴۵	۸۷۴

شاخص کل	بازار نقدی فراپورس در یک نگاه
۷۱۵	
میزان تغییر	(۱۶۰)
ارزش معاملات	۱,۳۸۰,۰۷۰ B
حجم معاملات	۶۰,۸۵۹ M

■ مطالب تکمیلی صفحه مدیریت سهام را هر روز در قسمت **راهنمای سرمایه‌گذاران** سایت فرصت نت بخوانید.

■ تحلیل های روزانه بازار سرمایه و سهام شما را در امر تصمیم گیری یاری می‌کند.

عشق بازار

تالار شیشه‌ای در رکود

سیداحسان حسینی

کارشناس و تحلیلگر بازار سرمایه

روز گذشته شاخص بورس با کاهش ۱۰۰٫۸ واحدی به کانال ۶۳ هزار واحدی وارد شد و سطح ۶۳۹۵۰ واحد را لمس کرد. بازار بورس و فرابورس با ارزش معاملات به ترتیب ۵۷٫۵ میلیارد تومان و ۱۳۸٫۱ میلیارد تومان به کار خود پایان دادند. روز گذشته شرکت بورس اوراق بهادار در پیش‌بینی سال ۹۴ خود به افزایش ۵۱ درصدی درآمد ناشی از افزایش ارزش معاملات در بازار بورس اشاره کرده است. بر این اساس سود هر سهم پس از کسر مالیات افزایش ۲۱ درصدی نسبت به سال گذشته داشته است. این پیش‌بینی نگاه مثبت مدیران اجرای بازار سرمایه را به چشم‌انداز آینده بازار نشان می‌دهد.

در بخش صنایع و معادن، معاون برنامه‌ریزی وزیر صنعت، معدن و تجارت از پیش‌بینی رشد اقتصادی سه درصدی در سال جاری خبر داد و پیش‌بینی کرد که در بخش صنعت و معدن رشد پنج تا شش درصدی را شاهد باشیم. به نظر می‌رسد، دولت راهکارهایی را برای خروج از رکود هم‌زمان با کنترل تورم را در پیش گرفته است.

در بازار نفت، شمار دکل‌های نفتی با کاهش ۳۳عددی به ۹۸۶ دکل رسید، که کمترین میزان خود از ۱۲ دی ماه به شمار می‌آید. ایالات متحده در چهار ماه گذشته به دلیل کاهش بهای نفت بیش از یک‌سوم دکل‌های حفاری خود را کاهش داده است. این خبرها تاثیر روانی مثبتی بر روند قیمت نفت خواهد داشت.

شرکت ملی مس ایران پیش‌بینی سال ۹۴ را با

کاهش ۱۸ درصدی نسبت به سال گذشته ارائه کرد. در بودجه سال ۹۴ شرکت ملی مس ایران، نرخ هر تن کاتد ۵۵۰۰ دلار و نرخ تسعیر ۳۴۰۰ تومان در نظر گرفته شده است. بر این اساس سود خالص به‌ازای هر سهم ۲۷۱ ریال پیش‌بینی شده است.

در صنعت برق، روز گذشته معاون اول رئیس‌جمهور در حاشیه چهاردهمین همایش ملی حمایت از حقوق مصرف‌کننده گفت: مجلس در سال جاری اجازه افزایش ۳۷ درصدی قیمت برق را داده بود که دولت برای مصارف خانگی و کشاورزی ۱۰ درصد و برای سایر مصارف ۲۰ درصد اعمال کرد. می‌توان امیدوار بود، با افزایش نرخ برق واقعی شدن این انرژی استراتژیک توسعه در حوزه برق ادامه پیدا کند.

به نظر می‌رسد، این روزها بازار سرمایه در انتظار خبرهای مثبتی است تا تغییر روند را در بازار تجربه کند. خبر مثبتی که بتواند گوشه‌ای از حجم نقدینگی عظیم در کشور را به سمت بازار سرمایه جذب کند.

دریچه

اثرات مثبت کاهش حجم مینا در بورس

منتظر رشد بورس در پایان سال باشیم؟

به اعتقاد کارشناسان بازار سرمایه مصوبه اخیر سازمان بورس اوراق بهادار بخشی از بازار سرمایه را به سمت نقل و انتقال بیشتر سوق خواهد داد.

هیات‌مدیره سازمان بورس و اوراق بهادار هفته گذشته مصوبه‌ای را در زمینه حجم مبنای تعدادی از شرکت‌های بورسی به تصویب رساند که براساس آن حجم مبنای تمام شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران چهار در ۱۰ هزار تعداد سهم شرکت تعیین شد.

حجم مینا حداقل تعداد برگه سهامی است که باید مورد معامله قرار گیرد تا سهم در پایان روز در قیمتی به ثبت برسد. حجم مینا برای کنترل رشد بی‌رویه قیمت سهام در سال ۱۳۸۲ تصویب شد. مهم‌ترین مزیت قانون حجم مینا، جلوگیری از حرکات پرشیب و یک باره در روند قیمت‌هاست.

با این مصوبه اگر سهمی بیش از ارزش ذاتی درحال معامله باشد با کاهش حجم مینا سریع‌تر به قیمت واقعی خود می‌رسد و اگر قیمت سهمی کمتر از ارزش ذاتی با NAV باشد این تصمیم کمک می‌کند که خودش را بازیابی کند.

یوسف امین داور، کارشناس و فعال بازار سرمایه از تاثیر مثبت کاهش حجم مینا در بازار سرمایه خبر داده و گفت: «با کاهش حجم مینا سهمی که پیش از این حجم مبنای بالایی داشت و به سختی تغییر قیمت می‌داد به راحتی افزایش و کاهش قیمت خواهد داشت.»

به گفته امین داور تغییر در حجم مینا در کوتاه‌مدت تاثیر زیادی در بازار سرمایه نخواهد داشت. تا مدتی مردم و سهامداران در حال آزمایش این روند جدید در بازار سرمایه هستند و پس از آن اعتمادها جلب خواهد شد.

وی با اشاره به درستی اتخاذ چنین تصمیمی در این مقطع زمانی توسط مدیران بازار سرمایه اظهار داشت: «کاهش حجم مینا در بلندمدت نقدشوندگی بازار را بیشتر کرده و بازار زودتر به تعادل می‌رسد.»

به گزارش خبر آنلاین، وی افزود: «سهم‌های بزرگی که حجم مبنای بالایی داشتند حرکت و سرعت نقل و انتقال کمی داشتند که با این مصوبه این سهم‌ها نیز با سرعت بیشتری منتقل می‌شوند.»

امین داور ضمن اشاره به نوسانات شاخص در روزهای پایانی سال گفت: «در ۲۶ روز باقیمانده تا پایان سال درصورتی‌که مسئله سیاسی جدیدی رخ ندهد شاهد یک افزایش کوچک در شاخص خواهیم بود و پیش‌بینی می‌شود تک سهم‌ها مورد اقبال واقع شوند.»

علیرضا سلیمانی

کارشناس و تحلیلگر بورس کالا و آتی

تحلیل قیمت‌ها در سررسیدهای آتی سکه معمولاً در دوره‌های رشد و در دوره‌های رکود متفاوت خواهد بود. به‌طوری‌که در دوره‌های رشد، فاصله قیمتی و سود مورد انتظار در سر رسیده‌ها بالاتر از سود بانکی بوده و در دوره‌های رکود، این فاصله به سود بانکی نزدیک شده و حتی ممکن است پایین‌تر از این رقم قرار گیرد. در حال حاضر، سود بانکی را معادل با سود اوراق مشارکت و سود سالانه بدون ریسک در نظر می‌گیریم که معادل با ۲۲ درصد سالانه خواهد بود. در ضمن، بنا به دلایل بنیادی در بسیاری از مواقع حباب قیمتی مثبت یا منفی در سکه نقدی نسبت به قیمت‌های جهانی در بازار مشاهده می‌شود که این رقم معمولاً حداکثر بین (۱۰ هزار الی ۱۵هزارتومان) خواهد بود.

تحلیل فعلی قیمتی برای سکه نقدی

در بازار سکه نقدی دو سطح حمایت و مقاومت قوی داریم سطح حمایتی، ناحیه قیمتی ۹۷۰هزار--۹۶۰هزار تومان بوده که تازمانی که قیمت‌ها بالای این‌سطح قرار دارند، امکان رشد قیمت‌ها در کوتاه‌مدت وجود دارد ولی افت قیمت زیر این سطح قیمتی به معنای کاهش بیشتر در قیمت‌هاست. سکه نقدی مقاومتی مهم نیز ناحیه قیمتی ۱۰۰۰۰۰-۱۰۱۰۰۰۰ تومان بوده و تازمانی که قیمت‌ها زیر این سطح قرار دارند همچنان

سروین بلوری

تحلیلگر فاندامنタル

بانک صادرات ایران در تاریخ ۱۳۷۰/۰۷/۲۴ مبادرت به تاسیس شرکت سرمایه‌گذاری غدیر، با نام اولیه شرکت سرمایه‌گذاری بانک صادرات کرد. تمرکزگرایی در بخش فعالیت‌های سرمایه‌ای به تدریج موجب ساماندهی امور سرمایه‌گذاری‌ها را فراهم کرد و این بانک را قادر ساخت تا در بازار سرمایه منسجم‌تر و با برنامه‌ریزی عمیق‌تری حرکت کند. میزان سرمایه‌گذاری‌ها در رشد افزونی که این شرکت داشته آن را جزو برترین شرکت‌های بورس اوراق بهادار قرار داده است. میزان سرمایه ثبت شده فعلی شرکت ۳۶ هزار میلیارد ریال است. در راستای استقرار نظام راهبردی شرکتی و به منظور

نگاهی به وضعیت فعلی قراردادهای آتی سکه در بورس کالا

رکود سکه آتی



امکان افت قیمت‌ها را خواهیم داشت ولی عبور قیمت از این سطح به معنای ادامه رشد قیمتی در بازار سکه نقدی خواهد بود و انتظار داریم دست‌کم تا هفته آینده قیمت‌ها در این ناحیه قرار داشته باشند که بازار آتی نیز به تناسب با این قیمت‌ها حرکت خواهد کرد. در جدول زیر سود مورد انتظار در هر یک از سر رسیده‌های آتی سکه براساس آخرین قیمت‌های تسویه روز پنجشنبه (۱۳۹۳/۱۲/۰۷) و نرخ جهانی طلا معادل با ۱۲۰۶ دلار محاسبه شده است. (جدول) بازده فعلی در سررسیده‌ها نشان‌دهنده دوره رکود در بازار سکه است. زیرا در حال حاضر، در بیشتر سررسیده‌ها بازده مورد انتظار کمتر از بازده بدون ریسک (۲۲درصد) است. در ضمن تا ماه گذشته، سکه دارای حباب منفی بود که در حال حاضر، این حباب منفی از بین رفته و با توجه

به فرمول محاسبه ارزش سکه که معادل با (قیمت دلار * قیمت اونس / ۴٫۲۵) که با دلار ۳۴۳۵ تومانی و قیمت جهانی اونس طلا در قیمت ۱۲۰۶ دلار قیمت سکه معادل با ۹۷۴۷۳۱ تومان خواهد بود که با توجه به ارزش ضرب، قیمت فعلی ۹۸۸ هزار تومانی تقریباً یکمتر از بازده بدون ریسک (۲۲ درصد) است باعث شده، فرصت آربیتراژ در بازار نیز وجود نداشته و یکی از دلایل تغییر قیمت طلا این رقم تغییر خواهد کرد.

فرصت آربیتراژ در بازار آتی سکه

زمانی که در دوره رونق بازار قرار داریم، انتظار رشد قیمت‌ها باعث ایجاد فاصله قیمتی مناسب در بین سررسیدهای بازار آتی سکه می‌شود و این فاصله فرصت آربیتراژ (فروش سکه نقدی در سررسیدهای آتی و خرید سکه نقدی در بازار نقدی که

می‌گذرد و مدت زیادی بود که باوجود تمایل بسیار زیاد فعالان بازار آتی سکه و ابراز تمایل مسئولان بورس کالا، راه‌اندازی معاملات آنلاین سکه به تابویی تبدیل شده بود که بالاخره با فراهم شدن نرم‌افزار بومی این معاملات، از تاریخ ۱۳۹۳/۱۱/۲۰ به طور رسمی معاملات آنلاین آتی سکه در بازار معاملات ابزار مشتقه بورس کالا افتتاح شد.

شرکت‌های کارگزاری علاقه‌مند در حال عقد قرارداد با شرکت ارائه‌دهنده و گرفتن مجوز از سازمان بورس هستند، که انتظار می‌رود نخستین قراردادهای آنلاین آتی سکه در اسفندماه امسال مورد معامله قرار گیرد. این مسئله می‌تواند سرعت معاملات را به طور بی‌سابقه‌ای افزایش دهد (هنوز ارائه دستور خرید یا فروش در این بازار براساس روش سنتی تلفنی انجام می‌گیرد) که این اتفاق را باید به فال نیک گرفت و امید می‌رود به ایجاد بازاری کارا در این حوزه منجر شود، به‌طوری‌که تغییرات در عوامل موثر این بازار با سرعت بیشتری در معاملات آتی سکه نمود یابد و با رونق بیش از پیش این معاملات، سمت بازاری قابل اتکا برای پوشش ریسک که همان کارکرد اصلی بازار معاملات ابزار مشتقه است حرکت کنیم و در آینده نیز معاملات قرارداد آتی مبتنی بر دارایی‌های دیگر نیز به این بازار اضافه شود.

معاملات آنلاین آتی سکه طلا

حدود شش سال از زمان راه‌اندازی معاملات آتی سکه طلا در بورس کالا

روز باقیمانده تا سررسید	ارزش دلار	سود سالانه %	اختلاف با سررسید قبل	اختلاف با سکه نقدی	قیمت‌ها (تومان)
۱۷	۳۵۲۱	۲۴٫۱۳	۱۱۱۰۵	۱۱۱۰۵	۹۸۸۰۰۰ سکه نقدی
۷۹	۳۵۹۴	۱۴٫۹۴	۲۰۸۳۸	۳۱۹۴۳	سررسید اسفند ماه
۱۳۸	۳۷۱۵	۱۷٫۷۳	۳۴۲۹۷	۶۶۲۴۰	سررسید اردیبهشت‌ماه
۱۹۹	۳۸۵۸	۱۹٫۸۵	۴۰۶۶۳	۱۰۶۹۰۳	سررسید شهریورماه

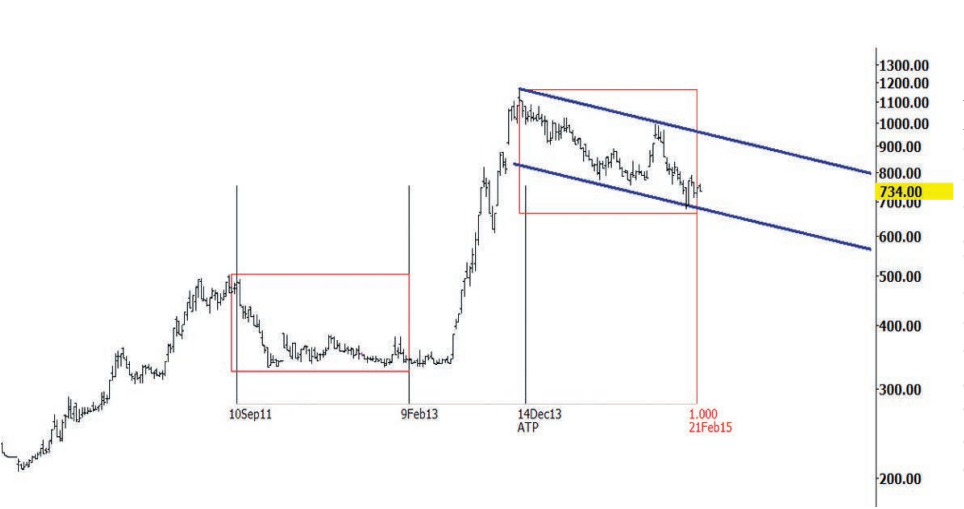
تحلیل بنیادی وغدير

و پتروشیمی پردیس برای سال ۹۴ به ترتیب ۳۷۷۸ و ۳۷۷۸ ریال برآورد می‌شود. برای پالایشگاهی‌های پارسان نیز سود سال ۹۴ حدوداً برابر بودجه اعلام شده توسط شرکت در نظر گرفته شده است. در نهایت سود محاسبه شده برای شرکت پارسان درسال ۹۴ حدود ۷۷۲ ریال و به تبع آن سود شرکت سرمایه‌گذاری غدیر درسال۹۴، ۶۷۵ ریال برآورد می‌شود.

۲- محاسبه خالص ارزش دارایی‌های هر سهم
* سناریوی اول: در صورتی‌که ارزش سهام شرکت‌های پالایشی پارسان را نزدیک به قیمت‌های پیش از بسته شدن نمادشان در نظر بگیریم در این صورت ارزش خالص دارایی‌های هر سهم شرکت پارسان حدود ۳۹۹۷ ریال

تحلیل سهم

تحلیل تکنیکی «بانک صادرات ایران»



نگاهی به بازار

استراحت در مسیر نزولی

فرشید شجاع

کارشناس و تحلیلگر بازار

کاهش ۱۰۰ واحد دیگر از ارتفاع شاخص کل، مهم‌ترین اتفاق جلسه معاملاتی شنبه بود. طی جلسه معاملاتی گذشته شاخص کل ۰٫۱۶ درصد از ارتفاع خود را از دست داد و به رقم ۶۳۹۵۰٫۹ واحد رسید. شاید در روزهای ابتدایی آذرماه، کمتر کسی می‌توانست باور کند که شاخص کل از کانال ۶۳۰۰۰ واحد سر در بیاورد، اما قطعاً این پایان کار نیست. ارزش کل معاملات روز شنبه در حدود ۵۷٫۵ میلیارد تومان بوده؛ پایین بودن ارزش معاملات مزایا و معایب قابل بررسی بسیاری دارد. حضور گروه «انبوه‌سازی» در طرف سبز شاخص و تاثیر منفی سایر گروه‌ها در شاخص کل نیز در نوع خود قابل توجه بود. شاخص فرابورس نیز با کاهش همراه بود. شاخص فرابورس در جلسه معاملاتی گذشته با ۱٫۶ واحد کاهش مواجه شد و به رقم ۷۱۵ واحد رسید. ارزش معاملات این بازار نیز در مجموع به رقم ۱۳۸ میلیارد تومان رسید.

ورود شاخص کل به کانال ۶۳۰۰۰ واحد نشان داد که هیچ‌گاه نمی‌توان کفی مطلق را برای بازار متصور شد؛ یا به قول معامله‌گران «همواره کفی پایین‌تر از کف کنونی وجود دارد.» شرایط نزولی حاکم بر بازار به آسانی تغییر نخواهد کرد و توجه به همین موضوع کافی است تا انجام بسیاری از خریدها به تعویق بیفتد. شاخص کل با ورود به این کانال رفته‌رفته برای رسیدن به ارقام پایین‌تر آماده می‌شود و در این میان، افرادی که سهم‌های خود را نگه داشته‌اند هر روز بیشتر و بیشتر تحریک می‌شوند تا در بدترین شرایط ممکن و پایین‌ترین قیمت ممکن و تنها از روی ناچاری و هیجان محض سهم خود را بفروشند. ارزش کل معاملات بازار بورس اوراق بهادار تهران نیز به طرز اذیت‌کننده‌ای می‌تواند دو معنای مختلف داشته باشد: نخست آنکه عرضه خود به خود در بازار کم شده است و دوم آنکه عرضه بنا به طرح‌ریزی قبلی کم شده باشد. همان‌طور که واضح است، اگر کاهش عرضه خود به خود و بنا به فطرت بازار باشد، نه تنها جای نگرانی نیست، بلکه می‌توان از بازار انتظار صعود نیز داشت؛ اما از آنجایی که بازار بارها و بارها نشان داده است که چقدر راحت بنا به میل سرمایه‌گذاران بزرگ حرکت می‌کند، این نظریه که کاهش عرضه از پیش طرح‌ریزی شده و بخشی از رخداد بزرگ‌تر باشد قوت می‌گیرد. این کاهش عرضه را می‌توان با ایجاد جو خرید هیجانی ادغام کرد و معامله‌گران حقیقی را به بازار تشكاند تا حجم عظیمی از سهام شرکت‌ها را به راحتی به آنها فروخت. در جلسه معاملاتی روز گذشته، رنگ قرمز در اکثر گروه‌ها غالب بود؛ اما گروه «نبوه‌سازی» مشمول این قانون کلی نبود. در روز گذشته تقریباً تمام سهم‌های این گروه در رنگ سبز معامله شدند و این موضوع کمی عجیب به نظر می‌رسد. در طرف مقابل بسیاری از گروه‌ها وجود داشتند که پتانسیل منفی‌تر کردن شاخص را در خود داشتند، اما بنا بر حجم پایین معاملات این اتفاق به وقوع نپیوست.

در جلسه معاملاتی روز جاری به‌صورت کلی انتظار می‌رود عرضه در بازار قابل حس باشد. روند پیش آمده در بازار، محتمل‌ترین سناریو برای امروز را به این شرح تشکیل می‌دهد: گشایش بازار با عرضه‌های قابل توجه، ریتم آهسته معاملات و کاهش سریع‌تر عرضه‌ها در یک چهارم سوم بازار. به وجود آوردن موجی از تقاضا در پایان بازار. به این ترتیب ارزش پایین معاملات در روزهای پیش‌رو کمتر قابل رویت خواهد بود و روز آتی را می‌توان به‌عنوان روز استراحت در مسیر نزولی تلقی کرد. حمایت اصلی شاخص کل برای امروز رقم ۶۳۵۸۰ است که بعید می‌رسد شاخص کل به این رقم برسد و در صورت این اتفاق می‌توان انتظار داشت شاخص کل به این حمایت واکنش نشان دهد.

دنیای مجازی

شنیده‌ها و شایعات بازار

ملیحه کریم شاهی

معمله‌گر کارگزاری امین آوید شنبه آران ویدنگل

- شنیده می‌شود که سایپا قصد دارد بلوک وسایا را در اسفند ماه عرضه کند.
- از کفرا شنیده می‌شود این شرکت زمینی را به فروش رسانده است اما در صورت‌های مالی خود درج نکرده است. همچنین شنیده می‌شود حدود ۲۰۰ تومان سود برای سال ۹۳ ایجاد خواهد کرد.
- شنیده می‌شود تئشاهد در نظر دارد بلوک ایران‌زمین را به فروش برساند.
- شنیده‌ها حاکمی از عرضه بلوک غدیر توسط وپصادر است.

- خبرهایی از افزایش سرمایه ۲۰۰ درصدی در سال آینده برای نماد غروب به گوش می‌رسد.
- شنیده می‌شود سازمان بورس قصد بازگشایی نمادهای پالایشگاهی را در نهایت تا اواخر اسفندماه دارد.
- گفته می‌شود یکی از مدیران شرکت بورس در فهرست نامزدهای مدیر عاملی سرمایه‌گذاری بهمن دیده می‌شود.
- سهامداران فاذر همچنان معتقدند این سهم رشد بالایی قیمت را تا اواخر اسفند به خود خواهد دید.
- شنیده می‌شود وزارت خارجه انگلیس به دنبال بازگشایی سفارت خود در تهران است.
- در گروه خودرویی باردیگر شایعه فروش پارسیان شنیده می‌شود.
- از نماد وپترو شنیده می‌شود تصمیم به فروش وساخت دارد.
- گفته می‌شود عرضه مبین در اواخر اسفندماه خواهد بود که این عرضه بر فارس تاثیر مثبت خواهد داشت.

گزارش «فرست امروز» از سرمایه‌گذاری در صنایع غذایی

کدام کالا در کدام منطقه؟



عباس نعیم‌امینی

طی سال‌های گذشته سرمایه‌گذاری خوبی در صنایع غذایی کشور صورت گرفته است، از این رو به نظر می‌رسد ظرفیت‌های جدیدی برای سرمایه‌گذاری در این بخش وجود نداشته باشد اما بررسی‌های «فرست امروز» درباره صنعت غذا در کشور حاکی از آن است که با وجود حجم گسترده سرمایه‌گذاری در این‌بخش همچنان فرصت‌های خوبی برای ورود به این صنعت حیاتی وجود دارد. ضعف صنایع تبدیلی در کشور از سویی و عقب‌ماندگی‌های صنایع بسته‌بندی در کشور از سوی دیگر لزوم سرمایه‌گذاری در صنایع غذایی را تا حد زیادی روشن می‌کند.

گسترده‌گی و تنوع کالاهایی که در حوزه صنایع غذایی جای می‌گیرند و پویایی این صنعت زمینه را برای ورود سرمایه‌گذاران جدید فراهم می‌کند. بحران غذا پدیده‌ای است که بسیاری از کشورهای جهان در پی یافتن راهی برای رهایی از آن هستند. از این رو توجه به صنایع غذایی و سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف آن نه تنها می‌تواند امنیت غذایی کشور را تامین کند، بلکه زمینه‌هایی را برای صادرات غیرنفتی و ارزآوری فراهم می‌کند. این درحالی است که بسته‌بندی نامناسب و عدم توجه به صنایع تبدیلی و تکمیلی باعث شده صنایع غذایی کشور نتواند به جایگاه حقیقی خود دست یابد. در این گزارش به بررسی وضعیت صنایع غذایی در کشور و زمینه‌های مختلف سرمایه‌گذاری در آن می‌پردازیم.

وضعیت سرمایه‌گذاری در صنایع غذایی کشور

علی‌م‌محمد مدیر عامل شرکت آذرنوش در رابطه با وضعیت سرمایه‌گذاری در صنایع غذایی کشور به «فرست امروز» می‌گوید: طی ۱۵ سال گذشته سرمایه‌گذاری‌های خوبی در صنایع غذایی کشور صورت گرفته است، ولی این به آن معنا نیست که جایی برای ورود سرمایه‌گذاران جدید وجود ندارد. در حال حاضر صنایع غذایی از فعال‌ترین و به‌روزترین بخش‌های صنعتی کشور است به‌طوری‌که در بسیاری از موارد می‌توانیم ادعا کنیم به لحاظ تکنولوژی در سطح کشورهای پیشرو جهان هستیم. وی می‌افزاید: درست است که در برخی موارد مانند صنایع بسته‌بندی تنگناهایی برای صنایع غذایی کشور وجود دارد اما خوشبختانه رویکرد نوگرایی صاحبان این بخش از صنایع کشور طی ۱۵ سال گذشته باعث شد صنایع غذایی کشور در تراز جهانی قرار گیرد، البته با نقطه اوج فاصله بسیار زیادی داریم ولی در مسیر رو به رشدی قرار داریم که با توجه بیشتر سرمایه‌گذاران می‌توانیم به جایگاه مناسبی در دنیا دست یابیم.

فرصت‌های موجود در صنایع غذایی
م‌محمد در خصوص فرصت‌های سرمایه‌گذاری در این صنعت عنوان می‌کند: صنایع غذایی جزو صنایعی است که همواره پویایی خود را دارد و این به دلیل آن است که همواره بخش عمده‌ای از درآمد خانوارها در هر جامعه‌ای صرف تامین غذا می‌شود بنابراین در بخش‌های مختلف صنایع غذایی همواره فرصت‌هایی برای سرمایه‌گذاری وجود دارد اما نکته کلیدی در سرمایه‌گذاری در صنایع

غذایی آن است که این سرمایه‌گذاری‌ها متناسب با نیازهای جامعه و با مطالعات صحیح انجام شود. وی می‌افزاید: در حال حاضر به دلیل ضعف‌هایی که در صنایع تبدیلی و بسته‌بندی در کشور داریم این دو بخش از مهم‌ترین فرصت‌های سرمایه‌گذاری در صنعت غذا در کشور ما است. از سوی دیگر بازارهای منطقه فرصت مناسبی را در اختیار فعالان صنایع غذایی کشور قرار داده است که می‌تواند زمینه‌های ارزآوری مناسبی را برای کشور فراهم کند.

این فعال حوزه صنایع غذایی ادامه می‌دهد: با وجود سرمایه‌گذاری‌های وسیعی که در حوزه صنایع غذایی در کشور صورت گرفته این اطمینان برای سرمایه‌گذاران وجود دارد که با مطالعات مناسب، ارزیابی دقیق بازار و ارائه محصول نوآورانه در بسته‌بندی‌های مناسب در کار خود موفق عمل کنند. وی تأکید می‌کند: بازارهای منطقه‌ای جمعیتی بالغ بر ۵۰۰ میلیون نفر رادر برمی‌گیرد که اشتراکات دینی، مذهبی و فرهنگی خاصی با کشور ما دارند و اقتضا می‌کند از غذاهای مشترکی استفاده کنند. بنابراین در بخش‌هایی از این بازارها فرصت‌های مناسبی برای سرمایه‌گذاری وجود دارد. در حال حاضر برخی از مشکلاتی که به دلایل تحریم و مسائلی از این دست به اقتصاد کشور وارد شده بر صنایع غذایی هم تاثیرگذار بوده است.

م‌محمد می‌گوید: فرصت‌های مناسبی در بخش تامین مواد اولیه وجود دارد که بخش خصوصی باید توجه بیشتری به آن نشان دهد. بخش عمده‌ای از مواد اولیه مورد استفاده در صنایع غذایی، از کشورهای اروپای غربی یا آسیای شرقی وارد می‌شود که اگر سرمایه‌گذاران به این بخش‌ها ورود پیدا کنند نیازهای وارداتی کشور کاهش خواهد یافت.

این فعال صنایع غذایی می‌گوید: در بخش محصولات عمده نیازهای کشور از کالاهای داخلی تامین می‌شود بنابراین سرمایه‌گذاران باید با اهداف صادراتی و در قالب بسته‌بندی‌های روز دنیا به دنبال بازارهای فرامری باشند. به‌عنوان مثال در

صنایع شیرینی و شکلات پیشرفت‌های مناسبی داشته‌ایم، در صنایع لبنی هم رشد خوبی را در این سال‌ها تجربه کرده‌ایم اما هنوز در برخی بخش‌ها نیازهایی برای سرمایه‌گذاری بیشتر وجود دارد. م‌محمد با تأکید بر لزوم پرداختن به تحقیق و توسعه در صنایع غذایی، این بخش را یکی از مهم‌ترین فرصت‌های سرمایه‌گذاری عنوان می‌کند و می‌افزاید: بازار امروز در تمام صنایع نیازمند محصولات جدید و

صنایع شیرینی و شکلات پیشرفت‌های مناسبی داشته‌ایم، در صنایع لبنی هم رشد خوبی را در این سال‌ها تجربه کرده‌ایم اما هنوز در برخی بخش‌ها نیازهایی برای سرمایه‌گذاری بیشتر وجود دارد. م‌محمد با تأکید بر لزوم پرداختن به تحقیق و توسعه در صنایع غذایی، این بخش را یکی از مهم‌ترین فرصت‌های سرمایه‌گذاری عنوان می‌کند و می‌افزاید: بازار امروز در تمام صنایع نیازمند محصولات جدید و

سرمایه‌گذاری در صنایع غذایی

بسیار متفاوت از صنایع دیگر است

و تقریباً با هر سطحی از سرمایه

می‌توان برای ورود به این صنعت

فکر کرد اما باید در نظر بگیرید که

ذات سرمایه‌گذاری سرمایه‌طلب

است و ایجاب می‌کند که

سرمایه‌گذار در مراحل مختلف کار و

به طور مداوم حجم سرمایه‌گذاری

خود را افزایش دهد

نوآورانه است و صنایع غذایی هم از این قاعده مستثنا نیست، از این‌رو توجه به تحقیق و توسعه در کنار فعالیت‌های تولیدی امری ضروری برای صنایع غذایی کشور است. وی ادامه می‌دهد: در زمینه مطالعات جایگزینی زمینه‌های مناسبی برای سرمایه‌گذاری وجود دارد.

تنوع در سرمایه‌گذاری؛ یک مزیت برای صنایع غذایی

نخستین س‌والی که در ذهن هر سرمایه‌گذاری برای ورود به یک صنعت و سرمایه‌گذاری در آن شکل می‌گیرد این است که با چه حجم سرمایه‌ای می‌توان اقدام به سرمایه‌گذاری کرد. این پرسشی است که پاسخ به آن شاید نخستین مانع ورود برای سرمایه‌گذاری در برخی صنایع باشد اما مهم‌ترین ویژگی صنایع غذایی که آن را از سایر بخش‌ها متمایز ساخته و سرمایه‌گذاران زیادی را به خود جذب کرده همین تنوع محصولات و به تبع آن

فرصت‌ها و تهدیدهای بازار
شروع سرمایه‌گذاری در هر صنعتی به دنبال شکل‌گیری فرصت‌های موجود در آن به وجود می‌آید و ادامه کار در هر صنعت همواره فرصت‌ها و تهدیدهایی را پیش روی سرمایه‌گذاران و فعالان بازار قرار می‌دهد، از این‌رو در نظر گرفتن این نکات برای شروع و ادامه یک سرمایه‌گذاری موفق بسیار اهمیت دارد. م‌محمد در خصوص فرصت‌های موجود می‌گوید: جمعیت رو به رشد کشور و نیاز به موادغذایی بیشتر یکی از بزرگ‌ترین فرصت‌هایی است که در مقابل سرمایه‌گذاران وجود دارد. از سوی دیگر نیازمندی‌های بازارهای منطقه این ضرورت را به وجود آورده تا به صنایع غذایی در کشور توجه بیشتری صورت گیرد بنابراین قرار گرفتن در چنین منطقه‌ای از جهان یک مزیت نسبی برای صنایع غذایی کشور است. وی ادامه می‌دهد: نیروی انسانی جوان و تحصیلکرده در حوزه صنایع غذایی یکی دیگر از فرصت‌های موجود است که می‌توان با تکیه بر آن به رشد مناسبی در این صنعت دست یابیم. گسترش دانشکده‌های صنایع غذایی در کشور این امکان را فراهم آورده تا سرمایه‌گذاران با خیال آسوده‌تر و با تکیه بر منابع انسانی سرمایه‌گذاری موفقیت‌آمیزی داشته باشند.

این فعال صنایع غذایی اشتغال‌زایی بالای صنایع غذایی را یکی از مزیت‌های این صنعت در کشور می‌داند و می‌گوید: با توجه به بحرانی که در حوزه اشتغال به‌ویژه در میان فارغ‌التحصیلان دانشگاهی وجود دارد، سرمایه‌گذاری در این بخش می‌تواند اشتغال‌زایی خوبی به دنبال داشته باشد. م‌محمد میزان دستیابی به نقدینگی را یکی از چالش‌های جدی صنایع تولیدی در کشور می‌داند و عنوان می‌کند: در حال حاضر تامین نقدینگی یکی از مهم‌ترین مشکلات تولید در کشور به‌ویژه در حوزه صنایع غذایی است. از سویی نرخ بالای تسهیلات بانکی یکی دیگر از تهدیدهای پیش روی سرمایه‌گذاران است. وی تأکید می‌کند: عدم توجه به مطالعات بازار و نیازمندی‌های جامعه یکی از مهم‌ترین تهدیدهای سرمایه‌گذاری در این صنعت است.

توصیه‌های پایانی

م‌محمد در پایان و در توصیه به تازه‌واردها توجه به مزیت‌های نسبی در مناطق مختلف کشور را یکی از نکات مهم در سرمایه‌گذاری می‌داند و تأکید می‌کند: توجه به این مزیت‌ها می‌تواند تا حد زیادی هزینه‌های تولید را کاهش دهد. اینکه بدانیم تولید کدام کالا در کدام منطقه دارای مزیت نسبی است یکی از عوامل موفقیت در سرمایه‌گذاری است بنابراین سرمایه‌گذاران باید این امر را در تصمیم‌گیری‌های خود در نظر بگیرند.

وی ادامه می‌دهد: اولویت دادن و توجه به مقوله دانش در شرایط کنونی صنایع غذایی کشور یکی از ضروریات است و سرمایه‌گذاران باید با مطالعات کافی و آگاهی کامل از شرایط بازار و توجه به تولیدات دانش‌محور و تحقیق‌محور به این بخش وارد شوند تا مسیر هموارتری را برای کسب موفقیت پیش رو داشته باشند.

این فعال بازار می‌گوید: به واقع آنچه صنایع غذایی را صنعتی جذاب جلوه می‌دهد سودآوری بالای آن نیست بلکه استمرار این سودآوری است که این صنعت را در میان صنایع جذاب برای سرمایه‌گذاران جای داده است.

شهری را پشت‌سر می‌گذارد.

مونسان اظهار کرد: با ساخت فرودگاه و بندرگاه هندوایی در سال ۱۳۹۴، این جزیره به یک مقصد مهم گردشگری کشور تبدیل خواهد شد.

هشتمین نمایشگاه بین‌المللی گردشگری، هندلاری و صنایع وابسته و دومین نمایشگاه بین‌المللی صنایع‌دستی با حضور ۱۰۲ شرکت داخلی و خارجی در بخش گردشگری، ۱۵۰ شرکت در بخش صنایع‌دستی در فضای به مساحت هشت هزار مترمربع با نگاه نوین در صنعت گردشگری به منظور ارتقای سطح خدمات در محل سالان نمایشگاه‌های بین‌المللی کیش برگزار شد.

نام تجاری را جدی بگیرید، سه ماه بعد از اینکه کسب‌وکارمان را راه‌اندازی کردیم، مجبور شدیم دوباره از اول نشان و نام تجاری بسازیم و این بار آنها و شرکت‌مان را به‌طور رسمی قبل از شروع کسب‌وکار ثبت کنیم.

سارا کوکی

فرصت امروز

سرنخ

دعوت از ایرانیان مقیم خارج

کلاف اول



با خارج از کشور زندگی کنند چندان تفاوتی در اصل عمل ندارد، از طرفی کارشناسان معتقدند در هیچ جای دنیا توسعه‌ای مگر با حضور و مشارکت سرمایه و فکر خارجی اتفاق نیفتاده است و اگر بخواهیم توسعه را دنبال کنیم نیازمند مشارکت خارجی هستیم و به‌مقدم این مشارکت، ایرانیان مقیم خارج از کشور به شمار می‌آیند.

مباحث مربوط به مالیات، سود بانکی و بیمه از مسائل و مشکلات گذشته سرمایه‌گذاری ایرانیان مقیم خارج از کشور برشمرده می‌شود، اما بیان می‌شود که دولت یازدهم تلاش کرده بسیاری از این مشکلات را مرتفع ساخته و شرایط را برای سرمایه‌گذاران خارجی در داخل کشور تسهیل کند. به گزارش ایرنا، دبیرکل شورای عالی امور ایرانیان خارج از کشور نیز در این‌باره متذکر شده که ایرانیان مقیم خارج از کشور خط مقدم مشارکت در سرمایه‌گذاری هستند و در‌های استقبال از سرمایه‌گذاری آنها پیش از پیش باز است.

سیدجواد قوام شهیدی افزود: حضور در خارج از کشور می‌تواند همراه با مشارکت اقتصادی در داخل باشد و هر میزانی از مشارکت مورد استقبال دولت خواهد بود. ارائه خدمات بهتر و بیشتر، تسهیل تردد ایرانیان، تامین آرامش فکری و روحی هموطنان و پیگیری حل مشکل آنان در زمینه‌های مختلف از طریق هماهنگی با دستگاه‌های اجرایی از وظایف شورای عالی امور ایرانیان خارج از کشور است.

وی یادآور شد: بسترسازی و بهره‌گیری از توانمندی‌های ایرانیان در زمینه‌های علمی، اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و تسهیل مشارکت هموطنان مقیم خارج از کشور در عرصه‌های سازندگی و توسعه پایدار ملی نیز از دیگر رویکردهای دولت تدبیر و امید نسبت به شورای عالی امور ایرانیان خارج از کشور است.

ما هم در این کلاف به سرمایه‌گذاران بالقوه مقیم خارج پیشنهاد می‌دهیم با توجه به آمادگی‌های ایران برای جذب سرمایه‌گذاران و ایجاد شرایط مناسب برای این گروه، به فکر سرمایه‌گذاری در داخل کشور باشند چرا که در بسیاری از بازارها مانند حمل‌ونقل، مسکن و حتی بازارهای صنعتی پتانسیل‌های بسیاری برای شروع سرمایه‌گذاری وجود دارد.

کلاف دوم

تخم‌مرغ یکی از موادغذایی غنی است که توسط کارشناسان تغذیه توجه و سفارش ویژه‌ای برای مصرف دارد اما در این مورد سرانه



مصرف مردم کشور ما تقریباً نصف سرانه استاندارد جهانی است، تولید این محصول در اقصی نقاط کشور می‌تواند مفید واقع شود، اما استانی که در این کلاف می‌خواهیم معرفی کنیم با عنوان اینکه نیاز ویژه‌ای به تولید تخم‌مرغ دارد، کرمانشاه است.

به گزارش ایسنا، مهندس بهرام خانی، معاون بهبود تولیدات دامی سازمان جهاد کشاورزی استان کرمانشاه تعداد واحدهای پرورش مرغ تخم‌گذار در استان را ۲۳ واحد با ظرفیت جوجه‌ریزی ۸۵۱ هزار قطعه دانست و گفت: تولید سالانه واحدها ۱۰ هزار و ۵۰۰ تن است. خانی با بیان اینکه براساس آمارهای موجود سرانه مصرف تخم‌مرغ بین ۹ تا ۹/۵ کیلوگرم در سال است، نیاز سالانه تخم‌مرغ استان را ۱۸ هزار و ۵۰۰ تن دانست که کمبود تخم‌مرغ استان درحال‌حاضر از طریق استان‌های تهران، قم و قزوین که تولید عمده تخم‌مرغ کشور را بر عهده دارند، تامین می‌شود. وی خودکفایی در زمینه تولید تخم‌مرغ در استان را یکی از اهداف سازمان دانست و از در دست توسعه بودن واحدهای پرورش مرغ تخم‌گذار از طریق راه‌اندازی واحدهای غیرفعال، توسعه واحدهای موجود یا ایجاد واحدهای جدید خبر داد و افزود: به غیر از تخم‌مرغ، در مورد سایر فرآورده‌های دامی هیچ کمبودی در استان وجود ندارد و تمامی فرآورده‌های دامی به حد نیاز در استان تولید می‌شود. در این راستا چند واحد در حال توسعه و چند واحد نیز در مرحله دریافت تسهیلات هستند. ما هم در این کلاف به سرمایه‌گذاران حوزه صنایع‌غذایی پیشنهاد می‌دهیم برای برطرف کردن نیاز این استان به تخم‌مرغ می‌توانند روی حمایت‌های دولتی این استان حساب کنند و یک سرمایه‌گذاری نان و آبدار راه بیندازند.

خبر

کارآفرینی در حوزه مشاغل خرد حمایت شود

سرپرست کمیته امداد امام خمینی (ره) با بیان اینکه کارآفرینی باید تشویق شود، گفت: متأسفانه کارآفرینی در حوزه مشاغل خرد مورد تشویق قرار نمی‌گیرد.

به گزارش ایسنا، حسین انوری در کارگروه اشتغال که با حضور وزیر کار و رفاه اجتماعی در استانداری مازندران برگزار شد، اظهار داشت: بیکاری آسیب‌های فرهنگی و اعتقادی وارد می‌کند و دچار واگرایی اجتماعی می‌شویم. وی با بیان اینکه برای ایجاد اشتغال و خارج شدن از وضعیت بیکاری نیازمند سرمایه‌گذاری در طرح‌های بزرگ هستیم، گفت: اگر بخش کشاورزی دارای درآمد بالایی باشد شاهد افزایش تولید خواهیم بود براین اساس باید سوبسیدها به بخش کشاورزی داده شود. سرپرست کمیته امداد ادامه داد: یکی از راه‌هایی که مردم می‌توانند وارد صحنه شوند ایجاد اشتغال خرد و کوچک است که می‌تواند مایحتاج زندگی را تامین کند.

سرمایه‌های آموختنی

تجربه‌های کارآفرینان و سرمایه‌گذاران باسابقه و موفق همیشه می‌تواند چراغ روشنی برای شروع راه پر تلاطم سرمایه‌گذاری باشد، از این‌رو از کارآفرینان موفق دنیا این سؤال مهم پرسیده شده «آرزو می‌کردید قبل از شروع کسب‌وکار تا چه تجربه‌هایی کسب کرده بودید؟»

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



رکود در بازار سرمایه

تشدید می شود



الهام خلیلی

کارشناس بازار سرمایه



بانک مرکزی در اسفند ماه سال گذشته طی ابلاغیه‌ای بانک‌ها را مکلف به تصویب اسانسانمه نمونه بانک‌های تجاری غیردولتی کرد و باوجود عدم تمایل مجامع بانک‌ها به تصویب این اسانسانمه در مجامع فوق‌العاده برگزار شده در تیرماه سال جاری، دوباره و پس از گذشت سه ماه از طرف بانک مرکزی به بانک‌ها اصرار شده که با برگزاری مجامع فوق‌العاده نوبت دوم نسبت به تصویب آن اقدام کنند. اسانسانمه یک رابطه تعریف شده بین سهامداران و مدیران است که برای اداره شرکت تدوین می‌شود. در اسانسانمه ابلاغی، ورود بانک مرکزی در نهاد اجرایی و مدیریتی به‌شدت به چشم می‌خورد. حال آنکه شأن بانک مرکزی به‌عنوان نهاد ناظر ورود به حیطه اجرایی نیست و این در تناقض کامل با مقوله حاکمیت شرکنتی است.

اما اگر بخواهیم درخصوص اهم موارد قابل بحث در این اسانسانمه صحبت کنیم، نخستین مورد این است که در ماده ۶۰ اسانسانمه نمونه بانک مرکزی، بانک مذکور این حق را برای خود ایجاد کرده که در صورت سلب صلاحیت حرفه‌ای عضو هیات‌مدیره، آن عضو را منقض کند. لازم به ذکر است که کلمه «انفصال» که در پی کلمه «انتصاب» به کاربرده می‌شود، برای نصب مامور دولتی در شغل و سمتی کاربرد دارد. در بانک‌ها طبق قوانین و مقررات حاکم بر شرکت‌های خصوصی، اعضای هیات‌مدیره از طریق رأی‌گیری انتخاب می‌شوند و انتصاب آنها توسط سازمان‌ها و مراجع دولتی مانند بانک مرکزی منفی است.

نکته دوم این است که در ماده ۶۴ اسانسانمه نمونه بانک مرکزی این‌گونه بیان شده که اعضای هیات‌مدیره بانک‌ها باید صرفا از میان اشخاص حقیقی انتخاب شوند. گزینه انتخاب اشخاص حقوقی به‌عنوان عضو هیات‌مدیره دارای مزایای بسیاری از جمله پوشش مسئله فوت و حجر و سلب شرایط مدیران بوده و محروم کردن سهامداران از چنین گزینه‌ای برخلاف منافع و مصالح بلندمدت آنان است. از سویی با توجه به مفاد ماده ۱۱۰ لایحه اصلاحی قانون تجارت، انتخاب اشخاص حقوقی به سمت مدیریت، با عنایت به مسئولیت تضامنی شخص حقوقی یا نماینده‌اش در مورد تعهدات و مسئولیت‌های مدنی، مطلوبیت بیشتری برای سهامداران اقلیت دارد.

موضوع سوم این است که در ماده ۶۸ این اسانسانمه از واژه سرپرست استفاده شده و بیان شده است: «درصورتی که بنا به هر دلیل، تعداد اعضای هیات‌مدیره از حد نصاب مقرر کمتر شود و تشریفات مذکور برای انتخاب اعضا برای مدت بیش از یک ماه توسط بازرس بلا اقدام بماند، بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران می‌تواند ضمن سلب صلاحیت اعضای هیات‌مدیره بانک، برای اداره امور بانک و تمهید مقدمات برگزاری مجمع عمومی، فردی را از میان خبرگان و متخصصان امور بانکی به‌عنوان سرپرست منصوب کند. فرد منصوب دارای تمام اختیارات هیات‌مدیره بانک بوده و باید حداکثر ظرف مدت هشت ماه نسبت به برگزاری مجمع عمومی برای انتخاب اعضای جدید هیات‌مدیره اقدام کند.»

این در حالی است که در قانون تجارت واژه‌ای با عنوان «سرپرست» تعریف نشده و شورای پول و اعتبار نمی‌تواند روی قانون تجارت ضوابط خاصی بگذارد. از طرف دیگر، تعیین سرپرست از طرف بانک مرکزی به معنای دخالت مستقیم بانک مرکزی در اداره بانک است که این خلاف نقش بانک مرکزی در قالب نهاد ناظر است.

نکته چهارم این است که در تبصره ماده ۵۶ این اسانسانمه بیان شده که تمام اختیارات هیات‌مدیره در امور اجرایی باید به هیات عامل بانک تفویض شود که دارای اشکال جدی بوده و قابل اجرا نیست. مسئله قابل توجه بعدی این است که ماده ۱۱۱ اسانسانمه نمونه بانک مرکزی، بانک‌ها را ملزم به پرداخت سود سهام طی چهار ماه کرده است. این موضوع، میحث وجود نقدینگی در پرداخت سود در مدت زمان مذکور را به دنبال دارد. به نظر می‌رسد، این تعیین تکلیف برای بانک‌ها نیز به‌نوعی دخالت بانک مرکزی است، زیرا اگر بانک این توانایی را داشته باشد، خود مجمع تصمیم‌گیری را درخصوص پرداخت زودتر سود انجام خواهد داد.

همچنین در ماده ۲۷ اسانسانمه اعلام شده: «اشخاصی که دارای سهمی بیش از حدود مقررشده در این اسانسانمه باشند، حق خرید سهام جدید را به واسطه حق تقدم ایجاد شده ندارند.» طبق قانون نمی‌توان حقوق سهامداری را سلب کرد. بهتر بود که این عبارت به‌گونه‌ای دیگر بیان شود که سلب حقوق سهامداری صورت نپذیرد. به‌عنوان مثال، آن سهامداران را ملزم به فروش حق تقدم‌های ایجاد شده، کند.

در خاتمه باید به این موضوع اشاره کنم که تصویب این اسانسانمه توسط بانک‌ها چیزی جز انحصارگری به دنبال نخواهد داشت و چه بسا نهادهای ناظر دیگر را در جهت حرکت کردن به سمت این انحصارگری سوق خواهد داد. از سوی دیگر، این امر به دلسردی سهامداران و به‌خصوص سهامداران خرد منجر خواهد شد، زیرا این سهامداران، سهام این بانک‌ها را با توجه به اسانسانمه فعلی آنها خریداری کرده‌اند. در نهایت، این بی‌اعتمادی چیزی جز دامن زدن به رکود در بازار سرمایه به دنبال خواهد داشت.

پایه

پیست و دوم اسفند ماه سال گذشته بانک مرکزی طی بخشنامه‌ای به مدیران عامل بانک‌های غیردولتی اعلام کرد، شورای پول و اعتبار اسانسانمه نمونه بانک‌های تجاری غیردولتی را تصویب و مقرر کرده که بانک‌های مشمول حداکثر تا پایان تیرماه ۹۳ اقدامات لازم را برای تطبیق اسانسانمه خود با اسانسانمه نمونه ابلاغی

المیرا اکرمی

انجام دهند و آن را برای تصویب نهایی به شورای پول و اعتبار ارائه کنند. با دریافت این ابلاغیه، برخی سهامداران، مدیران بانک‌های خصوصی و کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی، این اقدام را از جهات شکلی و محتوایی واجد ایراد قانونی و اشکال‌های اجرایی دانستند و سعی کردند مراتب را به بانک مرکزی اعلام کنند. در پاسخ بانک مرکزی اعلام کرد که اعضای

علیرضا عسگری مارانی:

اسانسانمه بانک مرکزی مملو از زیاده‌خواهی است

به گفته علیرضا عسگری مارانی، کارشناس بازار سرمایه در اسانسانمه تیپ بانک مرکزی زیاده‌خواهی وجود دارد و این زیاده‌خواهی موجب می‌شود این بانک نتواند به رسالت اصلی خود یعنی نظارت بپردازد.

مدیران و سهامداران بانک‌ها اسانسانمه تیپ بانک مرکزی را دارای اشکالات متعددی می‌دانند. به نظر شما این اسانسانمه به طور عمده چه ایراداتی دارد؟

اعتقاد من این است که اسانسانمه تیپ بانک مرکزی دارای چند مشکل اساسی است. اصلی‌ترین موضوع این است که نظارت با دخالت تفاوت دارد. رفتاری که این اسانسانمه دارد، نظارت نیست بلکه دخالت است، زیرا می‌گوید که مدیران باید شخص حقیقی باشند و براساس ماده ۱۱۰ قانون تجارت نباید شخص حقوقی گماشته شود و باید شخص حقوقی یک شخص حقیقی را معرفی کند. به عبارت دیگر ماده ۱۱۰ قانون تجارت این اجازه را داده که هر سهامداری شخص حقوقی را انتخاب کند و بانک مرکزی نمی‌تواند این حق را از بین ببرد. در شرایطی که بانک مرکزی معتقد است هیچ سهامداری بیش از ۱۰ درصد سهام در بانک نداشته باشد، سهامداران حق ائتلاف می‌کنند و یک سمت در هیات‌مدیره می‌گیرند و یک نماینده انتخاب می‌کنند. در این بین اگر سهامداران تصمیم به تغییر نماینده خود بگیرند، باید اختیار این کار را داشته باشند و اگر شخص حقیقی را به‌عنوان نماینده قرار دهند، این اختیار از آنها سلب می‌شود. در همین بخش مسئولان بانک مرکزی می‌گویند که اعضای هیات‌مدیره نباید به‌صورت موظف در بانک کار کنند، بلکه باید غیرموظف باشند و این اشکال دوم موضوع است. اشکال سوم این است که حقوق و مزایای این افراد باید توسط مجمع تعیین شود. به همین ترتیب اشکالات زیادی را اجرا نکردند، این بانک حق دارد

وارد است و مغایر قوانین بالادستی مانند قانون تجارت و مصادیق جاری نظام بنگاه‌داری است. به‌عنوان مثال بانک مرکزی در یکی از بندهای اسانسانمه مذکور آورده است که اگر مدیران، مجمع برگزار نکرده یا دستورات بانک مرکزی را اجرا نکردند، این بانک حق دارد مدیر را عزل کند. این در حالی است که در قانون تجارت «عزل» و «انتخاب» داریم اما بانک مرکزی کلمه «انتصاب» را به کار برده است، یعنی با مصادیق دولتی با مدیران بانک‌ها برخورد و اینها را مدیر دولتی قلمداد کرده و این اختیار را برای خود قائل شده و به خود اجازه داده که در یک زمانی برای بانک سرپرست بگذارد و این موضوع هم خلاف قانون تجارت است.

در حقیقت تصمیمات شورای پول و اعتبار باعث ضرر و زیان سهامداران خرد است که در راستای سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی سهم خریداری کرده‌اند یا در راستای سیاست‌های ۱۲ سال اخیر بانک مرکزی اقدام به خرید سهام بانک موجود در بورس کرده‌اند، زیرا تمام این سهام به دلیل سیاست بانک مرکزی دولت قیمت پیدا کرده است.

این سیاست بانک مرکزی چه تبعات و پیامدهایی را به دنبال خواهد داشت؟

من معتقدم در زمان بحران‌های اقتصادی و شرایط رکود، این نحوه سخت‌گیری که ایجاد نظارت نمی‌کند به ضرر اقتصاد است. اساسا بنگاه‌داری اصولی دارد و نهاد ناظر که در اینجا بانک مرکزی است وظیفه‌اش نظارت است و نه دخالت. اگر این نهاد ناظر دخالت کند، اصول حاکمیت شرکنتی از بین می‌رود. به‌عنوان مثال بانک مرکزی به جای اینکه بر مدیران بانک‌ها نظارت کند، این مدیران را خود تعیین کند یا تأکید کند که بانک‌ها نباید مدیر موظف داشته باشند؛ اینها مصادیق دخالت است. این در حالی است که در دنیا سیستم نظارت با کشور ما فرق دارد. در کشورها اروپایی و آمریکایی نهادهای ناظر رفتارهای دیگری از خود بروز می‌دهند و فقط به عملکرد مدیران بانک‌ها نمی‌پردازند بلکه به عملکرد صندوق‌دار بانک نیز نظارت می‌کنند. اما در کشور ما نهاد ناظر فقط به عملکرد مدیران بانک می‌پردازد. به‌طور کلی معتقدم که در اسانسانمه تیپ بانک مرکزی زیاده‌خواهی وجود دارد و این زیاده‌خواهی موجب می‌شود بانک مرکزی نتواند به رسالت اصلی خود که نظارت بر بانک‌هاست، بپردازد.

دغدغه‌های بانک مرکزی جدی است اشکالات اسانسانمه تیپ جدی‌تر

این کانون به جای تردید، تامل و وسواس با جدیت تمام اسانسانمه خود را مطابق با اسانسانمه نمونه اصلاح کنند. البته گفته می‌شود احتمالا بانک مرکزی اهدافی مانند تغییر در نحوه فعالیت بانک‌ها را در نظر داشته است. زیرا بانک‌ها به سمت بنگاهداری رفته‌اند و بنابراین هدف بانک مرکزی از ابلاغیه مذکور این بوده که بانک‌ها در راستای مأموریت اصلی خود که

محمدرضا صادقی مقدم:

قدرت و اختیار بانک مرکزی افزایش می‌یابد

محمدرضا صادقی مقدم، عضو هیات علمی دانشگاه تهران و مدیرعامل شرکت «مدیریت سرمایه‌گذاری ملی ایران» معتقد است یکی از بزرگ‌ترین اشکالات اسانسانمه تیپ بانک مرکزی این است که قدرت و نقش سهامداران را کاهش و قدرت و اختیار بانک مرکزی را افزایش می‌دهد.

به نظر شما ابلاغیه بانک مرکزی در مورد تغییر اسانسانمه بانک‌ها دارای چه ایرادات و اشکالاتی است؟

اولا اینکه در بسیاری از بخش‌های اسانسانمه تیپ بانک مرکزی به انتصاب مدیر توجه شده است در صورتی که «انتصاب» واژه‌ای در قوانین مشمول بنگاه‌های دولتی است. این در حالی است که اسانسانمه، مربوط به بانک‌های خصوصی است و اسانسانمه این بانک‌ها هیچ ارتباطی با انتصاب ندارد و در این بانک‌ها بحث انتخاب مطابق با قانون تجارت مطرح است.

یکی دیگر از اشکالات این اسانسانمه آن است که سهامداران خصوصی را از کاندیداتوری برای انتخابات هیات‌مدیره ممنوع کرده است و گفته شده هر کسی قصد عضویت در هیات‌مدیره را دارد باید به‌عنوان سهامدار حقیقی باشد. در واقع ما با بخشی که بانک مرکزی را به‌عنوان یک نهاد تنظیم‌کننده مقررات دارای صلاحیت تعریف کرده و مورد تأیید قرار داده است مشکلی نداریم اما مشکل ما با بخشی است که گفته شده یک فرد برای کاندیداتوری هیات‌مدیره مشخص شود، زیرا زمانی که این اتفاق می‌افتد، مسئولیت برعهده این فرد حقیقی قرار می‌گیرد و هیچ‌گونه نمایندگی از طرف هیچ نهاد حقوقی ندارد، بنابراین در اینجا سهامدار هیچ نقشی در حمایت و حفاظت از منافع سهامداری‌اش در بانک ندارد. به‌طور کلی یکی از بزرگ‌ترین مشکلات اسانسانمه مذکور این است که قدرت و نقش سهامدار را کم کرده و قدرت و اختیار بانک مرکزی را افزایش داده و از سوی دیگر هیچ مسئولیتی به دوش بانک مرکزی نگذاشته است. به عبارت دیگر مطابق این اسانسانمه نمونه، بانک مرکزی از یک نهاد ناظر به یک نهاد مداخله‌گر تبدیل می‌شود. از سوی دیگر هیات عامل اصلا شفاف نیست زیرا گفته شده هیات‌مدیره باید تشکیل شود و وظایف خود را به یک هیات عامل تفویض کند که دوباره در بانک تشکیل می‌شود. در واقع در اینجا هیات‌مدیره که نقش نمایندگی سهامداران را دارد، باید وظایف خود را به یک هیات عامل تفویض کند. در حالی است که مسئولیت هیات عامل نیز نامعلوم و گنگ است.

نحوه برگزاری انتخابات برای اصلاح اسانسانمه بانک‌ها را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

نحوه برگزاری انتخابات برای اصلاح اسانسانمه و مجامع انتخاب اسانسانمه از اساس زیر سوال است. مجامعی که برای چند بانک از جمله بانک‌های تجارت، ملت و صادرات برگزار شد، بنا به استناد یکی از مصوبات دولت در سال ۸۸ است. در این سال نمایندگان دولت به جای نمایندگان سهام عدالت در مجامع حاضر شدند و رأی به تصویب این اسانسانمه‌ها دادند، در صورتی که به‌عنوان مثال دولت در بانک تجارت ۲۰ درصد سهام دارد و ۴۰ درصد هم به نمایندگی از سهام عدالت بر اختیار گرفته و این درحالی است که رأی به یک اسانسانمه بانک غیردولتی می‌دهد، پس چطور امکان دارد که وقتی دولت ۶۰ درصد سهام دارد، بتواند اسانسانمه یک بانک غیردولتی را تغییر دهد. در واقع اینها اشکالاتی است که برگزاری مجامع این اسانسانمه‌ها وجود داشته است.

پذیرش این اسانسانمه چه آثار و پیامدهایی را به دنبال خواهد داشت؟

با پذیرش این اسانسانمه قدرت و دخالت بانک مرکزی به‌شدت افزایش می‌یابد؛ بانک‌هایی که به بخش خصوصی واگذار شده‌اند، دوباره ماهیت دولتی پیدا می‌کنند، بنابراین اتفاقی که می‌افتد این است که سهامداران به هیچ عنوان رغبتی به سهامداری در بانک‌ها نخواهند داشت، زیرا محل و ابزاری برای دفاع از حقوق سهامداری خود در هیات‌مدیره‌ها و مجامع در اختیار ندارند.

آلبرت بغوزیان:

نسبت به سیستم بانکی بی‌اعتمادی ایجاد می‌شود

جلسه‌ای را با حضور مدیران و سهامداران بانک‌ها و کانون بانک‌ها و موسسات اعتباری خصوصی برگزار می‌کرد و نباید پشت درهای بسته این تصمیم را در مورد تغییر اسانسانمه بانک‌ها اتخاذ می‌کرد. پس از ابلاغ این اسانسانمه هم بانک مرکزی می‌توانست موضوعات و اشکالات مطرح شده را دور یک میز و در تعامل با مدیران و سهامداران بانک‌ها حل کند و نیازی به اجبار و تهدید وجود نداشت. قاعدتا این اقدام بانک مرکزی موجب شکل‌گیری یک نوع بی‌اعتمادی نسبت به سیستم بانکی می‌شود.

سهامداران، اسانسانمه تیپ بانک مرکزی دارای ایرادات و اشکالاتی از جهات شکلی و محتوایی است و قاعدتا باید مسئولان بانک مرکزی پاسخ‌شفاف و مشخصی به ایرادات مطرح شده ارائه دهند. بخشی از ایراداتی که به اسانسانمه تیپ بانک مرکزی وارد می‌شود، به این دلیل است که در این رابطه با مدیران و سهامداران بانک‌ها هفکری و تعامل نشده است. این اقدام بانک مرکزی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

مسلم‌اقبل از اتخاذ چنین تصمیمی باید بانک مرکزی

آزموده

بانک‌های خصوصی موفق تا چه حد از بانک مرکزی اثر می‌گیرند؟

ترجمه و گردآوری: رویا پاک سرشت

قدمت تأسیس بانک‌ها در جهان، به سال‌ها پیش بازمی‌گردد اما از سال ۱۹۴۵ میلادی تاکنون، بانک‌های مرکزی به معنایی که امروز آنها را می‌شناسیم، گسترش یافتند. بانک‌های مرکزی در هر نقطه از جهان، خلمشی‌های مشخصی را دنبال می‌کنند؛ وظایفی مثل اعطای وام، مشاوره به دولت در سیاست‌های ارزی، متولی ذخایر بین‌المللی کشور، مدیریت محدود ارز، فروشنده ارزهای خارجی و طلا، نظارت بانکی - تجاری و ...

در کنار این وظایف مشترک، بانک‌های مرکزی در کشورهای مختلف، حیطه فعالیت متفاوت و گستره نفوذ متنوعی دارند. بنا بر مقاله‌ای که نشریه روزنبرگ در این مورد منتشر کرده، در آمریکا یک رابطه منحصr به فرد بین مجلس و بانک مرکزی برقرار است. در واقع نوعی رابطه محکم بین سیستم دولتی و نظام بانکداری آمریکا برقرار است. اما در اروپا وضع کاملا متفاوت است. در سراسر اتحادیه اروپا قوانین بانکداری به نسبت یکسانی برقرار است. نکته قابل توجه در این قوانین، عدم وابستگی سیستم بانکداری مرکزی به بدنه دولت است. بر این اساس، با وجود آنکه بانک مرکزی تابع قوانین دولتی است اما لزوما به آنها وابسته نیست. شاید علت موفقیت بانکداری خصوصی در سراسر اروپا به همین انعطاف قوانین بانک مرکزی متکی باشد. به بیانی ساده‌تر، بانک‌های خصوصی اروپایی موظف به ارائه اسانسانمه کلی بانک در بدو تأسیس و گزارش سالانه در طول سال‌های فعالیت خود به سیستم بانکداری مرکزی هستند اما در طول دوران فعالیت‌شان موظف به اعمال تغییر در اسانسانمه‌ها یا تصمیم‌های شورای مدیریتی خود نیستند. از سوی دیگر، بانک مرکزی اتحادیه اروپا در عین نظارت بر سیستم گردش پول و رصد کردن تخلفات بانکی و مالیاتی، دخالتی در چگونگی اداره بانک‌ها ندارد.

به‌طورکلی، از قرن ۱۹ میلادی به بعد، بانک‌های مرکزی بی‌رویه محصور به نقش محوری و نظارتی عمل کرده‌اند تا در نقش اعمال‌کننده فشار و قدرت بر بانک‌های غیردولتی. اصل ۱۸ قوانین بانکداری اتحادیه اروپا به وضوح بر لزوم آزادی بانک‌های خصوصی در معاملات و اعطای وام‌ها، به‌ویژه در بخش بین‌الملل تأکید دارد. البته در صورت هرگونه تخلف بانک‌های خصوصی با آنها برخورد قانونی می‌شود اما همین انعطاف باعث رشد چشمگیر برخی بانک‌های خصوصی در عرصه تجارت جهانی و حتی در برخی مواقع رقابت آشکارشان با بانک‌های مرکزی شده است. چنین انعطاف و آزادی عملی، حجم معادلات در گردش را به حداکثر رسانده است. میلیون فردیمن، برنده جایزه نوبل اقتصاد، نفوذ بی‌رویه بانک‌های مرکزی با فدرال را بر بانک‌های خصوصی و موسسات اعتباری اشتباهی بزرگ ارزیابی می‌کند. از دید او قوانینی مانند قانون ۱۹۱۳ فدرال آمریکا که براساس آن تمامی بانک‌های خصوصی زیرمجموعه‌ای از بانک‌های فدرال هستند بسیار غلط بوده و بر لزوم استقلال بانک‌های خصوصی در شورای تصمیم‌گیری و نحوه ارائه خدمات بانکی تأکید دارد.

مشهورترین و موفق‌ترین بانک‌های خصوصی دنیا
•ولزفارگو: موفقیت همراه با وفاداری به نظام بانکی مرکزی

ولز فارگو جزو ۱۰ بانک برتر خصوصی دنیا طبقه‌بندی شده است. این بانک خصوصی آمریکایی، دارای شعب بین‌المللی پر تعداد در سراسر دنیاست و البته افتخار این را دارد که تنها بانک خصوصی آمریکاست که از بحران‌های مالی آمریکا، بی‌هیچ خسارت قابل توجهی عبور کرده است. این بانک بنا بر سیاست‌های مالی آمریکا با دولت و به‌ویژه بانک مرکزی روابط حسنه‌ای دارد.

•دویچه بانک: تابع قوانین، فراتر از قوانین
دویچه بانک از سوی نشریه فوربس و بلومبرگ به‌عنوان سومین بانک برتر جهان ارزیابی شده، بانکی که شعبه مرکزی آن در برج‌های دولوی فرانکفورت است اما در تمامی شهرهای بزرگ جهان از جمله لندن، زوریخ، سنگاپور، دبی، بانکوک و ریاض شعبه‌های معتبر دارد. رکورد این بانک در مبادلات ارزی در سراسر جهان در سال ۲۰۰۹ خیره‌کننده بود. سیاست‌های کلی دویچه بانک مطابق با قوانین بانک مرکزی اتحادیه اروپاست، در عین حال، بلندپروازی‌های مدیران بانک و تلاش آنها برای دستیابی به بازارهای بین‌المللی، سرمایه‌گذاری‌های مداوم در پروژه‌های مختلف عمرانی و اجرایی بانک که حاصل تفکرات مدیر اجرایی بانک «یورگن تورس» است، باعث شده این بانک با استقلال کامل در راستای اهداف خود گام بردارد. تمرکز دویچه بانک در سرمایه‌گذاری‌های خصوصی، زیر نظر تیم مدیریت این بانک باعث شده، این بانک کاملا از زیر پرچم بانک مرکزی آلمان خارج شده و وجهه‌ای ممتاز و بین‌المللی کسب کند.

روبال بانک کانادا
روبال بانک کانادا یکی از مشهورترین بانک‌های جهان و جزو قهرست ۱۰ بانک برتر دنیاست. به‌طورکلی سیستم بانکداری خصوصی کانادا، اساس کشور کانادا، بانک‌های موفق و مشهور خصوصی متعددی چون روبال بانک و BMO دارد. به‌طورکلی در سراسر منطقه کارائیب و کانادا، روبال بانک رتبه یکم از لحاظ خدمات بانکداری را به خود اختصاص داده است. سیاست‌های کلی روبال بانک کانادا به بانک مرکزی این کشور وابستگی دارد اما این بانک با فعالیت‌ها و سیاست‌های بین‌المللی خاص خود به فعالیت می‌پردازد. این استقلال در شورای سیاست‌گذاری باعث شده، مشاوره‌های مالیاتی این بانک نتانها در سراسر کانادا بلکه در سطح جهان مشتری‌های پروپاقرص داشته باشند.

