روزنامه اقتصادی - مدیریتی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شنبه ۱۶ آبان ماه ۱۳۹۴

Sat. 7 Nov 2015

۲۴ محرم ۱۴۳۷ - سال دوم

شماره ۳۶۵ - ۲۴+۱۶ صفحه - ۱۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

اقدام سازمان توسعه تجارت برای بازتعریف خودروهای لوکس

قیمت، مبنای ممنوعیت

بازتعریف خودروهای لوکس خواسته اکثر واردکنندگان خودرو و کارشناسان این صنعت است؛ خواسته‌ای که از شهریور ماه سال گذشته با ممنوعیت واردات خودروهایی با حجم موتور بالای ۲۵۰۰ سی‌سی شکل گرفت. حالا رئیس سازمان توسعه تجارت می‌گوید که دولت قصد بازنگری در این تعریف را دارد. ولی‌الله افخمی‌راد، رئیس سازمان توسعه تجارت ایران...

۷

نرخ سود بانکی چقدر باید کاهش پیدا کند؟

ماراتن ۳ عدد در شورای پول و اعتبار

درحالی‌که بانک مرکزی ایران بسته سیاستی خروج از رکود را ابلاغ کرده است، موضوع کاهش نرخ سود بانکی همچنان در هاله‌ای از ابهام قرار دارد. تاکنون شورای پول و اعتبار دو بار تشکیل جلسه داده اما با این وجود هنوز به نتیجه مشخصی در مورد کاهش نرخ سود بانکی نرسیده است.

به گفته برخی اعضای شورای پول و اعتبار همه اعضای این شورا بر کاهش نرخ سود تأکید دارند اما بانک مرکزی نگران است که این کاهش منجر به پایین آمدن واقعی نرخ سود نشود. شنیده‌ها و قرائنی وجود دارد که نشان می‌دهد میزان کاهش نرخ سود بانکی بیش از ۱۸ درصدی است که در اردیبهشت‌ماه وزیر اقتصاد به شورای پول و اعتبار پیشنهاد داده بود. در این باره رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی تلویحا رقم کاهش نرخ سود را هم مطرح کرده و گفته است: در قالب بسته سیاستی دولت، نرخ سود تسهیلات خرید کالا و خودرو به سطح ۱۶ و ۱۲ درصد کاهش یافته (مابه‌التفاوت نرخ سود در قالب یارانه به بانک‌ها پرداخت می‌شود) که بخش قابل توجهی از تسهیلات را شامل می‌شود و این باید فراگیر شود.

وی با بیان اینکه نرخ سود تسهیلات در آن بخش‌هایی که مدنظر دولت بوده به‌صورت هدفمند کاهش یافته، گفته است: نظر دولت کاهش نرخ سود است و بانک مرکزی هم قبول دارد که با نرخ تورم فعلی باید کاهش یابد اما فقط نسبت به درصد تقلیل نرخ سود اختلاف نظر وجود دارد. نرخ مدنظر بانک مرکزی بالاتر از وزارت اقتصاد و نرخ پیشنهادی سازمان مدیریت کمتر از وزارت اقتصاد است و در واقع نرخ سود مدنظر سازمان مدیریت کمترین نرخ است.

در واقع با تحلیل سخنان نوبخت می‌توان به این پیشنهادها رسید: نرخ ۱۸درصدی پیشنهاد شده از سوی بانک مرکزی، نرخ ۱۶ درصدی پیشنهاد شده از سوی وزارت اقتصاد و نرخ ۱۲ درصدی پیشنهاد شده از سوی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی؛ اما در این میان کدام‌یک حرف خود را بر کرسی می‌نشاند؟

۴

بانک مرکزی و وزارت صنعت در اطلاعیه‌ای مشترک اعلام کردند

آغاز اجرای طرح خرید کالای ایرانی

۳

برای مدیران

بازاریابی مجانی

باشگاه مشتریان خود را تاسیس کنید

۱۰

چگونگی چیدمان محصول

۱۱

برای سرمایه‌گذاران

بررسی چالش‌های سرمایه‌گذاری جسورانه در کشور

مهم‌ترین شیوه تامین مالی در شرکت‌ها

۱۴

ورود چراغ خاموش سرمایه‌ها؟

۱۲

یادداشت

آیا باید مدیر از خارج وارد کنیم؟

بابک بهی

بازاردان

وزیر صنعت در همایش روز ملی صادرات با بیان اینکه در اقتصاد نیز نیازمند واردات مدیران اقتصادی خارجی هستیم، گفت: همان‌طور...

۱۱

گفت‌وگو

مدیریت دانش راهی برای تعالی کیفیت

ایمان رستگار مقدم

عضو انجمن مدیریت کیفیت

مدیریت کیفیت و مدیریت دانش فرآیندهایی مستمر و جاری در سازمان‌ها هستند، زیرا هردوی آنها به دنبال ارتقای کیفیت...

۱۵

موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی منتشر کرد

تنگناهای اقتصاد دست و پا بسته ایران

مهم‌ترین چالش‌های اقتصادی سال ۱۳۹۳ در موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت وبرنامه‌ریزی مورد بررسی قرار گرفته است.

براساس مطالعات انجام شده در این موسسه، افزایش نسبت موجودی انبار به تولید در صنایع بورسی و کاهش شاخص فروش در برخی از صنایع در سال ۹۳ از مهم‌ترین عواملی بودند که صنایع کشور را برای فروش محصولات خود با مشکل تقاضا در داخل مواجه کرده‌اند.

از سویی دیگر، وجود تنگنای تامین مالی مشکل دیگری است که بنگاه‌های اقتصادی در حال حاضر با آن دست به گریبان هستند. به این ترتیب حل مشکل تقاضا برای تولیدات داخلی و رفع تنگناهای تامین مالی بخش حقیقی اقتصاد، برای جلوگیری از کاهش نرخ رشد اقتصادی ضروری به نظر می‌رسد.

انقباض مالی در اقتصاد

براساس گزارش موسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی در شرایط موجود، مهم‌ترین مشکلی که اقتصاد ایران با آن مواجه است، مسئله تنگنای مالی است. به طور کلی تامین مالی برای بنگاه‌های اقتصادی در کشور از طریق بودجه دولت، سیستم بانکی و بازار سرمایه صورت می‌گیرد.

تحریم‌های اقتصادی و کاهش توان صادرات نفتی ایران، درآمد نفتی و در پی آن درآمد بودجه دولت را با کاهش مواجه کرد. از سوی دیگر کاهش قیمت نفت در نیمه دوم سال ۹۳ موجب کاهش هرچه بیشتر درآمد نفتی دولت شد. بنابراین تامین مالی به وسیله بودجه دولت تا پیش از ایجاد گشایش در مناسبات بین‌المللی، با تنگنا همراه خواهد بود.

براساس این گزارش، بازار سرمایه در کشور از توسعه لازم برای تامین مالی بنگاه‌های اقتصادی برخوردار نیست. به‌صورت تاریخی، بنگاه‌ها در اقتصاد ایران برای تامین مالی به نظام بانکی وابسته بوده‌اند. اما امروز نظام بانکی نیز در تامین منابع با مشکلات بی‌شماری دست و پنجه نرم می‌کند و در تامین منابع از محل بازگشت تسهیلات پرداختی دچار مشکل شده است.

بنابراین تا پیش از برطرف کردن مشکل تامین منابع بانک‌ها، سیستم بانکی نیز نمی‌تواند نقش خود را در تامین مالی بنگاه‌های اقتصادی به طور موثر ایفا کند. تامین مالی بخش حقیقی از کانال سیستم بانکی، بودجه دولتی و بازار سرمایه صورت می‌گیرد که هر سه کانال در شرایط جاری در پاسخگویی به نیازهای مالی بنگاه‌های اقتصادی دچار مشکل هستند.

ریشه انجماد دارایی‌ها کجاست؟

این موسسه در بخشی دیگر از گزارش خود به انجماد دارایی‌ها اشاره می‌کند. مطالبات معوق، بدهی دولت به سیستم بانکی و پیمانکاران و قفل شدن منابع در بخش مسکن موجب انجماد دارایی‌های بانک‌ها شده و امکان تسهیلات‌دهی بانک‌ها به طور قابل توجهی کاهش یافته است. براساس این گزارش، بدهی دولت به سیستم بانکی و پیمانکاران بخش‌خصوصی تاثیر مهمی بر قفل شدن منابع بانک‌ها دارد.

راهکار برون رفت از انقباض مالی چیست؟

این موسسه پیشنهاد می‌کند دولت با تعیین‌تکلیف بدهی خود باید در جهت ایجاد گشایش در منابع سیستم بانکی گام بردارد. در این زمینه دولت می‌تواند بدهی خود را به پیمانکاران با انتشار اوراق قرضه و ایجاد بازار بدهی پرداخت کند. همچنین بانک مرکزی نیز می‌تواند با توجه به تجربه جهانی برای حل مشکل مطالبات معوق بانک‌ها و کمک به بانک‌ها در جهت کاهش آن، نقش موثری در احیای تامین مالی بخش حقیقی اقتصاد از کانال سیستم بانکی ایفا کند.

شرط ورود سرمایه‌گذاران خارجی

این موسسه برای توسعه بازار سرمایه و جذب سرمایه خارجی نیزپیشنهادهایی ارائه می‌کند. براساس این گزارش، توسعه بازار سرمایه نیز به طور موازی با حل مشکلات سیستم بانکی باید مدنظر قرار گیرد. با بهبود شرایط در بازار سرمایه و توسعه آن، امکان جذب سرمایه خارجی در این بازار فراهم و تامین مالی از طریق بازار سرمایه به‌عنوان بخش مهمی از تامین سرمایه بخش‌حقیقی محقق شود. با توجه به انتشار بیانیه سوییس و خوشبینی‌های ایجاد شده در خصوص انعقاد توافق جامع هسته‌ای، منابع قابل توجهی از داخل و با احتمال بسیار زیاد، از خارج کشور به سمت بازار سرمایه جاری خواهد شد.

بستر رشد اقتصادی چگونه فراهم می‌شود؟

به کارگیری سیاست‌هایی به منظور تقویت بازار سرمایه و افزایش جذب منابع، در کنار برطرف کردن موانع و محدودیت‌های تامین مالی در بخش بودجه دولتی و سیستم بانکی، از جمله اقدامات مهمی هستند که دولت برای ایجاد بستر مناسب برای افزایش نرخ رشد اقتصادی در سال ۹۴ باید به آنها بپردازد.

معضل تقاضا برای تولید

از دیدگاه این موسسه، تحریک تقاضا برای تولیدات داخلی مسئله دیگری است که دولت برای جلوگیری از کاهش نرخ رشد اقتصادی در سال ۹۴ باید مورد توجه قرار دهد. با توجه به افت درآمدهای دولت و همچنین کاهش مستمر درآمد حقیقی خانوارها در سال‌های اخیر، نمی‌توان برای جلوگیری از کاهش نرخ رشد اقتصادی به تقاضای داخلی امیدوار بود. به این ترتیب توسعه صادرات به منظور جبران تقاضای داخلی، تنها راه‌حل موجود است. شرط لازم برای افزایش صادرات تولیدات داخلی، توان رقابت آن با کالاهای خارجی است.

افزایش نرخ ارز متناسب با تفاوت نرخ تورم داخلی و خارجی نیست

همچنین مقایسه نرخ ارز تعدیل شده و نرخ ارز اسمی نشان می‌دهد که نرخ ارز اسمی در دهه ۸۰ و سال‌های ابتدایی دهه ۹۰ به طور مداوم کمتر از نرخ ارز تعدیل شده بوده است. گرچه در سال‌های ۹۰ و ۹۱ فاصله این دو نرخ از یکدیگر کاهش یافت اما از سال ۹۲ این فاصله بار دیگر روندی واگرا را در پیش گرفت به‌گونه‌ای که نرخ ارز اسمی به کمتر از ۶۰درصد نرخ ارز تعدیل شده در پایان سال ۹۳ رسید. بنابراین با وجودی که نرخ ارز در سال ۹۳ نسبت به سال ۹۲ افزایش یافته اما میزان این افزایش متناسب با تفاوت در نرخ‌های تورم داخلی و خارجی نیست.

دستاوردی به نام کاهش رقابت‌پذیری تولیدات داخلی

یکی از مهم‌ترین اثرات عدم افزایش نرخ ارز متناسب با نرخ تورم، کاهش رقابت‌پذیری محصولات داخلی است. به عبارت دیگر کالاهای داخلی نسبت به کالاهای مشابه خارجی در بازارهای جهانی با افزایش قیمت مواجه خواهند بود و قدرت رقابت‌پذیری خود را از دست خواهند داد. براساس این گزارش، در شرایطی که اقتصاد ملی با کاهش تقاضای داخلی مواجه است و نیاز دارد برای جلوگیری از کاهش نرخ رشد اقتصادی، صادرات را توسعه دهد، ادامه سیاست ارزی جاری و عدم افزایش نرخ ارز متناسب با نرخ تورم داخلی، موجب کاهش رقابت‌پذیری کالاهای داخلی و محدود شدن امکان توسعه صادرات می‌شود.

فرصت امروز

نخستین روزنامه اقتصادی - مدیریتی کشور

میزبان شما در نمایشگاه مطبوعات

شبستان ۳ - غرفه ۳۹۲

۱۶ تا ۲۲ آبان - ۹ صبح الی ۸ شب

ایام هفته	صبح	ساعت	عصر	ساعت
شنبه	افتتاحیه			
یکشنبه	گروه سرمایه گذاری گروه بورس و بانک	۱۲-۱۰	**میزگرد** چالش های اساسی پیش روی صنعت تبلیغات گروه مدیریت تبلیغات	۱۹-۱۷
دوشنبه	گروه نفت و نیرو گروه اصناف و بازرگانی	۱۲-۱۰	**میزگرد** معرفی فرصت های سرمایه گذاری بورس در پساتحریم	۱۸-۱۶
سه شنبه	گروه کارو تولید گروه خودرو	۱۲-۱۰	**میزگرد** ارزیابی نقش شایسته سالاری در مدیریت	۱۱-۹
چهارشنبه	گروه سرمایه گذاری گروه کافه مدیران	۱۲-۱۰	**میزگرد** استراتژی های مارکتینگی مناسب برای پسا تحریم گروه مدیریت بازاریابی	۱۹-۱۷
پنجشنبه	شورای سردبیری	۱۳-۱۱	**میزگرد** بازار سهام در پساتحریم و روش‌های تحلیل آن	۱۸-۱۶
جمعه	مدیر مسئول	۱۷-۱۱	اختتامیه	

www.forsatnet.ir

بین‌الملل

عراق به دنبال جذب سرمایه‌گذاری خارجی برای توسعه بخش انرژی در بصره

مقامات عراقی و همچنین مسئولان محلی استان بصره که در جنوب عراق قرار دارد قصد دارند به منظور توسعه زیرساخت‌های بخش انرژی بصره با تأسیس شرکتی در این استان، اقدام به جذب مستقیم سرمایه‌گذاری خارجی کنند. در همین رابطه شورای بصره به عنوان نهاد مسئول در حوزه مسائل اقتصادی این استان اعلام کرد که قصد دارد یک شرکت سرمایه‌گذاری به منظور جذب سرمایه خارجی در بخش‌های کلیدی و مهم نظیر نفت، گاز، زیرساخت، پتروشیمی و تولید کود شیمیایی تاسیس کند.

در این زمینه و در حاشیه کنفرانس نفت‌وگاز و زیرساخت بصره در استانبول ترکیه، علی‌الفریس رئیس کمیته نفت و گاز در شورای بصره در گفت‌وگو با مجله گاز طبیعی اروپا اعلام کرد که شرکت تازه تاسیس در بصره در ابتدای کار روی بخش انرژی و توسعه زیرساخت‌های مربوط به نفت و گاز تمرکز خواهد کرد. الفریس ادامه داد: «رکود اقتصادی و کاهش شدید قیمت نفت خام در بازارهای جهانی، اثرات مخربی بر اقتصاد عراق و استان بصره داشته است. در نتیجه مقامات دولتی در بغداد تصمیم گرفتند با توانمندسازی شوراهای استان‌ها این امکان را فراهم کنند تا این شوراها اقدام به برنامه‌ریزی کرده و از این طریق تبعات ناشی از کاهش قیمت نفت در بازارهای جهانی را کاهش دهند. بنابراین ما تصمیم گرفتیم با تاسیس شرکتی در استان بصره از اقدامات دولت در این زمینه حمایت کنیم.» رئیس کمیته انرژی در شورای بصره افزود: «زمینه فعالیت این شرکت صرفا به بخش انرژی محدود نشده و جذب سرمایه‌های لازم جهت تامین آب و برق مورد نیاز و همچنین تحصیلات، بهداشت، کشاورزی و حمل و نقل نیز در دستور کار این شرکت قراردارد.»

الفریس در ادامه اظهار داشت که شورای بصره در راستای دستیابی به اهداف موردنظر خود هنوز هیچگونه فرمان یا حکم قانونی در ارتباط با شرکت‌های مشاوره‌ای فعال در حوزه زمین‌شناسی صادر نکرده است. اما از شرکت‌هایی که آمادگی لازم در جهت حرکت در مسیر مورد نظر این شورا را دارند استقبال می‌کند. لازم به ذکر است که این شرکت که با نام «Basra Company» یا شرکت بصره از آن نام برده می‌شود در چارچوب قوانین فدرال عراق تأسیس شده و بر مبنای سیاست‌های دولت مرکزی‌عمل‌خواهدکرد.

مباحث مربوط به تاسیس شرکت بصره و اهداف آن در شرایطی مطرح می‌شود که عراق در روند اعطای قراردادهای توسعه در میادین نفتی «الزوبیر، رومیله (شمال و جنوب)، مجنون، قورنای غربی و سیبا است که به این میادین باید میدان‌های نفتی موجود در استان میسان را نیز اضافه کرد. گفتنی است که این میادین از جمله میدان ال لهیس، ناحور عمر، رتاوی، توبا، سوبا و سینباد از مدتی قبل تحت نظارت دولت فدرال عراق قرار داشته است. مشکل اصلی میادین نفتی مذکور بی‌توجهی نسبت به آنها بوده که این موضوع سبب کاهش بهره‌وری در آنان شده است. لازم به ذکر است که از جمله مسئولیت‌های شرکت « Basra Company» نظارت و مدیریت بر این میدان‌ها و بازاریابی برای تولیدات آنها است.

استان بصره در عراق حاوی ۷۰درصد از ذخایر گاز طبیعی کشف شده در این کشور که حجم آن ۱۱۲ تریلیون مترمکعب برآورد شده که این میزان بر اساس اطلاعات منتشر شده از سوی اداره اطلاعات انرژی آمریکا، عراق را به دوازدهمین کشور دارای ذخایر گاز طبیعی در جهان بدل می‌کند. این آمار در حالی منتشر شده است که عراق در حال حاضر دومین تولیدکننده نفت اوپک بوده و ۵۹ درصد از ذخایر نفت خام این کشور در استان بصره قرار دارد.

الفریس، مدیر کمیته انرژی شورای بصره در ادامه به مجله گاز طبیعی اروپا گفت: «شرکت‌های بسیار زیادی در حوزه‌های مختلف از جمله پتروشیمی، تولید کاغذ و کود شیمیایی در عراق فعالیت می‌کنند که با بهترین شرکت‌های منطقه از لحاظ کیفیت و بهره‌وری برابری می‌کنند. با این حال این شرکت‌ها برای ادامه کار خود و افزایش بهره‌وری و تولید به سرمایه‌گذاری، توانبخشی و نوسازی نیازمندند.»

الفریس در پایان اضافه کرد: «شرکت «Basra Company» می‌تواند عرضه اولیه و عمومی خود را طی دو سال آینده صورت داده و مردم بصره این امکان را خواهند داشت تا در این شرکت سرمایه‌گذاری کرده و سهامدار آن باشند.» این موضع در حالی از سوی این مقام محلی مطرح شد که هنوز در مورد میزان و درصد سهامی که افراد می‌توانند در اختیار داشته باشند اطلاعات چندانی مطرح نشده است.

ترجمه: معراج آگاهی
منبع: مجله گاز طبیعی اروپا

مدیر طرح‌های شرکت ملی صنایع پتروشیمی در گفت‌وگو با «فرصت امروز»:

تمرکز بر جلب سرمایه‌گذار در پایین‌دستی پتروشیمی

الهه ابراهیمی

سرمایه‌گذاران تمایل زیادی برای حضور در بالادستی صنعت پتروشیمی دارند اما این تمایل در پایین دستی وجود ندارد از این رو باوجود مواد اولیه برای بسیاری از مصنوعات مورد نیاز کشور در صنایع تکمیلی، با این حقیقت مواجه هستیم که واردکننده مصنوعات هستیم. مدیر طرح‌های شرکت ملی صنایع پتروشیمی از برنامه منسجم وزارت نفت برای تکمیل چرخه پتروشیمی می‌گوید که در آن دولت به دنبال جذب سرمایه‌گذاران در صنعت پایین‌دستی پتروشیمی است.

بیژن زنگنه، وزیر نفت بارها توسعه صنایع تکمیلی را در کنار توسعه بالادستی پتروشیمی عنوان کرده است، اما بعد از لغو تحریم‌ها علیه ایران کمتر برنامه منسجمی از سوی وزارت نفت برای پایین‌دستی پتروشیمی عنوان شده است. بر همین اساس به دلیل ضرورت تکمیل زنجیره ارزش در صنعت پتروشیمی با مرضیه شاهدایی، مدیر طرح‌های شرکت‌ملی‌صنایع‌پتروشیمی به‌گفت‌وگونشستیم.

بر اساس یکی از طرح‌های جدی شرکت ملی پتروشیمی قرار بود توسعه پایین‌دستی پتروشیمی در شهرک‌های صنعتی از رونق افتاده اجرایی شود، در این خصوص چه اقدامات مؤثری صورت گرفته است؟

برای اجرایی کردن این طرح شهرک‌های صنعتی برخی از استان‌ها از جمله ایلام، کردستان و آذربایجان غربی مورد بررسی قرار گرفت و زیرساخت‌های مورد نیاز برای این طرح بررسی شده است. با این وجود مهم‌ترین اقدام باید جلب سرمایه‌گذار به سمت شهرک‌های صنعتی برای توسعه صنایع پایین دستی باشد که در این زمینه تلاش بسیاری صورت گرفته به‌طوری که سرمایه‌گذاران منطقه‌ای شناسایی و معرفی شده و با استاندار و نماینده وزارت صنعت و معدن در استان‌ها نیز وارد مذاکره شدیم. با لغو تحریم‌ها موانع در حال برطرف شدن است و بدون شک در این فضا می‌توانیم سرمایه‌گذاران خارجی را جذب کنیم، همچنین لازم است صنعت پتروشیمی را به سمتی ببریم که تولید مواد اولیه مورد نیاز صنایع پایین‌دستی را افزایش دهد. اگر بتوانیم اقدامات تعریف شده در پایین‌دستی را به سرانجام برسانیم، بدون شک موفقیت‌های بیشماری نسبت به بالادستی حاصل خواهیم کرد.

وضعیت اقتصادی کشور در شرایط مساعد نیست و سرمایه‌گذاران تمایل دارند در بخش‌هایی غیراز پایین‌دستی پتروشیمی سرمایه‌گذاری کنند، علت چیست؟ آیا می‌توان گفت نبود اعتماد نسبت به چرخه بالادستی در تأمین خوراک است یا عدم بازگشت سرمایه از علل اصلی است؟

اینکه سرمایه‌گذاران حاضر به سرمایه‌گذاری در صنعت نیستند معضل جدی کشور است و مختص صنایع پایین‌دستی پتروشیمی نیست، مشکلات اقتصادی موجب شده تا سرمایه‌گذار نداند که با سرمایه خود چه باید کند؟ در بانک بماند بهتر است یا در صنعت سرمایه‌گذاری کند، اما به استناد سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی دولت، سرمایه‌ها در کشور سرمایه‌گذاری خواهد شد.

از جذب سرمایه گذاران خارجی برای توسعه پایین دستی پتروشیمی سخن گفتید، فکر می‌کنید چه درصد از پایین دستی توسط سرمایه‌گذاران داخلی توسعه یابند؟

سیاست و تلاش ما بر این است که صنایع کوچک داخلی باشد و سرمایه‌گذاران خارجی برای صنایع بزرگ حضور داشته باشند. پایین دستی پتروشیمی نیز صنعت کوچک است.

آیا در شرایط کنونی موفق به جذب سرمایه‌گذاران داخلی خواهید بود؟

اگر سیاست‌گذاری کلان اقتصادی دولت درست باشد قطعا شاهد حضور سرمایه‌گذاری در بخش پایین‌دستی خواهیم بود، مشکلات پتروشیمی باید کلان دیده شود.

توسعه پایین دستی پتروشیمی چندساله تعریف شده است و آیا دولت برنامه منسجم و جدی برای این تکمیل زنجیره ارزش صنعت پتروشیمی دارد؟

موفقیت در توسعه پایین‌دستی به دو عامل بستگی دارد، در سطح پتروشیمی تلاش داریم خوراک و مواد اولیه مورد نیاز در داخل کشور تولید و صنایع پتروشیمی تکمیل شود. البته در این مسیر باید سیاست‌گذاری کلان اقتصادی کشور به گونه‌ای باشد که سرمایه‌گذار جلب این صنعت شود. تلاش‌های ما در سیاست‌گذاری پایین دستی بدون جلب سرمایه بی‌نتیجه خواهدبود و این هنر دولت است که بتواند سرمایه‌گذار جلب کند.

یکی از جمله مشکلات توسعه پایین دستی، عدم دسترسی به خوراک مورد نیاز است. برخی کارشناسان از وجود رانت در عرضه خوراک سخن می‌گویند، رانتی که به واسطه عرضه خوراک در پتروشیمی ایجاد شده است، نظر شما چیست؟

پیش از این نیز اعلام کردم که عرضه محصولات پتروشیمی در بورس و غیربورس با رانت همراه است، محصولات پتروشیمی برای پایین دستی در بورس به صورت یکپارچه در حال عرضه شدن است. بسیاری از تولیدکنندگان تمایل دارند محصولات خود را در خارج از بورس عرضه کنند و بسیاری از خریداران این محصولات در پایین دست نیز تمایل دارند به طور مستقیم از تولیدکننده خارج از بورس خرید کنند و معتقدند مشکلات بوروکراسی و قوانین دست‌وپاگیر وجود دارد که مانع می‌شود.

برق

خوب و بد تونل‌های زیرزمینی از نگاه فعالان برق

کابل‌های دفنی مقاوم جایگزین تونل‌های گران‌قیمت شود

لیلا مرگن

وزارت نیرو برای جلوگیری از ریسک خاموشی به دلیل ورود آسیب به کابل‌های فشار قوی، در برخی کلانشهرهای کشور اقدام به حفر تونل زیرزمینی برای انتقال این کابل‌ها می‌کند. فعالان صنعت برق بر این باورند که به دلیل هزینه‌های بالای ساخت این تونل‌ها، ایجاد زیرساخت‌های این چنینی با هدف عبور کابل‌های برق غیراقتصادی است، بنابراین بهتر است دولت چنین رویکردی را از دستور کار خود خارج کند. رئیس سندیکای صنعت برق بر این باور است که به جای ایجاد تونل‌های زیرزمینی بهتر است از کابل‌های دفنی که هزینه‌های کمتری دارند، استفاده شود.

تونل زیرزمینی انتقال برق شهر اصفهان هفته گذشته با حضور معاون وزیر نیرو در امور برق افتتاح شد. هوشنگ فلاحتیان در مراسم افتتاح این تونل، ایجاد تونل زیرزمینی را برای خطوط انتقال برق فرآیند پرهزینه‌ای برای وزارت نیرو اعلام کرد. وی در پاسخ به «فرصت‌امروز» درباره اینکه آیا ایجاد تونل زیرزمینی یکی از سیاست‌های اصلی وزارت نیرو است، می‌گوید: در جاهایی که امکان احداث خطوط هوایی فشار قوی وجود نداشته باشد و نیاز به برق زیادی در کلانشهرها داشته باشیم، احداث تونل‌های زیرزمینی اجتناب ناپذیر است.

معاون وزیر نیرو در امور برق با اشاره به اینکه وزارت نیرو در کلانشهرهایی نظیر تهران، اصفهان و مشهد اجرای تونل زیرزمینی خطوط انتقال را در دستور کار دارد، از تلاش این وزارتخانه برای ایجاد تونل در سایر کلانشهرهای کشور نظیر تبریز خبر می‌دهد.

اما وی تأکید می‌کند: تونل‌های زیرزمینی حداقل ۲۰ برابر شبکه‌های هوایی هزینه دارند. ایجاد این تونل‌ها برای اینکه همه خطوط فشار قوی شهرها از داخل آن عبور کند با وضعیت اقتصادی صنعت برق کشور سازگار نیست. هزینه ایجاد هر کیلومتر تونل زیرزمینی حدود ۱۰میلیارد تومان با احتساب کابل در می‌آید. این در حالی است که شبکه هوایی ۲۳۰کیلوولت را با صرف ۵۰۰ تا ۶۰۰ میلیون‌تومان به ازای هر کیلومتر می‌توان اجرا کرد.

البته وی به این نکته هم اشاره دارد که در هیچ نقطه‌ای از دنیا همه خطوط برق را به داخل زمین نمی‌برند. مگر اینکه هیچ راه دیگری وجود نداشته باشد.

تونل‌های زیرزمینی یک عادت قدیمی

علیرضا کلاهی، رئیس سندیکای صنعت‌برق ایجاد تونل‌های زیرزمینی برای خطوط انتقال برق شهری در ایران را ناشی از یک عادت قدیمی دانسته و به «فرصت‌امروز» می‌گوید: استفاده از تونل برای انتقال کابل‌های برق به زمانی بازمی‌گردد که کابل‌ها روغنی بود. این کابل‌ها نیاز به تعمیر و نگهداری دائمی داشته و آسیب‌پذیر بودند. زیرا در ساختار کابل‌های روغنی از کاغذ اشباع استفاده می‌شد. این کابل‌ها برای اینکه قابلیت دسترسی و تعمیر داشته باشند، در تونل نصب می‌شدند.

وی اضافه می‌کند: در ۱۰ سال اخیر در سطوح ۴۰۰ تا ۵۰۰ کیلوولت هم کسی کابل روغنی استفاده نمی‌کند. همچنین با مرسوم شدن استفاده از کابل‌های پلیمری در صنعت برق، به دلیل افزایش مقاومت طبیعی این محصولات و قابلیت حفاظتی آنها، دیگر کسی هزینه تونل نمی‌دهد.

البته کلاهی به این نکته هم اشاره دارد که در سایر نقاط دنیا تونل‌های زیرزمینی با هدف عبور کابل‌های برق ساخته نمی‌شوند و اگر چنین تونل‌هایی احداث می‌شود، قطعا سایر تأسیسات شهری‌نظیر لوله‌های آب و غیره هم از این تونل‌ها عبور داده می‌شود. وی برای کاهش هزینه‌های انتقال کابل‌های هوایی به زیر زمین پیشنهاداتی را هم به دولت ارائه می‌کند.

رئیس سندیکای برق بیان می‌کند: شرکت سیم و کابل ابهر در بصره و مشهد پروژه برق‌رسانی شهری اجرا کرد. در هر دو پروژه مکانیزم مورد استفاده دفن مستقیم نبود، بلکه کابل‌ها درون لوله‌های بتنی قرار گرفتند. مفصل کابل که آسیب‌پذیر بود و احتمالا نیاز به تعمیر پیدا می‌کرد هم در حوضچه‌های بتنی که در تقاطع‌های خیابان‌ها قرار داشت، جاگرفتند تا در صورت نیاز به تعمیر قابل‌دسترسی باشند.

وی اضافه می‌کند: برای اجرای این روش به ازای هر کیلومتر شبکه حدود یک و نیم تا دو میلیارد تومان هزینه صرف شد. هزینه‌های اجرای این روش یک چهارم تا یک پنجم حفر تونل است.

کلاهی عنوان می‌کند: به دلیل قرار گرفتن کابل درون لوله‌های بتنی، دیگر لازم نیست از کابل‌های مقاوم به ضربات مکانیکی و غیره در درون لوله‌ها استفاده شود. اما اگر بخواهیم از روش دفنی استفاده کنیم قطعا از کابل‌هایی استفاده خواهیم کرد که در لایه حفاظت مکانیکی آنها، تدابیری برای افزایش مقاومت در برابر رطوبت، جوندگان و حتی ضربات مکانیکی اندیشیده شده باشد.

وی اضافه می‌کند: از آنجا که تکنولوژی تولید کابل‌های مقاوم دفنی در کشور وجود دارد، بهتر است به جای هزینه کردن برای حفاظت مکانیکی از کابل‌ها، محصولات بهتری طراحی شود تا هزینه نصب ارزان تمام شود.

تونل‌ها انتقال‌دهنده کابل‌های با ولتاژ بالا

فلاحتیان در پاسخ به پیشنهاد بخش‌خصوصی برای استفاده از روش‌های کم‌هزینه‌تر نظیر آنچه در بصره رخ داده، می‌گوید: دفن کردن کابل‌ها اصولا از ولتاژ ۲۰ تا ۶۳ کیلوولت انجام می‌شود. دفن کابل‌های ۱۳۲ کیلوولت هم در دست انجام است. هیچ وقت هم استفاده از کابل‌های ۲۳۰ کیلوولت در شبکه برق به صورت دفنی، در ایران اجرا نشده‌است. البته دفن این کابل‌ها در دنیا به صورت معدود و با تکنولوژی خاصی انجام می‌شود.

فلاحتیان اضافه می‌کند: حساسیت شبکه ۲۳۰ و ۴۰۰ کیلوولت بسیار بالاست. بنابراین تلاش می‌کنیم با تدابیر خاص آسیب پذیری کابل‌ها را به حداقل برسانیم تا وقفه‌ای در برق‌رسانی ایجاد نشود.

وی تأکید می‌کند: هیچ وقت توصیه نمی‌کنیم که کابل‌های ۲۳۰ کیلوولت به صورت دفنی اجرا شود، زیرا اگر یک بیل‌مکانیکی در حین حفاری با این کابل‌ها برخورد کند، عملا برق یک شهر قطع می‌شود و ترمیم آن یک ماه طول می‌کشد. وزارت نیرو نمی‌تواند هیچ ریسکی را در این زمینه بپذیرد. بنابراین تونل احداث می‌کند که هم ایمن باشد و هم امکان دسترسی مهندسان به شبکه برای تعمیرات وجود داشته باشد.

وی می‌گوید: در این تونل‌ها تاسیسات فشار ضعیف هم نصب می‌شود، در صورت صلاح‌دید مخابرات شبکه فیبر نوری را از داخل این مسیرها می‌توان عبور داد.

تونل‌های زیرزمینی برای شهرها الزامی است

حمید رضا صالحی، عضو سندیکای صنعت برق نیز با احداث تونل‌های زیرزمینی برای انتقال کابل‌های برق موافق است و تأکید می‌کند: نباید هزینه‌های احداث تونل ملاک تصمیم‌سازی دولت باشد. انتقال کابل‌های برق به زیر زمین علاوه بر زیباسازی شهرها در حفظ سلامت شهروندان و جلوگیری از خطر برق گرفتگی تأثیرگذار است.

وی اضافه می‌کند: اگر کابل‌های برق را به زیرزمین انتقال دهیم، با جایگزین کردن کابل‌های فرسوده از هدر رفت برق جلوگیری می‌شود و دولت از درآمدهای ناشی از کاهش هدر رفت بهره‌مند خواهد شد.

صالحی بیان می‌کند: دولت برای انتقال کابل‌ها به زیر زمین می‌تواند از فرصت کاهش قیمت مس و آلومینیوم در بازار استفاده کند. زیرا در چنین مواقعی می‌تواند کابل‌ها را ارزان‌تر تهیه کند.

وی اضافه می‌کند: از آنجا که کابل‌های مسی و آلومینیومی قابل بازیافت است، حذف کابل‌های هوایی و بازیافت مس و آلومینیم آن برای دولت درآمد ایجاد می‌کند.

عضو سندیکای صنعت برق تأکید می‌کند: تونل‌های زیرزمینی جزو زیرساخت‌های شهری هستند که می‌توان از آنها برای عبور لوله آب، ساختارهای مخابراتی و غیره استفاده کرد. به این تونل‌ها باید از منظر زیباسازی شهری توجه کرد.

گاز

ورود ایران به جمع سازندگان کشتی‌های حمل ال.ان.جی

صادرات گاز ایران به مناطق دوردست

مدیرعامل شرکت صنایع کشتی‌سازی عظیم گسترش با اشاره به فراهم کردن شرایط برای ساخت کشتی‌های حمل ال.ان.جی در ایران گفت: پس از لغو تحریم‌ها، کار ساخت کشتی‌های حمل ال. ان. جی را به طور جدی آغاز خواهیم کرد.

به گزارش ایرنا، اسماعیل صادقی در حاشیه بازدید خبرنگاران از طرح‌های ساخت سکوهای نفتی، در جمع خبرنگاران اظهار داشت: امکان ساخت کشتی‌های حمل ال. ان. جی و نفتکش‌های VLCC در کشور وجود دارد و بر این اساس قرار است ازطریق همکاری با یک شرکت خارجی، مقدمات ساخت کشتی‌های حمل ال. ان. جی فراهم شود. وی ادامه داد: ما در کشور تجارت ساخت کشتی‌های تانکر و کانتینربر را داریم، اما برای ساخت کشتی‌های حمل ال. ان. جی باید مقدمات کار فراهم شود. مدیرعامل شرکت صنایع کشتی‌سازی عظیم گسترش تصریح کرد: از طریق انتقال دانش ساخت کشتی‌های حمل ال.ان.جی به داخل کشور، می‌توانیم ساخت این نوع کشتی‌ها را که فناوری پیچیده‌ای دارند، در داخل کشور آغاز کنیم.

صادقی با اشاره به مذاکره با شرکت‌های خارجی برای ساخت نفتکش‌ها و شناورهای بزرگ گفت: با یک شرکت بزرگ آلمانی تفاهمنامه امضا و مذاکراتی نیز با شرکت‌های معتبر کره‌ای و چینی انجام شده است.

وی با اشاره به ظرفیت‌های ساخت شناورهای بزرگ افزود: وجود حوضچه بزرگی به طول ۴۸۵ متر، فرصت مناسبی را برای ساخت نفتکش‌ها و شناورهای بزرگ فراهم کرده و باعث شده محدودیتی در ابعاد ساخت شناورها نداشته باشیم.

مدیرعامل شرکت صنایع کشتی‌سازی عظیم گسترش در بخش دیگری از اظهارات خود با اشاره به تفاوت هزینه ساخت شناور و نفتکش در ایران و چین گفت: شاید هزینه ساخت کشتی در چین از ایران ارزان‌تر تمام شود، اما باید توجه داشت که کیفیت برخی کشتی‌های ساخت چین، پایین‌تر است، به‌طوری که پس از مدت کوتاهی نیاز به اورهال اساسی پیدا می‌کنند.

ال. ان. جی (Liquefied natural gas) به گازی طبیعی اطلاق می‌شود که موقتا برای ذخیره‌سازی یا حمل ونقل در حجم زیاد به حالت مایع تبدیل شده است. گاز طبیعی را در دمای منهای ۱۶۲ درجه سانتیگراد سرد و پس از فشرده‌سازی به ال. ان. جی تبدیل می‌کنند که بدین شیوه امکان ذخیره آن در شناورهای مخصوص برای حمل به مناطق دوردست فراهم می‌شود.

تبدیل گاز به ال. ان. جی در شرایطی که خطوط لوله در دسترس نباشد، باعث صرفه جویی اقتصادی در مسیرهای بلند می‌شود. در مواردی که انتقال گاز طبیعی از طریق خط لوله اقتصادی یا عملیاتی نیست، می‌توان آن را از طریق کشتی‌های دریایی تانکر گاز مایع که مخصوص این کار طراحی شده‌اند، حمل کرد. ایران با دارا بودن بزگ‌ترین ذخایر گازی جهانی، در پی افزایش صادرات گاز به همسایگان، اروپا و مناطق دوردست است. با توجه به هزینه بالایی که احداث خط لوله انتقال دارد، ایران درصدد است با توسعه صنعت ال. ان. جی، ظرفیت صادرات گاز را افزایش دهد. با دستیابی ایران به فناوری ال. ان. جی امکان صادرات گاز ایران به شرق آسیا و غرب اروپا فراهم می‌شود.

مشتری جدید گاز ایران از راه رسید

گرجستان به دنبال واردات گاز از ایران

وزیر انرژی گرجستان گفت: احتمال می‌رود گرجستان در آینده خریدار گاز طبیعی ایران باشد.

به گزارش ایرنا به نقل از پایگاه خبری پان آرمنین، کاخا کالادزه اظهار داشت: روابط تهران و تفلیس هم‌اکنون در سطح مطلوبی قرار دارد؛ گرجستان که جایگزین دیگری ندارد، قادر خواهد بود از طریق آذربایجان یا ارمنستان از ایران گاز بخرد. این یک پروژه بلندمدت است که باید به دقت روی آن کار شود. وزیر انرژی گرجستان تصریح کرد: تفلیس پیش‌تر برای تأسیسات تجاری از شرکت دولتی گازپروم روسیه گاز خریده و احتمال می‌رود همکاری بیشتری با این شرکت داشته باشد.

کالادزه چندی پیش با یرواند زاخاریان، وزیر انرژی ارمنستان ملاقات و گفت‌وگو کرده بود تا درباره ترانزیت برق و امکان همکاری با ایران در زمینه خرید گاز بحث و تبادل‌نظر کند.

زاخاریان پس از این دیدار به خبرنگاران گفته بود: ایجاد خطوط انتقال برق گرجستان- ارمنستان و ارمنستان- ایران بحث و بررسی شد. به گزارش ایرنا، در حال حاضر ایران با دو کشور دیگر منطقه قفقاز یعنی آذربایجان و ارمنستان، در بخش گاز قرارداد همکاری دارد. بر این اساس، ایران گاز آذربایجان را به جمهوری خودمختار نخجوان سوآپ می‌کند. همچنین ایران به ازای صادرات گاز به ارمنستان از این کشور برق وارد می‌کند. گرجستان علاوه بر واردات گاز از ایران قصد دارد گاز ایران را نیز به اروپا انتقال دهد. مقامات صنعت نفت کشورمان نیز اعلام کرده‌اند که گرجستان در کنار ترکیه به عنوان یکی از مسیرهای احتمالی صادرات گاز ایران به اروپا خواهد بود.

گزارش ۲

حمایت از تولید ملی یا صرفه‌جویی در اقتصاد؟

دوراهی خرید گندم

وحیدزندی فخر

تیم اقتصادی دولت در هفته‌ای که گذشت، سرانجام بعد از ۴۲ روز تاخیر نرخ خرید تضمینی محصولات کشاورزی از جمله گندم را اعلام کرد.

علی خان محمدی، رئیس بنیاد ملی توانمندسازی گندم کشور در این ارتباط به «فرصت امروز» می‌گوید: «اکنون تمام کشاورزان از نرخ اعلام شده و تاخیر به وجود آمده به‌شدت ناراضی هستند.»

او معتقد است اگرچه هدف مسئولان وزارت جهادکشاورزی برای نرخ خرید تضمینی، حدود ۱۴۰۰تومان در هر کیلوگرم بود اما تیم اقتصادی دولت، این موضوع را نپذیرفت و قیمت‌های جهانی را ملاک تعیین نرخ قرار داد.

به گفته خان محمدی، این درحالی است که تقریبا قیمت تمام نهاده‌های کشاورزی نسبت به تورم، افزایش محسوسی را تجربه کرده است.

از نظر وی، کم‌رنگ بودن نقش تشکل‌ها و اتحادیه‌های مربوطه در جلسات اقتصادی، عامل مهمی در تعیین پایین نرخ خرید تضمینی تلقی می‌شود. زیرا هم‌اکنون تولید یک کیلوگرم گندم حدود ۱۳۰۷تومان به طور میانگین برای کشاورز هزینه دارد. علاوه بر آن یک بازه زمانی ۹ماهه برای بارآوری مزرعه لازم است که سرمایه کشاورز در این مدت بلوکه می‌شود. اینها نمونه‌هایی است که دانستن آن برای تعیین نرخ کارشناسی و عادلانه ضروری به نظر می‌رسد.

به گفته رئیس بنیاد ملی توانمندسازی گندم، شاید بتوان این تاخیر را به حساب دور زدن کشاورزان توسط دولت نوشت. به عبارتی تیم اقتصادی منتظر ماند تا حداقل استان‌های سردسیر کشت خود را آغاز کنند و سپس نرخ مصوب رسانه‌ای شود تا به این طریق کشاورزان را در عمل انجام شده قرار دهند. هرچند اکنون نیز به طور حتم تولید گندم سال آینده کاهش چشمگیری خواهد داشت.

گندم مهم‌تر است یا آب؟

وحید اردکانیان، عضو خانه کشاورز، نظر دیگری در این ارتباط داشته و معتقد است وقتی گندم خارجی، لب مرز به قیمت ۲۰۰دلار در تن یا به عبارتی ۷۰۰تومان در هر کیلوگرم تهیه می‌شود، چه لزومی در هزینه کرد دولت برای خرید گندم داخلی وجود دارد؟

او می‌گوید: «گندم ۷۰ تا ۷۵درصد دنیا با کشت دیم و به کمک نزولات آسمانی تامین می‌شود اما شاید بخش بزرگی از مزارع ما به‌صورت آبی است که این موضوع با بحران آب و برداشت‌های بی‌رویه از سفره‌های زیرزمینی در تناقض است.»

از نظر این کشاورز نمونه، وقتی در منابع آبی کشور محدودیت هست، نباید آن را برای تولید محصولی مصرف کنیم که قیمتی بسیار بالاتر از نوع خارجی دارد. بنابراین الگوی کشت مزارع کشور باید براساس داشته‌های آب و خاک تعیین شده و محصولی مانند پسته تولید کنیم که توانایی رقابت در بازارهای جهانی را داشته باشد. آنگاه می‌توان از درآمد حاصل از تجارت محصولات کم آب‌بر، گندم مورد نیاز را وارد کرد.

وابستگی به واردات، اشتباهی بزرگ است

این درحالی است که علی معلم، رئیس کمیسیون کشاورزی اتاق مازندران در واکنش به اظهارات عضو خانه کشاورز، اظهار می‌کند: «نخستین نگاه دولت باید حفظ تولید داخلی و ایجاد اشتغال پایدار باشد و کشاورزی هم حدود ۲۸درصد از اشتغال کشور را تشکیل می‌دهد.»

علی معلم می‌افزاید: «آنهایی که معتقدند دولت باید گندم مورد نیاز را از خارج کشور با قیمت کمتر تهیه کند، آیا از خود پرسیده‌اند که تولید این محصول در کشور مقصد برای کشاورز چقدر هزینه داشته است؟ و چه میزان یارانه از طرف دولت، به این بخش تعلق گرفته؟»

رئیس اسبق کمیسیون کشاورزی اتاق ایران می‌گوید: «وزیر جهاد کشاورزی پیش از این گفته بود که آمریکا در سال ۲۰۱۳ برای بخش کشاورزی، به اندازه کل بودجه ایران، یارانه و تسهیلات داده است. حال دولت نیز یا باید کاری کند که هزینه تولید کاهش یابد یا برای خرید گندم، یارانه پرداخت کند. بنابراین ایده خرید محصول استراتژیکی مانند گندم از خارج، اشتباه بزرگی است که می‌تواند امنیت ملی را به خطر بیندازد.»

از نظر معلم، نمی‌توان برای خرید گندم، به کشورهای خارجی اعتماد کرد. چه بسا این موضوع در زمان تحریم‌ها به وضوح قابل لمس بود.

به هر ترتیب، گروهی از کارشناسان معتقدند مصرف آب و خاک برای تولید گندمی که بیش از ۵۰۰تومان در هر کیلوگرم گران‌تر از نوع خارجی است، بار اضافی مالی برای دولت در پی خواهد داشت اما از طرف دیگر، عده‌ای می‌گویند این هزینه جزو وظیفه‌های اصلی دولت بوده و بدون آن امنیت غذایی و اشتغال تهدید می‌شود. شما اگر جای دولت بودید، کدام راه را انتخاب می‌کردید؟

بی‌توجهی بانک‌ها به دخل و خرج معدن‌داران

معدنی‌ها خواستار «وام‌های بخشودنی»

ساناز کلاهدوز

همواره یکی از مباحثی که مورد تاکید و شکایت معدن‌داران است، عدم حمایت همه‌جانبه بانک‌ها و دولت در جهت تامین سرمایه‌های لازم آنها و پرداخت تسهیلاتی با مبالغ بالا و نرخ سود کم است. درهمین راستا وحید لک، صادرکننده مواد معدنی و عضو هیات‌مدیره انجمن سنگ در گفت‌وگو با «فرصت‌امروز» در خصوص نرخ سود تسهیلات بانکی که در اختیار معدن‌داران قرار می‌گیرد، گفت: نبود سیستم نظارتی درست و دقیق در بانک‌ها از جمله عواملی است که مانع حمایت همه جانبه بانک‌ها از معدن‌داران شده است زیرا به‌عنوان مثال در ترکیه وام‌های بخشودنی پرداخت می‌شود که سازوکار آنها به‌گونه‌ای است که اگر معدن‌دار ۱۰درصد سرمایه لازم را داشته باشد بانک تا ۹۰درصد سرمایه لازم را تامین می‌کند و اگر طرح به نتیجه مدنظر نرسد و به هر دلیلی با شکست مواجه شود، بانک نسبت به وام دریافتی بخشودگی می‌دهد و نیازی به بازپرداخت آن نیست که متاسفانه بانک‌های ما چنین خدماتی در اختیار متقاضیان قرار نمی‌دهند.

وی در ادامه افزود: طبق ادعای بانک‌ها، تسهیلات با نرخ مصوب ۲۲درصدی در اختیار معدن‌داران قرار می‌گیرد، اما در واقع این‌گونه نیست و تسهیلاتی با نرخ‌های ۲۸درصدی پرداخت می‌شود که این موضوع مستلزم این است درآمد معدن‌دار، پاسخگوی سود دریافتی باشد.

وی افزود: من به شخصه هیچ‌گاه از بانک وام دریافت نمی‌کنم، زیرا هنگام استرداد این مبلغ اگر معوق شود، بانک طبق قرارداد منعقد شده به خود اجازه می‌دهد از هر حسابی، مبلغ معوق‌شده خود را دریافت کند که من به شخصه نمی‌توانم با این موضوع کنار بیایم.

توقع ما حمایت همه‌جانبه دولت در این برهه زمانی است

همچنین بهرام شکوری، رئیس کمیسیون معادن و صنایع معدنی اتاق بازرگانی ایران در گفت‌وگو با «فرصت‌امروز» درخصوص وضعیت تسهیلات‌دهی به بخش معدن اظهار داشت: بانک‌ها به دلیل عدم وجود منابع مالی کافی هیچ‌گونه حمایت مالی از معادن ندارند و تسهیلاتی در اختیار ما قرار نمی‌دهند.

وی در ادامه افزود: متاسفانه تنها تسهیلاتی که در اختیار بخش معدن قرار می‌گیرد، از سوی صندوق بیمه معادن با سرمایه‌ای حدود ۲۰۰میلیارد تومان است آن هم با نرخ ۲۲درصدی و حداکثر مبلغ ۵۰میلیارد تومان که به ندرت در اختیار معدن‌داران قرار می‌گیرد. شکوری در پاسخ به اینکه چرا بانک صنعت و معدن به‌عنوان یک بانک تخصصی هیچ‌گونه اقدام جدی در این خصوص ندارد، تصریح کرد: باوجود اینکه طبق بخشنامه بانک مرکزی، بانک‌های تجاری باید پروانه بهره‌برداری معادن را به‌عنوان وثیقه دریافت کنند، اما هیچ‌یک اقدام جدی در این خصوص ندارند و تنها استدلال آنها نبود سرمایه لازم است.

رئیس کمیسیون معادن و صنایع معدنی اتاق‌بازرگانی ایران در ادامه با بیان اینکه برخی بخش‌ها، مثل سنگ آهنی‌ها به دلیل کاهش نرخ سنگ آهن فعالیت خود را تعطیل کرده‌اند، گفت: مطمئنا با این اوصاف نیازی به سرمایه ندارند و مابقی مواد معدنی هم به مانند مس از اوضاع مناسبی برخوردار نیستند و توقع ما در این برهه زمانی حمایت همه‌جانبه دولت است.

معدن‌داران نسبت به قوانین حاکم بر صندوق بیمه معادن ناآگاه هستند

در ادامه این مبحث، فرزانه معصومی، معدن‌دار در گفت‌وگو با «فرصت امروز» در این خصوص اظهار داشت: من ترجیح می‌دهم هیچ‌گاه برای دریافت تسهیلات به بانک مراجعه نکنم زیرا روند دریافت به قدری آزاردهنده و سنگ‌اندازی از سوی آنها زیاد است که ترجیح می‌دهم هیچ‌گونه تسهیلاتی از بانک دریافت نکنم.

وی در خصوص این موضوع در ادامه افزود: شاید یکی از دلایل اینکه رغبتی برای دریافت تسهیلات ندارم به این دلیل است که هنگامی که برای دریافت تسهیلات به صندوق بیمه معادن مراجعه کردم، ارزیابی غلطی از معادن من صورت گرفت که عملا معدن من بی‌ارزش ارزیابی شد، درحالی‌که زمانی رسیدکه خود آنها نسبت به باارزش بودن معدن من اعتراف کردند. معصومی معدن‌دار در ادامه با بیان اینکه یکی از مباحثی که باید در این خصوص به آن توجه شود، ناآگاهی معدن‌داران نسبت به قوانین حاکم بر صندوق است، گفت: عدم آگاهی درست ما معدن‌داران نسبت به قوانین یکی از عوامل مهم در این زمینه است و علاوه بر این به دلیل اینکه معدنی‌ها افرادی عملیاتی هستند، هیچ‌گاه علاقه‌ای ندارند تا خود را درگیر بوروکراسی‌های اداری کنند و ترجیح می‌دهند اصلا نسبت به دریافت این تسهیلات اقدام نکنند.

وی در پایان تصریح کرد: البته این مسائل و مشکلات بیشتر متوجه معدنی‌ها است، زیرا همکاران ما در سایر حوزه مثل فولاد تسهیلاتی با نرخ‌های پایین و مبالغ بالا دریافت می‌کنند که نتیجه آن برج‌های بلند در سطح شهر می‌شود.

براساس این گزارش، با توجه به نقش مهم معدن در اقتصاد و صنایع زیربنایی کشور و آن‌طور که معدن‌داران اعلام نیاز می‌کنند معدن کشور نیازمند حمایت همه جانبه از سوی دولت و بانک‌ها است تا با حمایت همه جانبه از معادن، جانی دوباره به کالبد مرده معادن دمیده شود.

صنایع غذایی

فائو: شرایط نامساعد جوی موجب افزایش هزینه موادغذایی در جهان شد

سازمان خواربار و کشاورزی سازمان ملل اعلام کرد که نگرانی‌های مربوط به شرایط نامساعد جوی میانگین هزینه موادغذایی در ماه اکتبر را در مقایسه با ماه پیش ۳ و ۹ دهم‌درصد افزایش داده است.

سازمان خواربار وکشاورزی سازمان ملل (فائو) روز پنجشنبه با انتشار گزارش ماهانه خود اعلام کرد که نگرانی‌های مربوط به شرایط جوی نامساعد به‌خصوص در رابطه با تولید شکر و روغن نخل منجر به بالا رفتن محسوس هزینه‌های تولید موادغذایی شده است.

براساس همین گزارش، در فاصله ماه سپتامبر تا اکتبر ۳ و ۹ دهم‌درصد بر شاخص میانگین کلی هزینه‌های غذایی افزوده شده و این شاخص را به ۱۶۲ واحد رسانده است که هنوز نزدیک به ۱۶درصد نسبت به همین ماه در سال گذشته پایین‌تر است.

این نهاد بین‌المللی در گزارش ماهانه سپتامبر خود شاخص هزینه‌های موادغذایی را پایین‌ترین حد خود در هفت سال گذشته اعلام کرده بود.

فائو در عین حال با پیش‌بینی تولید مجموع ۲میلیارد و ۵۳۰میلیون تن غلات در سال جاری اعلام کرد که این رقم ۱/۱ درصد نسبت به تولید سال گذشته پایین‌تر خواهد بود.

با این همه سازمان خواربار وکشاورزی ابراز خوش‌بینی کرده است که ذخیره غلات در سال جاری همچنان در سطح خوبی باقی خواهند ماند و هنوز بالاترین میزان ذخیره در ۱۵ سال گذشته محسوب می‌شود.

میانگین هزینه‌های شکر و مشتقات آن در این ماه ۱۷ و ۲ دهم درصد، روغن گیاهی ۶ و ۲دهم درصد و هزینه مواد لبنی ۹ و ۴دهم درصد نسبت به ماه پیش افزایش داشته‌اند اما میانگین قیمت گوشت در بازارهای جهان ثابت مانده است.

تولید

بانک مرکزی و وزارت صنعت در اطلاعیه‌ای مشترک اعلام کردند

آغاز اجرای طرح خرید کالای ایرانی

شورای پول و اعتبار در یک‌هزار و دویست و هشتمین جلسه مورخ ۱۳۹۴/۷/۲۸، در راستای تحقق اهداف دولت تدبیر و امید، برای ایجاد تحرک در اقتصاد، حمایت از تولیدکنندگان داخلی و ایجاد فضای رقابتی بین آنها در فروش محصولات داخلی، اعطای تسهیلات به بنگاه‌های تولیدی و خودروسازان و سازندگان ماشین‌آلات کشاورزی را از طریق تسهیلات خرید دین و مرابحه به شرح زیر مصوب کرد. به گزارش شاتا، بر این اساس و پس از برنامه‌ریزی‌ها و هماهنگی‌های انجام شده در دستگاه‌های اجرایی و بانک مرکزی، آغاز اجرای طرح را اعلام می‌کند:

الف - اجازه خرید اسناد تجاری ارائه شده (توسط شرکت خودروساز) ناشی از فروش مدت‌دار خودروی تولید داخل و ماشین‌آلات کشاورزی (کمباین و تراکتور)

در این طرح، بانک عامل اسناد تجاری ناشی از فروش خودرو و ماشین‌آلات کشاورزی را تا سقف ۲۵۰میلیون ریال و حداکثر تا ۸۰درصد بهای فروش هر دستگاه در قالب عقد خرید دین با نرخ ۱۶درصد خریداری می‌کند. منابع مورد نیاز این طرح توسط بانک مرکزی با نرخ سالانه ۱۴درصد برای بانک‌های عامل تامین می‌شود.

در این شیوه متقاضیان می‌توانند از تاریخ ۱۸آبان ۱۳۹۴ با مراجعه مستقیم به نمایندگی‌های مجاز نسبت به خرید دستگاه موردنظر اقدام کرده و بخشی از بهای دستگاه را به‌صورت نقد و مابقی را حداکثر تا ۲۵۰میلیون ریال (که بیش از ۸۰درصد بهای آن نباشد) در قبال ارائه اسناد تجاری (اقساط حداکثر ۸۴ ماه با احتساب سالانه ۱۶درصد به‌صورت چک یا سفته) به نمایندگی مجاز پرداخت کنند. در ادامه، خودروساز اسناد تجاری دریافتی از مشتریان را ظهرنویسی کرده و به بانک‌های عامل ارائه می‌کند. بانک‌های عامل اسناد تجاری ارائه شده از سوی خودروساز را که سررسید آنها کمتر از چهار سال باشد، با نرخ ۱۶درصد خریداری کرده و مبلغ موردنظر را به حساب خودروساز واریز می‌کنند.

فهرست نمایندگی‌های مجاز و خودروها و ماشین‌آلات مشمول طرح از تاریخ ۱۸آبان ۱۳۹۴ در تارگاه دولت (www.dolat.ir)، بانک‌مرکزی (www.cbi.ir) و وزارت صنعت، معدن و تجارت (www.mimt.gov.ir) اعلام می‌شود.

در طرح مزبور خرید خودروها و ماشین‌آلات کشاورزی (کمباین و تراکتور) با اقساط حداکثر هفت ساله امکان‌پذیر است.

براساس برنامه‌ریزی انجام شده، ضرورتی به مراجعه یا حضور متقاضیان خرید خودرو و ماشین‌آلات کشاورزی در شعب بانک‌ها نبوده و برای انجام خرید موردنظر صرفا مراجعه به نمایندگی‌های مجاز کافی است.

ب - اعطای تسهیلات به بنگاه‌های تولیدی از طریق تسهیلات خرید دین (خرید اسناد مدت‌دار ناشی از فروش اقساطی کالا)

در این طرح، بانک‌ها اسناد ناشی از فروش اقساطی کالاهای واسطه‌ای را با سررسیدحداکثر یک سال و نرخ سود سالانه ۱۶درصد خریداری می‌کنند. منابع مورد نیاز این طرح توسط بانک‌مرکزی با نرخ سالانه ۱۴درصد برای بانک‌های عامل تامین می‌شود.

درخصوص فروش مدت‌دار کالاهای واسطه‌ای، متقاضیان با مراجعه به تولیدکنندگان منتخب، نسبت به خرید کالای مشمول طرح مورد نظر به‌صورت مدت‌دار با ارائه اسناد تجاری (چک یا سفته) اقدام می‌کنند. فهرست تولیدکنندگان منتخب و کالاهای مشمول طرح در تارگاه دولت (www.dolat.ir)، بانک مرکزی (www.cbi.ir) و وزارت صنعت، معدن و تجارت (www.mimt.gov.ir) اعلام می‌شود. در ادامه بانک‌های عامل، اسناد تجاری ارائه شده از سوی تولیدکنندگان را با نرخ ۱۶درصد خریداری و مبلغ موردنظر را به حساب تولیدکننده واریز می‌کنند.

براساس برنامه‌ریزی انجام شده، ضرورتی به مراجعه یا حضور خریداران کالاهای واسطه‌ای در شعب بانک‌ها نبوده و برای انجام خرید مورد نظر صرفا مراجعه به نمایندگی‌های مجاز کافی است.

ج- اعطای تسهیلات خرید کالاهای مصرفی بادوام ایرانی منتخب از طریق صدور کارت خرید کالای ایرانی

کارت خرید کالای ایرانی، ابزاری اعتباری است که توسط بانک‌های کشور برای عموم مردم که درآمد مشخص و ثابتی دارند، صادر شده و دارنده آن می‌تواند تا سقف تعیین شده که متناسب با درآمد ماهانه و حداکثر معادل یکصدمیلیون ریال خواهد بود، کالاهایی را که فهرست آنها توسط وزارت صنعت، معدن و تجارت تعیین شده است، خریداری کند. فهرست کالاهای قابل خریداری در این طرح نیز ازطریق تارگاه دولت (www.dolat.ir)، شاپرک (www.shaparak.com) و وزارت صنعت، معدن و تجارت (www.mimt.gov.ir) در اختیار عموم قرار می‌گیرد.

خبرنامه

دستورالعمل پرداخت تسهیلات در بسته خروج از رکود ابلاغ می‌شود

دستورالعمل تسهیلات خرید خودرو، کارت اعتباری، خرید کالا و اوراق ۶۰میلیون تومانی خرید مسکن امروز به شبکه بانکی ابلاغ می‌شود.

به گزارش فارس، تسهیلات خرید خودرو، کالا و مسکن که در راستای سیاست‌های جدید اعتباری دولت و بانک مرکزی در بسته جدید خروج از رکود قرار است به‌زودی اجرایی شود، دستورالعمل اجرایی آن امروز به بانک‌ها ابلاغ خواهد شد. البته با توجه به اینکه روز جمعه تعطیل است، قطعا از امروز ۱۶ آبان‌ماه قابلیت اجرا در شبکه بانکی پیدا خواهد کرد و احتمالا برای تطبیق بانک‌ها و بخشنامه چند روزی زمان نیاز باشد. به گزارش فارس، این دستورالعمل با همکاری بانک مرکزی، وزارت صنعت، معدن و تجارت، سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی و وزارت امور اقتصادی تدوین شده که البته بحث بر سر جزییات این دستورالعمل تا روز پنجشنبه در بانک مرکزی ادامه داشته است. این بخشنامه که به‌زودی ابلاغ می‌شود، تسهیلات تا سقف ۲۵میلیون تومان برای خرید خودرو و با بازپرداخت هفت سال در نظر گرفته شده است و همچنین تسهیلات کارت اعتباری ۱۰میلیون تومانی خرید کالای بادوام ایرانی با دوره بازپرداخت دو سال تسهیلات خرید مسکن ۶۰میلیون تومانی با دوره بازپرداخت ۱۲ تا ۱۵ سال طراحی شده است.

۲۵درصد منابع قرض‌الحسنه صرف تسهیلات کارکنان بانک‌ها می‌شود

معاون نظارتی بانک مرکزی اعلام کرد: حدود ۲۰ تا ۲۵درصد منابع قرض‌الحسنه جمع‌آوری شده صرف پرداخت تسهیلات به کارکنان و مدیران بانک‌ها می‌شود.

به گزارش اخبار بانک، حمید تهران‌فر، معاون نظارتی بانک مرکزی چند شب پیش در گفت‌وگو با بخش خبری ۲۰:۳۰ اظهارات جالبی در خصوص تسهیلات‌دهی به کارکنان بانک‌ها و روش تاسیس تعاونی اعتبارها در مشهد بیان کرد. اهم صحبت‌های وی به شرح ذیل است:

- حدود ۷هزار صندوق برآورد داریم که در کشور فعالیت می‌کنند.
- از این ۷هزار صندوق آن تعدادی که شعبه دارند و فعالیت‌شان نزدیک به کار بانک‌ها می‌شود کمتر از انگشتان دو دست است.
- درباره بنگاه‌داری بانک‌ها نیز باید اعلام کنم که اگر شرکتی جدید به زیرمجموعه بانک‌ها اضافه شده حتما یکی از شرکت‌ها حذف شده است.
- شرکت‌های تعاونی اعتباری در چند سال اخیر به‌طور قارچ‌گونه رشد داشته‌اند.
- برخی شرکت‌های تعاونی اعتباری در مشهد این‌گونه افتتاح شعبه می‌کردند که با کامیون و تابلو و کارگر به مشاوران املاک مراجعه کرده و در صورت موافقت با خرید یا اجاره مکان بلافاصله تابلو نصب و شروع به کار می‌کردند!
- بر طبق یک سنت دیرینه به کارکنان و مدیران خود به‌صورت قرض‌الحسنه وام پرداخت می‌کنند.
- فکر نمی‌کنم بیش از ۲۰ یا ۲۵درصد منابع قرض‌الحسنه به کارمندان و مدیران بانک‌ها تسهیلات قرض‌الحسنه داده شود.

میزان با تابلوی صادرات فعالیت می‌کند

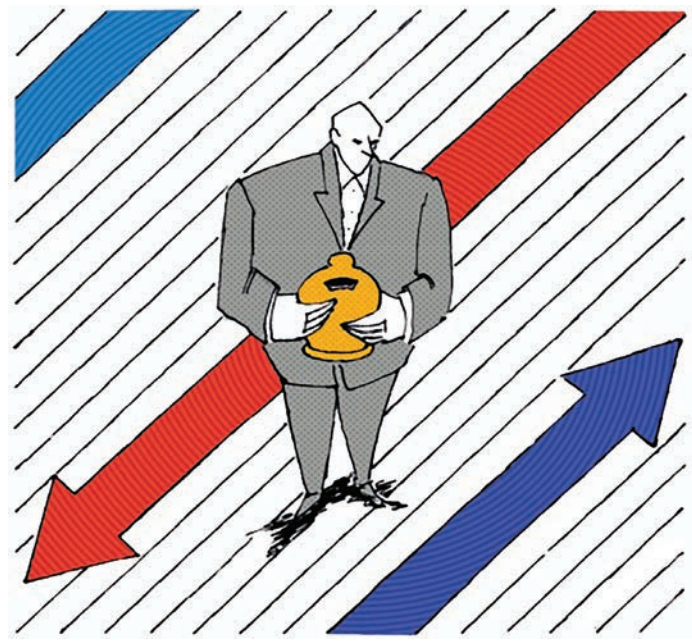
بعد از واگذاری موسسه منحله میزان به بانک صادرات، تابلوهای این موسسه برداشته شد و از امروز شعب سابق میزان برای رسیدگی به امور سپرده‌گذاران با تابلوهای بانک صادرات و با تعهد این بانک فعالیت خواهند کرد.

به گزارش ایسنا، حدود یک هفته می‌گذرد که موسسه اعتباری غیرمجاز میزان که بعد از مشکلات پیش آمده در سال گذشته و در نهایت انحلال در سال جاری، رسما به بانک صادرات واگذار شد. بعد از اینکه این بانک تعهدات موسسه به‌ویژه تمامی امور مربوط به سپرده‌گذاران و تسهیلات‌گیرندگان را پذیرفت با برگزاری جلسات با کارکنان میزان با انتشار اطلاعیه‌ای اعلام کرد که از روز شنبه آماده پذیرش سپرده‌گذاران آن است. موسسه میزان بالغ بر ۳۰۰۰میلیارد تومان منابع از سپرده‌گذاران خود جذب کرد و البته تسهیلات داد اما تسهیلاتی که سقف قانونی را رعایت نکرده بود و حجم بالای پرداختی به برخی دریافت‌کنندگان موجب شد در هنگام فشار سپرده‌گذاران برای دریافت پول‌های خود، توان برگرداندن را از دست داده و در نهایت چاره‌ای جز تجمع و اعتراضات پی‌درپی برای ذی‌نفعان نگذاشت. به هرحال میزان در شرایطی به بانک صادرات واگذار شده که بنابر آخرین آمار اعلامی تهرانفر، معاون نظارتی بانک مرکزی حدود ۲۶۰۰میلیارد تومان از سپرده‌های مردم در اختیار این موسسه باقی مانده است. این در حالی است که آن‌طور که بانک صادرات اعلام کرد مهلتی ۲۰ روزه از ۱۶ آبان‌ماه تعیین شده تا سپرده‌گذاران میزان به شعب سابق میزان مراجعه تا به امور آنها رسیدگی شود. بنابر توضیحات دریافتی از بانک صادرات با توجه به اینکه قرار بوده در هفته اخیر تمامی تابلوهای شعب موسسه میزان جمع‌آوری و تابلوهای بانک صادرات بر آنها نصب شود، نحوه مراجعه سپرده‌گذاران به‌گونه‌ای خواهد بود که آنها به محل همان شعب قبلی مراجعه خواهند کرد اما امور سپرده‌گذاران توسط نزدیک‌ترین شعبه بانک صادرات به شعبه موسسه منحله میزان انجام می‌شود. به طوری که شعبه بانک صادرات نزدیک به شعبه میزان باجه‌ای را در آن محل مستقر کرده و به خود بانک صادرات متصل است که روند رسیدگی به مراجعان را پیش خواهد برد. شروع فعالیت در شعب سابق موسسه میزان در حالی رخ خواهد داد که در طول یک‌سال گذشته و در جریان انحلال این موسسه با توجه به بی‌ثباتی و بی‌نظمی که در شعب آن حاکم شد و پاسخگویی مناسبی به ارباب رجوع وجود نداشت، میزان دریافت اقساط تسهیلات پرداختی از حدود ۶۳میلیارد تومان ماهانه در حالت عادی به میزان ناچیزی کاهش یافته بود که این موضوع در خالی شدن دست میزان برای پرداخت منابع سپرده‌گذاران مورد توجه بود.

نرخ سود بانکی چقدر باید کاهش پیدا کند؟

ماراتن ۳ عدد در شورای پول و اعتبار

نسیم نجفی



درحالی‌که بانک مرکزی ایران بسته سیاستی خروج از رکود را ابلاغ کرده است، موضوع کاهش نرخ سود بانکی همچنان در هاله‌ای از ابهام قرار دارد. تاکنون شورای پول و اعتبار دو بار تشکیل جلسه داده اما با این وجود هنوز به نتیجه مشخصی در مورد کاهش نرخ سود بانکی نرسیده است.

به گفته برخی اعضای شورای پول و اعتبار همه اعضای این شورا بر کاهش نرخ سود تأکید دارند اما بانک مرکزی نگران است که این کاهش منجر به پایین آمدن واقعی نرخ سود نشود. شنیده‌ها و قرائنی وجود دارد که نشان می‌دهد میزان کاهش نرخ سود بانکی بیش از ۱۸ درصدی است که در اردیبهشت‌ماه وزیر اقتصاد به شورای پول و اعتبار پیشنهاد داده بود. در این باره رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی تلویحا رقم کاهش نرخ سود را هم مطرح کرده و گفته است: در قالب بسته سیاستی دولت، نرخ سود تسهیلات خرید کالا و خودرو به سطح ۱۶ و ۱۲ درصد کاهش یافته (مابه‌التفاوت نرخ سود در قالب یارانه به بانک‌ها پرداخت می‌شود) که بخش قابل توجهی از تسهیلات را شامل می‌شود و این باید فراگیر شود.

وی با بیان اینکه نرخ سود تسهیلات در آن بخش‌هایی که مدنظر دولت بوده به‌صورت هدفمند کاهش یافته، گفته است: نظر دولت کاهش نرخ سود است و بانک مرکزی هم قبول دارد که نرخ تورم فعلی باید کاهش یابد اما فقط نسبت به درصد تقلیل نرخ سود اختلاف نظر وجود دارد. نرخ مدنظر بانک مرکزی بالاتر از وزارت اقتصاد و نرخ پیشنهادی سازمان مدیریت کمتر از وزارت اقتصاد است و در واقع نرخ سود مدنظر سازمان مدیریت کمترین نرخ است.

در واقع با تحلیل سخنان نوبخت می‌توان به این پیشنهادها رسید: نرخ ۱۸درصدی پیشنهاد شده از سوی بانک مرکزی، نرخ ۱۶ درصدی پیشنهاد شده از سوی وزارت اقتصاد و نرخ ۱۲ درصدی پیشنهاد شده از سوی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی؛ اما در این میان کدام‌یک حرف خود را بر کرسی می‌نشاند؟

اهمیت موازنه نرخ سود و تورم

فرهاد سلیمانی، کارشناس اقتصادی در گفت‌وگو با «فرصت امروز» در این باره گفت: نرخ سود بانکی باید تابعی از نرخ تورم باشد. تا زمانی که ما با تورم افزایشی مواجه هستیم نرخ سود بانکی باید با روند افزایشی همراه شود و بر عکس زمانی که تورم کاهشی را شاهد هستیم باید نرخ سود بانکی را کاهش دهیم. بخش تولید در موازنه با این دو قطب متضاد حرکت می‌کند و اگر بانک مرکزی و شورای پول و اعتبار نتوانند موازنه این دو قطب متضاد را به‌گونه‌ای طراحی کنند که فضا برای حضور بخش تولید فراهم شود، شاهد ورشکستگی‌ها و تعطیلی کارخانه‌ها در وضعیت رکودی یا شاهد افزایش مهارگسیخته قیمت‌ها در شرایط تورمی خواهیم بود.

وی افزود: هنوز معلوم نیست که به‌طور شفاف کدام طرف در شورای پول و اعتبار چه پیشنهادی را مطرح کرده است و عدد دقیقی در دست نیست اما اگر براساس قرائن بخواهیم قضاوت کنیم به نظر من نرخ سود ۱۶ درصد یا ۱۵ درصد که نزدیک به نرخ تورم است نرخ معقولی است به دلیل اینکه نزدیک‌ترین نرخ به تورم فعلی کشور است.

این کارشناس اقتصادی تأکید کرد: بنگاه‌های اقتصادی تحت فشارهای شدیدی هستند و ضرورت دارد تا شورای پول و اعتبار هرچه زودتر به یک جمع‌بندی برسد.

کاهش تورم همراه با کنترل غیرمجازها

محمد ولی‌نژاد، کارشناس اقتصادی در گفت‌وگو با «فرصت امروز» در این باره گفت: پیشنهادهایی که مطرح شده است ناظر بر چند ملاحظه است. نخستین ملاحظه، ملاحظات اجرایی از منظر بانکداران است که بانک مرکزی آن را مطرح کرده، دومین ملاحظه مربوط به سطح تورم فعلی است که وزارت اقتصاد مطرح کرده و سومین ملاحظه مربوط به تورم کاهنده است که سازمان مدیریت آن را مطرح کرده است.

وی فزود: دیدگاه‌های وزارت اقتصاد و سازمان مدیریت به یکدیگر بسیار نزدیک است. آنها به عوامل رکودی اقتصاد توجه دارند و بر این اساس اعتقاد دارند سطح کاهش نرخ سود بانکی باید به اندازه کافی قانع‌کننده باشد و اثرات سریعی روی بازار بگذارد اما تفاوت‌شان در این است که وزارت اقتصاد سطح فعلی تورم را در نظر می‌گیرد اما سازمان مدیریت به استقبال کاهش نرخ تورم رفته است که فکر می‌کنم با توجه به موضع بانکداران نرخ وزارت اقتصاد معقول‌تر باشد.

این کارشناس اقتصادی در مورد موضع بانک مرکزی گفت: موضع بانک مرکزی بسیار محافظه‌کارانه و از دیدگاه احتیاط اجرایی است. این دیدگاه ناظر به موانع اجراست که باید مورد توجه قرار بگیرد. بر این اساس بانک مرکزی اعتقاد دارد که وجود موسسات مالی و اعتباری غیرمجاز مانع مهمی در مورد کاهش نرخ سود است بنابراین اگر نرخ سود به ۱۶درصد برسد، پول‌ها از بانک‌ها خارج می‌شوند اما به جای بازار سرمایه وارد موسسات مالی و اعتباری غیرمجاز می‌شوند. این دغدغه، دغدغه بجایی است و باید مورد توجه قرار بگیرد.

وی ادامه داد: یک راهکار این مشکل این است که بانک مرکزی و شورای پول و اعتبار همزمان با کاهش نرخ سود بانکی به ۱۶ درصد، بسته سیاستی جداگانه‌ای را برای برخورد با موسسات مالی و اعتباری غیرمجاز به اجرا بگذارد. در این بسته هم برای این موسسات سقف و محدودیت جذب سپرده از زمان اعلام قانون در نظر گرفته شود هم سیاست‌های انضباطی و برخوردی و هم آگاهی بخشی عمومی به مردم با برنامه‌های منظم و تبلیغ‌های مداوم و تشریح خطرات سرمایه‌گذاری در این موسسات با چنین بسته‌ای می‌توان تبعات کاهش نرخ سود بانکی را کنترل کرد.

گزارش ۲

طهماسب مظاهری: نسبت به گذشته حساب بانک‌ها ۴۳درصد قرمز شده‌است

رئیس کل بانک مرکزی در دولت احمدی‌نژاد و وزیر اقتصاد دولت خاتمی گفت: اگر قرار است تسلیم شویم - همان‌گونه که اکنون تسلیم شده‌ایم - و بانک مرکزی برای حل مشکل منابع تزریق کند، با یک ورشکستگی بزرگ و سقوط شرکت‌های بزرگ مواجه خواهیم شد.

به گزارش تسنیم، طهماسب مظاهری در شبکه خبر در پاسخ به سوال مجری که کاهش نرخ سود بانکی در دستور کار شورای پول و اعتبار قرار می‌گیرد یا خیر؟ گفت: به نظر من بانک مرکزی در این خصوص مقاومت ندارد اما از اینکه نرخ سود بانکی در بازار عدد فعلی باشد، نگران است.

وی با بیان اینکه دولت باید این نرخ را پایین بیاورد و فاصله آن را با نرخ سود بازار کاهش دهد ادامه داد: بانک مرکزی باید با عواملی که باعث افزایش نرخ سود می‌شود برخورد کند که یکی از این عوامل فعالیت مؤسسات غیرمجاز است.

این کارشناس اقتصادی گفت: یکی از کارهای جدی که بانک مرکزی باید انجام دهد این است که با این مؤسسات به‌طور جدی برخورد کند.

وی افزود: یکی دیگر از عوامل فاصله بین نرخ سود بانکی و نرخ سود در بازار ناشی از تورم و بدهی‌های دولت است.

مظاهری با بیان اینکه بانک باید معوقات خود را از دولت وصول کند، گفت: اکنون بانک نمی‌تواند طلب خود را از دولت در سرفصل معوقات بگیرد بنابراین بانک‌ها نیز نمی‌توانند اعتباری بدهند.

وی با بیان اینکه باید نرخ سود بانکی متناسب با تورم به اضافه دو، سه درصد حاشیه‌ها تعیین شود، افزود: بانک مرکزی نیز در درجه نخست با هماهنگی بانک‌ها و قوه نظارتی مؤسسات مالی و اعتباری مجاز را وادار کند که این نرخ سود را رعایت کنند.

این کارشناس اقتصادی گفت: اکنون مؤسسات غیرمجاز تعداد شعب خود را زیاد می‌کنند که باید با آنها برخورد شود و به غیراز آن سپرده‌گذاری‌های خود را افزایش می‌دهند که بانک مرکزی می‌تواند جلوی رشد این مؤسسات را بگیرد.

وی با بیان اینکه قبول دارم که دولت پول ندارد تا بدهی‌های خود را پرداخت کند، افزود: پرداخت نکردن بدهی دولت به بانک‌ها تنها نداشتن پول نیست و باید در این خصوص تمهیداتی اندیشیده شود چراکه ادامه این روند باعث می‌شود بنگاه‌های بزرگ و کوچک به سمت کم‌رونق شدن بروند به‌طوری‌که اکنون برخی از این بنگاه‌ها تعطیل شده‌اند.

وی ادامه داد: اینکه دولت به چه روشی حداقل بخشی از بدهی‌های خود را بپردازد، بحث دیگری است اما باید اقداماتی انجام دهد به‌ویژه که اکنون مجلس آمادگی دارد از دولت حمایت کند و شرایط برای فعالیت دولت مناسب است و تحریم‌ها نیز برداشته می‌شود.

مظاهری گفت: هرچند دولت منابعش محدود است اما بدهی‌اش خیلی سنگین است و باید فکری برای پرداخت آن کند.

وی با بیان اینکه ارقام بدهی دولت بسیار نگران‌کننده است، افزود: اکنون روند کار طوری است که آن مقدار از بدهی‌ها که پرداخت می‌شود کمتر از آن مقداری است که دولت دوباره بدهکار می‌شود.

مظاهری ادامه داد: البته بخش بسیار بزرگی از این بدهی‌ها ارثیه دولت قبل است که با کم‌درایتی یا ندانم‌کاری بهره‌برداری سیاسی خود را کرده و زحمت اقتصادی آن را به گردن دولت فعلی انداخته است.

وی گفت: اکنون تسویه این مقدار بدهی کار بسیار سختی است اما سختی آن دلیل بر عدم انجامش نیست و باید در این خصوص فکر جدی کند و اگر اقدام نکند شرایط رکود، ما را به جایی می‌رساند که وضع بدتر شود.

این کارشناس اقتصادی افزود: اگر قرار است تسلیم شویم - همان‌گونه که اکنون تسلیم شده‌ایم - و بانک مرکزی برای حل مشکل منابع تزریق کند، با یک ورشکستگی بزرگ و سقوط شرکت‌های بزرگ مواجه خواهیم شد.

وی گفت: تا به امروز برخی از بنگاه‌های اقتصادی توانسته‌اند مقاومت کنند اما تداوم این وضع باعث صدمات زیادی می‌شود.

مظاهری افزود: اکنون توافقاتی (در بحث تحریم‌ها) صورت گرفته است و امیدی برای برداشته شدن یا کاهش تحریم‌ها وجود دارد که حداقل آثار روانی آن را می‌بینیم که در واقع فرصت مناسبی برای اقدام دولت است به‌ویژه که برداشتن تحریم‌ها هزینه صادرات کالا را کاهش می‌دهد.

وی ادامه داد: امروز دولت به این جمع‌بندی رسیده که برای رفع رکود تصمیماتی اتخاذ کند و از جمله آن طرح‌های کوتاه‌مدت است که با کاهش نرخ سود به دنبال اجرای آن هستیم.

عبده تبریزی، مدیرعامل بورس در دولت اصلاحات با اعلام اینکه در شرایط فعلی حساب بانک‌ها ۴۳ درصد نسبت به گذشته (سال گذشته) قرمز شده است گفت: در واقع بانک‌ها به بانک مرکزی بدهکار شده‌اند.

حساب بانک‌ها ۴۳ درصد نسبت به گذشته قرمز شده است، گفت: بدون کاهش نرخ سود امکان خروج از رکود وجود ندارد.

حسین عبده تبریزی در شبکه خبر درباره واقعیت اقتصاد کشور به کاهش نرخ سود بانکی اشاره کرد و گفت: دولت باید این نرخ را کاهش بدهد در غیراین صورت امکان خروج از رکود وجود ندارد و بدون کاهش نرخ سود امکان ندارد تورم کاهش پیدا کند.

وی ادامه داد: شرایط ما اکنون عادی نیست و نمی‌توانیم منتظر بازار بمانیم که بازار نرخ سود را تنظیم کند به‌ویژه که مردم توان خریدشان کاهش پیدا کرده است و در اقتصاد تقاضایی وجود ندارد.

این کارشناس اقتصادی گفت: البته وضعیت بانک‌ها نیز بسیار دشوار شده و بانک مرکزی بیش از این نمی‌تواند به آنها فشار بیاورد به‌ویژه که قیمت دارایی بانک‌ها نیز کاهش پیدا کرده است.

وی با بیان اینکه اکنون دولت امکان پرداخت بدهی خود به بانک‌ها را ندارد، افزود: دولت نمی‌تواند بدهی خود را به بانک‌ها بپردازد اما باید در این خصوص تصمیم قاطعی اتخاذ شود.

عبده تبریزی گفت: دولت باید نرخ را کاهش و با تورم یکسان کند و در واقع شورای پول و اعتبار باید این کار را انجام دهد و اگر نرخ سود اصلاح نشود بورس نیز صدمه می‌بیند.

وی با بیان اینکه در شرایط فعلی حساب بانک‌ها ۴۳ درصد نسبت به گذشته (سال گذشته) قرمز شده است گفت: در واقع بانک‌ها به بانک مرکزی بدهکار شده‌اند.

نرخنامه

دلار ۳,۳۸۹ تومان

صرافان بازار ارز و سکه نرخ هر دلار آمریکا را ۳,۳۸۹تومان و هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید را۹۱۸,۰۰۰ تومان تعیین کردند.

هر یورو در بازارآزاد۳,۸۵۵ تومان و هر پوند نیز۵,۳۹۷تومان قیمت خورد. همچنین هر نیم سکه ۴۶۸,۰۰۰ تومان و هر ربع سکه ۲۴۷,۰۰۰تومان فروخته شد. هر سکه یک گرمی ۱۶۷,۰۰۰ تومان خریدوفروش شد و هر گرم طلای ۱۸ عیار ۱۲۵,۱۶۰تومان قیمت خورد. هر اونس طلا هم در بازارهای جهانی ۱۱,۰۸۳دلار بود.

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت
اونس طلا	۱۱,۰۸۳
مثقال طلا	۴۰۷,۱۰۰
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۲۵,۱۶۰
سکه بهار آزادی	۹۱۸,۰۰۰
سکه طرح جدید	۹۱۸,۰۰۰
نیم سکه	۴۶۸,۰۰۰
ربع سکه	۲۴۷,۰۰۰
سکه گرمی	۱۶۷,۰۰۰

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت
دلار آمریکا	۳,۳۸۹
یورو اروپا	۳,۸۵۵
پوند انگلیس	۵,۳۹۷
درهم امارات	۹۵۸
لیر ترکیه	۱,۲۴۸
یوان چین	۵۵۹
ین ژاپن	۲۹
دلار کانادا	۲,۷۰۰
فرانک سوییس	۳,۵۵۰
دینار کویت	۱۱,۵۸۰
ریال عربستان	۹۳۵
دینار عراق	۲۹۵
روپیه هند	۵۵
رینگت مالزی	۸۳۵

بانکنامه

تسهیلات دریافتی از بانک‌ها صرف چه اهدافی شد؟

بخش‌های پنج‌گانه اقتصاد ایران در شش‌ماهه اول امسال در مجموع ۱۶۰ هزارمیلیارد تومان تسهیلات بانکی دریافت کرده‌اند اما تسهیلات دریافتی در بخش‌های مختلف اقتصادی صرف چه اهدافی شده است؟

به گزارش اقتصادنیوز و براساس گزارشی که بانک مرکزی منتشر کرده است، در میان بخش‌های کشاورزی، صنعت و معدن، مسکن و ساختمان، بازرگانی و خدمات بیشترین تسهیلاتی که اغلب این بخش‌ها از بانک‌ها دریافت کرده‌اند صرف تامین سرمایه در گردش شده است، مگر بخش ساختمان و مسکن که بیشترین تسهیلات این بخش صرف خرید خانه شده است.

براساس این گزارش، ایجاد، تامین سرمایه در گردش، تعمیر، توسعه، خرید کالای شخصی و خرید مسکن از جمله اهدافی است که بخش‌های اقتصادی برای انجام آن از بانک تسهیلات دریافت کرده‌اند. در جداول زیر سهم هر کدام از این موارد از کل تسهیلاتی که در بخش‌های مختلف هزینه شده مشخص می‌شود.

براساس این گزارش، بخش کشاورزی در شش‌ماهه اول امسال ۱۲ هزارمیلیارد تومان، بخش صنعت و معدن ۴۸، بخش ساختمان و مسکن ۱۶,۸، بخش بازرگانی ۲۱ و بخش خدمات ۶۱ هزارمیلیارد تومان از بانک‌ها تسهیلات دریافت کرده‌اند.

حرکت طلای جهانی به سوی سومین کاهش هفتگی

طلا در بازار جهانی با ضعیف شدن تقاضای سرمایه‌گذارانی که منتظر روشن شدن زمان افزایش نرخ‌های بهره در آمریکا هستند، به سوی سومین کاهش هفتگی متوالی پیش می‌رود.

به گزارش ایسنا، هر اونس طلا برای تحویل فوری در معاملات روز جاری بازار سنگاپور با ۰,۳درصد افزایش، به ۱۱۰۷ دلار رسید. در بازار نیویورک هر اونس طلا برای تحویل در دسامبر با ۰,۳درصد افزایش، ۱۱۰۷ دلار بود. بهای معاملات طلا روز پنجشنبه ۰,۲درصد یا دو دلار کاهش یافته و به ۱۱۰۴ دلار رسیده بود که پایین‌ترین قیمت در یک ماه و نیم گذشته بود.

قیمت طلا که روز سه‌شنبه ۲۱,۸۰ دلار یا ۱,۹درصد کاهش یافت، از روز دوشنبه تاکنون سه‌درصد کاهش نشان می‌دهد و به سوی بزرگ‌ترین کاهش هفتگی در بیش از سه ماه گذشته در حرکت است.

این فلز زرد هفته گذشته ۱,۹درصد کاهش یافت که بزرگ‌ترین کاهش هفتگی در دو ماه گذشته بود با این همه در ماه اکتبر ۲,۴درصد افزایش داشت.

براساس گزارش بلومبرگ، سرمایه‌گذاران و تحلیلگران بازار طلا، آمار اقتصادی آمریکا را برای ارزیابی زمان نخستین افزایش نرخ‌های بهره این کشور در حدود یک دهه گذشته دنبال می‌کنند. پس از اینکه جانت یلن، رئیس بانک مرکزی آمریکا چهارشنبه هفته جاری اظهار کرد بهبود اقتصاد آمریکا به معنای افزایش نرخ‌های بهره در ماه آینده است، معامله‌گران احتمال افزایش نرخ‌ها در نشست دسامبر این بانک را به ۵۶درصد در مقایسه با ۵۰درصد در روز دوشنبه افزایش دادند.

منطقه آزاد

نرخ سود بانکی در مناطق آزاد توافقی می‌شود

بانک‌های خارجی منابع ارزی ارزان‌قیمت می‌آورند

مدیر بانک و بیمه شورای عالی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی با اشاره به مزیت‌های ورود بانک‌های خارجی به مناطق آزاد گفت: بانک‌های خارجی می‌توانند کمبود منابع بازار پولی کشور را از طریق منابع ارزی ارزان‌قیمت پوشش دهند.

ناصر خرمالی با بیان اینکه با ورود بانک‌های خارجی فضای بازار پولی کشور رقابتی خواهد شد، به ایلنا اظهار کرد: در حال حاضر بازار پولی و بانکی و موسسات مجاز با محدودیت مالی و منابع اعتباری مواجه هستند که بانک‌های خارجی می‌توانند با ورود منابع ارزی ارزان‌قیمت این شکاف در بازار را تا حدی رفع کنند. وی با بیان اینکه حضور بانک‌های خارجی در مناطق آزاد باعث توسعه سرمایه‌گذاری در این مناطق می‌شوند، ادامه داد: بانک‌های خارجی می‌توانند رقابت در بازار پولی ایجاد کنند و منجر به توسعه سرمایه‌گذاری در مناطق آزاد و سرزمین اصلی شود.

خرمالی با تأکید بر اینکه طبق دستورالعمل جدید امور بانکی در مناطق آزاد نرخ کارمزد و سود تسهیلات بانکی در مناطق آزاد باید توافقی باشد، ادامه داد: در دوره‌های گذشته باوجود آنکه دستورات آیین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های بانکی در این موضوع لازم‌الاجرا بود اما مصوباتی از مراجعی مانند بانک مرکزی به بانک‌های عامل آمد تا این دستورالعمل‌ها اجرایی نشود.

مدیر بانک و بیمه شورای عالی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی با بیان اینکه در حال حاضر نرخ سود سپرده‌گذاری و کارمزدهای تسهیلات بانکی در مناطق آزاد و سرزمین اصلی از یک قانون تبعیت می‌کند، گفت: طبق دستورالعمل‌های جدید این نرخ‌ها در مناطق آزاد متفاوت از سرزمین اصلی خواهد بود. وی ادامه داد: طبق دستورالعمل جدید قرار است نرخ سود بانکی در مناطق آزاد برای هر پروژه‌ای متفاوت باشد و این عدد براساس میزان عرضه و تقاضا و به‌صورت توافقی بین بانک عامل و سرمایه‌گذار تعیین می‌شود.

تجارت

با تأکید بر رفع موانع جذب سرمایه‌گذاری:

ایرانیان خارج از کشور نخستین گروه از سرمایه‌گذاران خارجی

اگر واقعا دولت به فکر جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی است باید دست به اقدامات عملی بزند و موانع کنونی را که بر سر راه جذب سرمایه‌گذاران وجود دارد، بردارد و فضا را برای سرمایه‌گذاری مساعد کند و اعتماد را برای حضور سرمایه‌گذاران بالا ببرد.

رئیس کمیسیون صنعت اتاق تهران می‌گوید: اگر موانع از پیش‌روی سرمایه‌گذاران خارجی برداشته شود، نخستین گروه از سرمایه‌گذاران خارجی که برای سرمایه‌گذاری وارد ایران شوند، ایرانیان خارج از کشور خواهند بود. مهدی پورقاضی البته با اشاره به مشکلات متعددی که برسر راه سرمایه‌گذاری در ایران وجود دارد، می‌گوید: «اگر تحریم‌ها، مشکلات بانکی و اصلاحاتی که باید اتفاق بیفتد تحقق پیدا کند، نخستین گروه سرمایه‌گذارانی که وارد کشور می‌شوند، ایرانیان خارج از کشور هستند که انگیزه‌ها و تمایلات بیشتری دارند و ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری و نیازهای کشور را می‌دانند.»

به گزارش اتاق تهران او در ادامه با اشاره به موانع می‌گوید: «چند نرخی بودن ارز یکی از موانعی است که سرمایه‌گذاری را در کشور محدود می‌کند، زیرا سرمایه‌گذار خارجی ممکن است حس کند که رقیبش با یک ارز یارانه‌ای می‌تواند محصولش را تولید کند و او از این شرایط بی‌بهره است، پس تردید می‌کند.» پورقاضی یکی دیگر از چالش‌های ورود سرمایه‌گذار خارجی و داخلی را بوروکراسی دولتی می‌خواند و می‌گوید: «وقتی یک سرمایه‌گذار خارجی یا داخلی می‌خواهد کاری را شروع کند، آنقدر به او می‌پیچند و سخت‌مجوزها را برای شروع کار می‌دهند که سرمایه‌گذاری به تعویق می‌افتد و اصولا سرمایه‌گذار پشیمان می‌شود.»

به گفته پورقاضی ابهام در مقررات چالش دیگری است که در کشور با آن روبه‌رو هستیم و یکی دیگر از موانع پیش‌روی جذب سرمایه‌گذار محسوب می‌شود، زیرا سرمایه‌گذاران نمی‌توانند به شرایط اعتماد کنند. او می‌گوید: «ابهام در مقررات و معلوم نبودن رژیم تجاری چالش‌های جدی است که سرمایه‌گذاران پیش‌روی خود می‌بینند؛ مثلا یک سرمایه‌گذار وقتی وارد کشور می‌شود نمی‌داند که دولت در مورد چه کالایی می‌خواهد قیمت‌گذاری کند، این ممکن است تغییر کند، شیر، روغن، خودرو و... وقتی تکلیف روشن نباشد، چطور می‌توانیم انتظار سرمایه‌گذاری داشته باشیم، اینها باعث شده ریسک سرمایه‌گذاری در کشور ما بالا باشد و امنیت سرمایه‌گذاری پایین و این خود به شرایط کنونی و عدم موفقیت در جذب سرمایه‌گذاری دامن می‌زند.»

رئیس کمیسیون صنعت اتاق تهران می‌گوید: «اگر واقعا دولت به فکر جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی و حالا ایرانیان خارج از کشور است باید دست به اقدامات عملی بزند و موانع کنونی را که بر سر راه جذب سرمایه‌گذاران وجود دارد بردارد و فضا را برای سرمایه‌گذاری مساعد کند و اعتماد را برای حضور سرمایه‌گذاران بالا ببرد تا ریسک سرمایه‌گذاری کاهش پیدا کند.»

کارشناسان از عقب‌ماندگی کشور در ارائه سرویس‌های بانکی می‌گویند

استفاده از خدمات Pay، شاید وقتی دیگر

محمد ممتازپور

معضل نوین خریدوفروش از طریق گوشی‌های تلفن همراه چند سالی است وارد عرصه شده و شرکت‌های بزرگ فناوری علاقه زیادی به این نوع پرداخت‌ها از خود نشان می‌دهند. این درحالی‌است که نسل قبلی پرداخت‌های موبایلی که از طریق اپلیکیشن‌ها یا کدهای موسوم به USSD فعالیت دارند، هنوز در کشور ما با مشکلاتی دست و پنجه نرم می‌کنند و این نوع از پرداخت‌ها همچنان برای کاربران ایرانی بیگانه هستند. به‌طور مثال چند وقتی است که تراکنش‌های بانکی از طریق کدهای USSD برای مردم کشورمان به دستور بانک مرکزی متوقف شده و هنوز از سرنوشت این خدمات خبر چندانی در دست نیست.

این درحالی‌است که با روی کار آمدن چیپست‌های NFC و تعبیه آنها روی اکثر گوشی‌های هوشمند امروزی، پرداخت‌های الکترونیکی وارد مرحله جدیدی شده و این روش در کشورهای پیشرفته و در حال توسعه به سرعت در حال همه‌گیر شدن است.

مرتضی شاهسوند، کارشناس تجارت الکترونیک درباره روش جدید پرداخت‌های الکترونیک به «فرصت امروز» گفت: اگر در سیستم عامل‌های جدید تلفن‌های هوشمند دقت کرده باشید حتما گزینه pay را مشاهده کرده‌اید. این گزینه به کاربران این امکان را می‌دهد تا از طریق NFC تراکنش‌های بانکی خود را انجام دهند.

وی افزود: گوشی‌های مجهز به این تکنولوژی، همانند کارت‌های بانکی مگنتی می‌توانند با امواج مغناطیسی از پوزهای مخصوص خرید کنند. نحوه کار به این صورت است که وقتی می‌خواهید پرداخت کنید، انگشت‌تان را کنار صفحه نمایش گوشی از بالا به پایین بکشید. سپس کارت بانکی که قبلا در گوشی ثبت کرده‌اید روی صفحه گوشی نمایش داده می‌شود. در این مرحله باید انگشت خود را با اسکنر اثر انگشت اسکن کنید تا هویت شما برای گوشی تأیید شود. سپس تلفن هوشمندتان را نزدیک دستگاه خودپرداز مگنتی بگیرید البته برای این مدل پرداخت باید دستگاه کارت‌خوان هم به تکنولوژی مگنتی مجهز باشد که متاسفانه فعلا چنین دستگاه‌های کارت‌خوانی در ایران وجود ندارد.

این کارشناس درباره میزان امنیت این روش نوین پرداختی گفت: این روزها کمپانی‌های بزرگی مثل اپل، سامسونگ و گوگل سرمایه‌گذاری‌های زیادی را در توسعه این روش پرداخت انجام داده‌اند و این نشان می‌دهد که بحث امنیت در این پرداخت‌ها بسیار بالا است.

وی اظهار کرد: این شرکت‌ها در محصولات جدید خود از فناوری pay بهره گرفته‌اند و می‌توان از حالا پیش‌بینی کرد که تا چند سال آینده این خدمات در همه کشورها رواج خواهد یافت.

شاهسوند افزود: با روش‌های پرداخت الکترونیکی جدید به‌زودی کارت‌های بانکی از رده خارج خواهند شد و همه کارت‌های الکترونیکی روی گوشی‌های کاربران تجمیع می‌شود اما سوالی که اینجا مطرح می‌شود این است که چه موقع قرار است فناوری پرداخت‌های الکترونیکی pay به کشور ما هم وارد شود و آیا برای این کار تدابیری اندیشیده شده یا خیر؟

مهرزاد علیمحمدی، کارشناس بانکداری الکترونیکی در پاسخ به این سوال به «فرصت امروز» گفت: زمزمه‌هایی از ورود فناوری pay به ایران تا پایان سال شنیده شده است اما برای اینکه چه وقت این موضوع فراگیر شود برنامه‌ای وجود ندارد و فکر نمی‌کنم حداقل تا دو، سه سال آینده خبری از استفاده این روش پرداخت در ایران باشد.

وی افزود: البته این روش نیازمند فرهنگ‌سازی مناسبی است و باید برای اینکه سوءاستفاده از آن به کمترین حد خود برسد، آموزش‌های لازم به مردم داده شود.

علیمحمدی در پاسخ به این سوال که سرنوشت کدهای USSD چه می‌شود؟ گفت: بررسی‌های بانک مرکزی در این مورد ادامه دارد و امیدواریم به‌زودی این مشکل برطرف شود و در مورد تصمیمات صورت‌گرفته که محدودیت‌هایی را برای مشترکان به وجود آورده تجدیدنظر شود.

وی افزود: از آنجایی که استفاده از USSD نه نیازمند گوشی‌های هوشمند و نه اینترنت است، استفاده از آن با اقبال فراوانی روبه‌رو شد تا جایی که توانسته تغییرات معناداری در سهم تراکنش‌های موبایلی در مقایسه با سایر ابزارهای پرداخت الکترونیکی به‌وجود آورد.

این کارشناس درباره کارایی کدهای USSD اظهار کرد: با این کدها می‌توان کارهایی مثل انتقال وجه، اعلام موجودی، خرید شارژ، پرداخت قبوض و حتی پرداخت کمک‌های خیرخواهانه را انجام داد. محیط ساده کار با این کدها باعث می‌شوند که کاربر بدون هیچ‌گونه سردرگمی کارهای بانکی خود را به‌راحتی انجام دهد.

وی گفت: یک پیام USSD می‌تواند در حدود ۱۸۲ کاراکتر باشد. با استفاده از USSD می‌توان بین نرم‌افزارهای نوشته شده برای موبایل و شبکه اپراتور موبایل ارتباط برقرار کرد. پیام‌ها به‌صورت دیجیتالی و با استفاده از کلیدهای * و # ارسال می‌شوند و به کاربر اجازه می‌دهد که به سادگی اطلاعاتی را به شبکه ارسال یا دریافت کند.

گردشگری

توسعه گردشگری کشور بدون حضور فعال بخش‌خصوصی امکان‌پذیر نیست

کمیسیون گردشگری اتاق تهران به‌عنوان نماینده بخش‌خصوصی به دنبال بازنگری در برنامه ملی توسعه گردشگری است.

ایران باوجود پتانسیل‌های بسیار بالا برای جذب توریست‌های فرهنگی و طبیعت‌گردی اما در سال‌های گذشته و دهه‌های گذشته عملا نتوانسته موفقیتی در خور توجه به دست بیاورد. اگرچه در دوره‌هایی بر تعداد توریست‌های خارجی افزوده شده یا در برخی از فصل‌های سال شاهد حضور پرشمار مسافران داخلی در برخی از نقاط کشور هستیم اما به‌صورت کلی آنچه مشخص است بی‌برنامگی در صنعت گردشگری کشور است؛ حالا کمیسیون تخصصی گردشگری اتاق تهران به دنبال آن است که در این بین نقش‌آفرینی کند و با بازنگری در برنامه ملی توسعه گردشگری زمینه‌های اجرای آن را بعد از سال‌ها فراهم سازد. در این زمینه با نصرالله مستوفی مسئول پروژه تهیه برنامه ملی توسعه گردشگری و عضو کمیسیون گردشگری اتاق‌تهران،گفت‌وگوکرده‌ایم:

برنامه ملی توسعه گردشگری کشور چه سالی تدوین شد؟

تهیه و تدوین این برنامه باتوجه به ضرورت‌های جذب گردشگری و توسعه این صنعت از سال ۱۳۷۸ کلید خورد و با همکاری کارشناسان سازمان جهانی گردشگری، برنامه عمران سازمان ملل و البته کارشناسان داخلی بعد از ۲۰۰هزار نفر ساعت کار کارشناسی به اتمام رسید؛ در این بین ما شاهد حضور تمام استان‌ها و کارشناسان سازمان‌ها و همچنین بخش‌خصوصی هم بودیم اما خب هیچ وقت به شکل جدی به دلایل مختلف شاهد اجرای این برنامه نبودیم، اما حالا باتوجه به شرایطی که کشور در حال حاضر دارد و اینکه تحریم در حال برداشته شدن است بستر را در کمیسیون گردشگری اتاق بازرگانی صنایع و معادن تهران برای بازنگری در این طرح و اجرایی شدن آن مناسب دیدیم.

برای بازنگری در این برنامه چه اقداماتی درحال انجام است؟

ما به دنبال به روز کردن برنامه هستیم و در این راستا دو اقدام درحال انجام است، یکی تهیه طرح اجرای برنامه ملی توسعه گردشگری کشور است که طبق بحث‌های صورت گرفته قرار است اتاق به‌عنوان نماینده بخش‌خصوصی در این زمینه فعال شود و دوم تعامل با سازمان میراث‌فرهنگی و گردشگری به‌عنوان ارگانی که وظیفه به روزرسانی و بازنگری برنامه ملی توسعه گردشگری کشور را برعهده دارد تا این اقدام هم صورت بگیرد.

به نظر شما بخش‌خصوصی چگونه می‌تواند در تصمیم‌گیری‌های اصلی در حوزه گردشگری نقش بازی کند؟

به نظرم باید نماینده‌ای از بخش‌خصوصی حتما در شورای عالی میراث‌فرهنگی و گردشگری کشور که به ریاست معاون اول رئیس‌جمهور تشکیل می‌شود، حضور داشته باشد و باید این مهم را رئیس کمیسیون گردشگری اتاق تهران آقای مهرعلیزاده از دولت بخواهد. باید توجه داشت که فعال شدن صنعت گردشگری و رسیدن به اهداف برنامه ملی توسعه گردشگری بدون مشارکت همه‌جانبه و حضور فعال بخش‌خصوصی در این عرصه عملا اجرایی نیست. در واقع، سازمان‌ها و دستگاه‌های دولتی مرتبط باید همکاری کنند و برنامه‌ریزی‌های کلان را انجام دهند و اجرا به‌صورت سازمان یافته از سوی بخش‌خصوصی صورت بگیرد و در این بین اتاق نقش رابط و هماهنگ‌کننده بین‌این‌دوبخش‌رابرعهده‌دارد.

در این برنامه و سندبالادستی گردشگری چقدر ظرفیت برای سرمایه‌گذاری دیده شده است؟

ظرفیت‌های کشور ما بسیار بالاست و در این برنامه هم براین نکته تأکید شده اما باید توجه کرد که ظرفیت‌سازی نیازمند ابزارهای مالی مناسب است و آماده‌سازی پروژه‌ها برای حضور و مشارکت سرمایه‌گذاران و اینها در برنامه دیده شده و در بازنگری نیز بر آنها تأکید شده است. خوشبختانه در حال حاضر، بانک تخصصی با عنوان بانک گردشگری در کشور وجود دارد و این بانک می‌تواند به یک بانک عامل صنعت گردشگری برای پیشبرد اهداف این صنعت تبدیل شود و برای جذب سرمایه‌گذاران خارجی و داخلی نقش مؤثر داشته باشد.

بازرگانی

برنامه هندی‌ها برای توسعه تجارت با چابهار

سفیر هند در دومین سفرش به بندر چابهار گفت: می‌خواهیم تجارت خود را بیشتر در بخش‌های شرقی ایران خصوصا بندر چابهار متمرکز کنیم که این امر باعث کاهش هزینه‌هاست.

به گزارش ایسنا در سیستان و بلوچستان، سائووراب کومار در بازدید از بندر چابهار با اشاره به اینکه روابط جمهوری اسلامی ایران و هند همیشه دوستانه بوده و جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان مهم‌ترین شریک تجاری و اقتصادی هند مدنظر کشورش بوده است، اظهار کرد: بندر چابهار برای ما بسیار با اهمیت است و ما در این سفر قصد همکاری در حوزه‌های مختلف در این بندر را داریم.

وی ادامه داد: امروزه اکثر کالاهایی که از ایران وارد کشور هند می‌شود از بخش‌های غربی کشور ایران است و ما می‌خواهیم تجارت خود را بیشتر در بخش‌های شرقی ایران خصوصا بندر چابهار متمرکز کنیم که این امر باعث کاهش هزینه‌هاست. او گفت: خواهان یک تجارت مطلوب در بندر چابهار هستیم و امیدواریم این امر هرچه سریع‌تر در دستور کار قرار گیرد. احمد علی موهبتی، معاون استاندار و فرماندار ویژه چابهار نیز در این دیدار که در فرمانداری این شهرستان انجام شد، اظهار کرد: موقعیت بندر چابهار به‌عنوان یک پل ارتباطی، علاوه بر اینکه می‌تواند صنعت ترانزیت و تجارت مطلوب را از طریق اتصال هندوستان به کشورهایی که اصلا راه دریایی ندارند برقرار کند، می‌تواند نقش مهمی در توسعه تجارت منطقه داشته باشد.

وی به برخی از پروژه‌های در حال اجرای بندر چابهار که سرآغاز و نقطه عطف همکاری‌های دوجانبه با شرکت‌های هندی است از قبیل توسعه بندر شهید بهشتی، راه‌آهن چابهار به زاهدان، راه‌اندازی خط کشتیرانی بین چابهار و یکی از بنادر فعال هند، مشارکت در توسعه سایت پتروشیمی و احداث آب شیرین‌کن اشاره کرد.

از سوی مدیر اتاق بازرگانی و صنایع ایران و آلمان

ظرفیت‌های صنعتی ایران برای حضور آلمان‌ها اعلام شد

مدیر اتاق بازرگانی و صنایع ایران و آلمان صنایع نساجی، غذا و نوشیدنی را به‌عنوان ظرفیت‌های صنعتی ایران برای حضور آلمان‌ها در ایران اعلام کرد. رنه هارون در گفت‌وگو با ایسنا گفت: معرفی شرکت‌های ایرانی و آلمانی به یکدیگر از مهم‌ترین کارهایی است که در اتاق بازرگانی در حال انجام آنها هستیم. وی افزود: در سال ۲۰۱۴ میلادی حجم مبادلات تجاری دو کشور حدود ۲میلیارد و ۸۰۰ میلیون دلار بود که ۳۳۶ میلیون دلار صادرات ایران و ۲میلیارد و ۴۶۴ میلیون دلار واردات ایران از آلمان بود. هارون با بیان اینکه برای آلمانی‌ها مشکلات زیادی برای سرمایه‌گذاری در ایران وجود دارد، افزود: شهروندان ایرانی باید بتوانند محصولات آلمانی را در سرزمین خود به دست آورند و برنامه‌هایی داریم که این کار در ایران انجام شود ولی فعلا باید صبر کنیم.

مدیر اتاق بازرگانی و صنایع ایران و آلمان اظهار کرد: البته برای این کار نیاز است مشکلات سیاسی حل شود و شرکت‌های آلمانی گرایش بیشتری به این موضوع پیدا کنند.

به گزارش ایسنا، براساس برآوردهای صورت گرفته، هم‌اکنون حدود ۳۰ درصد از توان صنعتی ایران بر پایه فناوری آلمان شکل گرفته و ظرفیت‌های صنعتی و معدنی ایران و صنعت مدرن آلمان می‌تواند زمینه‌های همکاری فراوانی بین دو کشور به وجود آورد که با بهبود شرایط سیاسی پیش‌بینی می‌شود در تمام عرصه‌های اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی، دانشگاهی و گردشگری بین دو کشور باب همکاری و توسعه تعمیق روابط شکل گیرد.

شرکت انتقال گاز ایران
منطقه یک

آگهی مناقصه عمومی/یک مرحله‌ای/دو نوبته
۸۷۵۴۰۰۲۹
نوبت دوم

موضوع : مناقصه احداث آشپزخانه در تاسیسات شهید مصطفوی و تاسیسات شهید محمدی و کارخانه تفکیک گاز
مدت اجراء : ۲۱۰ روز تقویمی
مهلت توزیع اسناد : از تاریخ انتشار نوبت دوم آگهی در روزنامه به مدت ده /۱۰ روز کاری
رشته : ارائه پایه ۵ رشته ابنیه از استانداری
ضمانتنامه : ضمانتنامه بانکی و یا رسید وجه نقدی به مبلغ ۱۸/۵۰۰/۰۰۰ ریال ضمانتنامه بانکی و یا رسید وجه نقدی
واحد قراردادها: ۰۶۱-۵۲۶۵۳۷۱۵
واحد مجری: ۰۶۱- ۵۲۶۵۳۷۳۱
جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت منطقه ۱ عملیات انتقال گاز به آدرس: www.nigc-zone1.ir مراجعه فرمائید.
آدرس:خوزستان- امیدیه- میانکوه – شرکت انتقال گاز ایران منطقه یک

روابط عمومی منطقه یک عملیات انتقال گاز
تاریخ انتشار نوبت اول : ۹۴/۰۸/۱۳
تاریخ انتشار نوبت دوم : ۹۴/۰۸/۱۶
شماره مجوز:۴۱۳۷. ۱۳۹۴
۵۶۴

حمل و نقل

آغاز فروش بلیت پروازهای عتبات از امروز

دبیر انجمن شرکت‌های هواپیمایی از آغاز فروش بلیت‌های هواپیما به عتبات عالیات به مناسبت اربعین از امروز خبر داد.

مقصود اسعدی سامانی در گفت‌وگو با پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی با اشاره به آغاز فروش بلیت پروازهای نجف و بغداد از ساعت ۸ صبح امروز گفت: به دلیل جلوگیری از سوءاستفاده برخی آژانس‌های هواپیمایی در فروش بلیت پروازهای نجف و بغداد با نرخ‌های گران که سال‌های گذشته شاهد آن بودیم، امسال با هماهنگی سازمان هواپیمایی کشوری برای سفر به عتبات عالیات به مناسبت اربعین، نرخ‌های ثابت در نظر گرفته شده است.

وی با یادآوری اینکه نرخ بلیت هواپیما در مسیر تهران-نجف-تهران ۹۵۰هزار تومان، تهران-بغداد-تهران ۸۵۰هزار تومان، مشهد-نجف-مشهد یک‌میلیون و ۲۰۰هزار تومان و مشهد-بغداد-مشهد نیز یک‌میلیون و ۱۰۰هزار تومان تعیین شده است، اظهار کرد: نرخ بلیت پروازهای عتبات از سایر فرودگاه‌ها از جمله اصفهان و تبریز به نجف نیز با نرخ ۹۵۰هزار تومان خواهد بود.

به گفته دبیر انجمن شرکت‌های هواپیمایی، نرخ‌های مصوب به مقاصد پروازی عتبات عالیات فقط مربوط به بازه زمانی ۵ تا ۱۸ آذر است و در صورت مشاهده فروش بلیت بیش از نرخ‌های مصوب با متخلفان برخورد می‌شود.

سامانی همچنین با تاکید بر اینکه هیچ ایرلاینی مجاز نیست بلیت مسیرهای پروازی به عتبات را در بازه زمانی ۵ تا ۱۸ آذر به‌صورت چارتر عرضه کند، گفت: تمام بلیت‌های این مسیر باید به‌صورت سیستمی به متقاضیان فروخته شود.

دبیر انجمن شرکت‌های هواپیمایی یادآور شد: نرخ‌های مصوب برای مسیرهای پروازی عتبات مربوط به کلاس پروازی اکونومی است و کلاس‌های پروازی درجه یک (first class) و کلاس تجاری (business class) مشمول این قیمت‌گذاری نمی‌شوند، بلکه به دلیل ارائه خدمات بیشتر در این کلاس‌های پروازی نرخ بلیت آنها نیز بیش از نرخ‌های مصوب است.

اظهارنظر شرکت بویینگ درباره فروش هواپیما به ایران

منتظر چراغ سبز آمریکا برای لغو تحریم‌ها هستیم

بویینگ اعلام کرد در شرایطی که منتظر چراغ سبز دولت آمریکا در مورد برداشته شدن تحریم‌ها علیه ایران است، به ارزیابی پتانسیل فروش هواپیما به این کشور می‌پردازد.

به گزارش ایسنا، بینزس ویک در گزارشی به نقل از رندی تینئت، مدیر بازاریابی هواپیمای بویینگ نوشت: مسلما پتانسیل فروش به ایران وجود دارد. این کشور ۸۰میلیون نفر جمعیت و ذخایر عظیم نفت و گاز داشته و ناوگان هواپیماهای مسافربری فرسوده‌ای دارد که هواپیماهای آن تنها چند ساعت در روز پرواز می‌کنند. مدیر بازاریابی هواپیمایی بویینگ در ادامه افزود: بویینگ همچنین پتانسیل فروش هواپیما در منطقه خاورمیانه را فراتر از شرکت‌های هواپیمایی بزرگی مانند امارات، قطر ایرویز و اتحاد ایرویز می‌بیند. تقاضا از این منطقه با وجود پایین آمدن قیمت نفت و کمتر شدن درآمد نفتی، همچنان از متوسط جهانی بالاتر خواهد بود.

بویینگ پیش‌بینی می‌کند ناوگان هواپیماهای مسافربری خاورمیانه با تقاضا برای ۳۱۸۰ فروند هواپیمای جدید به ارزش ۷۳۰میلیارد دلار، ظرف ۲۰ سال آینده سه برابر شود.

چراغ سبز وزارت راه به ورود هواپیماهای لیزینگی

۵۰۰هواپیمای جدید در انتظار اقدام ایرلاین‌ها

جواد هاشمی

برگزاری نشست هم‌اندیشی رؤسای نمایندگی‌های جمهوری اسلامی ایران در خارج از کشور در تهران، در کنار هماهنگی سیاست‌های کلان ایران پس از اجرای برجام راه را برای تبیین برنامه‌های اقتصادی کشور در ماه‌های آینده نیز باز کرد، برنامه‌هایی که به نظر می‌رسد با توجه به باز شدن بازارهای مدرن در برابرش حالا خود را آماده می‌کند تا از امکانات مدرن آن نیز استفاده کند.

صنعت هواپیمایی ایران این روزها پر جنب و جوش‌ترین صنعت اقتصادی کشور به حساب می‌آید. اگر تا چند ماه قبل معدود ایرلاین‌های فعال نیز روی مرز ورشکستگی حرکت می‌کردند یا مجبور به استفاده از حمایت‌های دولتی بودند، حالا صحبت از صفی طولانی برای تأسیس شرکت‌های هواپیمایی مطرح شده است.

مشاور وزیر راه اخیراً گفته حدود ۵۰ ایرلاین جدید قصد ورود به عرصه هواپیمایی کشور را دارند و آن‌قدر تعداد درخواست‌ها بالا رفته که سازمان هواپیمایی قصد موافقت با بسیاری از آنها را ندارد.

لغو تحریم‌ها و امکان ورود هواپیماهای جدید به ایران شاید اصلی‌ترین عامل تأثیرگذار در این تغییر رویکرد است. اگر تا چند ماه قبل ایرلاین‌های ایرانی مجبور بودند با چند واسطه هواپیماهای بالای ۲۰ سال سن را با قیمتی گزاف وارد کنند، حالا شرایطی به وجود آمده که امکان خرید هواپیماهای جدید نوساز را از سازندگان درجه اول فراهم می‌آورد.

اصلی‌ترین مانع بر سر راه استفاده از این بازار کمبود جدی منابع اعتباری ایرلاین‌های داخلی است. رسیدن قیمت مدل‌های جدید هواپیماهای مسافرتی شرکت‌هایی مانند ایرباس و بویینگ به چند ده‌میلیون دلار در شرایطی که ایرلاین‌های داخلی حتی از پس بدهی‌های کوچک خود بر نمی‌آیند تنها دو گزینه را پیش‌روی ایران قرار داده است. شرکت‌های هواپیمایی یا باید بار دیگر به خرید هواپیماهای دست دوم یا حتی مدل‌های روسی اقدام کنند یا از روش‌های جدید مالی مانند اجاره یا اجاره به شرط تملیک بهره ببرند.

حساسیت مردم روی گزینه اول شاید تنها راهبرد ممکن را به استفاده از روش‌های جدید تقلیل داده و در آن حوزه نیز قوانین بازدارنده سرعت اجرایی شدن کارها را کم می‌کنند. در مقررات فعلی، ایرلاین‌های ایرانی برای آغاز به کار خود باید حداقل پنج هواپیمای ملکی را در سازمان هواپیمایی کشوری به ثبت برسانند و این موضوع خود راه را برای استفاده از گزینه‌هایی مانند اجاره می‌بندد. در طرف دیگر ماجرا تحریم‌های موجود نیز عملاً امکان فعالیت شرکت‌های لیزینگ‌دهنده هواپیما در ایران را از بین برده و بالا رفتن میانگین عمر هواپیماهای داخلی را به‌عنوان نتیجه غیرقابل انکار این شرایط مطرح کرده است.

با لغو تحریم‌ها یکی از این دو مانع بزرگ عملا کنار می‌رود و تنها موافقت دولت با واردات هواپیماهای اجاره‌ای باقی می‌ماند که صحبت‌های جدید وزیر راه و شهرسازی از فراهم شدن مقدمات لازم برای آن خبر می‌دهد.

آخوندی در جمع روسای نمایندگی‌های جمهوری اسلامی ایران در خارج از کشور گفته «برای توسعه ناوگان هوایی کوتاه‌برد با هدف استفاده در فرودگاه‌های کوچک داخلی نیز حداقل ۱۰۰ فروند و در مجموع ۵۰۰ فروند هواپیما نیاز است که با یک حساب سرانگشتی مجموعا ۵۰ میلیارد دلار برای تامین آنها نیاز داریم؛ درحالی‌که این میزان پول اصلا در ایران وجود خارجی ندارد؛ بنابراین سراغ روش اجاره به شرط تملیک (لیزینگ) رفته‌ایم.»

سال ۲۰۱۶ سال فراهم کردن مقدمات

معاون سابق سازمان هواپیمایی کشوری معتقد است موافقت سازمان هواپیمایی با واردات هواپیمای اجاره‌ای و لیزینگ می‌تواند راه را برای بهبود اوضاع ناوگان هوایی کشور باز کند و البته منابع مالی ایرلاین‌ها را تماما به این عرصه وارد نکند.

علی رضا منظری در گفت‌وگو با «فرصت امروز» تصریح کرد: در سال‌های گذشته با توجه به تحریم‌های اقتصادی علیه ایران عملا امکان وارد کردن شرکت‌های لیزینگ هواپیما به کشور فراهم نبود اما با گذشت از آن دوران می‌توان به این موضوع فکر کرد و البته بخشی از مشکلات کشور را از بین برد.

به گفته وی، امروزه بسیاری از ایرلاین‌های بزرگ جهان دیگر برنامه‌ای برای خرید هواپیما ندارند، بلکه با اجاره هواپیماهای جدید پس از چند سال استفاده آنها را واگذار کرده و هواپیماهایی جدید می‌گیرند تا به این وسیله هم سن ناوگان‌شان پایین بیاید و هم سطح خدمات مطلوبی داشته باشند. این رویکرد کار را به جایی رسانده که امروز میانگین سنی هواپیماهای برخی از ایرلاین‌ها کمتر از سه سال است.

منظری با بیان اینکه صحبت‌های وزیر درباره وارد کردن ۵۰۰ هواپیمای جدید را نمی‌توان امری قابل تحقق در کوتاه‌مدت دانست، تأکید کرد: اینکه دکتر آخوندی از سال ۲۰۱۶ به‌عنوان سالی پر از خبرهای خوش برای این صنعت یاد کرده‌اند منظور فراهم کردن مقدمات لازم برای خرید و اجاره هواپیماهای جدید بوده است.

معاون سابق سازمان هواپیمایی افزود: هزینه بسیار زیاد و البته محدودیت‌های موجود در خط تولید هواپیماهای جدید کار را برای وارد کردن تعداد زیادی هواپیمای مسافرتی دشوار می‌کند اما لغو تحریم‌ها و کنار زدن مقررات می‌تواند کار را برای آینده نزدیک راحت کند.

برنامه‌ریزی ۱۰ساله ایران برای وارد کردن ۴۰۰ هواپیمای جدید و حالا امکان لیزینگ هواپیماها دو خبر خوب برای صنعتی است که در طول چند دهه گذشته سختی‌های زیادی را تحمل کرده و حالا آماده پوست انداختن است، صنعتی که مدرن‌ترین فناوری‌ها را طلب می‌کند و توسعه آن برای هر کشور نمادی از پیشرفت در عرصه حمل‌ونقل است.

گزارش ۲

سرنوشت دلالان پس از آزادسازی نرخ بلیت هواپیما

نازیلا مهدیانی

در حالی سازمان هواپیمایی کشوری نرخ مصوب بلیت‌های سفر به عتبات عالیات را در آستانه اربعین حسینی اعلام کرد که سال گذشته هم با وجود اعلام نرخ‌های مصوب، قیمت بلیت هواپیما به نجف و بغداد به چند برابر قیمت در بازار سیاه فروخته شد. حال برخی از دفاتر خدمات مسافرتی مدعی هستند که اساساً بلیت هواپیما به مقاصد خارجی طبق قوانین موجود نباید نرخ مصوب داشته باشد و براساس مکانیزم بازار و میزان عرضه و تقاضا نرخ بلیت مقاصد خارجی تعیین می‌شود.

به گزارش «فرصت امروز» در شرایطی که نرخ بلیت مقاصد داخلی مصوب و مشخص است اما در ایام پیک سفر، بلیت‌ها چارتر می‌شوند و چارترکنندگان به چند برابر قیمت این بلیت‌ها را به مصرف‌کننده و مسافران می‌فروشند با این توجیه که در ایام غیرپیک قیمت‌ها به کمتر از نصف می‌رسد. در شرایطی که با وجود نرخ مصوب هنوز بازار سیاه قابل کنترل نیست عده‌ای نگران شرایط بازار پس از آزادسازی نرخ بلیت هستند.

طبق بند «ب» ماده ۱۶۱ قانون برنامه پنجم توسعه، دولت مکلف است تا پایان سال اول برنامه نسبت به متنوع‌سازی نرخ خدمات حمل و نقل هوایی بار و مسافر اقدام کند و از ابتدای سال سوم برنامه ضمن آزادسازی کامل نرخ حمل و نقل هوایی، خدمات فرودگاهی و شبکه پروازی، لغو تخفیفات تکلیفی و هرگونه معافیت در زمینه بهره‌برداری از خدمات ناوبری هوایی، فرودگاهی، نشست و برخاست، خدمات پروازی، واگذاری اماکن و سایر موارد مرتبط نسبت به واقعی‌کردن نرخ آنها اقدام کند.

با وجود اینکه مسئولان وزارت راه وشهرسازی و سازمان هواپیمایی مدعی هستند که آزادسازی نرخ بلیت هواپیما به معنی افزایش قیمت‌ها نیسست اما اولین گام آزادسازی نرخ بلیت هواپیما در سال گذشته با افزایش نرخ ۳۰ درصدی کلید خورد. موضوعی که هم موجب اعتراض مسافران و مردم و هم اعتراض شرکت‌های هواپیمایی شد چراکه ایرلاین‌ها با اجرای ناقص این قانون و تکلیف دولت مخالف و مردم هم از افزایش قیمت‌ها ناراضی بودند.

اما مشکل اساسی فروش بلیت به ایام پیک سال بر می‌گردد در شرایطی که مدیریت ایرلاین‌ها براساس مدیریت بازار و سیستم علمی بازاریابی و مشتری‌مداری نیست و ترجیح شان فروش بلیت به چارترکنندگان است، ایجاد بازار سیاه و به چند برابر رسیدن نرخ بلیت‌ها به خصوص به مقاصد گردشگری ویژه، مردم را از شرایط پس از آزادسازی می‌ترساند. این در شرایطی است که شعار دولت فعالیت در اقتصاد آزاد و حذف دلال است اما تصور مردم از بازار آزاد، حذف نظارت دولت و ایجاد رانت‌هایی برای دلالان است.

مقصود اسعدی سامانی، دبیر انجمن شرکت‌های هواپیمایی در این باره به «فرصت امروز» گفت: تأکید ما این است که مدیریت بازار پس از آزادسازی نرخ بلیت باید مدیریت علمی و نوینی باشد تا به افزایش قیمت‌ها منجر نشود. وی با تأکید بر اینکه به هیچ وجه آزادسازی نرخ بلیت هواپیما به معنای گران شدن آن نیست، ادامه داد: اگر سال گذشته ۳۰ درصد افزایش قیمت در بازار شرکت‌های هوایی اعمال شد به این دلیل بود که در چند سال گذشته قیمت بلیت هیچ افزایش قیمتی نداشت و موعد آن فرارسیده بود.

دبیر انجمن شرکت‌های هواپیمایی با بیان اینکه سیاست و هدف دولت حذف دلال است، گفت: آزادسازی نرخ بلیت هواپیما هر چند به تأخیر خورده است اما به طور قطع تا زمینه آن فراهم نشود این قانون هم عملیاتی نخواهد شد. وی گفت: یکی از بسترهای عملیاتی شدن این قانون اجرای آیین‌نامه حقوق مسافر است که چند ماهی از اجرای آن گذشته است اما هنوز هم در مرحله آزمون و خطا قرار دارد.

روز گذشته دبیر انجمن شرکت‌های هواپیمایی با اعلام نرخ مصوب بلیت سفر به عتبات عالیات اعلام کرد: «نرخ بلیت پروازهای عتبات عالیات همانند سایر پروازهای خارجی تابع قیمت‌های آزاد و بین‌المللی است اما با توجه به اینکه در سال گذشته به دلیل افزایش تقاضا قیمت پروازهای نجف و بغداد توسط برخی آژانس‌های هواپیمایی حتی تا نرخ ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان نیز به فروش رسیدامسال برای جلوگیری از افزایش قیمت این مسیرها با هماهنگی سازمان هواپیمایی کشوری و انجمن شرکت‌های هواپیمایی قیمت ثابتی برای مقاصد پروازی نجف و بغداد تعیین شد. بر اساس نرخ‌های مصوب سازمان هواپیمایی کشوری نرخ بلیت در مسیر تهران-نجف-تهران ۹۵۰ هزار تومان، تهران-بغداد-تهران ۸۵۰ هزار تومان، مشهد-نجف-مشهد یک میلیون و ۲۰۰ هزار تومان و مشهد-بغداد-مشهد نیز یک میلیون و ۱۰۰ هزار تومان تعیین شد.»

حال برخی از کارشناسان معتقدند این ایام می‌تواند تمرین خوبی باشد برای کنترل بازار پس از آزادسازی قیمت‌ها. هر چند که سال گذشته با افزایش چند برابر نرخ‌ها و ناهماهنگی‌های بسیار در انجام پروازها و معطلی و بلاتکلیفی پروازها؛ دولت نتوانست کارنامه خوبی در کنترل بازار داشته باشد و حال امسال با تعیین نرخ مصوب می‌خواهد بازار را به کنترل خود بیاورد این در حالی است که روح قانون آزادسازی نرخ بلیت به تعادل رسیدن بازار متناسب با عرضه و تقاضا و مشتری مداری است.

آگهی مزایده عمومی
نوبت‌دوم

شهرداری تاکستان در نظر دارد به استناد مجوز شماره ۹۴/۵۵ مورخه ۹۴/۲/۱۷ و ۹۴/۱۲۹ مورخه ۹۴/۳/۲۶ شورای اسلامی محترم شهر تاکستان نسبت به فروش ۱۲ قطعه زمین با کاربری مسکونی و مشخصات ذیل اقدام نماید. علاقه مندان به شرکت در مزایده می توانند به مدت ۷ روز اداری پس از انتشار آگهی نوبت دوم مزایده جهت دریافت اسناد مزایده به امور قراردادهای شهرداری مراجعه نمایند. ضمنا پرداخت هر نوع مالیات و عوارض بر عهده برنده مزایده میباشد و در مقابل فروش زمین وجه نقد دریافت می گردد و برندگان اول و دوم و سوم مزایده هرگاه حاضر به انعقادقرارداد نشوند سپرده آنان ضبط خواهد شد.

- مهلت دریافت اسناد مزایده : از تاریخ ۹۴/۸/۱۷ لغایت۹۴/۸/۲۴
- مهلت تحویل اسناد مزایده: حداکثر تا پایان وقت اداری مورخ۹۴/۹/۵
- تاریخ بازگشایی پاکات : روز یک شنبه مورخ ۹۴/۹/۸ ساعت ۱۳ در دفتر شهردار تاکستان.
- هزینه ارزیابی زمین و نشر آگهی و انتقال اسناد به عهده برنده مزایده می با شد.
- محل دریافت اسناد مزایده: تاکستان خیابان امام خمینی شهرداری تاکستان واحد قراردادها شماره تلفن ۰۲۸-۳۵۲۳۰۷۰۱
- سایر اطلاعات مربوط به مزایده در اسنادمزایده درج گردیده است.
- شهرداری در رد یا قبول پیشنهادات مختار است.
- به پیشنهادهای فاقد امضاء و مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضا ء مدت مقرر واصل شود ترتیب اثر داده نخواهد شد.
- ارائه فیش واریزی بمیزان ۵ درصد کل مبلغ پیشنهادی به عنوان سپرده بحساب شماره ۰۱۰۶۰۵۹۴۵۸۰۰۹ به نام شهرداری تاکستان نزد بانک ملی شعبه مرکزی تاکستان

ردیف	پلاک ثبتی	قطعه	کاربری	مساحت(متر مربع)	قیمت پایه	مبلغ سپرده۵درصد	آدرس ملک
۱	۶۰۳۹/۲۹۲۳۴	۱۰	مسکونی	۱۸۴	۹۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۴۵/۰۰۰/۰۰۰	خ حافظ ۱۶ متری دوم
۲	۶۰۳۹/۲۹۲۳۵	۱۳	مسکونی	۱۸۴	۹۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۴۵/۰۰۰/۰۰۰	خ حافظ ۱۶ متری دوم
۳	۶۰۳۹/۲۹۲۳۶	۱۹	مسکونی	۱۸۴	۸۷۵/۰۰۰/۰۰۰	۴۳/۷۵۰/۰۰۰	خ حافظ ۱۶ متری دوم
۴	۶۰۳۹/۲۹۲۳۷	۵۶	مسکونی	۱۸۰	۸۲۵/۰۰۰/۰۰۰	۴۱/۲۵۰/۰۰۰	خ حافظ ۱۶ متری دوم
۵	۶۰۳۹/۳۲۷۹۲	۷	مسکونی	۱۸۴	۹۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۴۵/۰۰۰/۰۰۰	خ حافظ ۱۶ متری دوم
۶	۶۰۳۹/۳۲۷۹۳	۱۶	مسکونی	۱۸۴	۸۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۴۰/۰۰۰/۰۰۰	خ حافظ ۱۶ متری دوم
۷	۶۰۳۹/۳۲۷۹۶	۵۹	مسکونی	۱۸۰	۹۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۴۵/۰۰۰/۰۰۰	خ حافظ ۱۶ متری دوم
۸	۶۰۳۹/۳۲۷۹۷	۶۰	مسکونی	۱۸۰	۸۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۴۰/۰۰۰/۰۰۰	خ حافظ ۱۶ متری دوم
۹	۶۰۳۹/۳۲۷۹۸	۶۱	مسکونی	۱۸۰	۹۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۴۵/۰۰۰/۰۰۰	خ حافظ ۱۶ متری دوم
۱۰	۶۰۳۹/۳۲۷۹۹	۶۲	مسکونی	۲۲۶/۸۵	۹۵۲/۷۷۰/۰۰۰	۴۷/۶۳۸/۵۰۰	خ حافظ ۱۶ متری دوم
۱۱	۶۰۳۹/۳۲۸۰۰	۶۳	مسکونی	۲۳۹/۳	۱/۰۰۵/۰۶۰/۰۰۰	۵۰/۲۵۳/۰۰۰	خ حافظ ۱۶ متری دوم
۱۲	۵۴۸۲/۲۸۹۵۲	۱۹	مسکونی	۲۰۰	۱/۰۴۰/۰۰۰/۰۰۰	۵۲/۰۰۰/۰۰۰	انتهای خیابان شهیدرجایی

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۴/۸/۹
تاریخ انتشارنوبت دوم ۹۴/۸/۱۶
شهردار تاکستان گودرز رحمانی
۸۴۹

عمران

جانمایی آسمانخراش بنیادمستضعفان در جنوب همت

در حالی که هنوز از خط و نشان کشیدن معاون وزیر راه و شهرسازی برای بلندمرتبه‌سازی در کلان‌شهرها نگذشته است، گویا بنیاد مستضعفان برای ساخت برج ۱۲۱ طبقه‌ای در تهران جانمایی کرده است و اولین آسمانخراش غیرمخابراتی تهران در جنوب همت ساخته می‌شود.

به گزارش ایلنا، یک مقام مسئول با اشاره به جانمایی آسمانخراش ۱۲۱ طبقه‌ای در تهران گفت: این آسمانخراش در پهنه ۷۰ هکتاری درجنوب همت جانمایی شده است.

وی با بیان اینکه در این پهنه بهترین پروژه ساخت آسمانخراش است ادامه داد: می‌توانیم در این پهنه واحدهای پنج طبقه‌ای بسازیم که به صورت فلکی خواهد بود اما عاقلانه‌ترین پروژه ساخت آسمانخراش است. البته این پروژه با رعایت دقیق ضوابط بلندمرتبه‌سازی خواهد بود.

این منبع آگاه ادامه داد: به هیچ‌وجه این آسمانخراش بارگذاری مسکونی ندارد و کاربری آن عموما ترکیبی از کاربری‌های تجاری، اداری و فرهنگی است. در حالی که بنیاد مستضعفان مدعی اجرای دقیق ضوابط بلندمرتبه‌سازی است که اصلاً این ضوابط هنوز به تصویب شورای عالی معماری و شهرسازی نرسیده است و مقرراتی مبنی بر ضوابط بلندمرتبه‌سازی اساسا وجود ندارد.

پیروز حناچی، معاون معماری و شهرسازی چندی پیش اعلام کرده بود که اگر بنیاد مستضعفان بخواهد پروژه آسمانخراش ۱۲۱ طبقه‌ای را اجرایی کند باید مسیر قانونی را طی کند. البته هنوز ضوابط بلندمرتبه‌سازی تصویب نشده است و در حال حاضر یکی از تعهدات شهرداری تهران این است که اجازه بلندمرتبه‌سازی به پلاک‌های زیر ۵هزار متر مربع ندهد. همچنین حناچی اعلام کرده بود که در حال حاضر شهرداری تهران به پروژه‌های بالای ۱۲ طبقه پروانه ساخت نمی‌دهد.

اما با تمام خط و نشان کشیدن‌های وزارت راه و شهرسازی گویا از مرداد ماه سال جاری که منوچهر خواجه‌دلویی معاون توسعه ساختمان بنیاد مستضعفان گفته بود در حال بررسی ۱۱نقطه در تهران برای جانمایی آسمانخراش ۱۲۱طبقه‌ای هستیم گویا جانمایی‌ها به مرحله نهایی رسیده است و طبق آخرین اخبار جنوب همت را برای ساخت این برج تجاری انتخاب کرده‌اند. بنیاد مستضعفان چند ماه گذشته اعلام کرده بود که این برج را با دانش و توان مهندسی مهندسان داخلی اجرا خواهد کرد.

هزاران پرونده زمین‌خواری دولتی در محاکم قضایی

رئیس سازمان ملی زمین و مسکن با اشاره به وضعیت زمین خواری در شهرها، گفت: چندین هزار پرونده زمین‌خواری در زمین‌های دولتی در محاکم قضایی مطرح است.

محمد پژمان در گفت‌وگو با مهر در خصوص وضعیت زمین‌خواری در شهرها و پیگیری‌های سازمان ملی زمین و مسکن، گفت: ما در برخی مناطق اختلافاتی با زمین‌خواران داریم و برخی مالکان هم ادعاهایی روی برخی زمین‌های دولتی دارند. وی با اعلام اینکه این سازمان چندین هزار پرونده در محاکم قضایی دارد، افزود: این پرونده‌ها شکایاتی است که سازمان از زمین خواران داشته یا برخی مالکان از سازمان دارند. رئیس سازمان ملی زمین و مسکن با تأکید بر اینکه از ابتدا نمی‌توان اینها را زمین‌خوار نامید، افزود: ممکن است از سالیان گذشته در برخی زمین‌ها کشت انجام می‌دادند یا به‌صورت قولنامه‌ای زمینی را خریداری کردند و یا اینکه مالکیتی داشته‌اند، بنابراین نمی‌توان برخی را زمین‌خوار نامید.

پژمان با اشاره به اینکه اگر در نهایت هدف این افراد زمین‌خواری بوده باشد باز هم به شدتی که در اراضی ملی و منابع طبیعی است ما در شهرها این مشکل را نداریم، گفت: در شهرها اسناد روشن و کاربری‌ها قطعی است ولی در مواردی که افراد تجاوز یا تعدی به زمین‌های دولتی داشتند، در حال پیگیری هستیم. معاون وزیر راه وشهرسازی با بیان اینکه موضوع شکایت و بازپس‌گیری زمین‌ها امری جاری در بخش زمین است، افزود: در هر صورت با پیگیری‌های قضایی و ارائه اسناد و مدارک، وضعیت مالکیت زمین‌ها مشخص می‌شود.

طرح جامع شهر لواسان تصویب شد

شورای‌عالی معماری و شهرسازی با اعلام آغاز بررسی تخلفات ساخت‌وساز در لواسان طرح جامع این شهر را با ابطال ضوابط ساخت و سازهای قبل - مصوب سال۸۶ - به تصویب رساند.

به گزارش پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، شورای عالی معماری و شهرسازی در جلسه اخیر خود که به ریاست عباس آخوندی، وزیر راه و شهرسازی و دبیری پیروز حناچی، معاون شهرسازی و معماری وزیر راه و شهرسازی برگزار شد، طرح جامع لواسان را پیرو بررسی‌های کمیته فنی شورای عالی تصویب کرد.

در این جلسه که با تصویب طرح جامع لواسان همراه شد، حسن کریمی، معاون عمرانی استاندار تهران نیز حضور داشت. در این مصوبه آمده است: طرح جامع شهر لواسان پیرو بررسی‌های کمیته فنی شورای عالی معماری تصویب و مقرر شد بخش‌هایی از محدوده شهر مجددا با لحاظ نقاط قوت و ضعف در کمیته فنی ظرف مدت دو هفته بررسی و تصمیم کمیته توسط دبیر شورا ابلاغ شود. بند ۳ و ۴ مصوبه درباره ضوابط ساخت و ساز در حریم شهر لواسان ابطال شود. همچنین کلیه تخلفات ساخت و ساز در شهر لواسان باید در ارجاع به کمیسیون ماده ۱۰۰ به دلیل مغایرت با اصول فنی و بهداشتی صرفاً با اعمال حکم تخریب بررسی شود.

بین‌الملل

مرسدس کلاس B در راه است

نسل آینده مرسدس در سال ۲۰۱۷ به بازار جهانی خودرو عرضه خواهد شد

ترجمه: مریم قاسمی

منبع: caradisiac

مرسدس در طراحی سومین نسل از خودروی MVP کامپکت (فشرده) از سری کلاس B خود تحولاتی ایجاد خواهد کرد. شرکت سازنده موتور خودرو نیز همزمان تغییراتی را در ساخت موتور خودرو ایجاد خواهد کرد تا بتواند خودرو را به استانداردهای روز اروپا برساند. همچنین لازم است فضای داخلی خودرو بازبینی شده و دو صندلی اضافه در صندوق عقب خودرو جاسازی شود.

سری کلاس B به شرکت تولیدکننده خود این امکان را می‌دهد تا از امتیازات ویژه‌ای در ساخت خودروهای MVP کامپکت لوکس برخوردار شود. با این حال مرسدس کلاس B در فرآیند تولید خود با ظهور یکی از رقبای خود، بی‌ام‌دبلیو سری دو اکتیوتورر روبه‌رو شد. به‌ویژه اینکه این مدل تولید مونیخ همچنین در رده گران تورر و دارای جای نشستن برای هفت سرنشین وجود دارد. در همین راستا مرسدس کلاس B آینده نیز جهت رقابت با رقیب هم ردیف خود-بی‌ام دبلیو-پنج و هفت جای نشستن برای سرنشینان ارائه می‌دهد. اما این خودرو تفاوت‌هایی هم با رقیب مونیخی خود دارد از جمله قرار گرفتن روی یک شاسی (مانند فولکس‌واگن و لگن توران). مرسدس با آنکه دارای پنج یا هفت جای نشستن برای سرنشینان است روی یک شاسی تعبیه شده است. به همین دلیل بدنه خودرو در این مدل آلمانی کشیده‌تر خواهد بود (در اینجا صحبت از فاصله دو محور خودرو است) تا امکان نصب دو صندلی اضافه را داشته باشد.

خودرو MVP کلاس B از لحاظ طراحی نیز متحول خواهد شد اما با در نظر گرفتن اینکه این اصلاحات باعث از مد افتادن نسل فعلی خودرو نشود. چندین شاسی تعبیه شده تا این تغییرات را تحمل کند با این هدف که این مدل به آخرین مدل‌ها مانند کلاس C و مدل‌هایی که از آن مشتق شده نزدیک شود. این تغییرات در تعمیر پروژکتورها، شبکه‌های رادیاتور اتومبیل، سپر و پهلوها قابل مشاهده است.

تجهیزات اتومبیل در زمینه چندرسانه‌ای نیز پیشرفت خواهد کرد و با ایجاد صفحاتی در جلو و عقب خودرو (بر حسب انتخاب) مرسدس امیدوار است خودرو MVP او به شبکه‌های چندرسانه‌ای مجهز باشد.

موتور خودرو نیز از این تحولات مستثنا نیست و تغییراتی در آن ایجاد خواهد شد تا بتواند استانداردهای آینده را رد کند. اما تا جایی که به قدرت موتور و توانایی آن مربوط می‌شود این مدل باید نزدیک به مدل‌های امروزی باشد که این شرکت ارائه می‌دهد. اما بیشترین تغییرات از نظر الکتریکی خواهد بود، مدل الکتریکی خودرو که امروز به‌صورت محدود به بازار ارائه می‌شود تا پایان سال ۲۰۱۹ مجددا بازتولید خواهد شد.

مهم‌ترین تغییر مربوط به موتورهای هیبریدی است، این موتورها قابل شارژ بوده و این امکان را می‌دهد تا موتور چندین کیلومتر را به‌صورت صددرصد الکتریکی طی کرده و با یک موتور دیزلی جفت شود. اگر مدل جدید مرسدس کلاس B تا اواخر سال ۲۰۱۷ به بازار عرضه شود، حداقل تا پایان ۲۰۱۸ طول می‌کشد تا مدل‌های مجهز به موتورهای هیبریدی به بازار عرضه شود.

خودرو MVP مرسدس کلاس B با ۱۰ ویژگی

سومین نسل از کلاس B (نخستین مدل در سال ۲۰۰۵ و دومین مدل ۲۰۱۱)
زمان پیش‌بینی شده تولید: پایان ۲۰۱۷
طول بدنه: ۴٫۶۰ متر
پنج تا هفت جای نشستن برای سرنشینان
بنزین موتور: از ۱۰۲ تا ۲۱۱ ch
موتور دیزل: از ۹۰ تا ۱۰۷ ch
موتور الکتریکی: تا سال ۲۰۱۹
موتور هیبریدی قابل شارژ: تا پایان ۲۰۱۸

رشد فروش خودرو در اسپانیا

ترجمه: گلنوش محب‌علی

منبع: journalauto

سرعت رشد فروش خودرو در اسپانیا با ضریب رشد ۵. ۲ درصد درماه اخیر، پس از رشد دو رقمی به ثبت رسیده در ماه‌های گذشته، رو به کاهش گذاشته است. با رشد ماهانه ۲۲ درصد در طول ماه‌های تابستان، اکنون بازار فروش خودروی اسپانیا با یک معضل کوچک روبه‌روست. با توجه به آخرین آمار اتحادیه تولیدکنندگان خودرو و کامیون اسپانیا (Anfac)، ۸۰۰۵۵ خودروی جدید طی ماه گذشته فروخته شده است که با رشد ۵٫۲ درصدی همراه است. به هر حال این موفقیت هرچند محدود، به اسپانیا این امکان را می‌دهد که روند رشد فروش خودرو را برای بیست‌وششمین ماه متوالی به ثبت برساند و مخصوصا جمع‌بندی سالانه خود را در این بازار تقویت ببخشد. پس از گذشت ۱۰ ماه از سال‌جاری، در حال حاضر بالغ بر ۸۶۳۹۷۳ ثبت‌نام انجام شده که این مقدار در مقابل ۷۱۶۷۴۶ ثبت‌نام در بازه زمانی مشابه سال قبل، رشدی ۲۰٫۵ درصدی دارد. با اعتماد به این پویایی و روند رشد، اتحادیه تولیدکنندگان خودروی اسپانیا تخمین زده است که صنعت اسپانیا این رقم را به مرز یک میلیون واحد خواهد رساند.

از جنبه خودروسازان، خودروسازهای فرانسوی در ماه گذشته در اسپانیا خوش درخشیدند. در جمع‌بندی ماهانه، «پژو» با ۶۵۳۲ واحد ثبت‌نامی و تقریبا ۱۷۰ واحد بیشتر از «رنو» و «فولکس‌واگن» بازار را تصرف کرده است.

اقدام سازمان توسعه تجارت برای بازتعریف خودروهای لوکس

قیمت، مبنای ممنوعیت

عسل داداشلو

بازتعریف خودروهای لوکس خواسته اکثر واردکنندگان خودرو و کارشناسان این صنعت است؛ خواسته‌ای که از شهریورماه سال گذشته با ممنوعیت واردات خودروهایی با حجم موتور بالای ۲۵۰۰ سی‌سی شکل گرفت. حالا رئیس سازمان توسعه تجارت می‌گوید که دولت قصد بازنگری در این تعریف را دارد.

ولی‌الله افخمی‌راد، رئیس سازمان توسعه تجارت ایران، در آخرین نشست خبری خود از تغییر مکانیزم تعریف خودروهای لوکس خبر داد و گفت که قرار است معیار قیمت جایگزین حجم موتور شود. موضوعی که از همان ابتدای آغاز ممنوعیت واردات خودروهای لوکس، بسیاری از کارشناسان درباره آن سخن گفتند. شهریورماه سال ۹۳، دولت به بهانه حمایت از تولید داخلی، واردات خودروهای با حجم موتور بالای ۲۵۰۰ سی‌سی را ممنوع کرد اما نکته اینجا بود که در کشور ما خودرویی با این حجم موتور تولید نمی‌شود و کارشناسان معتقد بودند ایجاد چنین ممنوعیتی، محدود کردن حوزه انتخابی مشتریان است. حالا به گفته رئیس سازمان توسعه تجارت قرار است یکی از مشکلات اصلی این ممنوعیت برطرف شود. اکنون پرسش اینجاست که اگر قرار به ایجاد ممنوعیت برای واردات خودروهای لوکس باشد، کدام معیار با تعریف این خودروها منطبق است؟

عقیل مصطفایی، کارشناس صنعت خودرو، در پاسخ به این پرسش به «فرصت امروز» می‌گوید: «ممنوعیتی که براساس حجم موتور صورت گرفته است کاملاً اشتباه است. اگر قرار باشد خودروهای لوکس را تعریف کنیم بهتر است به ارزش و قدرت در کنار کیفیت امکانات و تجهیزات و در نهایت پایه قیمتی توجه کنیم. اگر قرار باشد صرفاً از نظر فنی و دارا بودن امکانات ممنوعیت ایجاد کنیم درست نیست. اکنون خودروهای چینی دارای امکانات زیادی هستند اما خودروهای کره‌ای حجم موتور بالاتری دارند. مثلا خودروی هیوندای اکسنت چه امکانی بیشتر از خودروهای چینی دارد به غیراز قیمت و ارزشی که برندش به آن داده است.»

او می‌افزاید: «در نظر گرفتن پایه قیمتی بهترین معیار برای تعریف خودروهای لوکس است. می‌توان با در نظر گرفتن قیمت پایه خودروهای لوکس را تعریف و برای آن شرایط جدید ایجاد کرد که متأسفانه هیچ‌گاه به‌درستی درباره این مسئله تصمیم‌گیری نشد. دلیلی ندارد خودرویی با حجم موتور بالای ۲۵۰۰ سی‌سی ممنوع شود. در این صورت ما باید خودروهایی نظیر کیا یا سانگ‌یانگ را بکوبیم بدون اینکه فرقی بین این خودروها با برندهایی نظیر پورشه که از برندهای لوکس دنیاست قائل شویم.»

این کارشناس صنعت خودرو با طرح این پرسش که فلسفه ممنوعیت واردات در ارزبری است یا در حجم موتور؟ ، تصریح می‌کند: «در حال حاضر قیمت پایه یا فول آپشن خودروهای تولیدی در سگمنت A یکسری از برندهای لوکس دنیا با قیمت پایه یا فول‌آپشن برخی از خودروهای کره‌ای در کلاس E یا حتی شاسی‌بلند متوسط برابری دارند ولی آنها به‌راحتی وارد می‌شوند ولی خودروهای دیگر به‌دلیل دارا بودن حجم موتور بیشتر دارای ممنوعیت هستند. برند یا کالا یا خدمات لوکس از منظر بازاریابی تکیه بر هویت و ارزشی دارند که هدف از ایجاد و توزیع آنها اقناع کردن گروه خاصی از مخاطبان بازار هدف است نه عامه جامعه به‌عنوان بازار هدف لذا در این راستا فقط سعی در رفع نیاز طیف مخاطبان خاص‌شان را دارند.

برندها و محصولات لوکس فقط به فکر ارائه محصول نیستند بلکه تمایز و منحصربه‌فرد بودن را در شکل دادن به هویت برندشان را عامل موفقیت خود می‌دانند.»

ابوالفضل خلخالی، استادیار دانشکده مهندسی خودرو دانشگاه علم و صنعت، نیز در گفت‌وگو با «فرصت امروز» در این زمینه بیان می‌کند: «در نظر گرفتن معیارهای فنی برای ایجاد محدودیت و تعریف خودروهای لوکس نمی‌تواند معیار درستی باشد. از سوی دیگر پایه قیمتی هم نمی‌تواند به‌صورت دقیق تعریف این خودروها را مشخص کند زیرا در حال حاضر خودروهای هیبرید و برقی در دسته خودروهای گران‌قیمت جهان قرار دارند اما نیاز آنها برای محیط‌زیست لازم و ضروری است.»

او ادامه می‌دهد: «اگر قرار است دولت مبنای خودروهای لوکس را پایه قیمتی خودروها بگذارد که به نظر دقیق‌تر از مشخصات فنی است باید استثنایی برای خودروهای هیبرید و برقی گذاشته شود. پایه قیمتی شاید بهترین معیار برای تعریف خودروهای لوکس باشد. اما باید توجه کرد که خودروهای برقی و هیبرید هم به دلیل قیمت باتری بسیار گران تمام می‌شود.»

بازتعریف خودروهای لوکس و بازبینی ممنوعیت صورت گرفته، برای مشتریانی که علاقه‌مند به داشتن خودروهای با حجم موتور بالای ۲۵۰۰ سی‌سی هستند، خبری خوش است. اما موضوع دیگر اینجاست که همچنان ممنوعیت واردات خودروهای لوکس این بار با تعریفی دیگر ادامه دارد.

سوخت

ضرورت به‌کارگیری راهکارهای دائمی برای رفع آلودگی هوای کلانشهرها

توسعه ناوگان حمل‌ونقل عمومی در کنار افزایش کیفیت سوخت

ایرج عبدی، نماینده مردم خرم‌آباد در مجلس شورای اسلامی بر ضرورت به‌کارگیری راهکارهای دائمی برای رفع آلودگی هوا تاکید و تصریح کرد: با توسعه ناوگان حمل‌ونقل عمومی، از رده خارج کردن خودروهای فرسوده و افزایش کیفیت خودرو و سوخت می‌توان در راستای رفع دائمی آلودگی هوا در کلانشهرها گام برداشت.

عضو کمیسیون اجتماعی در مجلس نهم، بهبود کیفیت سوخت را در کاهش آلودگی هوا موثر خواند و گفت: لازم است وزارت نفت و شرکت پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی در جهت بهبود هوای کلانشهرها، تولید و عرضه سوخت استاندارد و باکیفیت را در دستور کار خود قرار دهند.

این نماینده مردم در مجلس نهم، تاکید کرد: ضرورت دارد سازمان محیط‌زیست به‌عنوان متولی اصلی حفظ و ارتقای وضعیت محیط‌زیست کشور و با توجه به نقش حاکمیتی خود به‌عنوان ناظر، مشکلات این حوزه را بررسی و نقش خود را به درستی ایفا کند؛ همچنین به سازمان‌هایی که وظیفه خود را در قبال آلودگی هوا به‌درستی انجام نداده‌اند هشدار دهد.

همکاری مسئولانه همه سازمان‌ها برای کاهش آلودگی هوای کلانشهرها الزامی است

عبدی همکاری مسئولانه همه سازمان‌ها را در کاهش آلودگی هوای کلانشهرها موثر خواند و افزود: با توجه به اینکه آلودگی هوا یکی از معضلات جدی کلانشهرها به شمار می‌رود لذا لازم است شرکت‌های خودروساز، نیروی انتظامی و پلیس، وزارت نفت، سازمان شهرداری‌ها و محیط‌زیست و همچنین دیگر دستگاه‌هایی که نقش و تاثیر مستقیمی در آلودگی هوای کلانشهرها دارند تلاش جدی برای رفع معضل آلودگی هوا داشته باشند.

لزوم نظارت بیشتر مجلس بر عملکرد دستگاه‌های آلاینده محیط‌زیست

عضو کمیسیون اجتماعی در مجلس نهم، بر ضرورت نظارت بیشتر مجلس بر عملکرد دستگاه‌های آلاینده محیط‌زیست تاکید کرد و گفت: کمیسیون اقتصادی، اجتماعی و صنایع و معادن و همچنین فراکسیون محیط‌زیست و توسعه پایدار مجلس شورای اسلامی باید نظارت بیشتری بر عملکرد دستگاه‌هایی که در ایجاد و افزایش آلودگی هوای تهران نقش دارند داشته باشند.

وی ارتقای کیفی خودروهای داخلی را لازم دانست و اظهار داشت: در راستای کاهش آلودگی هوای کلانشهرها لازم است خودروهای هیبریدی و برقی جایگزین خودروهای بی‌کیفیت با مصرف سوخت بالا شوند. نماینده مردم خرم‌آباد در مجلس شورای اسلامی، تصریح کرد: مسئولان ذی‌ربط برای بهبود و رفع آلودگی هوا در کلانشهرها باید ارائه روش‌ها و راهکارهای جدید و استفاده از نظرات کارشناسان را در دستور کار خود قرار دهند.

عضو کمیسیون اجتماعی مجلس شورای اسلامی، توسعه ناوگان حمل ونقل عمومی را در جهت کاهش آلودگی هوا و عدم استفاده از خودروهای تک‌سرنشین موثر خواند.

خودروسازان باید حساب پس بدهند

با اجرایی شدن یک قانون جدید، خودروسازان و واردکنندگان خودرو موظف خواهند بود به‌صورت دوره‌ای گزارشی از عملکرد خود را به سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان ارسال کنند. به گزارش ایسنا، مصرف‌کنندگان از خدمات فروش و پس از فروش خودروسازان و واردکنندگان خودرو در کشور ناراضی هستند. در این زمینه در حوزه خدمات پس از فروش، سه عامل «کمبود یا نبود قطعات یدکی»، «کیفیت پایین خدمات و تعمیرات» و «دریافت هزینه بالا برای خدمات و قطعات» از مهم‌ترین دلایل نارضایتی مصرف‌کنندگان ایرانی از خدمات شرکت‌های خدمات پس از فروش خودروسازان و واردکنندگان خودرو بوده است.

این موضوعات در تدوین اصلاحیه آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو مورد توجه قرار گرفته و خودروسازان و واردکنندگان خودرو ملزم شده‌اند به‌صورت دوره‌ای گزارشی از عملکرد خود و شرکت خدمات پس از فروش را به سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان ارسال کنند.

در این زمینه در ماده ۵۷ این قانون آمده است: «عرضه‌کننده و واسطه خدمات پس از فروش موظف است نظام رسیدگی به شکایات مصرف‌کنندگان را در شرکت و کلیه نمایندگی‌های مجاز مستقر کند و گزارش عملکرد دوره‌ای خود را به مراجع ذی‌ربط (سازمان حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان) ارسال کند.»

پیش‌بینی این موضوع در آیین‌نامه جدید این قانون در حالی است که اخیرا اعلام شد با وجود گذشت چند سال از تصویب و ابلاغ آیین‌نامه فعلی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو، خودروسازان و واردکنندگان خودرو از اجرای یکی از مهم‌ترین بندهای آن‌که پرداخت جریمه خواب خودرو در تعمیرگاه‌هاست، خودداری کرده‌اند. به این ترتیب وزارت صنعت، معدن و تجارت اخیرا ناچار شد با ارسال ابلاغیه‌ای به خودروسازان و واردکنندگان خودرو، از آنها بخواهد قانون پرداخت جریمه خواب خودرو در تعمیرگاه‌ها را تا پایان امسال به‌طور کامل اجرایی کنند.

اصلاحیه آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو هم‌اکنون در هیأت دولت در دست بررسی است و پس از تصویب، ابلاغ و اجرایی خواهد شد.

خودرو

اعلام تعرفه‌های جدید واردات خودرو تا ۲هفته آینده

مردم برای دریافت وام به خودروسازی‌ها مراجعه کنند

آرش محبی‌نژاد در گفت‌وگو با ایلنا اظهار داشت: تا دو هفته آینده از سوی شورای سیاست‌گذاری تعرفه‌های جدید واردات خودرو اعلام خواهد شد.

وی در پاسخ به این پرسش که چرا دولت در مورد ارائه وام ۲۵ میلیونی شفاف‌سازی نمی‌کند؟ افزود: متاسفانه دولت در این زمینه بسیار ضعیف عمل کرده و همین موضوع باعث شده تقاضا در بازار منجمد شود و افرادی هم که قصد خرید خودرو داشتند تا زمان پرداخت وام ۲۵ میلیونی دست نگه دارند.

محبی‌نژاد خاطرنشان کرد: هرچند گفته شده از شنبه پرداخت وام صورت می‌گیرد اما متاسفانه هنوز جزییات طرح مشخص نیست.

وی ادامه داد: مردم برای دریافت وام نباید به بانک‌ها مراجعه کنند و باید با مراجعه به نمایندگی خودروسازی‌ها و ارائه چک و اسناد خود به خودروسازان برای دریافت وام اقدام کنند و خودروسازان با بانک‌ها طرف حساب شوند.

دبیر انجمن تخصصی صنایع همگن قطعه‌سازان خودرو گفت: در حال حاضر بانک‌ها، خودروسازان و مردم همه در بلاتکلیفی هستند و این موضوع بر تولیدات خودروسازان نیز تاثیر گذاشته است.

دلیل عدم انتشار گزارش کیفی خودروهای داخلی

در حالی‌که تا پیش از این گزارش ارزیابی کیفی خودروهای داخلی به طور ماهانه از سوی شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران منتشر می‌شد اما این شرکت از انتشار گزارش رده‌بندی کیفی خودروهای تولیدی در مهر ماه امسال، خودداری کرده است.

به گزارش ایسنا، در این زمینه عنوان شده که مسئولان دفتر نیرومحرکه وزارت صنعت، معدن و تجارت از شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران خواسته‌اند از انتشار گزارش رده‌بندی کیفی خودداری کند تا این گزارش از سوی این دفتر منتشر شود.

این وضعیت در حالی است که شنیده می‌شود با اجرایی شدن دستورالعمل جدید ارزیابی و بازرسی کیفی خودروها (آدیت)، جایگاه خودروهای داخلی در جدول رده‌بندی کیفی تنزل یافته است.

دستورالعمل پیشین ارزیابی کیفی خودروها حدود هفت سال پیش تدوین شده بود با این حال به دلیل تغییر و ارتقای سطح استانداردهای صنعت خودرو در جهان، به‌روزرسانی این دستورالعمل در دستور کار قرار گرفت و دستورالعمل جدید با استانداردها و شاخص‌های سختگیرانه‌تر تدوین و اجرای آن آغاز شد. در دستورالعمل پیشین، برخی خودروهای داخلی در حالی در سطح کیفی خوب و خیلی خوب قرار می‌گرفتند که دارای ایراداتی بوده و بعضا مصرف‌کنندگان ناچار بودند پس از تحویل گرفتن این خودروها از کارخانه سازنده، برای رفع عیب خودرو به تعمیرگاه مراجعه کنند.

ایجاد یک هزار شغل در بارسلونا به کمک محصول جدید شرکت نیسان

کارخانه شرکت «نیسان» در بارسلونا آماده ساخت «نیسان پیکاپ ناوارا» جدید خود است که پلتفرم‌های آن پس از عرضه، برای مدل‌های «رنو» و «مرسدس» استفاده خواهد شد. شرکت تصمیم دارد حداکثر ۱۲۰,۰۰۰ واحد از مدل‌های خود را تولید کند که این برنامه جدید در راه، به یکباره بیش از هزار شغل جدید ایجاد خواهد کرد. با وجود این داده‌ها تاریخ مشخصی برای اجرای طرح وجود ندارد. این ماه برای شروع تولید برنامه‌ریزی شده است و بازاریابی‌هایی شرکت می‌توانند پس از آن در سه ماه ابتدای سال آینده آغاز شوند.

به نمایش گذاشتن ستاره ناوارا در آخرین نمایشگاه اتومبیل «فرانکفورت» امکان خواهد داد که کارخانه «نیسان» واقع در منطقه «زونا فرانکا» تولید خود را به ۸۵درصد ظرفیت، برابر ۲۰۰,۰۰۰ واحد در سال برساند. از پنج سال پیش برنامه آنها افزایش سرمایه‌گذاری ۸۰ میلیون یورویی بوده است.

انتساب بارسلونا به عنوان قسمتی از گروه ژاپنی «نیپو» بعد از اینکه کارکنان فرض می‌کردند توقف‌های انجام شده در پرداخت دستمزدها و انعطاف‌پذیری بیشتر «نیسان» بعد از هشدار مبنی بر اینکه کارخانه در معرض خطر قرار خواهد گرفت، انجام شده است. در حال حاضر، بعد از یک سال ونیم، کارخانه این شرکت در منطقه «زونا فرانکا» اعلام کرد چند مدل جدید دیگر نیز دارد -ون NV۲۰۰ و «پولسار»- این مدل‌ها در مرکز هدف‌های استراتژیک «نیسان» برای پیشی گرفتن از شرکت «تویوتا» در اروپا قرار دارند. مدیرعامل شرکت در اسپانیا اقرار کرد که «تاریخ شرکت با دشواری‌هایی همراه بوده است، اما ما به تلاش خود برای تبدیل آن به تاریخی موفق ادامه خواهیم داد.»

«وانت پیکاپ» جدید با وجود امکان گسترش بازارهای فروش، در بازارهای اروپا و خاور میانه به فروش خواهد رسید. مدیر عامل و معاون عملیات‌های صنعتی «نیسان» در اسپانیا گفت که محدوده محصولات جدید در اسپانیا اجازه می‌دهد «که اطمینان ما از رشد پایدار فعالیت صنعتی ادامه داشته باشد.»

فرصت امروز
روزنامه اقتصادی - مدیریتی

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

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

شنبه | ۱۶ آبان ۱۳۹۴ | شماره ۳۶۵ | صفحه ۸

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

از نگاه نشریه فوربس

رهبر معظم انقلاب در فهرست قدرتمندترین افراد جهان

به گزارش ایسنا، نشریه فوربس در گزارش سالانه خود حضرت آیت‌الله خامنه‌ای را به‌عنوان یکی از قدرتمندترین افراد جهان معرفی کرد. نشریه فوربس هر ساله فهرست قدرتمندترین افراد جهان را منتشر می‌کند که اغلب چهره‌هایی شاخص در عرصه سیاسی، اقتصادی و اجتماعی هستند. این نشریه در گزارش سال ۲۰۱۵ خود نام حضرت آیت‌الله خامنه‌ای را در این لیست ۷۳ نفره ذکر کرده است.

در این فهرست نام افراد دیگری شامل، ولادیمیر پوتین رئیس‌جمهور روسیه، آنگلا مرکل صدراعظم آلمان، باراک اوباما رئیس‌جمهور آمریکا، شینزو آبه نخست‌وزیر ژاپن، بان کی مون دبیرکل سازمان ملل، کیم جونگ اون رهبر کره شمالی، فرانسوا اولاند رئیس‌جمهور فرانسه، جاستین ترودو نخست‌وزیر جدید کانادا و مارگات چان رئیس سازمان بهداشت جهانی به چشم می‌خورد.

خطری که به اندازه زلزله تهران را تهدید می‌کند

اسماعیل نجار، رئیس سازمان مدیریت بحران درباره احتمال ورود سیل در تهران گفت: پیشتر وقوع سیل در تهران سابقه داشته است و در یکی دو سال گذشته نیز نشانه‌هایی از آن دیده شده است مانند حادثه سیل کن یا سیلاب متروی تهران. از این رو می‌توان گفت که سیل همیشه خطرات و خسارات زیادی دارد.

نجار با بیان اینکه در تهران هفت حوزه آبریز وجود دارد، گفت: اگر بنا باشد در تهران سیلی رخ دهد این هفت نقطه از نقاطی است که ایجاد مشکل خواهد کرد و البته در نقاطی دیگر نیز احتمال بروز سیلاب وجود دارد. همچنین مشکل دیگر خروجی‌های آب از تهران است که می‌تواند در روستاهای پایین‌دستی ایجاد مشکل کند. در این باره مطالعاتی انجام گرفته و اقداماتی نیز باید انجام شود. نمونه اخیر این حادثه را در سیلاب قیامدشت مشاهده کردیم. وزارت راه و شهرسازی، وزارت نیرو، شهرداری تهران، وزارت جهادکشاورزی و سازمان جنگل‌ها و مراتع از جمله سازمان‌هایی هستند که در این زمینه مسئولیت دارند.

نجار از جلسه وزیر نیرو و شهردار تهران برای بررسی پیامدهای سیل خبر داد و گفت: در این جلسه تصمیماتی گرفته و مقرر شد اقدامات به شکل جدی‌تر بررسی و صورت گیرد. او به آخرین جلسه شورای مدیریت بحران شهر تهران برای بررسی حادثه سیلاب اشاره کرد و گفت: در این جلسه که روز سه‌شنبه برگزار شد، بنده، رئیس شورای شهر، رئیس سازمان پیشگیری و مدیریت بحران شهر تهران، رئیس دانشکده هواشناسی و. . . حضور داشتیم که آخرین تصمیم‌گیری‌ها درباره سیل مطرح شد.

نجار ادامه داد: همچنین در این جلسه صورتجلسه‌ای برای برنامه کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت تنظیم شد که براساس آن می‌بایست سامانه‌های هشدار سریع در حوزه‌های آبریز تهران نصب شود تا نسبت به بروز سیلاب یا مخاطرات این‌چنینی حساسیت داشته باشد.

رئیس سازمان مدیریت بحران کشور با تاکید بر اینکه دستکاری طبیعت می‌تواند پیامدهای زیادی به دنبال داشته باشد، اظهار کرد: متاسفانه در تهران عمده مسیل‌ها به راه، پل و اتوبان تبدیل شده است و ممکن است ایجاد مشکل کند. در گذشته اگر سیلابی در تهران رخ می‌داد از مسیل‌ها خارج می‌شد اما امروزه سیلاب باید از میان بزرگراه و پل‌ها عبور کند. در برخی از مسیل‌ها نیز ریختن نخاله ایجاد مشکل خواهد کرد که در این خصوص نیز تصمیماتی گرفته شده است، اما مردم و برخی از دستگاه‌ها نیز باید رعایت کرده و از ریختن زباله و نخاله در رودها و مسیل‌ها خودداری کنند.

نجار درباره اینکه برای اختصاص اعتبار در زمینه پیش‌بینی و پیشگیری از وقوع سیل در پایتخت چه اقداماتی انجام شده است، گفت: دولت و مجلس در این زمینه اقداماتی را انجام خواهند داد و ما نیز آماده‌ایم در حد توان و اختیارات قانونی خود در این زمینه کمک کنیم. نجار با بیان اینکه تهران شهری است که از جهات مختلفی حائز اهمیت است، گفت: ایمنی پرجمعیت‌ترین شهر کشور که در آن مراکز اقتصادی، سیاسی، تجاری، فرهنگی و. . . وجود دارد، باید بیش از اینها مورد توجه قرار گیرد. موضوع سیل به اندازه زلزله برای تهران خطرناک است و باید راهکارهای جامعی برای آن اندیشیده شود.

او در پایان با اشاره به نهایی شدن طرح جامع سیلاب درجلسه شورای مدیریت بحران شهر تهران اظهار کرد: امیدواریم براساس این طرح بتوان خطرات ناشی از سیل در پایتخت را کاهش داد که البته این موضوع نیازمند تصویب شورای شهر است.

آمار مرگ‌ومیر ناشی از مسمومیت با موادمخدر

دکتر طلعت قانع، دبیر ستاد مرکزی و مرکز ملی اطلاع‌رسانی داروها و سموم سازمان غذا و دارو درباره وضعیت مسمومیت با سوءمصرف موادمخدر و مرگ‌ومیر ناشی از آن گفت: نکته قابل توجه در این خصوص تفکیک موارد مرگ ناشی از سوءمصرف مواد به سه دسته است. نخستین نوع مرگ ناشی از سوءمصرف مواد مخدر، مسمومیت حاد با مواد است. این نوع مسمومیت با مواد مواردی را مانند باز شدن بسته‌های حمل مواد در شکم، تزریق مواد یا مسمومیت با دوز بالا و. . . را شامل می‌شود. نوع دوم، مرگ ناشی از عوارض مصرف طولانی‌مدت مواد مخدر است که منجر به عفونت‌های ایدز، هپاتیت و. . . خواهد شد.

قانع، نوع سوم مرگ‌ومیر ناشی از مسمومیت با موادمخدر را مرگ ناشی از مصرف مواد روانگردان عنوان کرد و گفت: بر این اساس از میان دو هزار و ۹۸۶ مورد مرگ ناشی از مواد مخدر و روانگردان در سال ۱۳۹۳، ۵۴٫۸ درصد مربوط به مسمومیت حاد، ۳۷درصد مربوط به عوارض اعتیاد و ۸درصد متعلق به مرگ ناشی از ترکیبات روانگردان بوده است. همین آمار در پنج ماه نخست سال ۱۳۹۴ به این ترتیب است که از میان یک هزار و ۱۹۱ مورد مرگ ناشی از مواد مخدر و روانگردان، ۵۳ درصد مربوط به مسمومیت حاد، ۳۱ درصد مربوط به عوارض اعتیاد و ۱۶ درصد متعلق به مرگ ناشی از ترکیبات روانگردان بوده است.

تنها ۲٫۵ درصد معلولان نیازمند خدمات بهزیستی هستند

انوشیران محسنی بندپی، رئیس سازمان بهزیستی کشور درباره معلولان تحت پوشش و پشت نوبتی این سازمان، اظهار کرد: در حال حاضر یک میلیون و ۲۰۰هزار معلول در سامانه بهزیستی ثبت و از این سازمان خدمات دریافت می‌کنند و حدود ۴۰۰ هزار نفر نیز پشت نوبتی هستند.

البته باید در نظر داشته باشیم که در هر آماری مقداری غفلت وجود خواهد داشت و نمی‌توان به‌طور قطعی و صددرصد آماری را منتشر کرد. ۴۲۰ هزار نفر از آمار یک میلیون و ۲۰۰ هزار نفر معلول تحت پوشش سازمان بهزیستی کشور در روستاها زندگی می‌کنند. او درباره ۴۰۰ هزار معلول پشت نوبت خدمات این نهاد نیز گفت: به علت محدودیت‌های مالی تاکنون نتوانسته‌ایم این تعداد را به گردونه حمایتی خود وارد کنیم و آمار معلولان نیازمند دریافت خدمات بهزیستی را به صددرصد برسانیم، اما امیدواریم در برنامه ششم توسعه و همچنین لایحه اصلاحیه «قانون حمایت از حقوق معلولان» که در حال حاضر در دستور کار کمیسیون مشترک مجلس است، شرایطی فراهم شود تا بتوان تمامی افراد نیازمند دریافت خدمات آموزشی، تجهیزاتی، بیمه‌ای، رفاهی، حقوقی و غیره بهزیستی تحت پوشش قرار گیرند.

بندپی، مهم‌ترین اقدام بهزیستی در ارتباط با معلولان را صدور کارت هوشمند معلولان دانست و گفت: هر معلولی که بخواهد از خدمات سازمان بهزیستی کشور شامل خدمات توانبخشی، تسهیلات و امتیازهایی که در قانون از طریق بهزیستی برای آنها در نظر گرفته شده برخوردار شود باید دارای کارت هوشمند معلولیت که مشخص‌کننده شدت و نوع معلولیت آنهاست، برخوردار باشد. پیش‌بینی می‌کنم طی ۱٫۵ سال آینده تمامی معلولان کشور از کارت هوشمند معلولیت بهره‌مند شوند و به این ترتیب می‌توان به آمار کمی معلولان کشور نیز دست یافت.

اعلام وضعیت ۲۵ مفقود ایرانی فاجعه منا تا ۱۰ روز آینده

سعید اوحدی، رئیس سازمان حج و زیارت، از اعلام وضعیت ۲۵ مفقود ایرانی فاجعه منا تا ۱۰ روز آینده خبر داد. سعید اوحدی ادامه داد: براساس اطلاعات به‌دست آمده از دولت عربستان تعداد هزار و ۵۰۰ نفر از جانباختگان این فاجعه از کشورهای مختلف در مقبره الشهدای مکه دفن شده‌اند.

او با اشاره به پیدا شدن ۶۸ پیکر از جانباختگان در سردخانه‌های عربستان گفت: شرایط بد نگهداری این پیکرهای مطهر سبب شده جنازه این بزرگواران قابل شناسایی نباشد؛ از این رو برای بررسی بهتر «دی.ان.ای» به‌دست آمده از خانواده آنها همراه با یادداشت وزارت امور خارجه را تحویل عربستان داده‌ایم. روند بررسی «دی. ان. ای» به‌دست آمده از این پیکرهای مطهر در عربستان ۱۰ روز طول خواهد کشید. دولت عربستان اجازه دسترسی به پیکر این تعداد جانباخته را داده است، اما هنوز تکلیف ۲۵ نفر از جانباختگان ایرانی مشخص نشده و تا زمان مشخص نشدن وضعیت «دی. ان. ای» نمی‌توانیم در این خصوص اظهارنظر کنیم. براساس بازدیدهای میدانی از بیمارستان‌های عربستان و اطلاعات به‌دست آمده هیچ زائری از ایران در مراکز درمانی آن کشور بستری نیست.

رئیس سازمان حج و زیارت با بیان اینکه فاجعه خونبار منا حاصل بی‌تدبیری و سوءمدیریت عربستان است، ادامه داد: دولت جمهوری اسلامی ایران پیگیری‌های حقوقی و قضایی خود را نسبت به احقاق حق جانباختگان ایرانی این حادثه در دستور کار قرار داده و نشست‌های متعددی را در سطح دولت، مجلس و وزارت امور خارجه برگزار کرده است. او در ادامه با اشاره به پیدا شدن پیکر مرحوم هادی ذاکری یکی از جانباختگان منا اهل شهرستان داورزن گفت: این بزرگوار در کشور عربستان در مقبره الشهدای مکه مکرمه دفن شده است.

هشدار درخصوص گود برج میلاد

اقبال شاکری، رئیس کمیته عمران شورای شهر تهران با اشاره به تذکر دوباره درخصوص گودهای پرخطر شهر تهران در فصل بارندگی گفت: نظارت بر گودها وظیفه سازمان نظام مهندسی است و توسط معاونت معماری و شهرسازی مناطق اعمال قانون می‌شود. براساس ماده ۵۵ قانون شهرداری‌ها درخصوص گودهای پرخطر و پراهمیت شهرداری به نیابت از مردم برای برطرف کردن خطرهای احتمالی می‌تواند راسا به ایمن‌سازی گود اقدام کند.

این عضو شورای شهر تهران با بیان اینکه گود برج‌میلاد برای پروژه‌ای مشترک میان سازمان مشارکت‌های شهرداری و ناجا تشکیل شده است، گفت: متاسفانه به دلیل عدم تعیین‌تکلیف طرح نهایی این پروژه موقتا متوقف شده و گود نیز بلاتکلیف است.

شاکری با بیان اینکه این گود به سازه برج میلاد هیچ‌گونه آسیبی وارد نخواهد کرد گفت: اما اگر مهلت نیلینگ به اتمام رسیده باشد دیگر گود پایداری ندارد و حتما خطرآفرین است.

او با اشاره به نامه نگاری‌هایی که درخصوص تعیین‌تکلیف وضعیت گود میلاد شده است، افزود: بار دیگر نامه‌ای برای بررسی ایمنی گود برج میلاد به شهرداری ارسال خواهد شد.

رئیس شورای شهر تهران چند ماه پیش نسبت به پایان پایداری گود میلاد تذکر داده بود و خواستار رسیدگی به وضعیت این گود شده بود. همچنین غلامرضا انصاری عضو دیگر شورای شهر نیز نسبت به وضعیت این گود به شهرداری هشدار داده بود.

سیاست

اوباما و نتانیاهو دوشنبه در واشنگتن دیدار می‌کنند

مقام‌های بلندپایه دولت آمریکا اعلام کردند: باراک اوباما قصد دارد در جریان سفر نخست‌وزیر رژیم صهیونیستی به واشنگتن در روز دوشنبه آینده مسائلی نظیر اجرای توافق هسته‌ای ایران، وضعیت سوریه و روابط این رژیم با فلسطین را مورد بحث قرار دهد. به گزارش اسپوتنیک، مقام‌های دولت آمریکا اعلام کردند که باراک اوباما، رئیس‌جمهور این کشور و بنیامین نتانیاهو، نخست‌وزیر رژیم صهیونیستی در دیداری که روز دوشنبه آینده در واشنگتن خواهند داشت به دنبال بحث درخصوص وضعیت سوریه و علاوه بر آن اجرای توافق هسته‌ای ایران هستند.

بن رودس، معاون مشاور امنیت ملی کاخ سفید گفت: مطمئنا در این نشست درباره همکاری امنیتی ما و پیشبرد آن، مسئله ایران چه به لحاظ اجرای برنامه جامع اقدام مشترک (برجام) و فعالیت‌های ایران در منطقه بحث خواهد شد.

رودس اضافه کرد: اوباما و نتانیاهو علاوه بر آن درباره روابط اسرائیل با فلسطینی‌ها و وضعیت امنیتی در نوار غزه و کرانه باختری نیز تبادل نظر خواهند کرد. البته درباره دیگر مسائل منطقه شامل وضعیت سوریه نیز بحث‌هایی انجام خواهد شد. رودس همچنین به خبرنگاران گفت که بعید است دولت اوباما بتواند براساس شرایط کنونی راه‌حل دو کشوری میان اسرائیل و فلسطین را رقم بزند.

تیتر اخبار

- در حالی که اروپا با بزرگ‌ترین موج مهاجرت پناهجویان در دوران معاصر مواجه شده، پیش‌بینی می‌شود شمار پناهندگان به اروپا تا سال ۲۰۱۷ به ۳میلیون نفر برسد.
- تلویزیون دولتی چین اعلام کرد که گشت‌زنی آمریکا در دریای چین جنوبی به اعتماد دوجانبه میان دو کشور آسیب زده است.

راهپیمایی گسترده در اعتراض به فساد و سانسور در انگلیس با مداخله پلیس به خشونت گراییده و در نتیجه آن ۵۰ نفر از معترضان دستگیر و سه پلیس نیز زخمی شدند

جامعه

دولت برای ایجاد امنیت برای سرمایه‌گذاران خارجی در تلاش است

شهیندخت مولاوردی در هشتمین جلسه شورای اداری استان در سالن شهید عطایی استانداری آذربایجان غربی گفت: در شرایط جدید تلاش دولت برای ورود سرمایه‌های علمی و تکنولوژی و دانش فنی در کنار سرمایه‌گذاران خارجی به کشور و تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی است. همچنین تلاش دولت برای ایجاد امنیت برای سرمایه‌گذاران خارجی و حذف قوانین و مقررات مزاحم در این زمینه است. جلب مشارکت‌های مردمی در راستای توسعه اقتصادی کشور رویکردی است که دولت به دنبال آن است.

معاون رئیس‌جمهور در امور زنان و خانواده بیان کرد: کشور در سیاست خارجی به جای خوبی رسیده و فصل جدیدی از روابط بین‌المللی گشوده شده است. هم‌اکنون ایران به یک قدرت بین‌المللی ممتاز تبدیل شده و بدون توجه به این قدرت منطقه‌ای، قدرت‌های خارجی نمی‌توانند برنامه‌هایشان را پیش ببرند و این جایگاه ممتازی برای کشور است. تلاش برای افزایش قدرت خرید مردم از تلاش‌های دولت در بخش اقتصادی بود که همراه با کاهش تورم از ۴۰درصد تا ۱۳٫۸درصد بود. هم‌اکنون ثبات نسبی بر بازار حاکم شده و حرکت به سمت تورم تک‌رقمی جزو اهداف است.

تیتر اخبار

- دکتر محمدمهدی سعادتی، قائم‌مقام شهردار منطقه ۱۲ از آموزش و مهارت آموزی کودکان کار و متکدی خبرداد.
- بارش شدید باران منجر به آب‌گرفتگی خیابان‌های «امان»، پایتخت اردن در روز پنجشنبه شد.

سخنگوی سازمان آتش‌نشانی و خدمات ایمنی شهرداری تهران از حریق گسترده در کارگاه ۱۰۰۰ متری ساخت مبل در مرتضی‌گرد خبر داد

فرهنگ

در اجرایی خیرخواهانه، ستارگان سینما بر صحنه تئاتر درخشیدند

نمایش «مونولوگ‌های کودکان» با کارگردانی دنی بویل و حضور ستارگان مطرح سینمای جهان، در حمایت از کودکان فقیر آفریقا بر صحنه تئاتر لندن اجرا شد. به گزارش تلگراف، نمایش «مونولوگ‌های کودکان» شامل داستان‌های واقعی از زندگی جوانانی است که تجربیات شخصی خود را در قالب کلمات بیان کرده‌اند. این داستان‌ها توسط چهره‌های شناخته‌شده و مطرح سینمای جهان روی صحنه تئاتر رویال کورت لندن خوانش شدند. کارگردانی این اجرا بر عهده دنی بویل کارگردان برنده جایزه اسکار و نخستین برنامه زنده بویل بعد از کارگردانی مراسم افتتاحیه المپیک ۲۰۱۲ بود. در این اجرا بازیگران مطرح سینمای جهان نظیر بندیکت کمبربچ، نیکول کیدمن، جیوتل اجیوفر و جیمز مک‌آوی حضور داشتند.

یکی از مونولوگ‌های این اجرای خیرخواهانه نیز توسط کیت هرینگتون، بازیگر نقش جان اسنو در سریال «بازی تاج و تخت» خوانش شد.

هر کدام از مونولوگ‌های این اجرا توسط یک بازیگر و زیر نور موضعی خوانش می‌شد و جنسیت و سن و سال بازیگر برای خوانش مونولوگ‌ها مطرح نبود. حتی بازیگران با لباس‌های شخصی خود روی صحنه حضور پیدا کردند. البته برخی از بازیگران هم از وسایل و طراحی مختصر صحنه استفاده کردند. به‌عنوان مثال هرینگتون در این اجرا، مونولوگ دختری ۱۷ ساله به نام ماسکوانا گودنس را خوانش کرد که مورد آزار و اذیت قرار گرفته بود. جیمز مک‌آوی نیز مونولوگ پسری ۱۳ ساله را خوانش کرد که برادرش برای نجات او به قتل رسیده است.

تیتر اخبار

- فیلم سینمایی «قندون جهیزیه» به کارگردانی علی ملاقلی‌پور در سه شهر فرانکفورت، کلن و هانوفر در کشور آلمان به نمایش در آمد.
- ملیسا متیسون، فیلمنامه‌نویس فیلم مشهور «ای.تی» در ۶۵ سالگی درگذشت.

کوئنتین تارانتینو که با نوشتن مطلبی برای روزنامه لس‌آنجلس‌تایمز از عقایدیش در اعتراض به کشتن مردم بی‌گناه توسط پلیس آمریکا دفاع کرده بود همین حرف‌ها را در شبکه MSNBC نیز بر زبان آورد

ورزش

نیمار: فوتبال تماشا نمی‌کنم

نیمار، بازیکن برزیلی تیم بارسلونا می‌گوید علاقه‌ای به تماشای بازی تیم‌های دیگر ندارد و تنها بازی‌های تیم خودش را تماشا می‌کند. این مهاجم برزیلی روز چهارشنبه با تیم بارسلونا موفق شد در لیگ قهرمانان تیم باته را با نتیجه سه بر صفر شکست دهد. نیمار ۲۳ ساله می‌گوید: دوست ندارم وقتی بارسلونا بازی نمی‌کند، بازی‌های دیگر فوتبال را تماشا کنم. او در پاسخ به سوالی درباره بازی تیم رئال‌مادرید گفت: دوست ندارم وقتی چیزی را ندیده‌ام درباره‌اش اظهارنظر کنم.

نیمار که سومین فصل حضورش در بارسا را تجربه می‌کند، این تیم را بهتر از همیشه نامید. بازیکن برزیلی در این فصل تا اینجا ۹ گل در لیگ زده و دو گل هم در بازی‌های اروپا به ثمر رسانده است. بازیکن بارسا گفت از بازی با لیونل مسی و لوییس سوارز لذت می‌برد و افزود: همیشه عاشق شیوه بازی کردن بارسلونا و بازیکنانش هستم. به شیوه بازی آنها عادت کرده‌ام. من و سوارز باید بدویم تا بتوانیم فضای عبور از میان این بازیکنان بزرگ را به دست بیاوریم. نیمار گفت نمی‌دانم ما سه نفر (نیمار، سوارز و مسی) از همه بهتریم یا نه، اما می‌دانم بازیکنان بزرگی هستیم و امیدوارم سال‌ها همین موقعیت را حفظ کنیم.

تیتر اخبار

- تقاضای فرجام‌خواهی مورینیو برابر حکمی که برای توهین به داور برایش صادر شده بود، رد شد.
- لیونل مسی، فوق ستاره بارسلونا می‌گوید او از نیمار و سوارز بهتر نیست، او همچنین عنوان کرد بارسا به او متکی نیست
- کریستیانورونالدو، بازیکن سرشناس تیم رئال مادرید از بازگشت احتمالی به لیگ برتر خبر داد.

یورگن کلوپ، سرمربی لیورپول پس از موفقیت پنجشنبه شب تیمش، از جردن آیبه به‌عنوان یک استعداد بزرگ نام برد

نگاهی به کمپین تبلیغاتی شرکت ایساکو

آگهی‌های تکراری برای تشویق به خرید اورجینال

نرگس فرجی

یافتن جنس دست اول و اورجینال، دغدغه بسیاری از مشتریان ایرانی است. این دغدغه شاید بیش از همه حوزه‌های بازار در حوزه خودرو از اهمیت ویژه برخوردار باشد چون استفاده از قطعه و محصولی غیر اصل امکان دارد به دلیل کیفیت پایین‌تر با جان افراد بازی کند. در نتیجه شرکت‌هایی که در این حوزه خدمات و محصول ارائه می‌کنند، همیشه در تلاشند به شیوه‌های مختلف به مشتریان هشدار دهند که استفاده از قطعات غیر اصل چه آسیبی به آنها وارد خواهد کرد. یکی از شرکت‌های فعال در این حوزه ایساکو است که تقریباً هر سال در فواصل زمانی مختلف آگهی‌های محیطی را با شعار «اصل بخرید» اکران می‌کند. شرکت ایساکو این روزها مجددا با همین شعار، آگهی محیطی منتشر کرده است. ایساکو در این آگهی از المان یک گوشی همراه که در آن اطلاعاتی به مخاطبان داده شده، استفاده کرده است.

«فرصت امروز» سعی دارد با کمک کارشناسان مختلف حوزه تبلیغات به بررسی دقیق‌تر این آگهی بپردازد. محمد قربانی رز، مشاور ارشد بازاریابی و تبلیغات و فارغ‌التحصیل MBA از دانشگاه صنعتی شریف و محمدرضا صیاد دریابخش، مدیرهنری و عضو رسمی انجمن صنفی طراحان گرافیک ایران در این باره به سوالات مختلف پاسخ می‌دهند.

عکس: آرزو بیات | فرصت امروز

مخاطبان با این مفهوم پیامی بیگانه نیستند

امیدقربانی رز در مورد آگهی محیطی اخیر شرکت ایساکو می‌گوید: این تبلیغ را در نقاط مختلفی از شهر دیده‌ام. به نظرم پیام اصلی آگهی این است که قطعات اصلی شرکت ایساکو را بخرید. در این تبلیغ، وجود شماره پیامکی روند و تصویر تلفن همراه برای ارسال پیامک کدهای بررسی اصالت کالا در واقع راهی هوشمندانه برای اطمینان از خرید قطعات اصلی توسط مشتری و همچنین اندازه‌گیری کارایی تبلیغات توسط ایساکو است. این موضوع از این جهت جالب است چون می‌توان با خروجی پیامک‌های ارسال شده به نوعی اثربخشی تبلیغات را اندازه گرفت. قربانی می‌گوید: مخاطب با دیدن آگهی اخیر ایساکو اگر پیگیر آگهی‌های گذشته این شرکت و شعار «اصل بخرید» نباشد ممکن است اصلاً متوجه پیام این آگهی نشود و نفهمد که قرار است چه چیزی را اصل بخرد. در واقع به نظر می‌رسد مخاطب می‌داند که کالای اصلی به خودی خود ارزشمند است اما دقیقا با دیدن این آگهی استدلال کافی ندارد که آیا این موضوع در مورد قطعات خودروهای ایرانی نیز صادق است یا خیر؟ یعنی آیا واقعاً دغدغه خریدار خودروی ایرانی خرید قطعات اصلی است؟ و عملاً چه ارزشی در «خرید اصل» وجود دارد که در این آگهی به آن اشاره شده است؟ درنتیجه زمانی که چنین سوالاتی در ذهن مشتریان ایجاد شود، مشخص است که مقدار نارسایی در انتقال پیام در آگهی وجود داشته که البته با توجه به ماهیت گسترده و دنباله‌دار دادن بودن تبلیغ ممکن است بعدها تاحدی پوشش و پاسخ داده شود.

این کارشناس می‌گوید: بسیاری از شرکت‌های هم‌راستا با ایساکو آگهی‌های تبلیغاتی را با همین مفهوم پیامی به مخاطب‌شان ارسال می‌کنند. پس مخاطبان با این مفهوم پیامی بیگانه نیستند، براین اساس شرکت‌ها در این زمینه باید در شیوه و نحوه طراحی‌شان خلاق‌تر عمل کنند. برای مثال تبلیغات شرکت ایرتویا در این زمینه جالب است، این شرکت در آگهی خود از طرح یک خودرو با دم عقرب استفاده کرده بود. در این آگهی علاوه بر جالب بودن طراحی و ترکیب رنگ مورد توجه و نسبتاً کارا در رساندن پیام، شعار به یاد ماندنی آن هم انتقال پیام را بیش از پیش تکمیل می‌کرد: مراقب نیش فروشندگان تقلبی باشید! تبلیغ ایرتویا از این لحاظ از ایساکو کاراتر است چون به نکته مهمی اشاره دارد: اگر تقلبی بخرید به قدر نیش عقرب درد و ضرر نصیب‌تان خواهد شد.

قربانی در پاسخ به این سوال که آیا استفاده از المان گوشی و شماره اس‌ام‌اس در طرح آگهی ایساکو امکان دارد مخاطب را به یاد تبلیغات حوزه بانک یا خدمات الکترونیکی بیندازد، می‌گوید: شباهت وجود دارد. البته نه به دلیل طراحی بد؛ بلکه به‌دلیل اشباع طراحی‌های این‌گونه توسط بانک‌ها. این مسئله در انتقال پیام همانطور که گفته شد تأثیر نسبی دارد و فرد براحتی متوجه نمی‌شود که پیام اصلی چیست و چه چیزی را باید اصل بخرد. قربانی در مورد گروه مخاطبان در نظر گرفته شده برای آگهی ایساکو می‌گوید: پاسخ به این سوال نیاز به اطلاعات دقیق‌تری از کل کمپین دارد. چیزی که عیان است این‌است که پیام تبلیغاتی آگهی ایساکو از یک رسانه با ماهیت نسبتاً عمومی اطلاع‌رسانی شده است و با توجه به گستردگی به نظر نمی‌رسد طبقه‌بندی چندانی در سطح مخاطبان تبلیغات محیطی مد نظر بوده باشد. هرچند که ممکن است طبقه‌بندی در لایه کلان‌تر و ابزارهای تبلیغاتی مورد استفاده کمپین وجود داشته باشد.

«اصل خریدن» به خودی خود ارزشمند است

این کارشناس در پاسخ به این سوال که آیا این شیوه درستی است که ایساکو برای تمامی طرح‌هایش از شعار «اصل بخرید» استفاده می‌کند؟ می‌گوید: این شعار اصلاً شعار بدی نیست اما جای بهبود دارد. همانطور که گفتم «اصل خریدن» به خودی خود ارزشمند است. در نتیجه این شعار چیز زیادی به پیام اصلی اضافه نمی‌کند. جای بهبود در این‌است که در خود شعار به مخاطب گفته شود که چرا بهتر است محصولات اصل ایساکو را بخرد مثلا در این باره شرکت نمی‌تواند روی فاکتور کیفیت تأکید کند چون در حال حاضر در این صنعت به نظر می‌رسد تصور غالب این است که بسیاری از قطعات اصلی نیز چینی است. پس شرکت باید راه دیگری بیابد، در این باره یک انگیزش منطقی امکان دارد کارایی اصل خریدن را در نظر مخاطبان بیشتر کند. به عنوان مثال یک شیوه انگیزشی مانند ارائه سرویس رایگان به کسانی که از قطعات اصل استفاده می‌کنند. همین پیام ساده، هم انگیزه را برای چک کردن اصلی بودن قطعات از طریق تلفن همراه افزایش می‌دهد و هم دلیلی منطقی‌تر برای اصل خریدن جلوی پای مشتری می‌گذارد. قربانی می‌گوید: دو مسئله مهم در انتقال پیام این آگهی به مخاطب وجود دارد. مسئله اول عدم انتقال درست پیام است که همانا تأکید بر «اصل خریدن» از ایساکو و همچنین کنترل اصالت است که با توجه به تکرار در آگهی‌ها با پوشش وسیع کمپین به نظر می‌رسد تا حدی مرتفع می‌شود. مسئله دوم ریشه در ماهیت تبلیغ دارد و چندان ارتباطی به گستردگی و تکرار پیام آگهی ندارد. به نظر می‌رسد ارزش منتقل شده توسط تبلیغ ایساکو تاحدودی خنثی است و آنچنان منجر به عکس‌العمل مشتریان نمی‌شود. در چنین شرایطی خصوصاً در این صنعت بهتر است به‌جای یک طرح خنثی به ارسال یک پیام انگیزشی توجه بیشتری شود. زیرا مردم همین الان هم چندان اعتقادی به قطعات اصلی و فرعی ندارند. بنابراین تزریق یک انگیزش خصوصاً کیفی به شدت مؤثر خواهد بود.

> **مخاطب با دیدن آگهی اخیر ایساکو اگر پیگیر آگهی‌های گذشته این شرکت و شعار «اصل بخرید» نباشد ممکن است اصلا متوجه پیام این آگهی نشود و نفهمد که قرار است چه چیزی را اصل بخرد**

کنجکاوی مخاطبان در مواجهه با پیام غیرمستقیم تحریک می‌شود

محمدرضا صیاد دریابخش درباره آگهی‌های اخیر شرکت ایساکو می‌گوید: آگهی‌های تبلیغاتی شرکت ایساکو بیشتر شبیه بنرهای اطلاع‌رسانی می‌مانند که چندوقت به چندوقت در رسانه‌های محیطی اکران می‌شوند اما به نظر ایساکو در این آگهی اخیر روند همیشگی را اجرا نکرده و آن اطلاع‌رسانی ساده را نیز به سختی انجام داده‌است. این شرکت در آگهی اخیر خود از تصویر یک موبایل استفاده کرده‌است. موبایلی که مخاطب را به یاد تبلیغات شرکت‌های تولیدکننده گوشی‌های همراه می‌اندازد. دریابخش می‌گوید: مخاطبی که باید در چند ثانیه پیام را دریافت کند، حوصله نمی‌کند و اطلاعات داخل گوشی همراه را نمی‌خواند و به راحتی و به خیال اینکه آگهی مرتبط با شرکت دیگری است از کنار آن می‌گذرد. به نظرم این سبک تبلیغ بهتر است در جایی مورد استفاده قرار بگیرد که مخاطب وقت بیشتری برای تمرکز روی آگهی داشته باشد. برای مثال تبلیغات داخل فروشگاه‌ها و مراکز خرید برای استفاده از این شیوه بهترند، به‌خصوص مراکزی که مشتریان اصلی این شرکت در آنجا رفت و آمد می‌کنند. علاوه بر این؛ آگهی بهتر است در مکانی نصب و اکران شود که مخاطبان متوجه شوند که روی جعبه کالاهای این شرکت کیو آر کد (QRcode) طراحی شده و آنها از طریق آن می‌توانند به اصل یا فرع بودن محصول پی ببرند. مخاطبی که با سرعت از کنار بیلبورد عبور می‌کند، امکان تجزیه و تحلیل این همه اطلاعات را ندارد. دریابخش می‌گوید: آگهی محیطی سال گذشته این شرکت از این جهت که حداقل طراح محصولاتی را داخل جعبه گذاشته و پیام تبلیغاتی را در ذهن مخاطبان تداعی می‌کرد، بهتر بود. مخاطب با دیدن جعبه طراحی شده در این آگهی حداقل به یاد محصولات این شرکت و خدمات ارائه شده توسط آن می‌افتد. دریابخش می‌گوید: به نظرم در این حوزه تبلیغات بهتر است شرکت‌ها دائم و مستقیماً اشاره به اصل خریدن محصولات‌شان نکنند. معمولاً مخاطبان وقتی پیامی را غیرمستقیم دریافت می‌کنند، اگر درست و خلاقانه نیز طراحی شده باشد برای کشف آن کنکاش می‌کنند و توجه‌شان را بهتر جلب می‌کند. برای مثال اگر این شرکت یک خودروی تصادفی را در طرح آگهی خود به تصویر بکشد و کنار آن یکی از محصولات خود را قرار دهد، مخاطب پیام شعار اصل بخرید را راحت‌تر دریافت می‌کند. مخاطب وقتی با تصویر یک ماشین تصادفی مواجه می‌شود، دچار شوک شده و فورا در ذهنش تداعی می‌شود که اگر محصول اصلی می‌خرید شاید این اتفاق نمی‌افتاد. مطمئنا این تصویر آگهی در ذهن مخاطبان حین خرید بهتر تداعی خواهد شد. به نظرم اگر شعار در آگهی‌های این شرکت برجسته نشود و مخاطب از طریق المان‌های به‌کار رفته در آگهی پی به پیام این شرکت ببرد، بهتر می‌تواند با آنها ارتباط برقرار کند.

فرصت نقد

آگهی امروز: روز جهانی سندرم دان

سلما رفیعی
کارشناس تبلیغات

دوربین در خیابان می‌چرخد و از آدم‌ها گذر می‌کند. جملاتی بر تصویر نقش می‌بندد. من سالواتور هستم و ۳۸ سالمه. او به گروهی ازمردان با کت و شلوار رسمی و سیاه می‌رسد. یکی از مردان اشاره می‌کند که به داخل بروند. آنها آماده‌اند. دوباره جملات سالواتور در سکوت بر روی تصویر می‌آید. من می‌خواهم نامزدم را سورپرایز کنم. می‌خواهم به او بگویم که بالاخره رویای ما به حقیقت پیوست. مردان کت و شلواری. شروع به خواندن آواز با من بیا به... می‌کنند. آنها همین‌طور که داخل مغازه مک دونالد می‌شوند این آواز را بلند می‌خوانند. آن‌سوتر دختری با سندرم دان را می‌بینیم که در لباس کار در حال پاک کردن شیشه‌های یک ویترین در رستوران است. خواننده‌ها دورش حلقه می‌زنند. دختر متعجب خواننده‌ها را نگاه می‌کند. آنها راه را برای پسری که تاکنون جملاتش بر تصویر آمده است باز می‌کنند. پسر با یک جعبه کوچک و در لباس دامادی جلوی دختر زانو می‌زند. دختر جعبه را می‌گیرد. محتویات جعبه یک کلید است. پسر از دختر می‌پرسد که آیا با او ازدواج می‌کند؟ دختر در حالی که پاسخ مثبت می‌دهد کلید را بر می‌دارد. کلید خانه شان. در تصاویر بعد آنها را در خانه‌شان می‌بینیم که صبحانه درست می‌کنند و در کنار هم شاد و خوشبختند. جملاتی بر تصویر نقش می‌بندد که بیان می‌کند بسیاری مثل این دو نفر وجود دارند که آرزوی‌شان این است که حتی یک روز کنار هم زندگی کنند. اجازه بدهیم که آنها رویای‌شان را باور کنند و به آن دست یابند، زیرا برای افرادی با سندرم دان استقلال معنای آینده‌ای روشن‌تر را می‌دهد.

یک تیزر فرهنگی تبلیغاتی که در آن هم به افراد سندرم دان یادآوری می‌کند که تنها نیستند و هم دیگران را متوجه آنها می‌کند. تیزر به‌جای نشان دادن مشکلات بسیار زندگی آنها و خرد کردن اعصاب مخاطب و در رنج بیشتر فرو بردن آنها و ما و به دور از سیاه‌نمایی برعکس لحظاتی از امید و لذت را در زندگی آنها نشان می‌دهد و ما را به‌جای سهیم کردن در غم آنها در لذت آنها شریک می‌کند. دیدن لذت و شادی آنها از یک خوشبختی ساده که حق طبیعی هر انسانی است آنقدر زیباست که همه متقاعد می‌شویم برای نشاندن لبخندهای بیشتر بر لبان آنها و آینده‌ای روشن‌تر باید به یاری آنها شتافت.

Adsoftheworld.com/special proposal-worlddown syndrome day

از میان خبرها

رشد چندین کدو در میدان تایمز برای تبلیغ نرم‌افزار عکس گوگل

مرضیه فروتن

گوگل برای نمایش و تبلیغ نرم‌افزارهای «Photo Storage» و « Search Product » خود به اجرای آزمایش رشد چندین کدو در میدان تایمز دل بسته است.

جشنواره پاییزه مزرعه کدوی گوگل در مرکز شهر نیویورک به تبلیغ نرم‌افزار « Photo Credit » این شرکت می‌پردازد.

اهالی نیویورک آن قدر سرگرم انجام فعالیت‌های روزمره خود هستند که فرصت رفتن به حومه شهر و خریداری یک کدو برای جشن هالووین را ندارند. گوگل روز پنجشنبه گذشته، فقط به مدت یک روز یک مزرعه کدو حلوایی در میدان تایمز به منظور تبلیغ نرم‌افزار Photos خود را به راه انداخت.

به این ترتیب بازدیدکنندگان می‌توانستند پس از ژست گرفتن با کدوهای منتخب خود، تصاویرشان را روی یک بیلبورد الکترونیکی در «Seventh Avenue» مشاهده کنند.

بعضی از آنها به‌طور تصادفی برای حکاکی عکس‌های خود روی کدوها به وسیله یک دستگاه برگزیده می‌شدند.

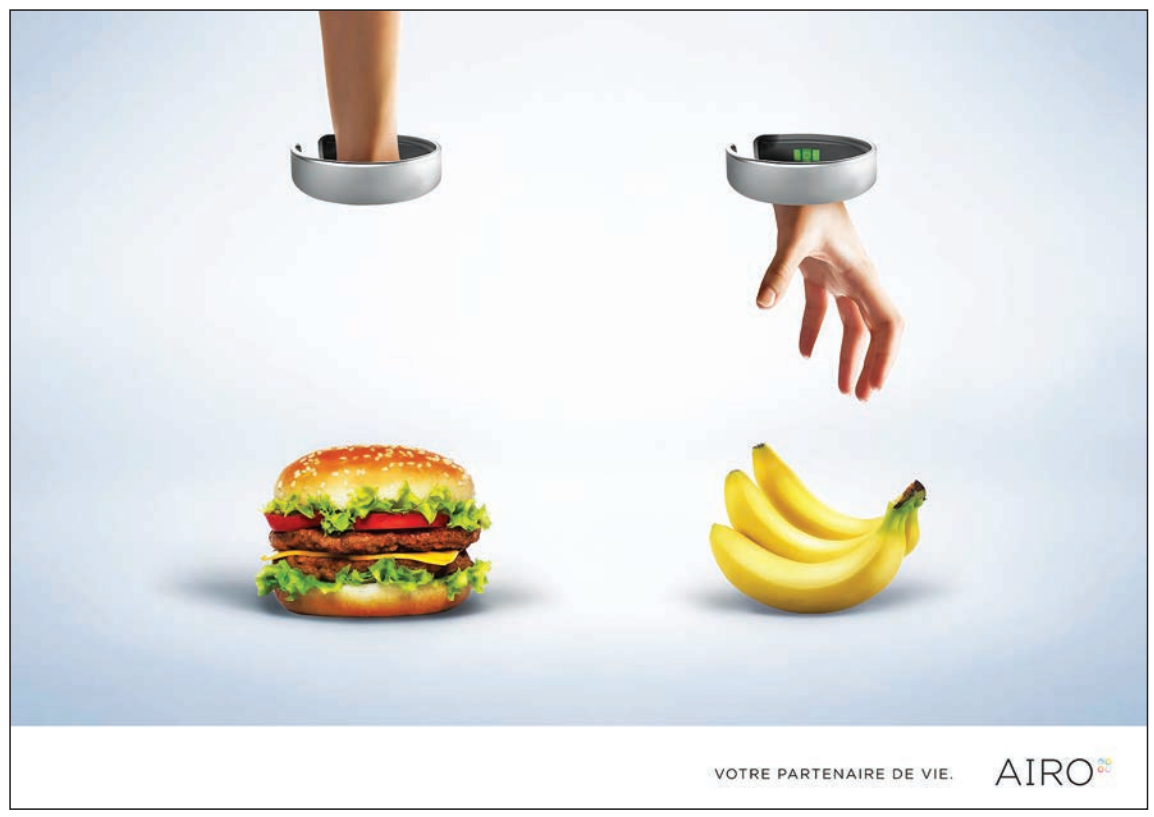
ربات‌ها به حکاکی عکس‌های بازدیدکنندگان روی کدوهایشان می‌پرداختند اما فقط آنها مسئول انجام این کار نبودند. کارشناسانی از استودیو « Maniac Pumpkin Carvers » نیز با کنده‌کاری ریز و دقیق ساختمان « Empire State » و مجسمه آزادی روی کدوها مشغول هنرنمایی بودند. گروه موسیقی « Defibulators » نیز از بروکلین به سبک « blurgrass » به اجرای موسیقی می‌پرداختند.

بازدیدکنندگان همچنین در صورت یافتن یکسری عکس‌های خاص در گوشی‌های خود در مدت ۲۰ ثانیه یا کمتر از آن امکان دریافت دونات و آب سیب رایگان را به دست می‌آوردند.

به گفته ریکو فارمر، مدیر بازاریابی برند در Google Photos، هدف از انجام این کار آوردن یکی از تفریحات محبوب پاییزی به یک مکان غیرمنتظره و استفاده از نرم‌افزار و جست‌وجو برای پیدا کردن عکس‌های افراد برای ایجاد یکسری خاطرات جدید در ذهن‌های مردم است. از زمان عرضه این نرم‌افزار در ماه می، گوگل روی انجام یکسری اقدامات تجربی نظیر برگزاری کمپین « Pay With a Photo Food Truck» در طول تابستان برای تبلیغ آن شرط بسته است. این راهی عالی برای نشان دادن قابلیت‌های یک نرم‌افزار به شمار می‌رود. در نتیجه مردم می‌توانند به راستی ارزش ویژگی جست‌وجوی گوگل را دریابند.

www. adage. com

تبلیغات خلاق



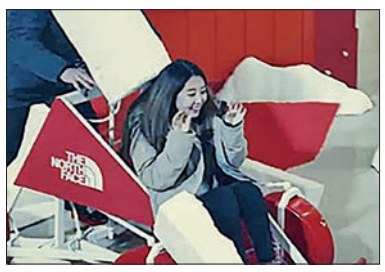
آگهی: Airo – شعار: شریک زندگی شما

ایستگاه تبلیغات

تجربه قطب جنوب در کره‌جنوبی

North Face کره به عنوان یک برند بزرگ بین‌المللی همواره مشتاق بوده تا مشتری‌ها را با تجربه‌های منحصر به فرد محیطی آشنا کند. آژانس Innored در کره‌جنوبی مغازه‌ای موقتی در بازار بزرگی در مرکز شهر ساخته و در آن یک کمپ قطب جنوبی تعبیه کرده است.

به گزارش ام‌بی‌ای نیوز، استفاده از عینک‌های واقعیت مجازی به مردم این حس را می‌دهد که سوار سورتمه‌ای هستند که سگ‌ها آن را می‌کشند. این مسئله، تجربه‌ای به یادماندنی را برای مشتری‌ها رقم می‌زند.



بازاریابی مجانی

باشگاه مشتریان خود را تاسیس کنید

عطیه عظیمی

صاحب یک فروشگاه کوچک موفق عنوان می‌کرد که من ۲۰ مشتری ثابت و همیشگی دارم که حداقل سود مورد نیازم را تضمین می‌کنند. شما هم باید برای ایجاد باشگاه مشتریان خود زمان و انرژی بگذارید و از سود چشمگیر آن بهره‌مند شوید.

باشگاه مشتریان معمولا در راستای ایجاد پل ارتباطی مستحکم با همراهان همیشگی و با هدف افزایش سطح رضایتمندی مشتریان و بهبود خدمات راه‌اندازی شده است. همچنین هدف از راه‌اندازی باشگاه مشتریان، علاوه بر استحکام روابط بین هر کسب‌وکار و مشتریان و مخاطبان، ارائه خدمات ویژه به اعضای باشگاه علاوه بر خدمات متعارف است. مشتریان در هر کسب‌وکار قادر خواهند بود ضمن عضویت در باشگاه مشتریان از لحاظی جذاب و خدماتی متفاوت برخوردار شده و در ازای عضویت در باشگاه مشتریان، خریدهای خاص و ویژه و شرکت در نظرسنجی‌ها امتیاز کسب کنند و از مزایای مختلف باشگاه مشتریان بهره‌مند شوند.

این باشگاه‌ها به پاس وفاداری مشتریان و برای قدردانی از اعتماد مشتریان وفادار در انتخاب محصولات و با هدف افزایش رضایتمندی مشتریان، ارتباط صمیمی و پویا با ایشان برقرار کرده و همچنین ارائه خدمات و امکانات ویژه به این مشتریان نیز از ویژگی‌های تاسیس این باشگاه‌هاست. وفاداری به معنی ایجاد تعهد در مشتری، برای انجام معامله با سازمان خاص و خرید کالاها و خدمات به طور مکرر است. به عبارت دیگر، وفاداری به یک تعهد قوی برای خرید مجدد یک محصول یا یک خدمت برتر، در آینده اطلاق می‌شود، به صورتی‌که همان خدمت یا محصول به‌رغم تاثیرات و تلاش‌های بازاریابی بالقوه رقبا، خریداری شود.

بدین ترتیب وفاداری زمانی اتفاق می‌افتد که مشتریان کاملا احساس کنند سازمان در مقایسه با رقبا، به بهترین نحو، نیازهایشان را پاسخ می‌دهد. در واقع تعهد مشتری نتیجه این است که یک سازمان مزایایی را برای مشتریان ایجاد کند به طوری که آنها افزایش خرید از آن سازمان را ترجیح دهند.

تعهد واقعی مشتری زمانی ایجاد می‌شود که مشتری بدون هیچ‌گونه تشویقی خودش برای انجام خرید برانگیخته شود. با ایجاد باشگاه‌های مشتریان به طور قابل ملاحظه‌ای توجه به وفاداری مشتری افزایش یافته است و امروزه وفاداری مشتری به‌عنوان دستورالعملی برای افزایش درآمد مطرح است. اما این شاید قدم اول در تکامل مشتری‌مداری محسوب شود. وفاداری را می‌توان به دست آورد اما سازمان باید روی این مسئله پیوسته و مستمر فعالیت کند، البته ایجاد وفاداری برای همه مشتریان با راهی ثابت و یکسان قابل حصول نیست.

نتیجه اینکه باید ابتدا در مورد مشتریان اطلاعات داشت تا بتوان براساس نیازهای آنها وفاداری‌شان را برانگیخت. اصولا باید اجرای برنامه وفاداری در هر صنف متفاوت تعریف شود و نمی‌توان برای تمام مجموعه‌ها یکسان عمل کرد ولی باید توجه داشت که اصول اولیه آن مشابه است و فقط در ظاهر و خدمات متمایز خواهد بود. برنامه وفاداری یکی از اجزای جدانشدنی مدیریت ارتباط مشتری جدید محسوب می‌شود.

اصولا از برنامه‌ی وفاداری می‌توان برای جمع‌آوری صحیح اطلاعات مشتریان و رفتار خرید آنها در مدیریت ارتباط مشتری بهره برد. ضعفی که اکثر سیستم‌های مدیریت ارتباط مشتریان دارند تفکیک آن از سیستم‌هایی نظیر فروش است. البته باید توجه داشت تاسیس باشگاه مشتریان در راستای برنامه وفاداری هرگز به‌عنوان تمام بخش مدیریت ارتباط مشتری طرح نمی‌شود بلکه فقط جزئی از آن خواهد بود و مدیران موفق بهتر است دنبال سایر اجزای این پازل نیز باشند.

از میان خبرها

حجم تولید مدل «ای۳۲۰» ایرباس افزایش می‌یابد

شرکت ایرباس از افزایش میزان تولید هواپیماهای مدل «ای ۳۲۰» خود خبر می‌دهد. دلیل اتخاذ چنین تصمیمی بالا بودن میزان تقاضا برای این مدل عنوان شده است.

بدین ترتیب حجم تولیدای ۳۲۰ از ۴۲ فروند در ماه به ۶۰ فروند تا سال ۲۰۱۹ و سپس به ۶۳ فروند در ماه تا سال ۲۰۲۰ افزایش می‌یابد.

به گزارش یورونیوز، چین قراردادی به ارزش ۱۵.۵میلیارد یورو برای خرید ۱۳۰ فروند هواپیما از جمله ۱۰۰ فروند مدل ای۳۲۰ با ایرباس امضا کرد. سود عملیاتی این شرکت در سه ماهه سوم سال ۲۰۱۵ به رقم ۹۲۱ میلیون یورو رسیده که نسبت به یک سال گذشته ۱۲ درصد رشد دارد.

چای کودک شاهسوند زیر ذره‌بین «فرصت امروز»

بازاریابی با بازی کودکانه

امیر کاکایی

یکی از بازی‌های دوران کودکی دختران، خاله‌بازی بود که در آن به‌ظاهر چای دم کرده و از مهمان‌های خود با آن پذیرایی می‌کردند. کودکان در گوشه ذهن خود همواره دوست داشتند که چای واقعی را برای مهمانان و دوستان خود دم کنند اما تحقق این موضوع به‌واسطه خطراتی که دم کردن چای برای کودکان داشت، میسر نبود. حتی نوشیدن این نوشیدنی هم در بعضی خانواده‌ها فقط مختص سنین بالاتر بود. چای شاهسوند برای تحقق این رویای کودکانه، چندی پیش چای مختص کودکان را به بازار عرضه کرد که این محصول با بسته‌بندی کودکانه وارد بازار شده و در تلاش است تصویری از خود را در ذهن کودکان ایجاد کند.

هادی اسکندری، کارشناس ارشد بازاریابی در گفت‌وگو با «فرصت امروز» می‌گوید: آنچه در دهه‌های اخیر در تجارت تغییریافته، تعداد گزینه‌های حیرت‌انگیز محصول در تمامی طبقه‌بندی‌ها ازجمله مواد غذایی است. بدون در نظر گرفتن تأثیرات مصرف چای بر کودکان که کارشناسان این کمپانی را بر آن داشته است که این محصول بر سلامت کودکان تأثیر مثبت و مفیدی خواهد داشت، نمی‌توان به‌صورت حتم از یک مزیت رقابتی سخن گفت؛ دلایل بسیاری در این اتفاق نقش دارند که می‌توان به فرهنگ مصرف و شناخت بازار یا مصرف‌کننده اشاره کرد. ما در کشور و منطقه‌ای حضور داریم که با این محصول آشنایی دیرینه‌ای داریم و بدون آگاهی از فواید و مضرات آن از کودکی چای را تجربه می‌کنیم.

گروه هدف چای کودک

او ادامه می‌دهد: با توجه به گزارش کارشناسان این برند، با تغییر یا جایگزین فرمولاسیون جدید با چای سنتی دارای کافئین می‌توان گفت این برند با اشاره مستقیم و اشاعه فرهنگ مصرف این محصول با اصالت، گامی نو در رقابت برداشته است. از طرفی با توجه به اطلاعات ارائه‌شده از سن مناسب مصرف چای، مخاطبان تأثیرگذار این چای مادران هستند که به‌عنوان مصرف‌کننده اصلی این محصول به شمار می‌روند. حال باید دید نوع بسته‌بندی، متن، رسانه و... نیز به همین شکل گروه‌های خود را نشانه گرفته است یا خیر.

این کارشناس ارشد بازاریابی می‌افزاید: مصرف‌کنندگان، نگرشی درباره محصولات، نام‌های تجاری و تبلیغات دارند و این نگرش‌ها بر تصمیم خریدشان تأثیر می‌گذارد. با نگاه به اینکه در این کمپین به کودکان توجه خاصی شده و مباحث سلامتی در آن موردتوجه قرارگرفته است، می‌توان به گروه هدف خانواده امیدوار بود.

او اظهار می‌کند: جذابیت کودکانه‌ای دربسته‌بندی این محصول به‌خوبی یافت می‌شود، اما سؤال اینجاست که مخاطب مصرف‌کننده یا تصمیم‌گیرنده نیز موردتوجه قرارگرفته است و شاهسوند در برنامه بازاریابی ارتباط مخاطب با این بسته‌بندی چه استراتژی را دنبال می‌کند.

اسکندری خاطرنشان می‌کند: باید دید با اطلاعات به‌دست‌آمده تیم R&D و واحد بازاریابی این برند چه اهدافی را در پلن خود جای‌داده است اما از بیرون که به استراتژی این کمپانی نگاه می‌کنیم، تمرکز خود را در کشف این بازار گذاشته است و کمتر به نوع ارتباط مصرف‌کننده و تصمیم‌گیرنده این محصول توجه دارد. به‌صورت کلی آنچه موجب برد یک برند می‌شود، ادراکی است که می‌گوید این برند در بازار برتر است. اینجا صحبت از جدال ادراک‌ها به میان می‌آید، نه کیفیت خود محصول و شاهسوند باید به این موضوع توجه ویژه‌ای داشته باشد.

دکتر سپهر سرمست، مدرس و مشاور بسته‌بندی در گفت‌وگو با «فرصت امروز» بیان می‌کند: جایگاه برند شاهسوند در بازار چای و دمنوش ایران تثبیت و مشخص‌شده است و در بررسی و تحلیل این موضوع دو سؤال را باید مدنظر قرار داد. اولین سؤال این است که آیا بین محصول و بازاری که انتخاب‌شده ارتباط و تناسبی وجود دارد؟ و آیا کودکان مصرف‌کننده عمده‌ای برای چای هستند؟ و اگر واقعاً کودکان مصرف‌کننده چای هستند، چه سلیقه و مکانیزمی باعث می‌شود که کودکان بیشتری جذب این محصول شوند.

نبود مزیت رقابتی محصول چای کودک

او ادامه می‌دهد: چای کودک شاهسوند در بازاری واردشده که رقابتی در آن وجود ندارد و محصولی مشابه چای کودک از برند دیگری در بازار موجود نیست که این موضوع به‌صورت کلی دو دلیل دارد؛ اولین دلیل این موضوع است که کودکان به‌صورت کلی مصرف‌کننده عمده چای نیستند و دومین دلیل این است که این محصول در حقیقت با نوشیدنی‌های دیگر مانند شیرکاکائو، آبمیوه و... رقابت می‌کند و بر اساس شواهد موجود این برند درصدد است که چای کودک را جایگزین محصولاتی مانند شیرکاکائو، آبمیوه و... برای کودکان کند. در بازار انحصاری چای کودک چون رقابتی بین برندهای چای موجود نیست، پس نوع بسته‌بندی و خود محصول نمی‌تواند مزیت رقابتی را برای شاهسوند ایجاد کند اما در بازار نوشیدنی‌های کودک این بسته‌بندی تصویر قوی و پخته‌ای را برای کودکان ایجاد نمی‌کند؛ البته شاید شاهسوند اولین برندی است که در تلاش است چای را به کودکان معرفی کند و به همین دلیل شاید نتوانسته تجربه مناسبی را برای محصول چای کودکان ایجاد کند. این مدرس بسته‌بندی اظهار می‌کند: در بریف این بسته‌بندی خاطرنشان شده که این بسته‌بندی حس اعتماد و مالکیت را برای کودکان به همراه خواهد داشت. نمونه مشابه این موضوع گز و شکلات کودک است که در چند سال گذشته وارد بازار شده که برخی توانسته‌اند در این بازار موفقیتی را کسب کنند و حس مالکیتی که در بسته‌بندی چای کودک شاهسوند موجود است، به بازار فروش آن بسیار بستگی دارد و از طرفی بسته‌بندی چای کودک شاهسوند آن‌قدر پخته نیست که حس مالکیتی را برای کودک به همراه داشته باشد و باید به این موضوع توجه کرد که برند شاهسوند به‌صورت کلی برندی نبوده که برای کودکان شناخته‌شده باشد.

> **مصرف‌کنندگان، نگرشی درباره محصولات، نام‌های تجاری و تبلیغات دارند و این نگرش‌ها بر تصمیم خریدشان تأثیر می‌گذارد. با نگاه به اینکه در این کمپین به کودکان توجه خاصی شده و مباحث سلامتی در آن موردتوجه قرارگرفته است، می‌توان به گروه هدف خانواده امیدوار بود**

احساس تعلق و بزرگی برای کودکان

این مشاور بسته‌بندی می‌افزاید: المان‌های طراحی مورداستفاده در این بسته‌بندی می‌توانست تصویرسازی را با تصویرهای کارتونی که کودکان بیشتر با آن ارتباط برقرار می‌کردند، انجام دهد؛ چون اصولاً در بازار کودک، آنها تمایل دارند خود را شبیه بزرگسال‌ها ببینند و نمونه این موضوع باربی است که شخصیت هر محصول و بسته‌بندی محصول آن حدود شش سال از خریدش بزرگ‌تر طراحی می‌شود و برای یک کودک شش‌ساله باربی ۱۲ ساله‌ای طراحی می‌شود؛ چون حس همانندسازی در آن بسیار قوی است و احساس تعلقی که یک کودک به بسته‌بندی پیدا می‌کند، خیلی قوی است. دربسته‌بندی چای شاهسوند، تکنیکی که استفاده‌شده، تکنیک تصویرسازی بوده و حس شهرت و تعلق در آن به وجود نیامده است؛ البته شاید چون از بازار چای کودک شناخت دقیقی صورت نگرفته است در آینده این نوع بسته‌بندی جوابگوی بازار باشد اما این حس و تصویر باید بسیار قوی‌تر کار می‌شد تا کودکان به سمت چنین محصولی کشش پیدا کنند.

سرمست درباره گروه هدف چای شاهسوند خاطرنشان می‌کند: قوی‌ترین نکته‌ای که در بسته‌بندی این محصول وجود دارد، داستان تصویر Pop Up که در وسط بسته‌بندی لحاظ شده و برای کودکان خیلی آشناست و تا حدودی ممکن است بتواند کودکان را تشویق به خرید این محصول کند اما نکته‌ای که وجود دارد این موضوع است که کودکان نمی‌توانند چای دم کنند و مصرف‌کننده عمده‌ای برای چای نیستند و شاید برخی از والدین، این محصول را به‌واسطه بسته‌بندی که دارد به‌عنوان یک اسباب‌بازی برای کودکان خود خریداری کنند.

از طرفی بنده درجایی مطالعه نکردم که فرمول این چای برای کودکان اصلاح‌شده است و آن چیزی که مبرهن است، چای استفاده‌شده در این محصول یک چای معمولی است و صرفاً بسته‌بندی برای آن طراحی‌شده است و خیلی به این معنا نیست که برای این گروه سنی کودکان تولیدشده است.

او ادامه می‌دهد: علامت سؤالی در مورد این محصول وجود دارد که آیا مخاطب‌شناسی در مورد این محصول اتفاق افتاده است و چه ارتباطی بین این محصول و گروه هدف در این موضوع وجود دارد که شاهسوند باید برای ارتقای فروش به آن پاسخ‌های مناسبی داشته باشد.

ایستگاه بازاریابی

جعلی یا واقعی: ۵ نکته بازاریابی موثر برای پخش کردن ویدئوها

مرضیه فروتن

در قالب یک سریال محبوب به نام «Nathan for You» در کانال تلویزیونی «Comedy Central»، یک کمدین موسوم به «ناتان فیلدر» ضمن آشناسازی مخاطبان با کسب‌وکارهای مختلف در سرتاسر کشور، کمک می‌کند تا موفقیت گسترده‌ای به دست آید. البته به خاطر این کمدی خوب، ایده‌ها همیشه از نظر افراد درگیر آن، فاجعه‌آمیز هستند اما در نهایت منجر به کسب موفقیت‌های ویروسی و انتشاری می‌شوند.

در صورت آشنایی با ویدئوها در یوتیوب، شما شاید به خاطر آورید که چگونه فیلم نجات یافتن یک بچه بز توسط یک خوک کوچک تلاش کرد تا در محیطی کوچک موفق شود. این ویدئو ۹.۳ میلیون نفر بازدیدکننده داشت. همه افراد عاشق آن شدند. البته این ویدئو به‌طورکلی تقلبی بود. مدت کوتاهی پس از موفق شدن این ویدئو، فصل اول «Nathan for You» از این فیلم جعلی و استادانه رونمایی شد. شاید هدف شما از انجام این کار گول زدن مردم و ایجاد اعتقاد به یک ویدئوی انتشار یافته دروغین نباشد، اما می‌توان از این ویدئوی محبوب در کل کشور یک سری نکات و ترفندها را فراگرفت:

۱- سادگی ویدئو را حفظ کنید

انتشار سریع یک ویدئو می‌تواند از آن یک فیلم موفق را بسازد. این بدان معنا است که پیغام شما باید بتواند به سرعت مفهوم را منتقل کند. فیلم ۲۹ ثانیه‌ای نجات یک بچه بز توسط یک خوک، از زمانی بیش از حد مورد نیاز برای رساندن پیام خود برخوردار بود. درباره بعضی از بهترین آگهی‌های بازرگانی «Super Bowl» فکر کنید. تقریبا به یادماندنی‌ترین نوع این آگهی‌های تبلیغاتی ۳۰ ثانیه یا کمتر از این مدت زمان طول کشیده‌اند.

۲- چند ایده گوناگون را در سر بپرورانید

مجری شوی «Late night» به نام «جیمی کیمل» در زمینه ویدئوهای انتشار یافته فردی شناخته شده است. او به امید کسب موفقیت هر سال چند ویدئو از این قبیل را روانه اینترنت می‌کند که البته معمولا موفق نیز می‌شوند. کلید موفقیت جیمی همیشه چیزی فراتر از تک خال زدن است. هر کمپین انتشار یافته موفق نمی‌شود. در سر پروراندن ایده‌های مختلف و آماده‌سازی آنها برای دور بعدی، شتاب و انگیزه فرد برای حرکت را از بین نمی‌برد.

۳- تولید یک ویدئوی محبوب نیاز به بودجه کلانی ندارد

در حقیقت، بعضی از بهترین کمپین‌های انتشار یافته با بودجه کم یا هیچ‌گونه هزینه خاصی برگزار می‌شوند. به این ترتیب محبوبیت و جذابیت پیام حفظ می‌شود. راه‌های متعددی برای کاهش هزینه، شامل استفاده از یک دوربین گوشی هوشمند برای عکس‌برداری یا فیلم‌برداری و کشف مشتریان آنلاین به جای تأسیس یک فروشگاه حرفه‌ای یا حضور در محل وجود دارد.

۴- اجرای درست یک ایده

اجازه ندهید تا اجرای ضعیف، یک ایده خوب را از بین ببرد. چنانچه کمپین شما ارزش نیل به موفقیت گسترده را دارد، با آن دسته از وبلاگ‌نویسان در صنعت خود ارتباط برقرار کنید که حاضر به برقراری ارتباط یا صحبت کردن درباره آن هستند. هشدار اولیه به یک اجرای قوی کمک می‌کند. در صورت تمایل وبلاگ‌نویسان این عشق را با آنها به اشتراک بگذارید. این نیز راهی عالی برای ایجاد روابط حرفه‌ای در طول روند فوق محسوب می‌شود.

۵- بهینه‌سازی را از یاد نبرید

برای افزایش محبوبیت یک ویدئو با اتکا به مردم باید بهینه‌سازی کرد. واقعیت این است که در صورت عدم کشف کمپین‌تان توسط دیگران، قبل از شروع در اصل نابود می‌شود. از بهینه‌سازی سایت، ارائه توضیحات درست در یوتیوب و هشتگ‌های رسانه‌های اجتماعی مطمئن شوید.

creativeguerrillamarketing.com

کافه بازاریابی

۹ اشتباه در بازاریابی محصولات دانش‌بنیان

میثم رحیمی
کارشناس ارشد بازاریابی

موج و شور شرکت‌های دانش‌بنیان و تولید محصولات با تکنولوژی بالا در سال‌های اخیر فضای اقتصاد ایران را فرا گرفته است، حرکت به سوی اقتصاددانشی و تبدیل علم به محصول شاهد ایجاد هزاران شرکت با عناوین مختلف ولی با یک هدف آن هم تولید محصول دانشی بوده است. با وجود حمایت‌های زیاد و ایجاد نهادهایی به این منظور از سوی بخش دولتی و خصوصی، نگاهی گذرا به این شرکت‌ها نشان از عدم موفقیت آنها و شکست بسیاری از این کسب‌وکارها در ابتدای راه دارد، هرچند نوآوری و دانش مزیت رقابتی بسیار مهمی در اقتصاد جهانی است، اما تجربه عملی و بررسی متون علمی در این زمینه نشان می‌دهد تمام این کسب‌وکارها ۱۰ اشتباه در زمینه بازاریابی داشته‌اند:

۱- عدم تمرکز بازار: شرکت‌های نوظهور دانش‌بنیان اغلب در تلاش هستند هر آنچه که باعث ایجاد درآمد می‌شود برای همه مشتریان ارائه کنند. ترس از دست دادن بازار باعث می‌شود، بدون بخش‌بندی بازار و تمرکز بر بخش خاصی، کل بازار موردتوجه قرار گیرد. درنتیجه باعث می‌شود شرکت قادر به پوشش تمام بخش‌های بازار نبوده و کسب‌وکار با دشواری و شکست مواجه شود.

۲- سرعت بیش از حد بهبود و توسعه محصولات: محصولات و تجهیزات با تکنولوژی بالا به‌طورمعمول در یک دوره زمانی گسترده‌تر مورد استفاده قرار می‌گیرند. به‌طورمعمول این محصولات به همراه تجهیزات و محصولات اضافی مورد بهره‌برداری قرار گرفته‌اند که هزینه بیشتری به مشتری نهایی تحمیل می‌کنند. به این‌ترتیب کاربر نهایی به دنبال بازگشت سرمایه‌گذاری در این تجهیزات است که با معرفی نسخه‌های جدید و ارائه محصولات جدیدتر هزینه‌های سرمایه‌گذاری زیادی بر مشتری تحمیل می‌شود. درنتیجه مشتری از خرید نسخه‌های جدید سرباز زده و حتی در موارد بدتر منجر به ارجاع محصولات خریداری‌شده قبلی می‌شود.

۳- محصولات ناقص: مشتریان دید بسیار متفاوت‌تری از تولیدکنندگان نسبت به محصول دارند. در شرکت‌های دانش‌بنیان سعی بر آن است که محصولات بر اساس قیمت و ویژگی‌های فنی فروش بروند. این عوامل فنی اغلب مورد علاقه مهندسان و مدیران فنی است که این‌گونه کسب‌وکارها را راه‌اندازی می‌کنند. مسئله آنجاست که بیشتر مشتریان فاکتورهایی چون خدمات پس از فروش و شهرت شرکت را در نظر گرفته‌اند و از منظر آنها اهمیت بیشتری دارد بنابراین محصولی با ویژگی‌های منحصربه‌فرد و کامل از دیدگاه مهندسان یک محصول ناقص از سوی مشتری تلقی می‌شود. بیش از رقابت تنها بر سر ویژگی‌های فنی باید ویژگی‌های غیرملموس که باعث جذب مشتری می‌شود، در محصولات دانش‌بنیان مورد توجه قرار گیرد.

۴- محصولات همسان: بسیاری از شرکت‌های دانش‌بنیان و محصولاتشان به علت عدم تفاوت با سایر محصولات شکست می‌خورند. شرکت‌های موفق محصولات خود را متفاوت از همه بازار ارائه می‌کنند. تفاوت از طریق پنج عنصر اساسی ایجاد می‌شود: عملکرد، زمان به‌کارگیری، مکان به‌کارگیری، قیمت و احساس. این پنج عنصر می‌توانند در بی‌نهایت الگوی مختلف در کنار یکدیگر قرار گیرند.

۵- عدم مدیریت کانال توزیع: کانال توزیع برای رساندن محصولات به کاربر نهایی از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. مدیریت درست کانال توزیع جهت رساندن محصولات به خریداران عمده باید موردتوجه قرار گیرد و سازوکار داخلی برای این موضوع برای هر محصول وجود داشته باشد. بسیاری از شرکت‌های دانش‌بنیان محصولات خود را از طریق کانال‌های نامناسب ارائه می‌کنند.

۶- اشتباه در ترسیم مرزهای رقابتی: مرزهای رقابتی سنتی که توسط اقتصاددانان معرفی‌شده است، برای شرکت‌های دانش‌بنیان کارا نبوده و ارزشی ندارند. این روش‌های مرسوم معمولاً برای عدم ورود به بازار طراحی‌شده‌اند. مرزهای رقابتی مؤثرتر برای محصولات دانش‌بنیان ادراکات مشتریان، چشم‌انداز و زیرساخت‌های خدمات پس از فروش است.

۷- استفاده تنها از قیمت برای ورود به بازار: نقش قیمت در ورود به بازار به‌راحتی مورد تعبیرات اشتباه قرار می‌گیرد. اینکه قیمت پایین محصولات دانش‌بنیان باعث می‌شود که از سوی مشتریان و کاربران مقبول شود، اشتباه بزرگی است. کاهش قیمت به‌تنهایی نمی‌تواند تضمین‌کننده فروش باشد.

۸- استفاده غلط از تبلیغات: نسبت به سایر فعالیت‌های بازاریابی پول بیشتری در تبلیغات هدر می‌رود. یک شرکت نمی‌تواند به کمک تبلیغات اعتبار و جایگاهی در بازار برای خود ایجاد کند. تبلیغات هنگامی که مشتریان شما شکاک هستند یا پیام شما برای ارتباط بیش از حد پیچیده باشد، انتخاب بسیار ضعیفی است. از تبلیغات برای قوی‌تر کردن جایگاه متمایز باید استفاده کرد.

۹- تعبیر غلط از مدل منحنی عمر پذیرش تکنولوژی: دو مدل منحنی عمر پذیرش تکنولوژی وجود دارد. مدل قدیمی که در سال ۱۹۵۷ ارائه شده است. این مدل توضیح می‌دهد که پذیرش محصول دانش‌بنیان یا به‌طور کلی محصول جدید دارای مراحل بدعت‌گذاران، پذیرندگان اولیه، اکثریت اولیه، اکثریت ثانویه و مؤخران است که شکل این فرآیند به‌صورت یک منحنی نرمال زنگوله‌ای‌شکل درخواهد آمد.

مدل دوم نسبت به مدل قدیمی دارای یک شکاف بین پذیرندگان اولیه و اکثریت اولیه در منحنی زنگوله‌ای است. این باعث جدا شدن فرآیند پذیرش به سه قسمت مجزا می‌شود. بازار اولیه و بازار عمده که توسط بازه زمانی به نام دره مرگ از هم جدا خواهند شد.

هر دو مدل برای پیش‌بینی و افول یک تکنولوژی می‌تواند مفید باشد، اما مدل دوم بیان می‌کند چرا برخی از محصولات دانش‌بنیان نمی‌توانند فرآیند پذیرش خود را طی کنند. سوءتعبیر بعدی زمانی رخ می‌دهد که فرض شود که هر مرحله از منحنی جدا از هم است، درواقع در هر زمان مشتریان از مراحل مختلف فرآیند پذیرش در حال استفاده از محصول هستند.

تریبون

توصیه‌هایی کاربردی برای مدیران روابط عمومی (۲۰)

ایجاد یک ویژگی

ترجمه: امیر آل‌علی

رسانه‌ها و به‌خصوص شرکت‌های تلویزیونی، دائم به دنبال شایسته‌ترین‌ها از جمله ایده‌های جالب مستندسازی هستند. آنها نیاز دارند چیزی را در معرض نمایش قرار دهند که مردم علاقه وافری به آن دارند. ایده‌های غیرمعمول معمولا بیشتر مورد توجه مخاطبان قرار می‌گیرد و شرکت‌های تلویزیونی نیز بیشتر به این ایده‌ها بها می‌دهند.

هر مستند تلویزیونی باید علایق مخاطبانش را تا آنجا که ممکن است مورد توجه قرار دهد. بدون شک ویژگی‌هایی مانند شوخ‌طبعی، علایق انسان‌ها، تراژدی و مسائل روزمره مردم از مهم‌ترین فاکتورهایی است که باعث ارزشمند شدن یک مستند می‌شود. اضافه کردن ویژگی‌های ذکر شده به یک مستند همیشه آسان نیست، اگرچه تولیدکنندگان برنامه‌های تلویزیونی تمام تلاش خود را می‌کنند تا در عین پرداختن به موضوعات مورد علاقه مردم انتظارات شبکه‌های تلویزیونی را نیز برآورده کنند اما باید توجه داشت که انتظار غیرمنطقی از آنان باعث شکست مستند در ارتباط مناسب با مخاطب می‌شود.

ایده

یک شرکت متخصص در زمینه استخدام معلمان استرالیایی قراردادی را با شرکتی تلویزیونی برای ساخت یک مستند امضا کرد. سازندگان مستند در برنامه خود دو معلم استرالیایی را همان‌طور که در حال کسب تجربه کار در انگلستان بودند همراهی می‌کردند. مستند روی تفاوت‌های تدریس در استرالیا و انگلستان مانند مشکلات نظم و انضباط در مدارس انگلستان، سطح بالاتر بوروکراسی در انگلستان و دشواری‌هایی که معلمان استرالیایی در انگلستان تجربه کردند تاکید داشت.

این مستند موفقیت بزرگی برای سازندگان آن بود. مستند حاوی مضامینی چون مشکلات مردم مانند گیر افتادن در سختی‌ها و علایق مخاطبان مانند مشاهده اتفاقاتی که برای دو معلم در انگلستان می‌افتاد، بود. همچنین عنصر طنز و تراژدی به‌طور زیبایی در کنار هم به کار رفته بود. مزیت دیگر این مستند برای سازنده آن این بود که می‌توانست مستند را به هردو کشور انگلستان و استرالیا بفروشد.

اگرچه در مستند به شرکت سفارش‌دهنده آن اشاره کمی شده بود اما مستند روی مخاطبان استرالیایی تاثیر خوبی گذاشت و باعث بهبود کسب‌وکار شرکت در این کشور شد، در عین حال اشاره نکردن به شرکت سازنده باعث عدم شناخت کامل مخاطبان انگلیسی از شرکت شد و به همین خاطر کسب‌وکار شرکت در انگلستان بهبود چندانی پیدا نکرد.

آنچه در عمل باید انجام دهید

-در مورد ایده‌ای که قصد تبدیل آن به یک مستند را دارید فکر کنید. این ایده چه تاثیرات مثبت و منفی بر کسب‌وکارتان خواهد داشت؟

-مستند شما در مورد کسب‌وکارتان خواهد بود ولی به ندرت در طول برنامه به‌طور مستقیم به شرکت شما اشاره خواهد شد. پیامدهای این مسئله را در نظر داشته باشید.

-آماده هزینه کردن وقت و تلاش زیاد برای مستندتان باشید زیرا شما صاحب اصلی اثر هستید و تیم سازنده مستند برای شما کار می‌کنند.

آیا می‌دانستید

تمرکز بر تخصص و دانش در ایجاد برند شخصی

آیا می‌دانستید تمرکز بر تخصص و دانش یکی از گام‌های اصولی در ایجاد برند شخصی است؟ در اینکه شما قرار است با چه‌عنوانی شناخته شوید، دقت‌داشته باشید. دانشگاه به‌شما عنوان شغلی نمی‌دهد. عنوان شغلی چیزی جدا از مدرک تحصیلی شماست. عنوان شغلی را خود شما به‌خودتان می‌دهید.

این شما هستید که انتخاب می‌کنید در چه زمینه‌هایی کار کنید و در چه زمینه‌هایی بیشتر تمرکز کنید. برای ساخت برند خود براساس تخصص باید بیشتر در زمینه مورد علاقه‌تان مطالعه کنید، با افراد مرتبط در ارتباط باشید، محتوای مرتبط منتشر کنید و در نهایت در آن زمینه دستاورد داشته باشید؛ دستاوردهای کوچک یک برند مؤثر و پایدار با قدم‌های کوچک ساخته می‌شود.

در نهایت شما باید از برندی که شکل داده‌اید پشتیبانی کنید.

پشتیبانی از برند یعنی همواره یکپارچگی خود را در عملکردتان خود حفظ کنید.

رفتار و عمل شما باید همسان و همسو باشد. برند پایدار در طول زمان شکل می‌گیرد. برای ایجاد یک برند شخصی موفق شما حداقل به دوسال زمان نیاز دارید تا به شکل مداوم در مسیر انتخابی خود فعالیت کنید.

برای مطالعه ۳۳۰ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می توانید به سایت forsatnet.ir مراجعه و روی همین بخش کلیک کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: مدیر فروشگاهی در غرب تهران هستم که محصولات پوشاک را به مشتریان ارائه می‌دهیم. در این فروشگاه محصولات برندهای مختلف به مشتریان عرضه می‌شود. در مورد چیدمان محصول تا به حال از مشاوران و متخصصان بسیار زیادی استفاده شده است؛ در راستای این موضوع شما چه پیشنهادهایی می‌کنید و برای این چیدمان از نظر شما چه اقداماتی باید انجام شود؟

چیدمان محصول

پاسخ کارشناس: امروزه رقابت فروشگاه‌های مختلف در جذب مشتری تا حدی جدی شده است که این فروشگاه‌ها از تکنیک‌ها و استراتژی‌های بازاریابی مختلف استفاده می‌کنند تا بتوانند فروش خود را افزایش دهند؛ یکی از موضوعاتی که در فروشگاه‌ها بسیار حائز اهمیت است، نحوه چیدمان محصول است که پیشنهاد می‌شود نمای جلویی فروشگاه به صورتی طراحی شود که برای مخاطب آرامش‌بخش باشد و برای این موضوع باید از رنگ‌های آرام‌بخش استفاده شود و این رنگ‌ها می‌توانند آبی و سبز باشد که مخاطب را جذب کند، چون هنگامی که مخاطب حس کند که در این فروشگاه حس آرامش دارد، قطعاً به این فروشگاه حتی برای یک بار هم شده سر می‌زند.

از طرفی می‌توان محصولات مشابه را در کنار یکدیگر قرار داد، زیرا خرید یکی از این محصولات احتمال خرید محصولات دیگر را افزایش می‌دهد و اگر مخاطب قصد داشته باشد یکی از این محصولات را خریداری کند، به احتمال زیاد ممکن است محصول مشابه آن را نیز انتخاب کند. از طرفی پیشنهاد می‌شود محصولات گران‌قیمت را با رنگ‌های متفاوت در معرض دید مشتریان قرار داد، چون طراحی متفاوت ممکن است به مشتری این حس را القا کند که در حال خرید یک محصول خاص و منحصر به فرد است.

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

گزارش «فرصت امروز» از چگونگی مدیریت آموزشگاه زبان

فرصت‌ها را بشناسید

غزال بابایی

یادگیری زبان انگلیسی امروزه یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های افراد به حساب می‌آید و این موضوع به نوجوانان و جوانان هم منتقل شده و موج یادگیری زبان گسترده‌تر شده است. اینکه زبان انگلیسی زبان اول دنیاست هیچ شکی نیست و افرادی که در بخش بازرگانی فعالیت می‌کنند نیاز روزمره‌شان است. با این حال ممکن است که برخی آموزشگاه‌های زبان آنگونه که باید نتوانند به متقاضیان آموزش دهند و خروجی کارشان تعریفی نداشته باشد. اگر شما یکی از مدیران آموزشگاه یادگیری زبان انگلیسی هستید حتماً نکات زیر را مورد بررسی قرار دهید تا بیشترین سود و همچنین بهترین کیفیت برای شما باشد.

صحبت کردن با زبان انگلیسی

این روزها آموزشگاه‌های زبان‌های مختلف در سطح شهر آنقدر زیاد هستند که در هر محله ممکن است چند برند به چشم بخورد اما با این تعدد فراوان باز هم تعداد کمی از این مراکز توانسته‌اند به صورت موفق کار کنند. شما به عنوان یک مدیر آموزشگاه زبان انگلیسی باید نکاتی را مد نظر داشته باشید که ممکن است از نظر برخی افراد جدی گرفته نشود اما حتماً تأثیرگذار خواهد بود. یکی از این کارها مسلط بودن خود به زبانی است که در آموزشگاه تدریس می‌کنید. اگر خودتان در این بخش مسلط باشید در گزینش مدرسان خود می‌توانید بهتر عمل کنید.

در آموزشگاه زبان شما نباید هیچ فردی فارسی صحبت کند و همه افراد از مدیر گرفته تا معلم و شاگرد باید به صورت انگلیسی صحبت کنند و این موضوع را به عنوان یک قانون وضع کنید. البته برای ترم‌های ابتدایی آموزش استثنا قائل شوید اما در محیط عمومی اصلاً نباید چنین موضوعی به چشم بخورد. در این صورت اگر فردی وارد مرکز آموزشی شما شود متوجه خواهد شد حتی با شنیدن برخی کلمات می‌تواند یادگیری خود را تقویت کند. همین موضوع را در تبلیغات خود حتماً ذکر کنید. تبلیغات کاغذی شما اگر به صورت دو رو است یک طرف باید کاملاً به صورت انگلیسی باشد و طرف دیگر ترجمه فارسی آن. با این کارها باید سعی کنید درجه آموزشگاه خود را ارتقا دهید.

استفاده از معلمان مجرب

برای اینکه کار شما به صورت ویژه باشد و آوازه مرکز تحصیلی‌تان در شهر بپیچد باید از معلمان مجرب بهره ببرید. این معلمان اگر اولین تجربه کاری‌شان است باید آنها را نسبت به قوانین عبور و مرور و همچنین قانون‌های دیگر آگاه کنید. فردی که در آموزشگاه شما تدریس می‌کند باید دارای پوشش مناسب از هر نظر باشد تا در میانه راه با مشکل مواجه نشوید. معلمانی که برای آموزشگاه در نظر می‌گیرید باید در دو گروه خانم و آقا باشند. این معلمان قبل از اینکه کار خود را در آموزشگاه شروع کنند باید نسبت به زمان تدریس و خروجی کار خود توجیه شوند و به غیر مسئله درآمد باید مسئله یاد دادن را هم در نظر داشته باشند. برای اینکه معلمان تشویق به تدریس اصولی و پایه‌ای شوند حتما در پایان ترم تحصیلی از دانش‌آموزان یک آزمون بگیرید تا سطح یادگیری آنها را نسبت به درسی که فراگرفته‌اند متوجه شوید. اگر دانش‌آموزان حد نصاب نمره را آوردند که هیچ اما اگر بالاتر از نمره مورد نظر کسب کردند حتماً یک تشویقی برای معلم در نظر بگیرید که این کار باعث می‌شود رغبت بیشتری برای ادامه همکاری در مرکز تحصیلی شما داشته باشد.

در آموزشگاه زبان شما نباید هیچ فردی فارسی صحبت کند و همه افراد از مدیر گرفته تا معلم و شاگرد باید به صورت انگلیسی صحبت کنند و این موضوع را به عنوان یک قانون وضع کنید. البته برای ترم‌های ابتدایی آموزش استثنا قائل شوید اما در محیط عمومی اصلاً نباید چنین موضوعی به چشم بخورد

تفکیک سنی و درجه تحصیلی

کلاس‌های شما باید دارای تفکیک سنی و درجه تحصیلی باشد. افرادی که به مرکز شما مراجعه می‌کنند قطعاً قصدشان یادگیری است به جز افراد معدودی که برای گذران وقت به آن مراکز مراجعه می‌کنند که شما از همین افراد هم می‌توانید یک فرد آموزش دیده بسازید و آنها را نسبت به یادگیری زبان مورد نظر علاقه‌مند کنید. بعد از اینکه تفکیک سنی انجام دادید باید برای هر مقطع تحصیلی ساعتی را برای ارائه مشاوره بگذارید. این کار شما باعث می‌شود افراد علاوه بر اینکه برای یادگیری زبان به مرکز شما مراجعه کنند به دلیل آرامشی که در آن فضا به دست می‌آورند بیایند. قبل از اینکه فرد وارد کلاس آموزشی شود از او بخواهید به مرکز مشاوره برود و بگوید قصدش از یادگیری زبان چیست؟

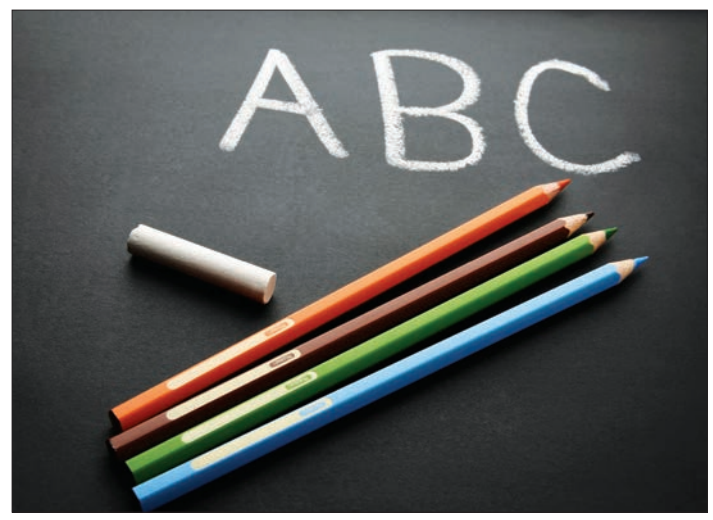
البته از سوی دیگر باید توجه داشته باشید که برخی افراد ممکن است به دلیل مشکل مالی نتوانند به یادگیری زبان بپردازند. برای این افراد حتماً یک کلاس فوق‌العاده در نظر بگیرید تا از نیاز روز جامعه محروم نشوند. حتی این موضوع را می‌توانید در تبلیغات خود ذکر کنید که افرادی را هم که توانایی پرداخت مالی ندارند باز هم می‌توانند در کلاس‌های مرکز یادگیری زبان شرکت کنند.

آموزش‌های مجازی

ممکن است تبلیغات شما در زمینه نداشتن توان پرداخت مالی برای برخی افراد خوشایند نباشد اما شما باید به گونه دیگری برای این افراد خدمات ارائه دهید. آن هم این موضوع است که به صورت مجازی این کار را انجام داده و از زمان شروع آموزش و تا پایان آن اصلاً فرد را مشاهده نکنید و تنها قصدتان یاد دادن باشد. برای اینکه در این کار موفق شوید تلاش کنید افرادی هم که به صورت حضوری در کلاس فعالیت دارند وارد این فضا شوند. هر کلاس را تفکیک کنید و مباحثی که در آن روز تدریس شده در فضای مجازی بگذارید. با این کار اگر فردی به دلیل موجهی نتوانسته به کلاس بیاید از درس عقب نمانده و می‌تواند خود را با روند کلاس منطبق کند.

تبلیغات در فضای مجازی و برگزاری آزمون‌های آنلاین

تبلیغات آن هم در فضای مجازی این روزها یکی از کم دردسر و کم هزینه‌ترین نوع تبلیغات است اما باید این موضوع مداوم باشد. خارج از بحث تبلیغات شما سعی کنید از سیستم آزمون آنلاین بهره ببرید. این آزمون می‌تواند با هماهنگی کلیه دانش‌آموزان برای یک ساعت خاص باشد. این کار شما باعث می‌شود افراد از زمان استفاده از فضای مجازی بهترین بهره را ببرند و بیشتر به سمت یادگیری ترغیب شوند.



مدیریت امروز

آیا باید مدیر از خارج وارد کنیم؟

بابک بهی

بازاردان

وزیر صنعت در همایش روز ملی صادرات با بیان اینکه در اقتصاد نیز نیازمند واردات مدیران اقتصادی خارجی هستیم، گفت: همان‌طور که در بخش‌های ورزشی مربی خارجی به کشور می‌آوریم، در بخش صادرات نیز برای توسعه بازارهای صادراتی نیازمند ورود مدیران اقتصادی خارجی هستیم.

نعمت‌زاده، با اشاره به لزوم تقویت گسترده مدیران گفت: من به برخی از شرکت‌ها پیشنهاد واردات مدیران خارجی را دادم که برخی از آنها نیز اقدام به این کار کرده و از این شرایط استقبال کرده‌اند. وی گفت: هیچ اشکالی ندارد که برای حضور در بازارهای بین‌المللی از مدیران باتجربه خارجی و دانش آنها استفاده کنیم.

۱-این گفته من را به یاد خاطره‌ای می‌اندازد؛ سال‌ها پیش نویسنده‌ای در یکی از روزنامه‌های اقتصادی پرسش زیرا را به این شکل مطرح کرده بود که فرض کنید فردا همه مدیران ایرانی راسوار بر اتوبوس به آلمان یا یکی از کشورهای توسعه‌یافته بفرستند و همه مدیران آلمانی راسوار مینی‌بوس به ایران بیاورند؛ به نظر شما بعد از گذشت مدت زمان کوتاهی، چه اتفاقی در ایران و آلمان می‌افتد؟

و احتمالا شما می‌توانید یک تصویر درست از این واقعه را در ذهن تصور کنید. حال گفتار وزیر نیز که گفته‌ای منطقی و علمی است این بار بر نیمی از منطق طنز معماگونه بالا تاکید دارد و بر همین اصل استوار است.

۲-پیتر دراکر که اسطوره مدیریت و خردمند اندیشمندی است، سال‌ها پیش گفته بود شما مدیر تربیت کنید بقیه چیزها خودش می‌آید. به زبان ساده‌تر دلیل پیروزی یا شکست کشورها – شرکت‌ها و حتی یک واحد کوچک تجاری عنصر اصلی و سرنوشت‌ساز مدیر است و صد البته منظور مدیر توانمند و داناست. این تصور که برخی تصور می‌کنند. داشتن مدارج تحصیلی به تنهایی دلیل قانع کننده‌ای برای سرپرستی و ادامه کارهاست، امروز دیگر معنا ندارد. جالب است که امروز نقش و تاثیر مدیران به اندازه‌ای شده که زمانی که قرار است مدیری برجسته وارد شرکت شود، قیمت سهام آن شرکت افزایش می‌یابد.

به یاد دارم زمانی را که شایع شده بود استیو جابز – مدیر شرکت اپل - بیمار است و به زودی از شرکت اپل خارج می‌شود، شرکت تحت تاثیر این شایعه دچار تنزل شد.

۳-بسیاری از متخصصان توسعه معتقدند، رشد شرکت‌ها و کشورها امروز وابسته به وجود مدیران برجسته و خردمند است و منابع دیگر تولید بدون حضور عنصر مدیریت کاردان به هدر می‌رود که نمونه‌های فراوان آن را در بسیاری از کشورهای عقب‌مانده غنی به لحاظ منابع و امکانات می‌بینیم

اگر بپذیریم که مدیریت یکی از اجزای چندگانه تولید (شامل پول – مواد اولیه – ماشین آلات – نیروی انسانی) است، چرا وقتی درباره عامل نخست، یعنی پول فکر می‌کنیم به سرمایه‌گذار خارجی می‌اندیشیم یا درباره ماشین آلات و تکنولوژی تولید نخستین فکر ما خرید بهترین ماشین آلات و تکنولوژی روز دنیاست اما به مدیریت که می‌رسیم می‌شود «همین که هست خوب است!» جای تعجب است وقتی در خبرها می‌خوانیم ورود و خروج برخی از مدیران به شرکت‌ها قیمت سهام آن را یکباره بالا یا پایین می‌برد و در میان برخی شرکت‌ها مدیرانی وجود دارند که ارزش افزوده یک سال آنها به لحاظ مالی معادل درآمد یک سال یک یا چند کشور است!

کافی است به فهرست مجله فورچون نگاهی دوباره بیندازیم و عددهای فروش و سهم بازار ۵۰۰ شرکت اول دنیا را با تولید ناخالص ملی بسیاری از کشورها و از جمله کشور خودمان مقایسه کنیم تا به حقیقت قدرت مدیریت در دنیای امروز پی ببریم. در این باره مدیرعامل سازمان مدیریت صنعتی ایران طی گزارشی در سال ۲۰۱۳ از فورچون ۵۰۰ بیان کرد که فروش پانصدمین شرکت مجله فورچون ۱,۵ برابر فروش شرکت اول ایران است و اکنون می‌توان با مقایسه‌ای میزان قدرت مدیریت و توانایی مدیران جهانی را دریافت. لازم به گفتن است که فورچون مجله معتبری است که از سال ۱۹۳۰ به رتبه‌بندی سالانه شرکت‌های بزرگ و کمپانی‌های غول‌پیکر دنیا می‌پردازد و ملاک اصلی در گزینش شرکت‌های برتر براساس فروش یا درآمد شرکت‌ها طی یک سال مالی است.

۴-مزایای مدیران باکیفیت وارداتی را به شرح زیر می‌توان بیان کرد:

۱-۴-آشنایی با روابط و روش‌های تولید و تجارت در بازارهای بین‌المللی.

۲-۴-استفاده از اعتبار این گونه مدیران در سطح جهان.

۳-۴-خرید یا اجاره تخصص، بدون صرف زمان چند ده ساله برای تربیت آن.

۴-۴-ورود سرمایه‌گذارانی که به اعتبار این گونه مدیران حاضر به سرمایه‌گذاری در کشور هستند.

۵-۴-آموزش معاونان و دستیاران براساس روش کار مدیران جهانی.

۶-۴-رونق بازار سهام آن شرکت و تاثیر احتمالی آن بر سهام آن صنعت.

۷-۴-رونق شرکت و در نتیجه توسعه تولید و ایجاد اشتغال.

۸-۴-مشکل‌گشایی برای بسیاری از شرکت‌های قدیمی موفق که اکنون با نابسامانی در بازارهای داخلی در برابر رقبای خارجی قرار دارند یا برندهای قدیمی که در بازارهای خارجی با مشکل روبه‌رو هستند.

نکته قابل توجه اینکه استفاده از مدیران خارجی صرفا به دلیل اینکه مدیر فلان شرکت خارجی بوده یا دارای چند سال سابقه مدیریت در فلان کشور خارجی است، به تنهایی کافی نیست. به زبان دیگر عیار این گونه مدیران اهمیت بسیاری دارد. مدیران و مربیان دارای سطح بندی‌های گوناگونی هستند که براساس توان و سوابق خود قیمت‌های گوناگونی دارند و همان گونه که در استفاده از مربیان خارجی در ورزش کشور مشاهده کردیم، استفاده از مدیران کم عیار نه تنها نتیجه‌بخش نیست، بلکه به زبان دیگر پول دور ریختن و بی‌سرانجامی است. بنابراین پیشنهاد می‌شود که نخست در یک صنعت مشخص اقدام به ورود مدیران موفق شود و دوم آنکه به عنوان مثال به جای چهار مدیر متوسط و ارزان، خدمات دو مدیر عالی و گران خریداری شود و در گام نخست قیمت ملاک خرید خدمت قرار نگیرد و توصیه‌ای که در پایان همواره سودمند است اینکه آموختن و نگاه کردن به تجارب شرکت‌ها و کشورهای موفق درباره خرید خدمات مدیریت و آموختن از بهترین‌ها نیازی است که کشور ما به آن نیاز دارد.

خبر

اوراق جدید تامین مالی در راه فرابورس

شرکت فرابورس ایران

مجوز فعالیت مشاور عرضه شرکت تامین سرمایه لوتوس پارسیان تمدید شد. ابوالفضل شهرآبادی، معاون تامین مالی تامین سرمایه لوتوس پارسیان در این خصوص گفت: یکی از فعالیت‌های اصلی تامین سرمایه‌ها، ارائه خدمات مشاوره عرضه اوراق برای تامین منابع مالی مورد نیاز شرکت‌هاست. او ادامه داد: این مجوز از ابتدای فعالیت شرکت تامین سرمایه برای مدت معینی اعطا و پس از آن در صورت تحقق شروط مدنظر سازمان بورس اوراق بهادار، تمدید می‌شود و این روند ادامه خواهد یافت. بر همین اساس، مجوز یاد شده برای تامین سرمایه لوتوس پارسیان نیز تمدید شده است.

شهرآبادی درخصوص فعالیت تامین سرمایه لوتوس پارسیان در حوزه مشاوره عرضه گفت: این شرکت تاکنون مشاور عرضه اوراق مشارکت سایپا و مجد مشهد، اوراق اجاره فولاد کاوه جنوب کیش، مرابحه مگاموتور و افزایش سرمایه شرکت‌های تجارت الکترونیک پارسیان، بانک پارسیان و بیمه پارسیان را برعهده داشته است. معاون تامین مالی تامین سرمایه لوتوس پارسیان همچنین از انتشار اوراق جدید از سوی این شرکت خبر داد و افزود: انتشار اوراق اجاره شرکت لیزینگ پارسیان در دست اقدام است و موافقت اصولی آن برای انتشار ۳۷۵میلیارد ریال اوراق صادر شده است. تامین سرمایه لوتوس پارسیان مشاور عرضه، متعهد پذیره‌نویسی و بازارگردان این اوراق خواهد بود و در آینده نزدیک این اوراق در فرابورس ایران عرضه می‌شود. این مقام مسئول ادامه داد: همچنین، امکان افزایش سرمایه چند شرکت دیگر نیز در دست بررسی است که به محض قطعیت اعلام خواهد شد. تامین سرمایه لوتوس پارسیان تاکنون بیش از ۹هزار میلیارد ریال اوراق بدهی (مشارکت و سکوک) برای تامین مالی شرکت‌های مختلف در بورس و فرابورس، منتشر کرده است.

بورس انرژی

رقابت تنگاتنگ خریداران بر سر گاز مایع پالایش نفت آبادان

در جریان معاملات آخرین روز هفته در بازار فیزیکی بورس انرژی ایران کالاهای گاز مایع صنعتی، گاز بوتان صنعتی، گاز پروپان صنعتی و برش سنگین پتروشیمی بندر امام، حلال ۴۰۲ پالایشگاه‌های نفت شیراز و کرمانشاه، حلال ۴۱۰ پالایشگاه‌های نفت شیراز و آبادان، آیزوریسایکل پالایش نفت بندرعباس، میعانات گازی پالایش گاز ایلام و پارس جنوبی و نخستین عرضه نفتای سبک پالایش نفت شیراز در رینگ داخلی، انجام گرفت. در جریان معاملات این روز، همچنین کالاهای نفت کوره ۳۸۰ سانتی استوک شرکت ملی نفت ایران و گاز مایع پالایشگاه‌های نفت آبادان و شازند در رینگ بین‌الملل مورد عرضه قرار گرفت که منجر به معامله ۵,۸۹۳ تن انواع حامل‌های انرژی به ارزش ۶۰ میلیارد و ۴۵۸ میلیون ریال شد. از نکات قابل توجه معاملات این روز می‌توان به معاملات گاز مایع پالایش نفت آبادان و پالایش نفت شازند در رینگ بین‌الملل اشاره کرد که ثبت تقاضای پنج برابری برای گاز مایع پالایش نفت آبادان رقابت تنگاتنگی را بین خریداران رقم زد. همچنین دیروز برای نخستین بار، نفتای سبک پالایش نفت شیراز در رینگ داخلی مورد عرضه قرار گرفت و با موفقیت نیز معامله شد.

همچنین در تابلوی سلف موازی استاندارد برق بازار مشتقه ۵۵۱ قرارداد در قالب ۹معامله و معادل ۴,۵۸۴ مگاوات ساعت به ارزش یک میلیارد و ۷۲۵ میلیون ریال معامله شد. شایان ذکر است در آغاز جلسه معاملاتی آخرین روز هفته نمادهای بارپیک، کم باری، میان باری و بارپایه روزانه ۱۳ آذر ۹۴ گشایش یافته و در پایان نمادهای بار پیک، کم باری، میان باری و بارپایه روزانه ۱۷ آبان ۹۴، ۱۸ آبان ۹۴ و ۱۹ آبان ۹۴ متوقف شدند. همچنین نخستین بخش منابع شرکت‌های توزیع جهت خرید برق از بورس انرژی در آبان‌ماه به ارزش ۷۵۰میلیارد ریال به حساب آن شرکت‌ها واریز شد.

ارزش و حجم معاملات در هفته گذشته افزایش یافت

ورود چراغ خاموش سرمایه‌ها؟

سیدمحمد صدرالغروی

شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران در پایان معاملات سی و چهارمین هفته معاملاتی امسال با ۰,۰۱ درصد افزایش به درجا زدن خود در ارتفاع ۶۲هزار واحد ادامه داد. با آنکه اقتصاد و به تبع آن بورس اوراق بهادار وضعیت مطلوبی در سال جاری ندارند، ولی سیگنال‌های مثبتی به بازار سهام می‌رسد که می‌تواند به تحرک بخشی و خروج از رکود، کمک شایانی کند. اجرای توافق برجام و بسته خروج از رکود دولت، افزایش تولید نفت و به کف رسیدن قیمت بسیاری از سهام شرکت‌های پر ارزش بازار می‌تواند در آینده‌ای نزدیک به رشد و رونق بازار سهام منجر شود. البته نباید فراموش کرد که بورس نیز مانند سایر بخش‌های اقتصادی کشور و سایر بازارهای کالایی و مالی در رکود به سر می‌برد، اما برتری بورس نسبت به سایر بازارها در این است که قابلیت نقدشوندگی در آن بالا است. با در نظر گرفتن موارد فوق و در شرایط موجود نگاه‌ها به هفته پیش رو و هفته‌های آتی است و اینکه برای رونق بازار سهام به تحول ریشه‌ای نیاز است؛ امری که در بازه زمانی کوتاه مدت و حداقل تا پایان سال جاری، بعید به نظر می‌رسد.

افزایش ارزش معاملات بازار سهام در هفته گذشته

در هفته‌ای که گذشت تعداد ۲۷۲۰میلیون سهم و حق تقدم به ارزش ۴۷۱۶میلیارد ریال در ۱۴۱ هزار دفعه مورد معامله قرار گرفت که به ترتیب ۱۹۶، ۱۷۵,۲ و ۶۱ درصد افزایش را نشان می‌دهد. ارزش معاملات نرمال نیز در این مدت به ۴۶۵۱ میلیارد ریال و حجم معاملات‌نرمال با ۲۶۶۸ میلیون سهم رسید که به ترتیب با ۱۷۱,۵ و ۱۹۰,۲ درصد افزایش همراه شدند. این موضوع می‌تواند نشانه‌ای از ورود چراغ خاموش سرمایه‌ها به بازار باشد که در صورت ثبات، روند افزایش شاخص کل را به‌دنبال خواهد داشت. همچنین تعداد ۶۲۹۰۴۹ برگه اوراق مشارکت به ارزش ۶۳۲ میلیارد ریال معامله شد که هر کدام ۸۳,۶ درصد کاهش را نشان می‌دهد. شاخص کل نیز در سی و چهارمین هفته معاملاتی امسال با چهار واحد افزایش به رقم ۶۲۹۲۷ واحد رسید و شاخص بازار اول هم با ۹۰ واحد افزایش رقم ۴۳۹۶۰ واحد و شاخص بازاردوم با ۴۹۲ واحد کاهش عدد ۱۳۸۰۸۱واحد را تجربه کردند که به ترتیب با ۰,۲۰ درصد افزایش و ۰,۳۶ درصد کاهش مواجه شدند.گروه زراعت و خدمات وابسته نیز با ۷,۹۵ درصد، استخراج زغال سنگ با ۵,۰۷درصد، قند و شکر با ۴,۰۸ درصد، ساخت محصولات فلزی با ۳,۵۹ درصد و خودرو و ساخت قطعات با ۲,۷۷ درصد بیشترین تغییر مثبت در شاخص صنایع را نسبت به سایر گروه‌ها در هفته گذشته به خود اختصاص دادند.

گروه فرآورده‌های نفتی در صدر صنایع پیشروی فرابورس

در هفته دوم آبان، حجم و ارزش تمامی بازارهای فرابورس با رشد همراه بود و به دنبال آن ارزش بازار فرابورس هم افزایش یافت. در هفته‌ای که گذشت، در مجموع، ۸۹۹ میلیون ورقه بهادار به ارزش ۴ هزار و ۹۴۲ میلیارد ریال داد و ستد شد که این وضعیت حاکی از رشد ۵۷ درصدی حجم و ۱۶ درصدی ارزش معاملات در قیاس با هفته قبل از آن است. همچنین، حجم و ارزش معاملات هفتگی در بازار اول به طور چشمگیری افزایش یافت به‌طوری که ۱۵۲ میلیون ورقه بهادار به ارزش ۱۹۵ میلیارد ریال دست به دست شد و در بازار دوم، معامله ۲۴۰ میلیون ورقه بهادار به ارزش ۵۱۰ میلیارد ریال به ثبت رسید که این آمار نشانگر رشد ۲۳۹درصدی حجم و ۳۲درصدی ارزش معاملات در بازار اول و رشد ۶۲ درصدی حجم و ۴۲ درصدی ارزش معاملات بازار دوم است.حجم معاملات هفتگی در بازار پایه نیز ۳۰ درصد و ارزش آن ۲۲درصد رشد کرد و ۴۸۵ میلیون ورقه بهادار به ارزش ۵۷۱ میلیارد ریال در این بازار مورد معامله قرار گرفت.ارزش بازار فرابورس ایران در روز پایانی معاملات هفتگی با یک درصد افزایش، رقم ۷۸۴ هزار و ۶۷۵ میلیارد ریال را نشان داد و آیفکس هم با رشد ۰,۵ درصدی، روی ۷۰۴ واحد ایستاد. در هفته معاملاتی منتهی به ۱۳آبان‌ماه، گروه فرآورده‌های نفتی با سهم ۱۶درصدی از معاملات در صدر صنایع پیشرو جای گرفت و گروه محصولات شیمیایی و فلزات اساسی به ترتیب با سهم ۱۳ و ۱۲درصدی در جایگاه دوم و سوم ایستادند.

نکته‌ای که پیرامون بازار فرابورس حائز اهمیت است این که با وجود زیان‌دهی بورس کشور در سال جاری، آیفکس فرابورس که اولین روز معاملاتی امسال را از ارتفاع ۶۶۸ واحد آغاز کرده، در هفت ماه گذشته ۳۴واحد افزایش را به ثبت رسانده است. طبق آمار منتشر شده از ابتدای امسال تا پایان مهرماه، شاخص کل بازار فرابورس ایران هم که اولین روز معاملاتی امسال را از ارتفاع ۶۶۸ واحد آغاز کرده، در آخرین روز معاملاتی مهرماه روی ارتفاع ۷۰۲ واحد قرار گرفت که حکایت از رشد ۳۴واحدی‌دارد.

دریچه

جانشین رئیس سازمان بورس در امور بین‌الملل و جذب سرمایه‌گذاری خارجی:

تعامل با بازارهای سهام اروپایی در اولویت است

ایرنا – بهادر بیژنی، جانشین رئیس سازمان بورس در امور بین‌الملل و جذب سرمایه‌گذاری خارجی از اقدامات انجام شده بورس برای عضویت در سازمان بین‌المللی کمیسیون اوراق بهادار، عرضه اوراق بهادار در بازارهای جهانی و انجام مذاکرات با شرکت‌های رتبه‌بندی اعتباری بین‌المللی در ایران خبر داد. وی مهم‌ترین ماموریت کنونی سازمان بورس را بین‌المللی شدن این نهاد بیان کرد و افزود: با وجود درخواست‌های متعدد از سوی نهادهای مالی مختلف دنیا برای برقراری ارتباط با آنها، در عمل امکان تعامل موثر با همه آنها مقدور نیست؛ بنابراین بازارهای سرمایه هدف‌گذاری شده در اولویت قرار دارند که از جمله می‌توان به بازارهای سرمایه کشورهای منطقه و اروپایی اشاره کرد.

تلاش برای عضویت در سازمان بین‌المللی کمیسیون اوراق بهادار (IOSCO)

این مقام مسئول در بورس درباره پیوستن بازار سرمایه به سازمان بین‌المللی کمیسیون اوراق بهادارIOSCO نیز گفت: هرچند که فرآیند عضویت نزدیک به یک دهه پیش در سازمان بورس آغاز شده بود اما به دلایل مختلف امکان عضویت ایران در این نهاد تاثیرگذار وجود نداشت. بیژنی از برگزاری جلسه مسئولان ارشد سازمان بورس اوراق بهادار با «دیوید رایت» دبیرکل سازمان بین‌المللی کمیسیون اوراق بهادارIOSCO در هفته گذشته خبر داد و گفت: در این جلسه مقرر شد عضویت ایران در این نهاد پیگیری شود. وی ادامه داد: همچنین قرار است در بحث‌های فنی، قانون‌گذاری و نظارتی، هماهنگی‌های لازم انجام شود تا در آینده نزدیک شاهد پیوستن به این نهاد مهم باشیم. به گفته وی، قرار است عضویت ایران اواسط سال آینده میلادی در اجلاس سران این سازمان در پرو مطرح و دراین باره تصمیم‌گیری شود.

تسهیل سرمایه‌گذاری خارجی در دستور کار سازمان بورس

بیژنی درباره برنامه‌های این نهاد در راستای جذب سرمایه‌گذار خارجی به‌ویژه پس از برجام نیز گفت: این امر در چند حوزه پیگیری می‌شود که یکی از آنها، پیگیری برای تدوین و اصلاح چارچوب مقرراتی و عملیاتی است. وی ادامه داد: به‌طور نمونه تنظیم‌مقررات مشارکت نهادهای مالی خارجی در ارائه خدمات تخصصی در ایران، اصلاح آیین‌نامه سرمایه‌گذاری خارجی، تلاش برای رفع موانع مربوط به افتتاح حساب توسط اتباع خارجی، تسهیل در اعطای مجوز، تبادل ارز، بحث پولشویی، نهایی و اجرایی کردن مقررات تاسیس و فعالیت موسسه‌های رتبه‌بندی و عرضه اوراق بهادار به‌صورت اوراق بدهی در بازارهای بین‌المللی، از اهداف تشکیل این واحد است.

ایجاد بورس ارز و مرکز بین‌المللی مالی در مناطق آزاد

وی ایجاد بورس بین‌المللی و مرکز بین‌المللی مالی در مناطق آزاد به همراه راه‌اندازی بورس ارز را از برنامه دیگر این سازمان اعلام کرد و گفت: با توجه به اینکه نوسان‌های نرخ ارز از جمله موانع مهم برای سرمایه‌گذاری خارجی است، با ایجاد بورس ارز براساس قرارداد آتی و اختیار معامله، این مشکل برطرف می‌شود. این مقام مسئول در سازمان بورس، اصلاح و تکمیل سایت‌های اطلاع‌رسانی به زبان انگلیسی و پیگیری فراهم‌سازی بسترهای لازم برای ارائه گزارش‌های مالی به زبان انگلیسی را از دیگر برنامه‌های این واحد برشمرد.

درخواست سرمایه‌گذاری خارجی با روش‌های مختلف

وی در ادامه در پاسخ به این پرسش که سرمایه‌گذاران خارجی به کدام روش برای سرمایه‌گذاری علاقه دارند، گفت: در حال حاضر در خواست‌های متعددی برای سرمایه‌گذاری به شیوه «پرتفولیو» FPI وجود دارد که از طریق کارگزاران، ارکان بازار یا تقاضا از سازمان بورس مطرح می‌شود که به‌طور طبیعی این مقدار در آینده افزایش قابل توجهی خواهد داشت. سرمایه‌گذاری پورتفولیو Foreign-Portfolio-Investment به‌نوعی از سرمایه‌گذاری غیرمستقیم خارجی اطلاق می‌شود که اشخاص حقیقی و حقوقی خارجی به‌صورت خرید اوراق بهادار از یک مؤسسه یا شرکت مالی بدون آنکه به‌طور مستقیم در امر سرمایه‌گذاری شرکت کنند، سرمایه خود را در اختیار کشور میزبان قرار می‌دهند. خرید اوراق قرضه و سهام و شرکت در معاملات بورس از جمله این نوع سرمایه‌گذاری‌هاست.

صدور ۱۱۱ کد معاملاتی برای سرمایه‌گذاران خارجی در سال‌جاری

بیژنی در ادامه درباره میزان جذب سرمایه‌گذاری خارجی در بورس تهران گفت: کمتر از یک درصد از بازار سرمایه در اختیار سرمایه‌گذاران خارجی است. وی درباره تعداد کدهای معاملاتی برای سرمایه‌گذاران خارجی گفت: تا ۱۲ آبان ماه امسال، ۱۱۱ کد معاملاتی اشخاص حقیقی و حقوقی خارجی ثبت شده است. این مقام مسئول به کشورهای استقبال‌کننده از بورس تهران اشاره کرد و افزود: کشورهای مختلفی از جمله انگلستان، فرانسه، آلمان، کره‌جنوبی، لهستان، آفریقای جنوبی، ترکیه، سوییس و لوکزامبورگ اقبال زیادی برای حضور در بازار سرمایه کشور داشته‌اند.

خبر

همکاری بورس لندن و قزاقستان

KASE КАЗАХСТАНСКАЯ ФОНДОВАЯ БИРЖА

بورس اوراق بهادار لندن LSE برای نخستین بار با بورس اوراق بهادار قزاقستان JSC تفاهم‌نامه‌ای را به امضا رساند. این تفاهم‌نامه که به امضای نیخیل راتهی، مدیر بورس لندن و یژان بیرتانو، مدیر بورس قزاقستان رسید درخصوص پذیرش همزمان در این دو بورس و همکاری‌های بیشتر در زمینه سرمایه‌گذاری بوده است. این تفاهم‌نامه همکاری طی مراسمی با حضور دیوید کامرون و نخست‌وزیر قزاقستان، نورسلطان نظربایف و بسیاری از مقامات سیاسی و اقتصادی هر دو کشور برگزار شد. طی این تفاهم‌نامه، پذیرش متقابل سهام شرکت‌های قزاقستان در بورس لندن و شرکت‌های بریتانیایی در بورس قزاقستان صورت می‌گیرد و همچنین توسعه ابزارهای معاملاتی در هر دو بورس و آموزش سرمایه‌گذاران نیز از دیگر برنامه‌های این تفاهم‌نامه خواهد بود. نیخیل راتهی، مدیر بورس لندن در این خصوص اظهار داشت: این تفاهم‌نامه فصلی جدید را در بورس قزاقستان آغاز خواهد کرد و بسیار خرسندیم که بورس لندن به‌عنوان یکی از حامیان بورس قزاقستان در زمینه پیشرفت این بورس نقش بسزایی خواهد داشت.

سقوط سهام اروپا ادامه یافت

کاهش سهام در بازارهای اروپا در حالی صورت می‌گیرد که سرمایه‌گذاران در انتظار انتشار آمارهای وزارت کار آمریکا هستند. ارزش سهام در بازارهای اروپا در معاملات روز جمعه در بازارهای مختلف فرانسه، اسپانیا و آلمان سقوط کرد و در بازار انگلیس رشد کرد. کاهش سهام در بازارهای اروپا در حالی صورت می‌گیرد که سرمایه‌گذاران در انتظار انتشار آمارهای وزارت کار آمریکا هستند. سهام اروپا از ابتدای معاملات هفته جاری در بازارهای مختلف آن سیر صعودی به خود گرفته است. درحالی‌که ارزش سهام این قاره طی دو هفته گذشته سقوط کرده بود. در بازارهای اروپا در آخرین معاملات امروز، شاخص سهام FTSE 100 که بخشی از بازار بورس لندن LSE است، با افزایش ۰,۰۶ درصدی به ۶۳۶۸,۷۶ واحد رسید.

شاخص سهام یورو استاکس ۵۰ که متعلق به شرکت‌های مستقر در منطقه یورو است و توسط شرکت استاکس Stoxx Ltd طراحی شده، با افت ۰,۲۴ درصدی به ۳۴۳۹,۲۸ واحد رسید. همچنین شاخص سهام داکس آلمان در بازار بورس فرانکفورت با افت ۰,۱۰ درصدی به ۱۰۸۷۶,۶۵ واحد رسید.

از سوی دیگر، شاخص CAC 40 که مهم‌ترین شاخص سهام در فرانسه به شمار می‌رود، با افت ۰,۴۷ درصدی به ۴۹۵۶,۷۶ واحد رسید. این شاخص به‌عنوان میانگین موزون سهام ۴۰ شرکت از بزرگ‌ترین شرکت‌های فعال در بازار بورس فرانسه است. شاخص بورس اسپانیا Ibex-۳۵ که معیار بورس مادرید است نیز با افت ۰,۲۷ درصدی به ۱۰۴۳,۱۰ واحد رسید.

شرکت‌ها و مجامع

اختصاص ۷۰۸ ریال سود به ازای هر سهم پتروشیمی فجر طی ۳ ماه

شرکت پتروشیمی فجر در دوره سه ماهه منتهی به ۳۱ خرداد ماه ۹۴ مبلغ یک هزار و ۷۷۰ میلیارد و ۱۸میلیون ریال سود خالص داشت و بر این اساس مبلغ ۷۰۸ ریال سود به ازای هر سهم کنار گذاشت. این شرکت در دوره یاد شده مبلغ سه هزار و ۸۷۷ میلیارد و ۹۴۸ میلیون ریال درآمد حاصل از فروش داشت.

انتشار عملکرد ۶ماهه «بکام»

شرکت کارخانجات تولیدی شهید قندی در دوره شش‌ماهه نخست امسال از پیش‌بینی‌هایش جا ماند. این شرکت پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۳۱ شهریور ماه ۹۴ را به‌صورت حسابرسی نشده مبلغ ۴۵۹ ریال اعلام کرده است و طی دوره شش ماهه نخست امسال مبلغ (۴۱) ریال زیان به ازای هر سهم کنار گذاشت.

طرح اشتراک نیم بهاء
eshterak.ir
فرصت امروز نیز به این طرح پیوست
معاونت مطبوعاتی و اطلاع رسانی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با همکاری شرکت پست و مجریان توزیع در بخش خصوصی با هدف گسترش فرهنگ مطالعه و حمایت از مطبوعات
طرح تخفیف اشتراک تا سقف ۵۰ درصد را اجرا می‌کند.
تسهیلات برای اشتراک روزنامه ها و مجلات به ترتیب تا سقف ۵۰۰ و ۲۵۰۰ تومان به ازای هر نسخه
برای ثبت اشتراک کافی است به سایت eshterak.ir مراجعه نمایید.
افزایش قیمت نشریه در طول دوره اشتراک مشمول مشترکان قبلی نمی‌شود.
هزینه ارسال عادی از مشترک دریافت نمی‌شود.
تاکنون بالغ بر یکصد و پنجاه نشریه به این طرح پیوسته‌اند.
(اشتراک نشریات در این مرحله صرفا در تهران پذیرفته می‌شود)

احتمال کاهش قیمت نفت و دلار آزاد

حجم معاملات محصولات پلیمری کاهش می‌یابد

امیر حسین محمدی
مدیر واحد معاملات کالا و انرژی شرکت کارگزاری تأمین سرمایه نوین

در این هفته قیمت‌های پایه جدید محصولات پلیمری برای دوره آتی اعلام شد که به جز چند مورد تغییر قیمت زیادی مشاهده نشد. به این ترتیب زیرگروه محصولات پلی‌استایرین‌های مقاومتی و انبساطی و پلی اتیلن ترفتالات نساجی بیشترین و زیرگروه محصولات پلی‌اتیلن سنگین تزریقی، استایرین بوتادین رابر (روشن وتیز) و نیز انواع پلی‌وینیل کلراید بیشترین کاهش قیمت را تجربه کردند. این در حالی است که در دوره قبل پلی وینیل کلرایدها یکی از بیشترین افزایش قیمت‌های پایه محصولات پلیمری را تجربه کردند. (جدول۱)

بررسی نمودار قیمت نفت در بازارهای جهانی نشان می‌دهد که افت قیمتی شدید که از اواخر مهر ماه آغاز شده بود (و تا پایان هفته آبان ماه ادامه داشت)، پس از رشد به یک روند با ثبات‌تری تبدیل شده است. هر چند با توجه به نزدیکی به فصل سرما، تشدید تحرکات نظامی روسیه در منطقه، بالا رفتن احتمال عملیات خرابکارانه تروریسم در منطقه و نظایر اینها انتظار می‌رود قیمت نفت کاهش معنادار و شدیدی نداشته باشد، اما احتمال افزایش تولید نفت خام (به‌خصوص آمادگی ایران به این امر پس از لغو تحریم‌ها)، کاهش رشد اقتصادی در کشورهای صنعتی و به‌خصوص اقتصادهای نوظهور و... نیز فشار مضاعفی بر قیمت نفت وارد کرده که در صورت توفیق این عوامل، شکست سطوح مقاومتی کنونی و رسیدن به قیمت‌های ۳۳ تا ۳۰ دلار دور از ذهن نخواهد بود. (نمودار۱)

نگاهی به معاملات محصولات پلیمری نشان می‌دهد کاهش قیمت پاره‌ای از محصولات مانند پلی وینیل کلرایدها در افزایش رقابت خریداران در این هفته بی‌تأثیر نبود که در ادامه مورد بررسی قرار داده می‌شوند. در این ماه ۷۶،۹۳۲ تن انواع محصولات پلیمری در بورس کالا عرضه شد که برای خرید آن ۱۵۷،۰۰۸ تن تقاضا به ثبت رسید و در نهایت ۴۳،۱۳۸ تن از آن به ارزش ۱۴۹۸/۵ میلیارد ریال دادوستد شد. به این ترتیب، با وجود افزایش ۴ و ۸/۴ درصدی مقدار عرضه و ارزش معاملات، حجم تقاضا و حجم معامله به ترتیب کاهش۱۲/۴و ۷/۴ درصدی را تجربه کردند. (نمودار۲و۳)

بررسی‌ها نشان می‌دهد، در این ماه شرکت‌های پتروشیمی بندرامام،امیرکبیر و تندگویان در لیست سه عرضه‌کننده برتر محصولات پلیمری قرار داشتند. این در حالی است که شرکت پتروشیمی جم در ۱۰ شرکتی که بیشترین حجم معاملات را داشتند جایگاهی نداشته و از نظر ارزش معاملات در رده دهم قرار گرفته‌است.(نمودار۴و۵)

بررسی‌ها نشان می‌دهد، پس از مدت‌ها دو محصول اصلی پلی استایرن مقاوم و معمولی درصدر پرتقاضاترین محصولات پلیمری قرار گرفتند. هرچند هنوز هم گریدهای grade OFF محصولات پرطرفدار (مانند پلی‌اتیلن سنگین بادی، سنگین فیلم و پلی وینیل کلراید)تقاضای بالایی دارند. در ادامه ۲۰ محصول پرطرفدار که بیشترین رقابت برای خرید آنها در این هفته به ثبت رسید، معرفی شده‌اند.

پلی‌استایرن مقاوم ۷۲۴۰ و پلی‌استایرن معمولی ۱۵۴۰ (پتروشیمی‌تبریز)، پلی‌اتیلن سنگین بادی BL3 - OFF درجه ۳ و پلی‌اتیلن سنگین فیلم OFF - EX ۵درجه (پتروشیمی مارون)، پلی وینیل کلراید S 57 (پتروشیمی غدیر)، پلی‌پروپیلن نساجی HP550J - OFF درجه ۳ (پلی پروپیلن جم)، پلی وینیل کلراید S65 (پتروشیمی بندرامام)، پلی وینیل کلراید S65 (پتروشیمی غدیر)، پلی وینیل کلراید S65 (پتروشیمی اروند)، پلی وینیل کلراید S65 - OFF درجه ۱ (پتروشیمی اروند)، پلی اتیلن سنگین فیلم OFF - EX ۵درجه ۲ (پتروشیمی مارون، پلی وینیل کلراید S65 - OFF درجه ۲ (پتروشیمی اروند)، پلی وینیل کلراید S65 (پتروشیمی اروند)، پلی‌اتیلن سبک فیلم H2420 - OFF درجه۱ (پتروشیمی امیرکبیر)، پلی اتیلن سنگین بادی BL3 - OFF درجه ۱ (پلیمر کرمانشاه)، پلی‌اتیلن ترفتالات بطری BG781 (پتروشیمی تندگویان)، پلی پروپیلن نساجی C30S (پتروشیمی مارون) و پلی پروپیلن شیمیایی RP340N - OFF درجه ۱ (پلی‌پروپیلن جم)، پلی پروپیلن نساجی HP552R (پتروشیمی شازند) و پلی‌پروپیلن نساجی SF 060 (پتروشیمی پلی نار)

در ادامه وضعیت معاملات تعدادی از زیرگروه‌های مهم محصولات پلیمری مورد بررسی قرار داده شده است.

۱- گروه محصولات پلی اتیلن سنگین اکستروژن

در این ماه ۳۰۰۰تن انواع محصول پلی‌اتیلن سنگین اکستروژن توسط دو شرکت پتروشیمی امیرکبیر و شازند عرضه شد که برای خرید آنها۳۳۲۰ تن تقاضا به ثبت رسید و در نهایت ۲۶۴۰ تن از آن دادوستد شد. به این ترتیب، شاخص‌های مذکور نسبت به دوره قبل به ۱۱/۸، ۳۸/۵ و ۲۲/۴درصد کاهش یافتند. (نمودار۶)

این در حالی است که محصول پتروشیمی شازند با استقبال خریداران مواجه شد، به طوری‌که خریداران تا حدود۳/۲درصد (نسبت به قیمت پایه)با یکدیگر به رقابت پرداختند، اما تنها ۱۴۴۰ تن از محصول پتروشیمی امیرکبیر (و به قیمت پایه) دادوستد شد. (جدول۲)

در بازار آزاد نیز به دنبال کاهش قیمت پایه و نیز سردی معاملات در بورس، شاهد کاهش قیمت‌ها بودیم، به‌طوری‌که قیمت‌ها به نواحی قیمتی ۴۵۰۰ تومان نزدیک شده است. (نمودار۷)

هر چند با توجه به آغاز فصل سرما و پیش‌بینی زمستانی پربارش در امسال، اجرا و پیشرفت پروژه‌های عمرانی و آبرسانی (که مصارف عمده این محصول در این حوزه‌ها است) با کندی همراه خواهد بود اما وضعیت قیمتی این محصول به گونه‌ای است که در هفته آینده نیز انتظار می‌رود خریداران از این محصول استقبال نسبی کنند.

۲- پلی پروپیلن نساجی

هر چند در این هفته شاهد کاهش ۲۳/۶درصدی در مقدار عرضه این محصولات و نیز کاهش قیمت پایه بودیم، اما مقدار تقاضا برای خرید نیز روند کاهشی به خود گرفت. در این راستا در این هفته ۶،۱۱۶ تن انواع این محصولات در بورس کالا عرضه شد که برای خرید آن۱۵،۱۰۶ تن تقاضا به ثبت رسید و در نهایت تماما دادوستد شدند. به این ترتیب مقدار تقاضا و حجم معاملات کاهش۳۲ و ۱۹/۸درصدی نسبت به هفته گذشته داشتند. (نمودار۸)

بررسی‌ها نشان می‌دهد، در این هفته محصول پلی پروپیلن نساجی HP550J - OFF درجه ۳ با استقبال خوبی مواجه شد، به‌طوری‌که برای ۳۰ تن کالای عرضه شده ۱۴۳۰ تن تقاضا به ثبت رسید. البته در این هفته عرضه محصول پلی پروپیلن نساجی C30S مانند هفته گذشته با رقابت خوبی همراه شد، به طوری‌که بیش از ۷ درصد رقابت برای خرید آن به ثبت رسید. در ضمن محصولات پلی پروپیلن نساجی HP552R و پلی پروپیلن نساجی SF ۰۶۰ نیز با رقابت بیش از پنج درصدی مواجه شدند. مابقی محصولات با استقبال کمتر مواجه شده یا به قیمت پایه دادوستد شدند.

اما در بازار نیز کاهش قیمت پایه موجب کاهش قیمت‌ها شد، به‌طوری‌که قیمت‌ها به سطح ۴۰۰۰ تومان نزدیک شد که به نظر می‌رسد، کاهش بیشتر قیمت‌ها نیاز به اخبار و تحولات عمده نظیر کاهش شدید قیمت‌های جهانی، افت شدید قیمت دلار در بازار و. . . داشته باشد. (نمودار۹)

در خاتمه به نظر می‌رسد، با توجه به سطح قیمتی کنونی و تقارن با فصل مصرف، شاهد روند مذکور در هفته آینده و استقبال از محصولاتی مانند c30s در بورس کالا باشیم.

۳- پلی اتیلن سبک فیلم

در این هفته ۷،۷۲۲ تن انواع محصول پلی اتیلن سبک فیلم در بورس کالا عرضه شد که در نهایت ۴،۹۷۵ تن از آن دادوستد شد. به این ترتیب مقدار عرضه و حجم معاملات نسبت به هفته گذشته ۲۱/۸ و ۳۲/۵درصد افزایش داشت. هر چند در این هفته نیز مانند هفته گذشته از محصولات پلی اتیلن سبک فیلم OFF -2420 H درجه ۱، پلی اتیلن سبک فیلم ۰۲۰۰ و پلی اتیلن سبک فیلم ۰۰۷۵استقبال خوبی به عمل آمد اما سقف رقابت‌ها اندکی کاهش یافت. به طور مثال، در حالی‌که در هفته گذشته برای خرید لی اتیلن سبک فیلم OFF -2420 H درجه رقابت تا سقف ۱۰درصد به ثبت رسید، در این هفته رقابت تا ۸/۵درصد برای این محصول انجام پذیرفت. (نمودار۱۰)

در بازار آزاد نیز قیمت این دسته از محصولات روند نزولی داشت به طوری‌که قیمت بورس و بازار به حداقل رسید.

لذا تقارن فصل مصرف این دسته از محصولات، با توجه به موارد مطروحه به نظر می‌رسد، در هفته آتی شاهد ثبات و کاهش سقف رقابت برای محصولات پرطرفدار این دسته از محصولات پلیمری باشیم. (نمودار۱۱)

۴- پلی وینیل کلراید

شاید این هفته پررونق‌ترین هفته معاملاتی برای این گروه محصولات پلیمری در یکسال و اندی گذشته بود به‌طوری‌که از شش محموله عرضه شده ازاین گروه در بین ۲۰ محموله پرطرفدار جای گرفت. این در حالی است که قیمت پایه این دسته از محصولات نیز یکی از بیشترین کاهش قیمت‌ها را تجربه کرد که این امر نیز در افزایش رقابت خریداران مؤثر بود.

در این هفته ۸، ۳۷۸ تن از این محصول در بورس کالا عرضه شد که برای خرید آن ۷۱، ۷۶۸ تن تقاضا به ثبت رسید و در نهایت ۷، ۱۳۸ تن از آن دادوستد شد. به این ترتیب مقدار عرضه، تقاضا و حجم معامله معادل۸/۴، ۷۱/۴ و ۱۱/۷درصد افزایش داشتند.

بررسی آمار معاملات نشان می‌دهد، در این ماه نه تنها محصول پلی‌وینیل کلراید S 65 - OFF درجه۱ پتروشیمی اروند با ثبت تقاضایی بیش از ۱۰۳ برابر مقدار عرضه، یکی از پرطرفدارترین محصولات پلیمری در این هفته بود، بلکه محصول E6834 پتروشیمی اروند که بارها تقاضایی برای خرید آن وجود نداشت، در این هفته به مقدار ۸۰ تن‌دادوستد شد. (نمودار۱۲)

در بازار آزاد نیز پس از یک دوره کاهش قیمتی، قیمت‌ها به یک ثبات رسید.

با توجه به سطح قیمتی کنونی و نیز دشوار بودن کاهش بیشتر قیمت‌ها در بازارهای داخلی و بین‌المللی به نظر می‌رسد، خریداران تمایل به خرید این دسته از محصولات داشته و در هفته آینده پیش‌بینی وضعیت کنونی (البته با شدت کمتر)دور از ذهن نباشد. (نمودار۱۳)

۵- پلی استایرن مقاوم و معمولی

افزایش قیمت پایه گرید مقاوم و اتمام دهه محرم موجب شده بود تا بسیاری از خریداران نسبت به رقابت بالا برای خرید این دسته از محصولات تردید داشته باشند. اما در روز عرضه این دسته از محصولات ثبت قیمت‌های بالا برای خرید این محصولات تعجب بسیاری را برانگیخت و معاملات پلی استایرن معمولی ۱۵۴۰ با رقابت تا ۲۲/۷ درصد (نسبت به قیمت پایه) و پلی استایرن مقاوم ۷۲۴۰ با رقابت ۵۰درصدی همراه بود. این امر در حالی اتفاق افتاد که مقدار هر کدام از این محصولات نسبت به هفته گذشته ۱۰۰ تن افزایش داشت.

با توجه به احتمال کاهش اندک قیمت نفت در بازارهای جهانی و نیز دلار در بازار آزاد به نظر می‌رسد در هفته آینده تا حدی حجم و ارزش معاملات کاهش یابد. البته معدود محصولاتی که بر اساس تقارن با فصل مصرف یا رسیدن قیمت‌ها به کف قیمتی کوتاه مدت، تقاضای پرحجمی برای آنها وجود دارد از این امر مستثنا هستند.

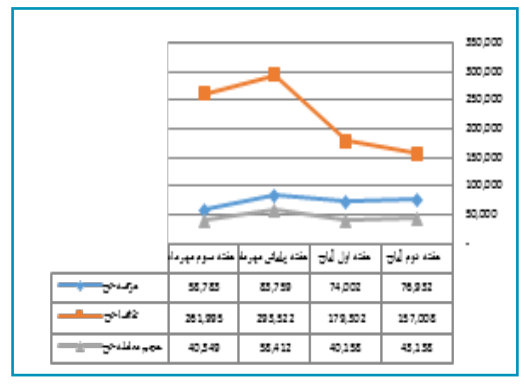
نمودار ۱

جدول ۲

عرضه کننده	عرضه(تن)	تقاضا(تن)	حجم معامله (تن)
پتروشیمی امیرکبیر	۲۰۰۰	۱۶۶۰	۱۴۴۰
پتروشیمی شازند	۱۲۰۰	۱۶۶۰	۱۲۰۰
جمع کل	۳۲۰۰	۳۳۲۰	۲۶۴۰

نمودار ۲ - روند ارزش معاملات محصولات پلیمری در بورس کالا - میلیارد ریال

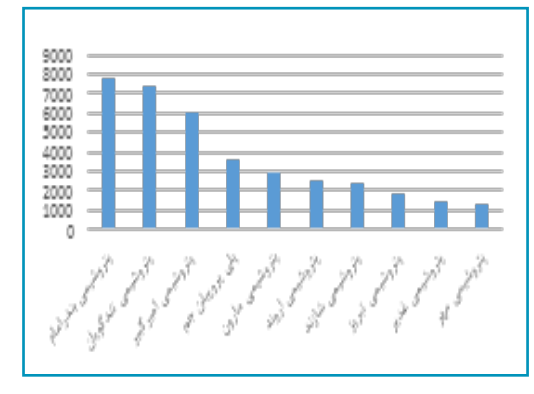
نمودار ۳ - نمودار عرضه - تقاضا و حجم معاملات محصولات پلیمری در بورس کالا - تن



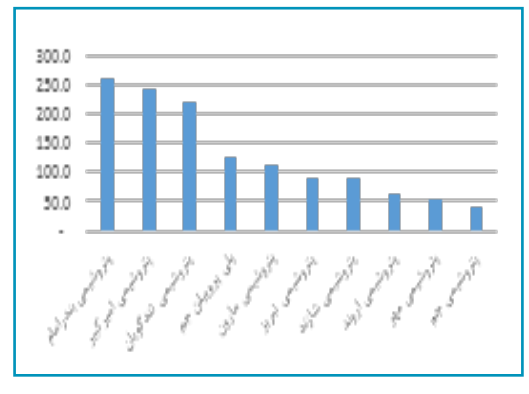
جدول ۱

نام کالا (زیر گروه کالایی)	قیمت پایه نوبت قبل(ریال)	قیمت پایه جدید (ریال)	مقدارتغییر (ریال)	درصد تغییر (درصد)
پلی استایرن مقاوم۷۲۴۰	۳۷۷۵۱	۳۸۳۵۳	۶۰۲	۱.۵۹٪
پلی استایرن انبساطی۲۰۰و۳۰۰	۳۶۷۱۶	۳۶۹۷۸	۲۶۲	۰.۷۱٪
پلی استایرن انبساطی۴۰۰	۳۵۹۹۶	۳۶۲۵۲	۲۵۶	۰.۷۱٪
پلی اتیلن ترفتالات نساجی	۲۸۱۰۹	۲۸۲۸۴	۱۷۵	۰.۶۲٪
سبک فیلم	۳۸۲۰۵	۳۸۴۱۵	۲۱۰	۰.۵۵٪
سنگین دورانی	۳۸۰۲۹	۳۸۲۱۸	۱۸۹	۰.۵۰٪
سنگین تزریقی	۳۶۵۶۷	۳۶۷۴۸	۱۸۱	۰.۴۹٪
سبک خطی	۳۹۷۱۴	۳۹۸۱۷	۱۰۳	۰.۲۶٪
سنگین بادی	۳۷۹۸۲	۳۸۰۷۷	۹۵	۰.۲۵٪
پلی اتیلن ترفتالات بطری۷۸۵،۷۸۱	۲۹۵۰۶	۲۹۵۵۷	۵۱	۰.۱۷٪
پلی اتیلن ترفتالات بطری۸۴۵،۸۴۱	۳۱۲۳۰	۳۱۲۸۳	۵۳	۰.۱۷٪
پلی اتیلن ترفتالات بطری۸۲۱،۸۲۵	۳۰۹۷۰	۳۱۰۲۲	۵۲	۰.۱۷٪
سنگین فیلم	۳۸۳۷۲	۳۸۳۲۰	-۵۲	-۰.۱۴٪
پلی استایرن معمولی۱۵۴۰	۳۶۴۰۵	۳۶۳۱۸	-۸۷	-۰.۲۴٪
پلی پروپیلن شیمیایی	۳۹۹۶۶	۳۹۷۸۶	-۱۸۰	-۰.۴۵٪
پروپیلن نساجی	۳۴۰۶۰	۳۳۸۷۸	-۱۸۲	-۰.۵۳٪
سنگین اکستروژن	۴۱۴۶۷	۴۱۱۴۹	-۳۱۸	-۰.۷۷٪
استایرن بوتادین رابر روشن	۳۹۵۰۲	۳۸۵۰۴	-۹۹۸	-۲.۵۳٪
استایرین بوتادین رابر تیره	۳۶۲۲۳	۳۵۱۴۰	-۱۰۸۳	-۲.۹۹٪
پی وی سی S60	۲۵۳۶۶	۲۴۴۶۹	-۸۹۷	-۳.۵۴٪
PVC-E	۲۶۵۷۴	۲۵۶۳۴	-۹۴۰	-۳.۵۴٪
پی وی سی S65	۲۴۱۵۹	۲۳۳۰۴	-۸۵۵	-۳.۵۴٪

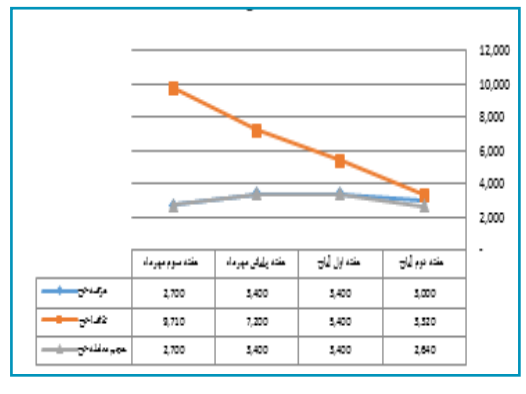
نمودار ۴ - ده شرکت برتر عرضه کننده محصولات پلیمری از نظر حجم معاملات - تن



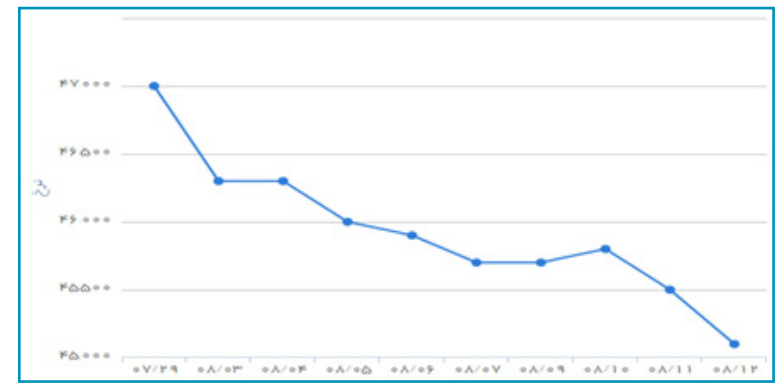
نمودار ۵ - ده شرکت برتر عرضه کننده محصولات پلیمری از نظر ارزش معاملات - میلیارد ریال



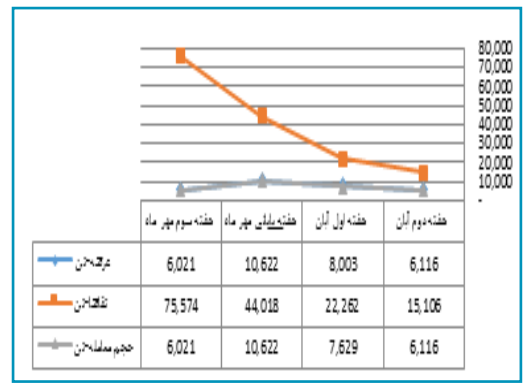
نمودار ۶- عرضه، تقاضا و حجم معامله انواع گرید محصول پلی اتیلن اکستروژن در بورس کالا - تن



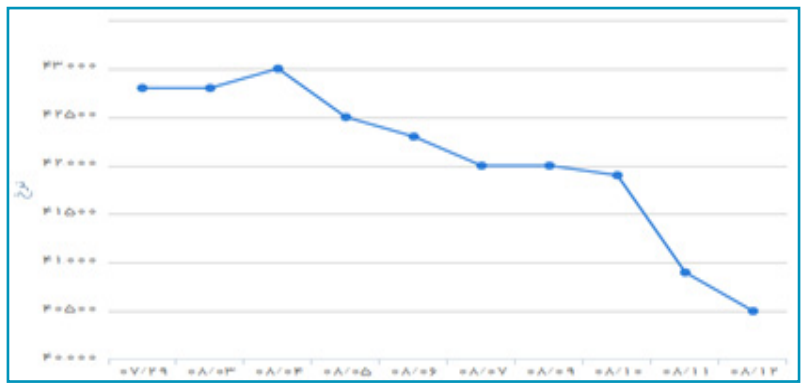
نمودار ۷ - روند قیمت محصولات پلیمری در بازار آزاد



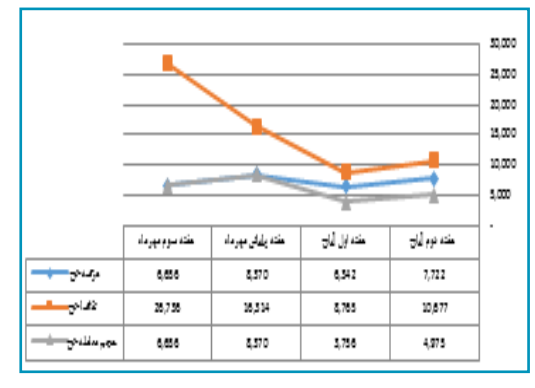
نمودار ۸ - عرضه، تقاضا و حجم معاملات انواع پلی پروپیلن نساجی در بورس کالا - تن



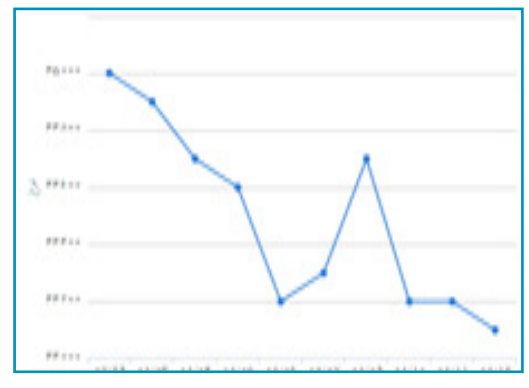
نمودار ۹ - روند قیمتی محصول c۳۰s شرکت پتروشیمی مارون در بازار آزاد_ریال



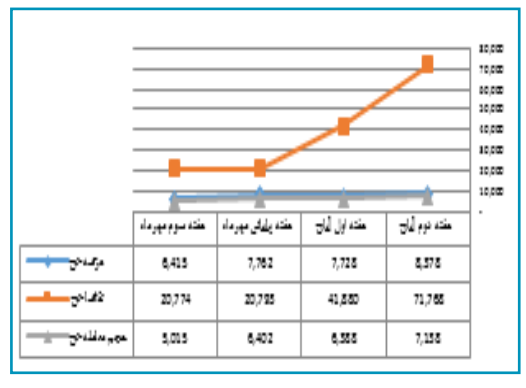
نمودار ۱۰ - مقدار عرضه، تقاضا و حجم معامله محصولات پلی اتیلن سبک فیلم در بورس کالا - تن



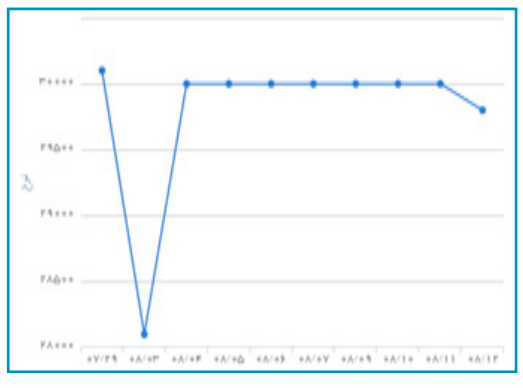
نمودار ۱۱ - نمودار قیمتی محصول۰۰۷۵ در بازار آزاد-ریال



نمودار ۱۲ - مقدار عرضه، تقاضا و حجم تقاضای محصولات پلی وینیل کلراید در بورس کالا - تن



نمودار ۱۳ - نمودار قیمتی محصول S65 در بازار آزاد-ریال



سرنخ

سرمایه‌گذاری از تالش تا آلمان

کلاف اول

توسعه مشاغل خانگی یکی از شاخه‌هایی است که در سال‌های اخیر بسیار مورد توجه بوده و بیشتر مورد استقبال بانوان خانه‌دار در شهرستان‌ها و روستاها قرار گرفته است، این مشاغل که یکی از راهکارهای توسعه اشتغال و پویایی اقتصاد در مناطق محروم به شمار می‌آیند می‌توانند هم باعث کشف استعداد افراد و هم درآمدزایی برای آنها شوند.

تالش به‌عنوان یکی از شهرهای شمالی کشور شناخته می‌شود که علاوه بر جذابیت‌های گردشگری فراوان به سخت‌کوشی و رونق شهری معروف است، علی فتح‌الهی، فرماندار تالش، در جلسه کارگروه اشتغال و سرمایه‌گذاری شهرستان با اشاره به لزوم فرصت‌سازی برای ایجاد اشتغال گفت: ایجاد اشتغال یکی از نیازهای مهم و ضروری شهرستان است و برای حمایت از اشتغال‌زایی زمینه‌های لازم را ایجاد می‌کنیم.

وی افزود: با توجه به ظرفیت‌های خوب این منطقه و اقدامات اولیه‌ای که صورت گرفته، مصوبات کارگروه اشتغال و اجرایی کردن آنها گام مهمی در اشتغال جویندگان کار خواهد بود.

فرماندار تالش در ادامه با اشاره به وجود زمینه‌های لازم برای مشاغل خانگی گفت: در شهرستان تولید مشاغل خانگی از جمله گلیم‌بافی، فرش‌بافی، پرورش قارچ، تابلوفرش، تابلوهای زینتی از اهمیت و جایگاه ویژه‌ای برخوردار است.

مهندس فتح‌الهی اظهار داشت: توسعه مشاغل خانگی با توجه به ظرفیت و استعدادی که در این عرصه وجود دارد می‌تواند درآمد خوبی برای جوانان منطقه ایجاد کند.

فرماندار تالش با اشاره به اهمیت توسعه مشاغل خانگی بیان کرد: جهت توسعه مشاغل خانگی و رونق اقتصاد در مناطق محروم و روستایی تسهیلات کم بهره به تولیدکنندگان مشاغل خانگی داده می‌شود

ما هم در این کلاف پیشنهاد می‌دهیم ساکنین این مناطق با استفاده از تسهیلات دولتی و حمایت مسئولان، در زمینه‌هایی مختلفی چون صنایع دستی و پرورش خوراکی‌های خانگی دست به کار شوند.

کلاف دوم

مسئولان کشور ما برنامه‌های زیادی در خصوص توسعه و بازسازی روابط تجاری پس از برداشته‌شدن تحریم‌ها با برخی از کشورهای اروپایی را در سر دارند، در این بین آلمان یکی از کشورهایی است که ایران تمایل زیادی به برقراری روابط دوجانبه را با آن دارد و مدت‌هاست فرصت‌های مناسب برای تجارت موفق با این کشور اروپایی را بررسی می‌کند.

برای جذب سرمایه‌گذاران اروپایی فقط معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری در داخل کشور کافی نیست و نیاز است تا روابط دوجانبه برقرار شود از این رو در این خصوص رئیس مرکز تجارت ایران در اروپای سازمان توسعه تجارت ایران از برنامه دولت برای حمایت از شرکت‌های علاقه‌مند به فعالیت در اروپا خبر داد و گفت: آلمانی‌ها باید خود را مجاب کنند که در ایران سرمایه‌گذاری کنند.

به گزارش مهر، شاهرخ میرزاحسینی در همایش کاربردی تجارت با آلمان با اشاره به علاقه‌مندی و توانمندی شرکت‌های ایرانی برای حضور در بازار اروپا، گفت: دولت پشتیبانی‌های لازم را از شرکت‌های ایرانی که تمایل دارند در دیگر کشورها فعالیت کنند و در بازار اروپا متمرکز شوند، صورت خواهد داد. بر این اساس، به دنبال فرصت‌هایی برای تجارت موفق با کشورهای‌اروپایی‌هستیم.

رئیس مرکز تجارت ایران در اروپای سازمان توسعه تجارت ایران افزود: مسئولیت حمایت از شرکت‌های ایرانی علاقه‌مند به بازار اروپا به این مرکز داده شده است و بنابراین تمام تلاش خود را برای حمایت از شرکت‌ها به کار خواهیم برد.

ما هم در این کلاف به علاقه‌مندانی که تمایل به سرمایه‌گذاری در حوزه صادرات و تجارت بین‌الملل دارند، پیشنهاد می‌دهیم بازارهای اروپا را به‌عنوان مکان بالقوه‌ای که تحت حمایت سازمان توسعه تجارت نیز هست، در نظر داشته باشند.

بررسی چالش‌های سرمایه‌گذاری جسورانه در کشور

لزوم توجه به مهم‌ترین شیوه تأمین مالی در شرکت‌های نوپا

عباس نعیم امینی

در مباحث سرمایه‌گذاری در شرکت‌های نوآور و تازه تأسیس، مهم‌ترین موضوع شیوه تأمین مالی و جذب سرمایه‌گذار است. از این رو تلاش‌های زیادی در جهت توسعه و رشد مدل‌های تأمین مالی و سرمایه‌گذاری در این شرکت‌ها که عموما بر پایه نوآوری طراحی شده‌اند، شکل گرفته است. سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر یا جسورانه (venture capital) یکی از شیوه‌های نوین تأمین مالی است که دوران کودکی یا شرایط‌گذار شرکت‌های نوپا را تحت پوشش قرار می‌دهد. این شیوه تأمین مالی که در دنیا به‌عنوان یکی از مهم‌ترین و مؤثرترین روش‌های تأمین مالی شرکت‌های نوآور مطرح است، در ایران همچنان در ابتدای راه خود قرار دارد. حال آنکه ظرفیت‌های داخلی به لحاظ منابع انسانی و سرمایه‌های فکری (human capital) که یکی از ارکان مهم در هر سرمایه‌گذاری به حساب می‌آید کاملا مهیا است.

نداشتن پشتوانه مالی، نوپا بودن، ضعف مدیریتی، ناشناخته بودن در بازار، عدم شناخت سرمایه‌گذاران از این طیف کسب‌وکارها و پذیرش ریسک زیاد به دلیل جنبه‌های نوآوری در کسب‌وکار از مهم‌ترین ویژگی‌های این‌گونه کسب‌وکارهاست که طبیعتا مدل‌های مرسوم تأمین مالی پاسخگوی نیازهای این طیف کسب‌وکارهای به‌شدت در حال رشد در فضای اقتصاد ایران نیست. (جدول ۱) البته در سال‌های اخیر شکل‌گیری و حضور شتاب‌دهنده‌ها تا حدی ضعف سرمایه‌گذاری در شرکت‌های نوپا را پوشش داده است اما حضور تنها پنج شتاب‌دهنده که به‌صورت رسمی فعالیت دارند به هیچ‌وجه پاسخگوی نیازهای کسب‌وکارهای نوپا نیست. از سوی دیگر برگزاری استارتاپ‌ویکندها در نقاط مختلف کشور و رشد تصاعدی آن توانسته تا حدی فرهنگ عمومی جامعه را آماده پذیرش سرمایه‌گذاری جسورانه کند. با این وجود کسب‌وکارهای نو پا به‌شدت در مسئله تأمین مالی و مدیریت فرآیند سرمایه‌گذاری و تصاحب سهم بازار مشکل دارند که در این گزارش بنا داریم به جنبه‌های مختلف تأمین مالی و مشکلات این بخش در شرکت‌های نوپا بپردازیم که در ادامه پیش‌رو دارید.

مشکلات سرمایه‌گذاری جسورانه در کشور

همان‌طور که گفته شد مهم‌ترین شیوه تأمین مالی در شرکت‌های نوپا سرمایه‌گذاری جسورانه است اما مسئله اینجاست که علاوه بر مشکلات قانونی که در گزارش‌های پیشین همین صفحه به تفصیل به آن پرداخته شد به لحاظ ساختاری هم مشکلاتی وجود دارد که تأمین مالی در این شرکت‌ها را با مشکل مواجه کرده است که در زیر به تشریح آن می‌پردازیم.

۱- ناقص بودن زنجیره تامین مالی

در حال حاضر مهم‌ترین الگوی تأمین مالی در کشور ما استفاده از تسهیلات است که شرکت‌های نوپا به دلیل نداشتن وثیقه مناسب امکان استفاده از آن را ندارند. از سوی دیگر الگوی تأمین مالی از طریق واگذاری سهام که به نظر مناسب‌ترین روش برای تأمین مالی شرکت‌های نوپا و فن‌آور و در گیررفع موانع قانونی باشد، خلاء قانون مناسب و متناسب به منظور واگذاری سهام شرکت‌های نوپا باعث شده تا این شیوه تأمین مالی در کشور در نخستین گام متوقف شود.

از طرف دیگر برخی از شرکت‌های نوپا اقدام به واگذاری سهام خود با روش‌های شخصی کرده‌اند که به دلیل ترجیح بیشتر نهادهای مالی در سرمایه‌گذاری در بازارهای با مخاطره کمتر، عموما توفیق خاصی در این زمینه حاصل نشد. سرمایه‌گذاران همواره تمایل دارند مخاطره کمتری را در فرآیند سرمایه‌گذاری بپذیرند و این امر شاید به‌نوعی ریشه در عدم شناخت ویژگی‌های کسب‌وکارهای نو پا از سوی سرمایه‌گذاران داشته باشد.

۲- نوع نگاه کارآفرینان و صاحبان ایده‌ها

ایده‌پردازان و کارآفرینان همواره چشم به حمایت‌های دولتی دارند. این موضوع شاید بیش از هر چیز در مصاحبه‌ها و اظهارنظرهای این افراد به چشم می‌آید. علاوه بر این نبود فرهنگ مشارکت و کارگروهی، عدم آشنایی با مکانیزم‌های تامین مالی و نداشتن بینش کافی نسبت به نهادهای مالی از چالش‌های جدی توسعه سرمایه‌گذاری جسورانه از این منظر است.

نبود چشم‌انداز واقع‌بینانه از آینده کسب‌وکار و عدم پالایش و پردازش مناسب ایده کسب‌وکار باعث می‌شود این افراد در مواجهه با سرمایه‌گذاران بازخورد مناسبی را دریافت نکنند و موفقیت لازم حاصل نشود. از سوی دیگر نگاه هزینه‌ای بخش دولتی به حمایت و سرمایه‌گذاری در این بخش و ناپایداری‌های مدیریتی باعث شده روند باثباتی درحرکت این بخش دیده نشود.

۳- آسیب‌های قانونی و نگاه سرمایه‌گذاران

در حال حاضر، قانونی برای سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر در کشور نداریم. هرچند مسئولان امر در گفت‌وگوهای پیشین با «فرصت امروز» اذعان داشتند که این مکانیسم در حال طراحی است و به‌زودی امکان ارائه و جذب سرمایه‌گذار برای فعالان این بخش در فرابورس مهیا خواهدشد.

بنابراین سرمایه‌گذاران هم به دلیل همین خلأ قانونی امکان سرمایه‌گذاری در یک مسیر مشخص شده را ندارند. از سوی دیگر به دلیل میانگین ریسک‌پذیری پایین در بین سرمایه‌گذاران داخلی، تمایل به سرمایه‌گذاری در شرکت‌های نو پا بسیار پایین است. سرمایه‌گذاران همواره تمایل دارند ریسک کمتری را بپذیرند اما در ایران این تفکر یک تفکر غالب است و برای تغییر این نگرش باید اقدامات مناسبی در جهت فرهنگ‌سازی و تبیین الگوهای مشخص سرمایه‌گذاری جسورانه صورت گیرد.

۴- مشکلات زیرساختی

نبود ارتباط مؤثر بین صنعتگران و کارآفرینان باعث شده فرصت‌های مناسب بخش صنعت در کانال شناسایی دچار اشکال شود. از سوی دیگر بسیاری از موسسات حرفه‌ای ارائه‌دهنده خدمات پشتیبانی برای طرح‌های نوآورانه در کشور شکل نگرفته است. از این رو موسسات ارزیابی و ایده‌های نوآورانه، موسسات شناسایی بازار و بازاریابی برای محصولات نوآور، مشاوران حرفه‌ای کسب‌وکارهای فن‌آور و نوآور و بسیاری دیگر از موسسات حمایتی در کشور وجود ندارد.

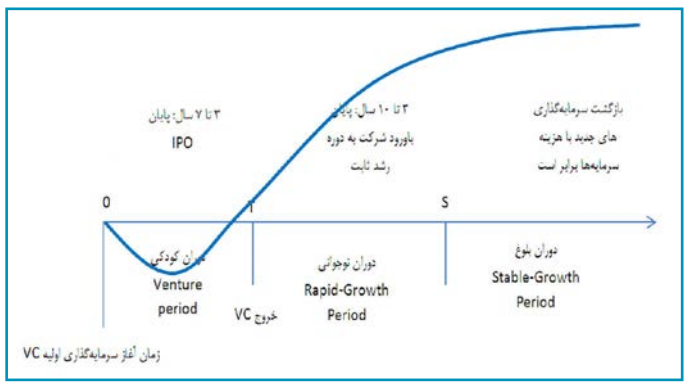
از طرف دیگر موسسات بیمه‌ای خدماتی را برای بیمه طرح‌های نوآور ارائه نمی‌کنند و روش‌های اعتبارسنجی مناسبی برای رشد و توسعه ایده‌ها و نوآوری‌ها وجود ندارد و شاید نبود بانک اطلاعاتی جامع برای دسترسی به اطلاعات تخصصی در زمینه ایده‌ها و کسب‌وکارهای نوپا یکی دیگر از چالش‌های توسعه سرمایه‌گذاری جسورانه در کشور به حساب آید. کم رنگ بودن ارتباطات بین‌المللی و عدم استفاده از بازارهای جهانی به دلیل ضعف در ساختارهای کلان اقتصادی را هم باید به این مشکلات افزود.

چرا سرمایه‌گذاری جسورانه

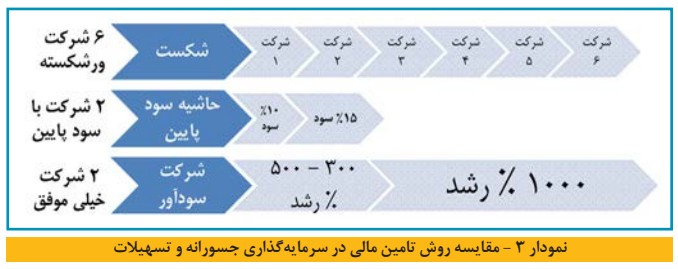
اگر بخواهیم فرآیند سرمایه‌گذاری در شرکت‌های نوپا را به سه دوره کودکی، نوجوانی و بلوغ تقسیم‌بندی کنیم VCها باید در زمان آغاز سرمایه‌گذاری اولیه به شرکت ملحق شوند و به دلیل مشکلاتی که در بالا توضیح داده شد، در جهت تسریع رشد و کمک به ادامه روند شکل‌گیری کسب‌وکار گام بردارند(نموداریک). مزیت سرمایه‌گذاری در شرکت‌های نوپا علاوه بر توسعه نوآوری و فناوری در فضای اقتصادی و پویایی اقتصاد در سود حاصل از این مدل سرمایه‌گذاری قابل تعریف است.

در آمارهای جهانی به‌طور متوسط از هر ۱۰ شرکت نوپای سرمایه‌پذیر در دو سال اول حدود شش‌شرکت در فضای رقابتی کسب‌وکار ورشکست می‌شوند و از چهار شرکت باقیمانده دو شرکت با حاشیه سود پایین به فعالت خود ادامه می‌دهند. از دو شرکت باقیمانده یک شرکت بین سه تا پنج برابر و شرکت دیگر با بیش از ۱۰ برابرسرمایه‌گذاری بازدهی خواهد داشت(نمودار۲). بنابراین در حالت متداول یک سرمایه‌گذاری مخاطره‌پذیر بایک احتمال ۴۰درصدی با موفقیت چشمگیر مواجه خواهد بود. از این رو لزوم توجه به این مدل تأمین مالی در شرکت‌های نوپا به‌عنوان یکی از ارکان اصلی شتاب دهی در رشد اقتصادی بیش از هر چیز جلب توجه می‌کند.

نمودار ۱ - فرایند رشد کسب و کارهای نوپا و عملکرد VCها در آن



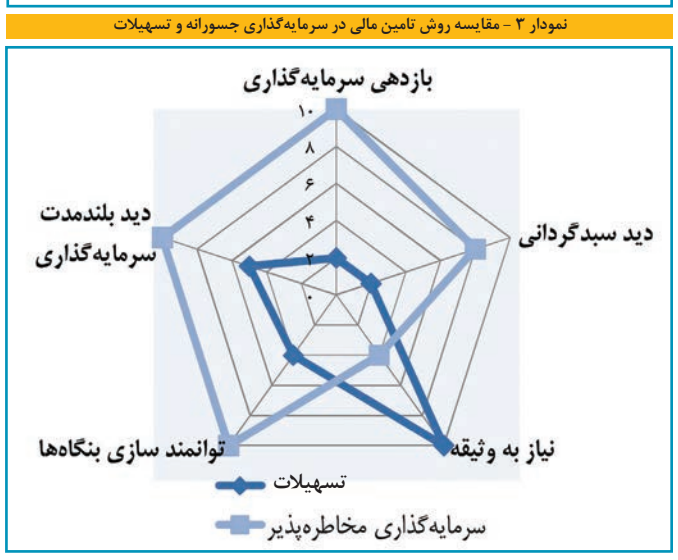
نمودار ۲ - میانگین عملکرد سبد ۱۰تایی در سرمایه‌گذاری‌های جسورانه



جدول ۱ - ویژگی‌های دوران کودکی در کسب و کارهای نو

خصوصیات دوران کودکی	نتیجه	راهکار VC
نداشتن پشتوانه مالی	نا توانی در ارائه وثیقه	تامین منابع مالی به پشتوانه سهام
نداشتن سابقه فعالیت	عدم امکان ارزیابی توسط صورت های مالی	استفاده از روش ارزیابی موشکافانه پیچیده تر و گسترده تر
ضعف مدیریتی	کامل نبودن تیم مدیریتی	VCها در تکمیل نمودن نیروهای شرکت ها نقش فعال ایفا می نمایند
ناشناخته بودن در بازار	ارتباطات ضعیف تجاری	VC ها برای شرکت ها ایجاد ارتباطات تجاری می نمایند
عدم قطعیت های بالا	ریسک زیاد این شرکت ها	به وسیله سبد سازی ریسک را کاهش می دهند

نمودار ۳ - مقایسه روش تامین مالی در سرمایه‌گذاری جسورانه و تسهیلات



پروژه تله‌کابین ارومیه نیازمند سرمایه‌گذار است

عضو شورای شهر ارومیه گفت: پروژه تله‌کابین ارومیه و طرح‌های مشابه آن از جمله شهربازی بزرگ ارومیه و پروژه‌های روبنایی شهر نیازمند سرمایه‌گذار است.

میرعلی محمدی اظهار داشت: تله‌کابین یکی از موضوعات مهم گردشگری در ارومیه محسوب می‌شود و یکی از سیاست‌های مهم شورای اسلامی ارومیه در ارتباط با توسعه سرمایه‌گذاری و گردشگری در ارومیه گسترش زیرساخت‌های شهری، زیربنایی و روبنایی است.

به گزارش تسنیم، وی بیان کرد: پروژه تله‌کابین ارومیه و طرح‌های مشابه آن از جمله شهربازی بزرگ ارومیه و پروژه‌های رو بنایی که نیازمند سرمایه‌گذاری برای عملیاتی شدن هستند، از اولویت‌های مهم شهرداری ارومیه است که متاسفانه به سبب انتخاب طرح با طول ۱۲ کیلومتر که بسیار زیاد است و معارضات و هزینه بالای آن امکان عملیات اجرایی تاکنون میسر نشده است.

محمدی افزود: برای عملیاتی شدن این پروژه پیشنهاد بر این است که طول تله‌کابین از ۱۲ کیلومتر به حدود ۲ تا ۲٫۵ کیلومتر تقلیل یابد و اینکه مذاکرات با معاونت اقتصاد و سرمایه‌گذاری شهرداری ارومیه در این مورد در حال انجام است که امیدواریم پس از عقد قرارداد جدید با سرمایه‌گذار، عملیات اجرایی طرح از نو آغاز شود.

وی بیان کرد: از مشکلات دیگر پروژه تله‌کابین، تقاطع مسیر انتخابی با سیستم انتقال برق است که امیدواریم با جابه‌جایی طرح تله‌کابین این مانع نیز برطرف شود.

عضو شورای شهر ارومیه گفت: این عملیات تا رفع معارض و رکود بازار فعلی و تامین مالی سرمایه‌گذار به حالت تعلیق و مسکوت است.

سرمایه‌گذاری یک‌میلیارد دلاری تویوتا در فناوری‌های هوش مصنوعی

تویوتا موتور با هدف داشتن نقش موثرتری در کاهش تلفات جاده‌ای، یک موسسه تحقیقات و توسعه در زمینه فناوری‌های هوش مصنوعی و روباتیک تاسیس کرده و تا پنج سال آینده یک‌میلیارد دلار در آن هزینه می‌کند.

به گزارش ایسنا، موسسه تحقیقات تویوتا از ژانویه آغاز به کار می‌کند و مراکزی را نزدیک دانشگاه استنفورد و موسسه فناوری ماساچوست تاسیس خواهد کرد.

جیل پرات، مهندس روباتیک ارشد سابق ارتش آمریکا که در سپتامبر به استخدام تویوتا درآمد، مدیرعامل این موسسه خواهد بود.

هدف محققان این موسسه کاهش احتمال تصادفات خودرو است که سالانه یک‌میلیون و ۲۵۰هزار کشته در سراسر جهان بر جای می‌گذارد و همچنین راحت‌تر کردن رانندگی در کشورهایی مانند ژاپن و آمریکاست که بزرگ‌ترین بازارهای تویوتا هستند.

براساس گزارش بلومبرگ، این سرمایه‌گذاری می‌تواند تلاش تویوتا برای طراحی خودروهای خودران را تسریع کند.

آکیو تویودا، رئیس تویوتا هفته گذشته در حاشیه نمایشگاه خودروی توکیو اظهار کرده بود هدف ما رساندن تلفات تصادفات به صفر است و به این منظور خودروها باید حرکات عابران پیاده را تشخیص دهند و اطلاعاتی را درباره خودروهای مجاور گردآوری کنند.

تویوتا ماه گذشته به خبرنگاران اجازه داد یک‌خودروی مفهومی را که مدل تغییر یافته لکسوس جی اس با قابلیت‌های اتوماتیک مانند تغییر لاین و تغییر سرعت بر مبنای تراکم ترافیک بود تست کنند. این خودروساز قصد دارد تا سال ۲۰۲۰ خودروهایی را با قابلیت رانندگی اتوماتیک به بازار معرفی کند.

در گفت‌وگو با مدیر کارگروه مدیریت دانش انجمن مدیریت کیفیت ایران مطرح شد

مدیریت دانش راهی برای تعالی کیفیت

المیرا اکرمی

مدیریت کیفیت و مدیریت دانش فرآیندهایی مستمر و جاری در سازمان‌ها هستند، زیرا هردوی آنها به دنبال ارتقای کیفیت محصولات و خدمات هستند. به گفته مدیر کارگروه مدیریت دانش انجمن مدیریت کیفیت ایران، زمانی در سازمان‌های ایرانی کیفیت به درجه متعالی یا درجه مطلوب می‌رسد که از ابزارهای مدیریت دانش کمال استفاده شود. درواقع، باید سازمان از تجارب و دانش‌های نهفته مجموعه خود کمال استفاده را بکند و انگیزش سازمانی خود را در جهت بهبود کیفیت محصولات و خدمات مجموعه خود افزایش دهد. به تعبیری مدیریت دانش یکی از بهترین عوامل و ابزارها برای بالا بردن بحث انگیزش سازمان و بالا بردن فرهنگ سازمانی است. «فرصت امروز» در گفت‌وگو با ایمان رستگارمقدم، مدیر کارگروه مدیریت دانش انجمن مدیریت کیفیت ایران، ابعاد و زوایای مدیریت دانش را مورد بررسی قرار داده است.

عکس: سمیه سهیلی | فرصت امروز

مدیریت کیفیت در دنیا بحثی متفاوت نسبت به آن چیزی است که در ایران مطرح است. در کشورهای پیشرفته کیفیت جزو بدیهیات است اما در ایران هنوز به لحاظ کیفیت در بسیاری از صنایع دچار ضعف هستیم و توان رقابت با کالاهای مشابه خارجی را نداریم. از آنجا که مدیریت دانش نیز یک رویکرد نوین مدیریتی است، چگونه می‌توانیم صنایع ایرانی را با رویکرد مدیریت دانش به لحاظ کیفی به استاندارد جهانی برسانیم؟

مدیریت کیفیت و مدیریت دانش فرآیندهایی مستمر و جاری در یک سازمان هستند، زیرا هر دوی آنها به دنبال ارتقای کیفیت محصولات و خدمات هستند. زمانی در سازمان‌های ایرانی کیفیت به درجه متعالی یا درجه مطلوب می‌رسد که از ابزارهای مدیریت دانش کمال استفاده شود. درواقع باید سازمان از تجارب و دانش‌های نهفته مجموعه خود کمال استفاده را بکند و انگیزش سازمانی خود را در جهت بهبود کیفیت محصولات و خدمات مجموعه خود افزایش دهد. به‌نوعی مدیریت دانش یکی از بهترین عوامل و ابزارها برای بالا بردن بحث انگیزش سازمان و بالا بردن فرهنگ سازمانی است. حالا این موضوع که چه زمانی سازمان‌های ایرانی به این مقوله به‌خوبی بپردازند، بستگی به این موضوع دارد که سازمان‌های ایرانی بحث رقابت‌پذیری خود را در مواجهه با کالاها و خدمات جدید بتوانند محک بزنند و بتوانند رقابت‌پذیر شوند. این رقابت‌پذیری میسر نمی‌شود مگر اینکه ابزارهای مدیریت دانش را به کار بگیریم تا استقرار و کیفیت لازم را برای استقرار آن به وجود بیاوریم.

بخشی از مدیریت دانش وام گرفتن تجربه و دانش برون‌سازمانی است. با توجه به نیاز ما به دانش صنایع پیشرفته جهان، چگونه می‌توانیم چنین نیازی را با توجه به محدودیت‌ها برطرف کنیم؟

برای اینکه بتوانیم از تجربیات و دستاوردهای سازمان‌ها و شرکت‌های خارجی یا حتی دیگر سازمان‌های ایرانی استفاده کنیم، باید یک جریان دانشی مشخصی را در سازمان خود طراحی کنیم، به نحوی که این جریان دانشی مشخص باعث جذب دانش‌ها و تجربیات دیگر سازمان‌ها و نهادهای خارجی و داخلی شود. در واقع اگر یک مدیر نداند که حوزه تخصصی کسب‌وکار او چیست، نمی‌تواند با بهینه‌کاوی یا بنچمارک دانش مطلوب خود را به دست بیاورد. لزوم این کار این است که یک مدیر باید نقش فناوری‌ها را کامل بداند و این پتانسیل و توانمندی را در مجموعه خود به وجود آورد که بتواند از آن محصول، تجربه یا فناوری نهایت استفاده را ببرد. این موضوع هم میسر نمی‌شود مگر اینکه یک مدیر یا مسئول خود را مسئولیت‌پذیر در قبال ارائه محصولات به مشتریان بداند.

مدیریت دانش به‌عنوان یکی از ابزارهای قوی برای بهبود کیفیت و بهبود سطح زندگی و فرهنگ عمومی شهروندان است ولی تا زمانی که بینش مسئولان و مردم تغییر نکند و تا مطالبه‌گری و درخواست از سمت مردم مطرح نشود، مدیریت دانش به‌تنهایی نمی‌تواند مشکل را حل کند

یکی از مشکلات امروز ما بیش از هر چیز، عدم توان بهره گرفتن از دانش مدیران و متخصصان است. به این معنی که مدیران و متخصصان ما ممکن است دانش‌هایی داشته باشند که بعضا به ایجاد ایده‌های کمک‌کننده در سازمان بینجامد، اما مشکل ما اجرایی نشدن این ایده‌هاست. به نظر شما چطور این مشکل حل می‌شود و ضعف ما در کجاست؟

من فکر می‌کنم که مدیران باید به عقول جمعی احترام بگذارند. زمانی شما می‌توانید کیفیت هر کالا یا خدمتی را ارتقا دهید که بتوانید از تجربیات گذشته استفاده و آن را به‌روز کنید و آن را برای محصول جدید به کار گیرید. این موضوع از چند بعد قابل بررسی است. هم از منظر مالی، به‌گونه‌ای که زمانی که یک مدیر یا کارمند از تجربه دیگران استفاده می‌کند، باعث می‌شود که خیلی از دوباره کاری‌ها و اشتباهات و ملاحظه‌کاری‌هایی را که در اجرا به وجود می‌آید، تکرار نکند. من احساسم بر این است که بینش مدیران باید به این سمت برود که بتوانند از دستاوردهای جمعی یا حتی دستاوردهای مسئولانی که قبلا در آن سمت مشغول به فعالیت بوده‌اند، استفاده کنند. این موضوع محقق نمی‌شود مگر اینکه مدیران به تجربیات دیگران احترام بگذارند و با جلسات همفکری‌ها و با توجه به راهبردهایی که در مدیریت دانش وجود دارد، معضل و مشکل را کالبدشکافی کنند و بهترین راهکارها را برای آن ارائه دهند و برای اجرایی کردن آن بهترین شیوه‌ها و ملاحظات را به کار بگیرند.

یکی از دلایلی که ایده‌ها و تجربیات نهفته افراد در سازمان‌ها قابل استفاده برای رفع مشکلات آن سازمان یا رشد و تعالی سازمان نیست، این است که سازوکارها و فرآیندهایی که باعث می‌شود این تجربیات و ایده‌ها و فرصت‌ها بتواند بارور، قابل‌استفاده یا قابل انتشار شود برای استفاده دیگر همکاران و مدیران بالادستی یک سازمان، وجود ندارد. مشاهده می‌کنید که تجربیات و افراد خبره بسیاری وجود دارند ولی چون به‌صورت جزیره‌ای یا پراکنده عمل می‌کنند، بین تعاملات آنها هم‌افزایی وجود ندارد. پس گاهی در یک سازمان افراد خبره و باتجربه وجود دارند که یک معضل و مشکل‌سازمانی را حل کرده‌اند ولی چون به‌صورت جزیره‌ای این کار را انجام داده‌اند و در یک بستر تجربیات خود را در اختیار همکاران یا مدیران بالادستی سازمان قرار نداده‌اند، باعث شده که این تجربه در خود فرد بماند و موجب ارتقا نمی‌شود.

پس معتقدید که نبود روحیه جمع‌گرایی یا کار تیمی یکی از معضلات اساسی و اصلی است؟

بله، در واقع اگر روحیه جمع‌گرایی یا کار تیمی را به وجود بیاوریم یا بستر فرآیندها و تعاملاتی را که به اشتراک دانش‌ها و تجربیات افراد در یک سازمان می‌انجامد طراحی کنیم و به وجود بیاوریم و در سازمان جاری کنیم و مدیران ارشد از آن فرآیندها، تعاملات و سیستم‌ها به‌خوبی حمایت کنند، باعث می‌شود که استفاده از تجربه، خلاقیت و نوآوری دیگران و استفاده از راه‌حل‌هایی که مشکلات سازمانی را از بین می‌برد، به‌عنوان یک فرآیند جاری در سازمان ادامه پیدا کند و نتایج آن در سازمان رسوب کند و به فرهنگ سازمان کمک کند تا در ارتباط با مشکلات و معضلاتی که پیش‌روی آن است، به‌راحتی راه‌حل آن را پیدا کند نه اینکه مشاور بگیرد، پروژه تعریف کند یا حتی برخی از مدیران به سراغ فرافکنی بروند و مسئولیت تصمیم‌گیری‌های خود و مشکلات ناشی از آن را نپذیرند.

در حال حاضر در سازمان‌های ایرانی این آمادگی وجود دارد که فرآیند و سازوکاری را که شما به آن اشاره کردید اجرا کنند؟ به شکل مصداقی و عملی این اتفاق افتاده است یا خیر؟

کسب‌وکارهایی که در ایران شکل گرفته‌اند، یک تفاوت ماهوی با کسب‌وکارهای کشورهای پیشرفته دارند، اقتصاد آنها عموما اقتصاد سرمایه‌گذاری یا سرمایه‌داری مبتنی بر بهره‌وری و بهینه کردن است. درحالی‌که در کشور ما به واسطه اینکه بیشتر اقتصاد در دست مجموعه‌های دولتی، شبه‌دولتی یا خصولتی است، باعث شده که مفاهیم ارزشمندی مانند مدیریت دانش، مدیریت جامع کیفیت و مدل‌های مختلف کیفیت، نقش و تأثیرگذاری‌ای را که باید داشته باشند، نداشته باشند. دلیلش این است که مجموعه‌هایی که با استفاده از رانت یا بازارهای انحصاری در حال فعالیت هستند، هیچ‌گاه لزومی نمی‌بینند که کیفیت کالای خود را ارتقا دهند یا حتی فرآیندها و سیستم‌های خود یا نحوه پاسخگویی به ذی‌نفعان را بهبود دهند. منظور از ذی‌نفعان، تمام مجموعه‌ها یا سازمان‌هایی است که با یک شرکت برای ارائه یک خدمت یا یک محصول در تعامل است.

نظرم این است که کشورمان به سمت خصوصی شدن در حال حرکت است اما از دیدگاه من با یک روال غلط، آن هم به واسطه این است که هیچ‌گاه مجموعه‌ای که رانت و پول دارد حاضر نیست بازار خود را با یک مجموعه خصوصی به اشتراک بگذارد. از همین رو در بسیاری از حوزه‌ها مشاهده می‌کنید که مجموعه‌های خصوصی در رقابت با مجموعه‌های دولتی همواره عقب هستند و این عقب‌ماندگی من‌باب این است که مجموعه خصوصی می‌تواند توانمندی خود را افزایش دهد، اما این اتفاق زمانی رخ می‌دهد که میدانی برای عرض اندام و برای ارائه محصولات یا خدمات بهتر داشته باشد.

درواقع هر جایی که دولت در حوزه بخش‌خصوصی سرمایه‌گذاری کرد، منافع خوبی را عاید خود کرد. البته کشورمان در حال پیشروی برای ارتقای کیفیت خدمات و محصولات است. البته معضل دیگری که داریم این است که به محض اینکه بستر لازم فراهم شود و کشورهای خارجی در داخل ایران شرکت‌های مشترک یا شرکت‌های ارائه خدمات و محصولات را دایر کنند، بسیاری از مجموعه‌های ایرانی ورشکسته می‌شوند یا کنار زده می‌شوند. دلیل این موضوع آن است که مجموعه‌های ایرانی هنوز درنیافته‌اند بابت پولی که از مردم و مجموعه‌های خصوصی و دولتی می‌گیرند، باید کیفیت مناسب ارائه دهند. شرکت‌های ایرانی یاد نگرفته‌اند که هرچند در قبال خدمت یا محصولی که ارائه می‌دهند پول دریافت می‌کنند، اما موظف هستند که کیفیت را رعایت کنند. این در حالی است که در روزها یا ماه‌های اولیه ارائه یک محصول یا خدمت، کیفیت بسیار عالی است اما پس از مدتی به یکباره کیفیت افول می‌کند. درحالی‌که کیفیت یک خدمت یا محصول باید مستمر باشد. یعنی علاوه بر اینکه کیفیت اولیه را حفظ می‌کند، باید روزبه‌روز با خلاقیت و نوآوری و استفاده از تجربیات و دانش‌های نهفته دیگران و بازخوردگیری از مشتریان، باید بتوان کیفیت و تنوع محصولات و خدمات را افزایش داد. یعنی باید هم مشتریانی را که جذب کرده است حفظ کند و هم بقیه سهم بازار را از آن خود کند و این اتفاق نمی‌افتد مگر اینکه کیفیت را ارتقا دهد.

پس این‌طور که از صحبت‌های شما می‌توان برداشت کرد، ساختار مدیریت دولتی که جزیره‌ای است، مانع جاری شدن مدیریت دانش در سازمان‌ها می‌شود؟

هم این موضوع مطرح است و هم اینکه بسیاری از مدیران زمانی که دانش، تجربیات و مشکلات‌شان را در اختیار دیگران قرار می‌دهند، احساس خطر می‌کنند که طرف مقابل متوجه نقاط ضعف و قوت آنها شود و جای او را بگیرد یا زیرآب او را بزند.

به عبارت دیگر ما ایرانی‌ها به دنبال این نیستیم که دانش خود را در اختیار دیگران قرار دهیم. اما در سایر کشورها مدیر قبلی زمانی که برکنار می‌شود یک یا چند ماه موظف است که تمام دانش و اطلاعات خود را به مدیر جدید ارائه دهد تا مدیر جدید اشتباهات مدیر قبلی را تکرار نکند و توان خرید مردم با اشتباهات مکرر پایین و پایین‌تر می‌آید. زیرا به دیدگاه من بسیاری از مشکلات اقتصادی در کشور که وجود دارد به واسطه این است که اشتباه مدیران دولتی ما زیاد است و این اشتباهات مدیران دولتی را مردم پرداخت می‌کنند. درواقع زمانی که پول مردم کمتر شود، قدرت خرید آنها کاهش می‌یابد.

بنابراین با توجه به آنچه اشاره کردید و با توجه به نقاط ضعفی که در کشور ما وجود دارد، مدیریت دانش می‌تواند به‌تنهایی در بخش‌خصوصی تغییر ایجاد کند و در صنایع تحول ایجاد کند یا خیر؟

مدیریت دانش یک ابزار است. مدیریت دانش به‌عنوان یکی از ابزارهای قوی برای بهبود کیفیت و بهبود سطح زندگی و فرهنگ عمومی شهروندان است ولی تا زمانی که بینش مسئولان و مردم تغییر نکند و تا مطالبه‌گری و درخواست از سمت مردم مطرح نشود، مدیریت دانش به‌تنهایی نمی‌تواند مشکل را حل کند. یکی از کارکردهای تمام فناوری‌ها و تکنولوژی‌های روز که به سمت ما می‌آید بالا بردن سطح کیفیت و رفاه عمومی مردم است. به دیدگاه مدیریت دانش این اتفاق به‌تنهایی نمی‌تواند رخ دهد و عموما مجموعه‌ها و شرکت‌هایی که از مدیریت دانش برای بهبود کیفیت و بالابردن سطح فناوری و سطح رقابتی خود در بازار استفاده می‌کنند، مجموعه‌های نسبتا بلوغ‌یافته‌تری هستند و باید از یکسری نیازهای اولیه خود فراتر باشند.

مدیر مجموعه دولتی و خصوصی آموخته زمانی که وارد یک مجموعه شد از کارمندان ایراد بگیرد یا فرافکنی کند یا به هیچ‌کس پاسخگو نباشد، هیچ‌گاه نمی‌تواند مدیریت دانش را مستقر کند. زیرا نخستین اصل مدیریت دانش این است که یک فرد یا یک مدیر دانش و تجربیات خود را در اختیار دیگران بگذارد و دیگران نیز دانش و تجربیات خود را با وی تبادل کنند. این اشتراک دانش و تجربیات چه فرد به فرد و چه سازمان به سازمان، موجب بالا رفتن رفاه و کیفیت زندگی می‌شود و سبب افزایش مزیت رقابتی کسب‌وکارها می‌شود.

پس لازمه این موضوع تبادل تجربیات و دانش است؟

بله، هم تبادل و تعامل تجربیات است و هم اینکه مدیران متوجه شوند که این تبادلات نقطه ضعف آنها نیست. به این ترتیب فردی که اقدام به این کار می‌کند متوجه می‌شود بسیاری از راه‌هایی که باید می‌رفته و خیلی از خطاهایی را که باید می‌کرده، دیگر مرتکب نشود.

اگر بخواهیم مدیریت دانش را یک مقوله فراسازمانی و در جایگاه دولت ببینیم، دولت چگونه می‌تواند از دریچه مدیریت دانش به رشد صنایع کمک کند؟

یکی از بحث‌هایی که وجود دارد این است که دولت اگر می‌توانست شبکه‌ای را به وجود آورد که قبل از تصمیم‌گیری‌های کلان برای کشور موردکاوی و بهینه‌کاوی انجام دهد و مشخص می‌کرد که بازخورد این تصمیم‌ها چیست، بسیار اتفاق خوبی بود زیرا قبل از یک مدیر، چندین فرد دیگر در همین سمت بودند و تصمیمات مشابه این را گرفته‌اند و باید دید چه اتفاقی می‌افتد که یک مدیر هیچ اطلاعات و تجربه‌ای در این مورد ندارد. دلیل این است که مدیران قبلی تجربیات خود را در جایی ثبت نکرده‌اند یا اگر ثبت کرده‌اند، این تجربیات در اختیار مدیر جدید و کارمندان نیست که بتوانند از آن استفاده کنند.

از دیدگاه من دولت به‌عنوان بزرگ‌ترین بنگاه اقتصادی در کشورمان می‌تواند از خودش شروع کند و استفاده از دانش‌ها و تجربیات را با بهره‌گیری از سامانه‌ها و سازوکارها و فرآیندهایی به وجود بیاورد و در اختیار بقیه و تصمیم‌گیران قرار دهد. اینکه تصمیمات اتخاذ شده چه بازخوردی در جامعه و صنعت دارد، در تمام دنیا یک مشکل بوده است و این تجربه چندین بار در چند کشور انجام شده است و دلیل اینکه یک مدیر یا مسئول تجربه غلط را دوباره تکرار می‌کند، این است که این تجارب در اختیار مدیران و مسئولان نبوده و در یک سامانه یا فرآیند یا فرهنگ سازمانی وجود ندارد.

بنابراین در کشور ما هیچ سازمان دولتی یا خصوصی بحث مدیریت دانش را در سرلوحه کار قرار نداده است؟

به‌صورت موردی سازمان‌هایی وجود دارند که بسته به بلوغ و فرهنگ سازمانی خود از مدیریت دانش استفاده می‌کنند ولی عموما مباحثی مانند مدیریت دانش و نوآوری و یادگیری قبل از اینکه براساس نیاز در یک سازمان پیاده‌سازی شود و استقرار پیدا کند، پرستیژ آن می‌آید

به‌صورت موردی سازمان‌هایی وجود دارند که بسته به بلوغ و فرهنگ سازمانی خود از مدیریت دانش استفاده می‌کنند ولی عموما مباحثی مانند مدیریت دانش و نوآوری و یادگیری قبل از اینکه براساس نیاز در یک سازمان پیاده‌سازی شود و استقرار پیدا کند، پرستیژ آن می‌آید

اگر خاطرتان باشد چند سال پیش که ایزو وارد ایران شد، تمام سازمان‌ها و شرکت‌ها برای دریافت آن هجوم بردند و در تبلیغات کالاها و محصولات هم بسیار مطرح می‌شد.

درواقع ایرانیان به لحاظ فرهنگ تعاملی و فرهنگ کسب‌وکار زمانی که با موضوعی ناآشنا یا کم‌آشنا است، با آن مانند مد برخورد می‌کنند. درحالی‌که ایزو برای ارتقای کیفیت وارد کشور شد و هدف مدیریت دانش این است که تجربه یک سازمان را بالا ببرد تا پول کمتری هزینه شود و سازمان‌ها به مقصد و هدف خود برسد بدون اینکه راه‌های غلط را برود. به‌طورکلی در کشورمان سازمان‌های اندکی این کار را انجام داده‌اند و البته اقدامات خوبی را صورت داده‌اند و به‌صورت مفهومی و بنیادی روی این موضوع کار می‌کنند. در واقع این تفکر درست است و نه اینکه تمام مباحث مرتبط با مدیریت دانش را خوب بدانیم ولی این مفاهیم مشکل و دردی را از سازمان‌ها دوا نکند. اگر با این مفاهیم به‌صورت شکلی، ظاهری، سلیقه‌ای، کم‌عمق، مقطعی و پرستیژی برخورد شود، هیچ‌گاه تأثیرگذاری نخواهد داشت.

آزموده

سازمان‌های یادگیرنده و پویا به ستون مدیریت دانش تکیه می‌زنند

ترجمه و گردآوری: رویا پاک‌سرشت

اگر سازمان‌های مدرن را سازمان‌هایی پویا و یادگیرنده تلقی کنیم، باید بپذیریم که به تعبیر دیوید داربیشر، کارشناس اقتصادی، مدیران هر روز در برابر بمبارانی از اطلاعات و موضوعات جدید و کاربردی قرار دارند. پردازش این اطلاعات، استفاده از آنها و به عبارتی کلی‌تر به‌کارگیری تکنیک‌های مدیریت دانش تا حدی مهم است که بنا بر گزارش گاردین، شرکت‌های بزرگی مثل جنرال‌الکتریک، شورای اجرایی ویژه‌ای برای مدیریت دانش در مجموعه تحت سرپرستی خود تدارک دیده‌اند. سه دلیل عمده برای تأکید سازمان‌های امروزی بر مدیریت دانش شامل موارد زیر است:

۱. تسهیل قابلیت‌های تصمیم‌گیری: طبقه‌بندی اطلاعات، جمع‌بندی نقاط ضعف و قوت، موفقیت یا شکست و... به مدیران سازمان‌ها کمک می‌کند تا در تصمیم‌گیری‌های خود موفق‌تر عمل کنند. این کار در سازمان‌های بزرگ معمولا از طریق اتاق‌های فکر و با بحث و نقد انجام می‌شود.

۲. ایجاد سازمان‌های یادگیرنده: دیوید گاروین در کتاب خود در حوزه مدیریت دانش می‌نویسد: یکی از ارکان اصلی در بحث مدیریت دانش، فرهنگی است که به موجب آن همه ارکان سازمان مرتب می‌آموزند و به سمت جلو پیش می‌روند. طبیعی است، یادگیری سازمانی شامل گذشتن از مرزهای شکست و موفقیت است. با این وجود، یادگیری سازمانی به پیشبرد اهداف مدیریت دانش کمک می‌کند.

۳- تحریک تغییر فرهنگ سازمانی و نوآوری: برگزاری کارگاه‌های آموزشی و شرکت در کنفرانس‌های بین‌المللی سال‌هاست بین مدیران موفق رواج دارد. شرکت در چنین محافلی نه‌تنها مدیران را به سمت نوآوری و خلاقیت در روش‌ها سوق می‌دهد بلکه دامنه دانش و اطلاعات سازمانی را به‌روز می‌کند.

مدیریت دانش یک انتخاب است

اگر به لیست مزیت‌های مدیریت دانش مواردی مثل کاهش هزینه‌ها را هم اضافه کنیم، به این نتیجه خواهیم رسید که بهره‌گیری از مدیریت دانش برای هر سازمانی اجباری به نظر می‌رسد. با این وجود، پژوهش‌های سازمانی نشان می‌دهند مدیریت دانش پیش از هرچیز به افکار مدیران سازمان وابستگی دارد. آلن فراست، کارشناس و مدرس بازاریابی و مسائل اقتصادی، در مقاله‌ای به این موضوع اشاره کرده که دانش سازمانی به دو بخش اساسی تقسیم می‌شود؛ دانش تئوری و دانش کاربردی. بسیاری از سازمان‌های غیرمدرن و کم‌بازده، تنها به دانش تئوری متکی هستند، درحالی‌که، مدیریت دانش کمک می‌کند تا دانش سازمانی از حد تئوریک فراتر رود. نکته مهم در این بخش، توجه به تأثیر مستقیم دانش سازمانی بر مدیریت کیفیت است. درواقع همبستگی مثبت میان این دو مفهوم سازمانی، کمک می‌کند هر اندازه مدیریت دانش سازمانی افزایش یابد، مدیریت کیفیت هم ارتقا یابد.

مدیریت دانش در کشورهای مختلف

مدیریت دانش در کشورهای توسعه‌یافته

کشورهای توسعه‌یافته و صنعتی موفقی مثل آلمان، مدارس ویژه‌ای برای تدریس مدیریت دانش به مدیران و علاقه‌مندان تأسیس کرده‌اند، اما به‌جز تحصیلات آکادمیک، برگزاری مداوم کارگاه‌های آموزشی برای آموختن متدهای مدیریت دانش، به یک مسئله متداول در کشورهای توسعه‌یافته بدل شده است. این کارگاه‌ها، نه‌تنها فرصت برای آموختن و بهبود وضعیت سازمان‌ها را فراهم می‌کند، بلکه فرصت خوبی برای مبادلات سازمانی و ایجاد همبستگی و رقابت سازنده بین شرکت‌های مختلف است.

مدیریت دانش در کشورهای توسعه‌نایافته

متأسفانه مدیریت دانش در همه موارد با موفقیت روبه‌رو نمی‌شود و برخی عوامل زمینه را برای شکست برنامه‌های مدیریت دانش فراهم می‌کنند. مای فن نوربرت در پژوهشی جامع در حیطه مدیریت دانش در کشورهای آفریقایی به تشریح عواملی پرداخته که نه‌تنها موجب شکست برنامه‌های مدیریت دانش در کشورهای حوزه آفریقا می‌شود بلکه می‌توانند به‌نوعی به سایر کشورهای کمتر توسعه‌یافته تعمیم داده شوند. براساس این پژوهش که در مجله بین‌المللی مدیریت دانش منتشر شده، برخی عوامل اساسی، در بروز ناکامی مدیریت دانش چنین برشمرده شده است:

- ضعف در فرهنگ سازمانی و پیوند آن با فرهنگ قومی باعث شده نوعی عدم یکپارچگی و سردرگمی سازمانی در سازمان‌های کشورهای آفریقایی دیده شود.
- عدم شرکت مدیران آفریقایی در پروژه‌های مدیریت دانش از یک‌سو و ضعف در بخش تکنولوژی و انتقال اطلاعات از سوی دیگر، باعث کاهش دسترسی سازمان‌ها، به متدهای جدید و کاربردی شده است.
- فقدان چرخه ارتباطی صحیح بین کارمندان و رؤسا، مانع دیگری است که نیاز به بازنگری دارد. عدم وجود سلسله‌مراتب صحیح در سازمان و انتقاد همه کارکنان به یک مدیر ارشد، ازجمله همین زیرساخت‌های غلط است.
- فقدان انگیزه و عدم شفافیت سازمانی که اغلب به سبب ساختار بیمار و غیرسالم سازمان‌هاست، انگیزه‌های موجود برای مدیریت دانش را سرکوب می‌کنند.
- بودجه نامناسب، یکی از معضلات سازمان‌ها محسوب می‌شود، اتلاف سرمایه سازمان در چرخه‌های از پیش محکوم به شکست و عدم اختصاص بودجه مناسب به پروژه‌های مدیریت دانش، اغلب مسیری جز شکست ندارند.
- برنامه‌ریزی‌های نامناسب که از دو بخش، اطلاعات ناکافی و تقلید کورکورانه از روش‌های نامتجانس، حاصل می‌شود، از دیگر عوامل شکست در سازمان‌ها است.

نگاه آخر

پرونده‌ای کوچک درباره مدیریت تولید انیمیشن در ایران

چرا چرخ انیمیشن ایران نمی‌چرخد؟

اشکان رهگذر
مدیرعامل هورخش استودیو

شاید بعد از گذشت قریب به۷۵ سال از عمر انیمیشن ایران هنوز باورش برایمان سخت باشد که انیمیشن هم اقتصاد دارد، می‌تواند منشا درآمد ناخالص برای کشور باشد و همچنین راهی برای اشتغال جوانان در ایران اما اینکه چرا چرخ انیمیشن ایران نمی‌چرخد سوالی است که مدت‌ها است مطرح است و کمابیش پاسخش را می‌دانیم. انیمیشن ایران دولتی است، این بدان معنی است که طی سالیان گذشته ارگان‌های دولتی پول خرج کردند و انیمیشن ساختند، آن هم انیمیشن‌هایی که در نازل‌ترین سطح کیفی تولید شدند و تنها آنتن تلویزیون را پر کردند. این تولیدات حتی از جذب مخاطب ایرانی هم عاجز بودند، چه برسد به بازار خارجی. اوضاع بد انیمیشن ایران نتیجه کاشته دیروزمان است. زمانی که به واسطه وجود بودجه‌های دولتی کسانی بدون داشتن کمترین دانش در این زمینه دست به تولید انیمیشن زدند. حالا برند انیمیشن ایرانی در ذهن مخاطب تصویر زیبایی را نمی‌سازد، اما چه می‌شود کرد؟ آیا همچنان باید بنشینیم و منتظر شویم تا بودجه‌ای تصویب شود؟ البته که برای پیشرفت صنعت انیمیشن به کمک دولت نیاز است، اما چرا باید چرخ را دوباره اختراع کنیم؟ چرا از تجربیات استفاده نمی‌کنیم؟ شاید باورش برایمان سخت باشد که صنعت تولید انیمیشن در اروپا نیز با بودجه‌های کم یا بهتر است بگوییم به اندازه اداره می‌شود. به‌عنوان مثال ارگان دولتی «CNC» که ماموریت حمایت از صنعت انیمیشن در کشورهای اتحادیه اروپا را دارد به جای تقبل تمام سرمایه یک فیلم انیمیشن سینمایی که بالغ بر چندین میلیون دلار است حمایت خود را در قدم اول به بررسی پرونده‌های متقاضیان و پرداخت وام حمایتی اندکی جهت گسترش ایده تولیدکنندگان و پیشبرد بخشی از پیش تولید فیلم‌ها محدود می‌کند. به این صورت می‌تواند به جای خرج تمام بودجه خود تنها روی یک اثر حدود ۱۵ پروژه را وارد مرحله پیش‌تولید بکند. البته ناگفته نماند که استودیوهای تولیدکننده باید به اثبات برسانند که از توان و تجربه کافی جهت تولید طرح موردنظرشان برخوردارند. این بودجه اندک این فرصت را به استودیوهای تولیدکننده می‌دهد که بتوانند ایده‌های خود را پرورش دهند و پتانسیل‌های طرح را جهت نمایش برای تهیه‌کنندگان و پخش‌کنندگان و خریداران آماده کنند و به بازاریابی در فستیوال‌ها و بازارهای فیلم بپردازند، اگر پخش‌کننده‌ای پیدا بشود که در زمان اتمام تولید این پروژه پخش آن را تضمین کند حمایت‌ها از سوی «CNC» ادامه پیدا می‌کند، در غیراین صورت پروژه برای همیشه متوقف شده و «CNC» حمایت‌های خود را صرف آغاز پروژه‌های جدید می‌کند. مزیت این مدل حمایتی در آن است که در ابتدا پروژه‌های بیشتری شانس استفاده از توان حمایتی دولت را پیدا می‌کنند، از سوی دیگر استودیوهای تولیدکننده انیمیشن تمام تلاش خود را می‌کنند تا بتوانند طرح‌هایی را آماده کنند و پرورش دهند که در بازار اقبال پیدا کرده و از کیفیت کافی برای جذب مشتریان و مخاطبان برخوردارد هستند، همچنین «CNC» تولیدکنندگان را بر آن می‌دارد تا بخشی از سهم و هزینه‌های تولید پروژه را بر عهده بگیرند. پس به این ترتیب استودیوها که خودشان هم شراکتی در فروش فیلم خواهند داشت تمام توان خود را جهت هرچه بالاتر بردن کیفیت تولیدات خود و نزدیکی بیشتر به مخاطب به کار می‌گیرند. این مدل، مزیت دیگری را برای صنعت انیمیشن دارد، اگر یکی از پروژه‌ها و چندین پروژه به نتیجه دلخواه نرسند، باز هم پروژه‌های دیگری در گردشند که بتوانند موفقیت آینده را تضمین کنند. پس به این ترتیب یک ارگان حمایتی می‌تواند به حیات خود ادامه دهد و ضامن ادامه چرخه تولید باشد.

اما در ایران چه می‌گذرد؟ بودجه‌ای چندمیلیاردی برای تولید یک انیمیشن سینمایی یا تلویزیونی صرف می‌شود، استودیوی تولیدکننده از کنار تولید پولش را درآورده و سود هم می‌کند و در ادامه به دنبال جذب بودجه برای تولیدات بعدی است تا بتواند استودیویش را حفظ کند. پروژه قبلی تمام شده و هیچ ضرورتی برای فروش وجود ندارد، برگشت سرمایه اهمیتی ندارد و حتی پروژه تولید شده توان کیفی هم برای بازگشت سرمایه ندارد، اینکه مخاطب چقدر از چیزی که تولید شده خوشش بیاید یا نیاید هم مهم نیست، تنها این مهم است که پروژه بعدی آغاز شود. در پایان باید اشاره کرد که این تنها یک مدل از چندین و چند مدلی است که در صنعت انیمیشن اروپا به کار می‌رود و چرخ تولید استودیوهای بسیار زیادی را به حرکت درمی‌آورد تا این استودیوها بتوانند در کنار هیاهوی تولیدات هالیوودی به تولید و حیات خود ادامه دهند و مخاطبان خود را داشته باشند.

۸ سال زیبای خفته در والت‌دیزنی

پویان مکری
مدیر تولید انیمیشن

تولید انیمیشن برخلاف تصور عموم، فرآیندی بسیار زمانبر است. مخصوصا که موضوع، تولید انیمیشن بلند و سینمایی باشد. طول عمر پروژه‌هایی از این دست به بیش از سه سال به درازا می‌کشد. برای مثال تولید انیمیشن معروف زیبای خفته، هشت سال طول کشید. از این‌رو برخلاف پروژه‌هایی که ماهیت تقریبا مشابهی از نظر نوع سیستم‌های مدیریتی پروژه دارند، در پروژه‌های تولید انیمیشن برای مشاهده محصول نهایی و دریافت بازخورد باید تا انتهای پروژه صبر کرد. این یعنی شاهد بازگشت مالی در طول مدت تولید نخواهیم بود. محصول تولید شده قابل تغییر یا ارتقا نسبت به نیاز بازار نخواهد بود و از همه مهم‌تر آنکه، از آنجایی که تیم تولیدکننده تا انتهای پروژه قادر نیست حاصل دسترنج خود را ببیند، به مرور خطر فرسایش ممکن است گریبان‌گیر تیم شود.

در اینجا موضوع بحث تولید انیمیشن کوتاه که صرفا یک فعالیت هنری محسوب می‌شود نیست، بلکه در مورد مدیریت پروژه تولید انیمیشن سینمایی که یک فعالیت صنعتی اتلاق می‌شود، صحبت می‌شود. بسیار طبیعی است که هر استودیوی انیمیشن‌سازی، سازوکار منحصربه‌فرد خود را در امر مدیریت تولید داشته باشد. همان‌طور که روش مدیریتی والت‌دیزنی با آنچه در استودیو جیبلی ژاپن به‌کار گرفته می‌شود یک دنیا متفاوت است. این کاملا بستگی به تجربیات سازمان دارد که صدالبته با تجربیات و فرهنگ کشوری که استودیو در آن فعال است ارتباط مستقیم دارد. با این وجود، شکی نیست که تمامی استودیوهای جهان از تعاریف و اصول واحدی پیروی می‌کنند.

همین‌طور در یک استودیو انیمیشن‌سازی باید اصول و روند مدون کاملا مشخصی برای کنترل کیفیت وجود داشته باشد تا محصول نهایی از کیفیتی برابر با آنچه هدف‌گذاری شده است، برخوردار باشد. از سوی دیگر در روند کنترل پیشرفت تولید یک انیمیشن بلند، داده‌ها حرف اول را می‌زنند. نیاز است که داده‌ها به ریزترین شکل جمع‌آوری و تحلیل شوند تا تبدیل به اطلاعات و گزارش قابل تحلیل شوند که مدیران را در امر تصمیم‌گیری یاری رسانند اما تمام آنچه می‌تواند متضمن موفقیت یک استودیوی انیمیشن‌سازی باشد، فرهنگ سازمانی است که طی سال‌ها در آن شکل گرفته است.

یک پروژه تولید انیمیشن هم مانند هر پروژه دیگری دارای حدود و سطح استاندارد کیفی از پیش تعیین شده، بودجه و زمان مشخص و محدود است. همچنین مانند هر پروژه دیگری شامل مراحلی اساسی به مانند آغاز و برنامه‌ریزی، تولید، پایش و کنترل و اتمام است. در این نوع از پروژه‌ها ارزشمندترین منابع، نیروی انسانی است. مخصوصا در کشور ما نیروی انسانی با تجربه بسیار کمیاب است. نیروی انسانی که ما با آن سر و کار داریم را هنرمندان تشکیل می‌دهند و نیاز به، به‌کارگیری روش‌هایی متفاوت از آنچه در صنایع دیگر معمول است وجود دارد. نیروی انسانی در یک استودیو انیمیشن‌سازی با اندازه بزرگ، تنها سرمایه اصلی محسوب می‌شود بنابراین باید در این زمینه دائما در حال پژوهش بود و تلاش مضاعف به کار گرفت. به‌کارگیری روش‌های بدیع جذب، آموزش، پرورش و از همه مهم‌تر نگهداری نیروی انسانی جزو لاینفک فعالیت‌های اصلی و روزانه یک استودیو انیمیشن‌سازی است. برقراری ارتباط مؤثر بین افراد تیم و بین دپارتمان‌های مختلف در بخش تولید و همچنین ارتباط دوطرفه بین واحد تولید با سایر واحدهای سازمان از جمله واحد مالی و بازاریابی و همچنین ارتباطات مؤثر با ذی‌نفعان پروژه که مهم‌ترین آنها در این بخش دولت، سرمایه‌گذاران، جامعه و دانشگاه‌ها است، می‌تواند تا میزان بالایی موفقیت پروژه را تضمین کند.

حقیقت این است که ما در کشورمان با نیروی انسانی جوان و مستعد روبه‌رو هستیم. با فراهم آوردن زیرساخت‌های آموزشی و پرورشی صحیح، می‌توان از توان بالای آنها در رقابت درعرصه جهانی استفاده کرد. صد البته این یک واقعیت است که برای رقابت در بازار جهانی باید شیوه‌های نوین مدیریتی در هنر را جدی بگیریم و آنها را اجرا کنیم و همچنین فرهنگ کار تیمی را در کشورمان گسترش دهیم.

قاب

گوگل، پروژه جدیدی را برای ارسال کالا به مشتریان خود با استفاده از پهپادها تا سال ۲۰۱۷ میلادی آغاز خواهد کرد. در پروژه جدید گوگل پهپادها به حمل و انتقال کالاها می‌پردازند.

دور دنیا

علت واقعی مشکلات جهانی کوکاکولا

ترجمه:شکیبا شاملورضایی
منبع:BFM

فروش کوکاکولا طی چندین سال گذشته کمی دچار کاهش شده است؛ خصوصا در آمریکا که در ۲۰ سال گذشته حدود ۲۵درصد کاهش فروش داشته است و شاید تنها علت آن سیاست‌های ضد چاقی نباشد.

«کوکاکولا نشانه‌ای از گذشته ما است» این عبارت ماندگار توسط افراد عامی جامعه گفته نشده، بلکه توسط رئیس کارخانه پپسی، «ایندرا نویی»، طی نشستی با سرمایه‌گذاران عنوان شده است و زمانی که نفر دوم تولیدکننده نوشابه در جهان، چنین بر اصالت محصول خود اصرار می‌ورزد، پس ما باید آن را جدی تلقی کنیم. زیرا تغییری بسیار بزرگ در عادات مصرف آمریکایی‌ها ظهور کرده و در عین حال هنوز ناشناخته است. کوکاکولا به تدریج در حال ناپدیدشدن است.

هر ساله مصرف‌کنندگان خارج از کشور کمتر و کمتر مصرفش می‌کنند. طی ۲۰سال گذشته، سقوط مصرف نوشابه چنان گیج‌کننده است که طبق نوشته نیویورک تایمز ممکن است به ۲۵درصد هم برسد. به‌ویژه که این کاهش مصرف در میان جوانان بیشتر مشاهده می‌شود.

بین سال‌های ۲۰۰۴ و ۲۰۱۲، کودکان حداقل ۷۹ کالری در روز توسط هر نوشیدنی شیرین مصرف می‌کردند که معادل بیش از یک و نیم قوطی به ازای هر روز است. پس یک جوان آمریکایی به طور متوسط ۱۸۰قوطی در سال مصرف می‌کند! و این تنها آغاز ماجراست.

طبق پیش‌بینی سازمان استرالیایی تحقیقات IBISWorld، فروش نوشابه تا سال ۲۰۱۸، باید با بیشتر از ۴درصد کاهش همراه باشد.

به نظر می‌رسد این پدیده به تمام جهان غرب گسترش پیدا کرده است: در فرانسه، افزایش فروش تا سال ۲۰۱۰ ادامه داشت و از آن زمان به طور ناگهانی فروش معکوس شد. ژاک دوپره، مدیر ارتباطات در Iri این اطمینان را می‌دهد که «در سال جاری، روند منفی باقی می‌ماند. بین سپتامبر ۲۰۱۴ و اوت ۲۰۱۵، خریدوفروش نوشابه کوکا در سوپرمارکت‌ها تا حدود ۲درصد کاهش داشت و این کاهش در واقع فقط گریبانگر کوکاکولا شده و پپسی تقریبا از صحنه ناپدید شده است!»

به چه دلیلی کوکاکولا، این سمبل آمریکا و فست فود جهانی، کنار گذاشته شد؟

نخستین دلیلی که به ذهن‌مان خطور می‌کند مبارزه علیه چاقی است که هر روزه کشورهای بیشتری را در جهان با خود درگیر می‌کند.

خاویر تارلت، از سازمان مطالعات روند غذایی این‌طور بیان می‌کند: «رسیدن تمام موادغذایی مفید و غیرمضر به بدن، با خوردن میوه آغاز می‌شود. تمام اطلاعاتی که راجع به تعداد حبه‌های قند در یک لیوان داده می‌شود، تنها نشانه افکار و روحیه‌هاست. حتی روزنامه نگاری در یکی از کتاب‌هایی که تالیف کرده است به توصیف زندگی‌اش خالی از هرگونه قندی می‌پردازد.»

با وجود این شرایط، باز هم دولت‌ها راضی به پیشگیری نیستند. فرانسه در سال ۲۰۱۲، مالیاتی را بر نوشابه اختصاص داد که به گران‌تر شدن محصول کمک می‌کرد. علاوه بر آن، قیمت نوشابه‌ها ۶.۳درصد افزایش داشته است، یعنی حدود سه برابر بیشتر از نرخ تورم در محصولات مصرفی روزانه.

کوکا، دخانیات جدید فیلادلفیا

در ایالات متحده، هیچ مالیات مشابهی برای این نوشابه وجود ندارد اما در بعضی شهرها مانند فیلادلفیا ابتکاراتی را به کار گرفته‌اند به منظور اینکه مصرف نوشابه را در آن منطقه کاهش دهند. آنجا کوکاکولا کمی مانند ماده مخدر جدید در نظر گرفته می‌شد. به علاوه، در اغذیه فروشی‌های این شهر آمریکایی، نوشابه‌های قندی ممنوع اعلام شده بودند و کمپین‌های آگاهی والدین در آنجا مکررا حضور داشتند. نتیجه: بین سال ۲۰۰۷ و ۲۰۱۳، جوانان فیلادلفیایی ۴درصد کمتر از باقی جوانان آمریکایی کوکا مصرف کردند.

با این حال، این مبارزه علیه نوشیدنی‌های قندی بدون شک تنها دلیل نیست. علت اینکه چرا کوکا با عدم توجه روبه رو شده، این است که باقی نوشیدنی‌های قندی به خوبی در صحنه حاضرند.

برای مثال در فرانسه، فروش لیموناد با بیش از ۷درصد افزایش در سال ۲۰۱۵ همراه بوده، نوشیدنی‌های بر پایه چای ۱۰درصد و نوشیدنی‌های انرژی زا – که نمی‌توان آن را جزو نوشیدنی‌های سالم تلقی کرد -میزان فروش‌شان ۱۵.۶درصد از ابتدای سال تخمین زده شده است. علاوه بر این، کوکاکولای لایت هم در امان نبوده و به‌ویژه افولش در آمریکا چشمگیر است؛ جایی که ۶.۵درصد تنها در سه ماهه گذشته کاهش داشته است.

نوشیدنی‌های الکلی، بزرگ‌ترین دشمن کوکا؟

اگر مشکل از قند نیست پس از کجاست؟ پاسخ نزد رقیبان است. ژاک دوپره اظهار می‌دارد: «در حال حاضر محیط‌های رقابتی متفاوتی وجود دارند. نوشیدنی Oasis برای جوانان، نوشیدنی‌هایی بر پایه چای برای زنان و خصوصا نوشیدنی‌های انرژی زا و الکلی برای بزرگسالان. از طرف دیگر امروزه، روی آوردن به نوشیدنی‌های الکلی در سنین پایین‌تری رخ می‌دهد (از ۱۵-۱۶سالگی) و محصولات بسیار متنوع هستند. در فرانسه، فروش نوشیدنی‌های الکلی بسیار پویاست و هر ساله رشدی نزدیک به ۵ تا ۶درصد دارد. آیا نوشیدنی‌های الکلی در آینده، غرب تنها نوعِ نوشیدنی هستند؟ اگر مبلغ عظیم ۹۶میلیارد یورو را که توسط انهایزر-بوش اینبیف (شرکت تولیدکننده انواع نوشیدنی) برای خرید رقیب خود سبمیلر صرف شده در نظر داشت، می‌توان این فرضیه را قبول کرد. عدم استقبالی که برای کوکاکولا ایجاد شده، در نتیجه یک تغییر تدریجی بوده است.»

خاویر تارلت می‌افزاید: «سلایق تغییر کرده و تکامل می‌یابد. به‌زودی شاهد این خواهیم بود که نوشیدنی‌های انرژی‌زا به طرز موفقیت آمیزی نوشابه‌ها را از چرخه خارج می‌کنند. کوکا با گروه سنی هم‌رده خود قدیمی می‌شود و برای بازیابی نسل‌های جوان‌تر که به اندازه همان نسل قبلی اهمیت دارند به مشکل بر خواهد خورد.»

مطمئنا، کمپانی کوکاکولا خود را تهدید شده نمی‌پندارد، به‌ویژه به این دلیل که با تولید آب معدنی یا آب‌میوه، آغاز به ایجاد تنوع در نوشیدنی‌هایش کرده است. با این حال فروشش در طول دو سال کاهش داشته است (۲درصد در سال ۲۰۱۴ به میزان ۴۰.۶میلیارد یورو) و مدیر عامل شرکت، موهتار کنت، بازگشت به رشد قبلی را تا قبل از ۲۰۱۶ امکان‌پذیر نمی‌داند.

میزان خرید محصول کوکاکولا رو به افول است اما یک شبه ناپدید نخواهد شد و شاید در چند سال آتی به محصول پرباری تبدیل شود. «همیشه کوکاکولا» که به‌عنوان شعار تجاری این شرکت شناخته شده است قطعا دلیل محکمی برای ایجاد آن داشته است.

جدول امروز

قیمت رهن آپارتمان متراژ بالا در تهران

آنچه در زیر می‌آید جدول قیمت معاملات انجام شده رهن آپارتمان متراژ بالا در مناطق شهری تهران است.

منطقه	متراژ بنا(مترمربع)	سن بنا(سال)	ودیعه(تومان)	اجاره ماهیانه(تومان)
فرمانیه، مهماندوست	۳۳۰	۱۰	۳۰۰.۰۰۰.۰۰۰	۷.۰۰۰.۰۰۰
کامرانیه، خیابان پرستو	۲۵۴	کلنگی	۱۰۰.۰۰۰.۰۰۰	۷.۵۰۰.۰۰۰
دروس، حسینی	۲۲۰	۷	۵۰.۰۰۰.۰۰۰	۶.۰۰۰.۰۰۰
قیطریه، اندرزگو، خیابان اشکستان‌پور	۱۸۵	نوساز	۶۰.۰۰۰.۰۰۰	۵.۸۰۰.۰۰۰
پاسداران، نیسان سوم	۱۸۵	۱۰	۵۰.۰۰۰.۰۰۰	۷.۰۰۰.۰۰۰
میدان تجریش، خیابان جعفری	۱۸۵	۲	۶۰.۰۰۰.۰۰۰	۱۰.۰۰۰.۰۰۰

کیوسک

اخراج یک سیاره از منظومه شمسی

Bloomberg

اخترفیزیکدانان دانشگاه تورنتو دریافتند میلیاردها سال پیش در یک برخورد نزدیک بین سیاره مشتری و یک سیاره غول‌پیکر دیگر، مشتری باعث اخراج آن سیاره از منظومه شمسی شده است. برای نخستین بار در سال ۲۰۱۱ فرضیه حضور سیاره پنجمی در زمان شکل‌گیری منظومه خورشید ارائه شد. طبق این فرضیه در کنار سیارات مشتری، زحل، اورانوس و نپتون که امروزه به این نام آنها را می‌شناسیم، یک سیاره غول‌پیکر گازی‌شکل دیگر نیز وجود داشته است. سال‌هاست که دانشمندان گمان می‌کردند این سیاره اخراج شده همان زحل یا مشتری است. اخراج این سیاره غول‌پیکر در نتیجه برخورد سیاره‌ای نزدیک بوده که در آن یکی از سیارات شتاب زیادی گرفته و از جاذبه عظیم خورشید آزاد شده و به خارج از منظومه شمسی رانده شده است. توجه راین کلوتیر، سرپرست تحقیق و همکارانش به قمرها و مدارهایی جلب شد که براساس مدارهای مدرن کالیستو و لپتوس توسط کامپیوتر شبیه‌سازی شده‌اند. این دو به ترتیب قمرهایی هستند که به طور منظم به دور مشتری و زحل در حال چرخشند.

فناوری جدید برای مکالمه ربات‌ها

engadget

محققان دانشگاه جورجیا موفق به ارائه برنامه جایگزین نرم‌افزارهای موجود مکالمه ربات‌ها شدند. دکتر کریستال کایو و پروفسور آندرا توماز از دانشگاه جورجیا موفق به ارائه روش جدید جمله‌سازی و مکالمه شبیه انسان برای نسل جدید ربات‌های انسان‌نما شدند. آنها یکی از مهم‌ترین اشکالات سیستم‌های ارتباط‌سازی ربات‌های امروزی را روش سوال و پاسخ می‌دانند، چراکه در این روش مانند نرم‌افزار سیری شرکت اپل، مکالمه تنها با سوال و پاسخ امکان‌پذیر است و در این میان هیچ‌گونه احساس یا تشابهی به انسان واقعی احساس نمی‌شود. کایو و توماس با مطالعه روی روش ایجاد ارتباط انسان‌ها در جامعه و در شرایط واقعی، مدل جدیدی از مکالمه با ربات‌ها را بر مبنای جملات رسمی، جملات شکسته، خنده و سایر شرایط عادی شبیه‌سازی کردند. محققان معتقدند با رونمایی از سیستم‌های مکالمه با رایانه مثل سیری شرکت اپل و جست‌وجوی صوتی شرکت گوگل، پیشرفت‌های شگرفی در صنعت ربات‌های انسان‌نما پایه‌ریزی شد، اما این نرم‌افزارها فاقد قابلیت درک احساسات انسان و تغییر لحن و بیان گفتارها هستند و برای استفاده در ربات‌های انسان‌نما مناسب نیستند.

تراشه‌ای که مقاومت ویروس را تشخیص می‌دهد

Associated Press

پژوهشگران به منظور ارائه سریع نتایج آزمایشات پزشکی تراشه‌ای ساخته‌اند که با کاهش مدت زمان تشخیص از تجویز بی‌مورد آنتی‌بیوتیک توسط پزشکان جلوگیری می‌کند. دانشمندان کانادایی ابزار تشخیصی جدیدی ساخته‌اند که می‌تواند مدت زمان آزمایش ویروس‌های قوی ضدمیکروبی مقاوم (Antimicrobial resistance,AMR) را از چندین روز به چند ساعت کاهش دهد. به دلیل اینکه این فرآیند به‌طور قابل‌توجهی کوتاه‌تر شده است، پژوهشگران بر این باورند که تراشه جدید آنها می‌تواند به خوبی عفونت را تشخیص دهد و به پزشکان در تجویز زودتر آنتی‌بیوتیک موثر کمک کند. در گزارش اخیری که توسط دولت بریتانیا تهیه شده است، دانشمندان تخمین می‌زنند بیماری AMR می‌تواند هر ساله جان ۱۰میلیون انسان را گرفته و هزینه‌ای برابر با ۱۰۰ تریلیون دلار برای مراقبت‌های بهداشتی در سطح جهان داشته باشد. نویسنده این گزارش، جیم اونیل، اقتصاددان ارشد سابق موسسه گلدمن ساکس، تخمین‌های ذکر شده را محافظه‌کارانه دانسته و اضافه می‌کند احتمالا ارقام واقعی بسیار بیشتر هستند. به گفته دانشمندان دانشگاه تورنتو (University of Toronto)، یکی از علل مقاومت به آنتی‌بیوتیک تجویز نادرست و بی‌فایده داروست.