روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

چهارشنبه ۹ دی ماه ۱۳۹۴

Wed. 30 Dec 2015

۱۸ ربیع‌الاول ۱۴۳۷ - سال دوم

شماره ۴۰۶ - ۱۶+۲۰ صفحه - ۱۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

رهبر معظم انقلاب:

دنیای اسلام باید اهتمام خود را رسیدن به تمدن نوین اسلامی قرار دهد

همزمان با هفدهم ربیع الاول، خجسته سالروز میلاد پیامبر اعظم حضرت محمد(ص) و حضرت امام صادق(ع)، مسئولان نظام، میهمانان شرکت‌کننده در کنفرانس وحدت اسلامی، سفرای کشورهای اسلامی و جمعی از قشرهای مختلف مردم، صبح سه‌شنبه با...

۸

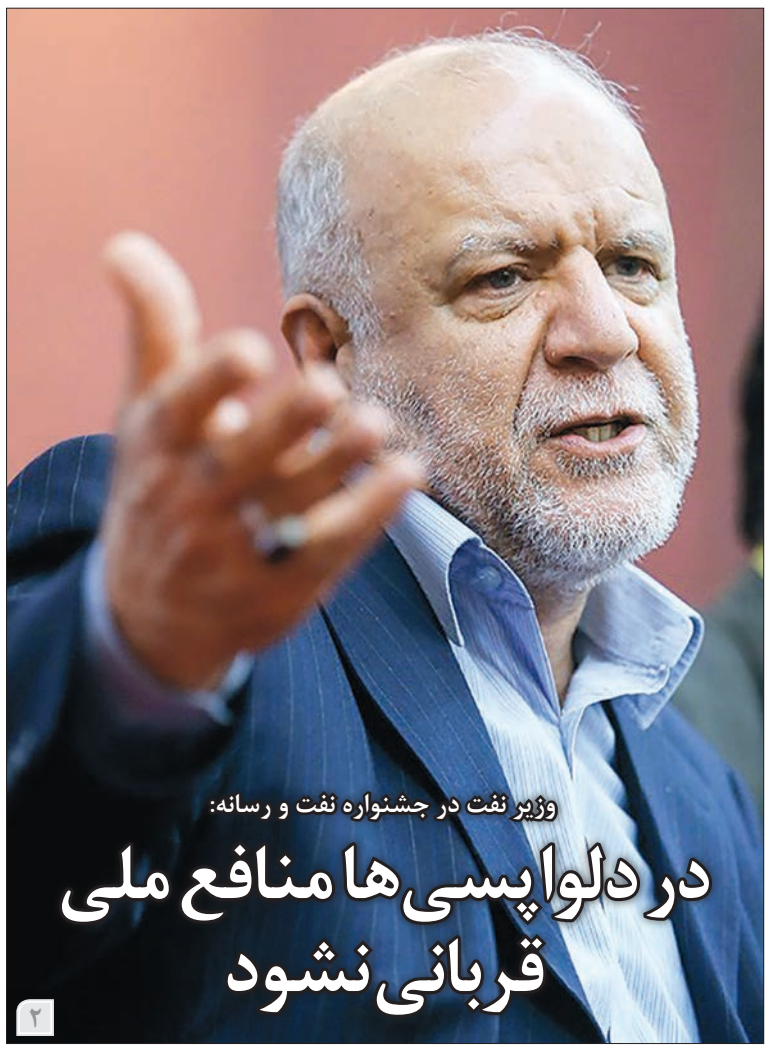
گزارش تحلیلی «فرصت امروز» از ضرورت استقلال بانک مرکزی

بانک مرکزی؛ درخدمت دولت یا اقتصاد

بانکداری ایران پس از پیروزی انقلاب اسلامی با دو قانون که یکی در سال ۱۳۵۸ و به وسیله شورای انقلاب اسلامی و دیگری در مجلس اول تصویب شد، سرنوشت تازه‌ای پیدا کرد، این دو قانون موجب شد که بانک‌های ایرانی دولتی شدند، بانک مرکزی زیر سلطه نهاد دولت قرار گرفت و تاسیس بانک خصوصی متوقف شد. در قانون برنامه سوم توسعه بود که سرمایه‌گذاران داخلی اجازه پیدا کردند بانک تاسیس کنند و مطابق سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی نهادهای عمومی نیز به بانکداری پیوستند. در حالی که این دو قانون جدید راهی برای کاهش دخالت بانک مرکزی در اداره بانک‌ها از جمله تعیین نرخ سود رقابتی است، اما بانک مرکزی ایران هنوز براساس تفکر قدیمی که این بانک را حاکم بلامنازع بانک‌ها و برای اجرای سیاست‌های دولت می‌داند عمل می‌کند. آیا روزی می‌رسد که بانک مرکزی از دولت استقلال نسبی پیدا کند و خود نیز به بانک‌ها استقلال دهد؟

البته استقلال بانک مرکزی از جمله مشکلات پیچیده نظام بانکی است که با وجود چند دهه از طرح موضوع آن همچنان لاینحل باقی مانده است. پرسش اساسی که در برابر همه اندیشمندان نظام بانکی قرار دارد این است که چرا باید بانک مرکزی در برابر قدرت‌ها و دولت‌ها از استقلال برخوردار باشد؟ وابستگی بانک مرکزی به دولت‌ها و دخالت دولت‌ها در امور بانک مرکزی چه آثار زیانباری به دنبال دارد؟ تجربه کشورهای موفقی که از نظام‌های بانکی بالغ و پیشرفته برخوردارند، از نحوه اداره بانک مرکزی چیست؟

۴



وزیر نفت در جشنواره نفت و رسانه:

در دلواپسی‌ها منافع ملی قربانی نشود

۲

سرمقاله

بایدها و نبایدهای کاهش نرخ سود بانکی

دکتر محمدرضا قدیمی
مدیرمسئول

موضوع کاهش نرخ سود بانکی و اختلاف‌نظر میان مردان اقتصادی دولت در این زمینه طی ماه‌های گذشته به یک سریال دنباله دار تبدیل شده است. روزی نیست که خبر یا تحلیلی درباره این موضوع در رسانه‌های مختلف مطرح نشود. باوجود وعده رئیس‌جمهور محترم در خصوص کاهش نرخ سود بانکی و به تبع آن کاهش نرخ سود تسهیلات، جلسات شورای پول و اعتبار...

۱

برای مدیران

بهزاد باشو | فرصت امروز

نگاهی به یک سمت سازمانی جدید با چالش‌های فراوان

حقایق زندگی مدیر برند در شرکت‌های ایرانی

تا اسم از مدیریت برند می‌آید، تصویر ذهنی یک شرکت بزرگ و پرآوازه و معتبر به خاطر می‌آید اما مدیریت برند در شرکت‌های ایرانی بیش از آنکه یک موضوع جذاب باشد یک تهدید جدید به حساب می‌آید. مدیریتی که قرار است به همه چیز کار داشته باشد و عموما به‌عنوان یک فرد ناراضی شناخته می‌شود. پیشوندها و پسوندها بیش از آنکه به نظر برسند تولید بار ذهنی می‌کنند، به‌خصوص زمانی که نظام توزیع قدرت در سازمان‌های ایرانی به‌صورت...

۱۱

کمبود غذا، چالش نگران‌کننده پیش روی انسان

بسیج جهانی برای پرکردن شکم بشر

۱۵

سفیر ایران در چین خبر داد

ایران درخواست عضویت دائمی در پیمان شانگهای را ارائه می‌کند

سفیر ایران در چین با بیان اینکه چین با ۳۷ کشور قرارداد سوآپ ارزی دارد، گفت: پیش‌نویس سوآپ ارزی بین ایران و چین را به‌تازگی دریافت کرده‌ایم و برای انعقاد چنین قراردادی تلاش خواهیم کرد.

به گزارش فارس، علی اصغر خاجی سفیر جمهوری اسلامی ایران در کشور چین، در دیدار هیأت رسانه‌ای اعزامی ایران به این کشور، با بیان اینکه چین بزرگ‌ترین صادرکننده جهان است، گفت: این کشور ۵۰۰ میلیارد دلار با آمریکا و ۶۰۰میلیارد دلار با اروپا تجارت دارد.

وی ادامه داد: ایران با همکاری چین، عضو موسس بانک تازه تاسیس توسعه زیرساخت‌ها شد و در عین حال راهبرد جاده ابریشم چین، زمینه موثری برای بالا بردن سطح روابط با این کشور است.

سفیر ایران در چین با بیان اینکه تلاش کردیم تجار ایرانی را در چین متشکل کنیم و آنها را در چهار منطقه سازماندهی کرده‌ایم، گفت: وقتی شرایط عوض شده، چینی‌ها هم باید در بازار ایران رقابت کنند؛ چراکه غرب هم در حال وارد شدن به این بازار است.

سفیر ایران در چین اظهار داشت: بعد از سفر رئیس‌جمهور چین به ایران، سند مشارکت راهبردی چین و ایران منتشر خواهد شد که این سند درواقع قراردادی است که چینی‌ها با کشورهایی که رابطه چین با آنها از سطحی بالاتر می‌رود، منعقد می‌کنند.

وی در ادامه گفت: باتوجه به تغییر شرایط می‌توانیم عضو پیمان شانگهای شویم و ما هم درخواست عضویت دائمی در این پیمان را ارائه خواهیم داد.

خاجی با بیان اینکه چین با ۳۷ کشور قرارداد سوآپ ارزی دارد، گفت: پیش‌نویس سوآپ ارزی بین ایران و چین را به‌تازگی دریافت کرده‌ایم و برای انعقاد چنین قراردادی تلاش خواهیم کرد.

سفیر ایران در چین افزود: یوآن چین هم به‌تازگی وارد SDR شده و سومین سهم را در صندوق بین‌المللی پول با ۱۰,۹درصد دریافت کرده است.

وی در ادامه اظهار داشت: در چین ۵۰۰هزار کارگاه متوسط و کوچک موفق وجود دارد که با همه کشورهای دنیا کار می‌کنند، به‌گونه‌ای که چین را کارخانه دنیا می‌نامند، اما کارآفرینان ایران نتوانستند وارد این حوزه شوند.

خاجی اضافه کرد: از طرف چینی‌ها تمایل برای سرمایه‌گذاری در صنعت نفت ایران وجود دارد، چنانکه ما تاکنون پروژه‌های زیادی در بالادست و پایین‌دست نفت با چینی‌ها داشته‌ایم.

وی تصریح کرد: شرق آسیا و چین تنها جایی است که مصرف انرژی در آن رو به رشد است و بازارهای ما هم به لحاظ میزان مصرف و هم به لحاظ قیمت انرژی در شرق آسیاست، چنان‌که هر بشکه نفت ۴ یا ۵ دلار در این سوی دنیا گران‌تر است و درعین حال چین هم برنامه‌های جدی برای رفتن به سوی نفت و گاز و جایگزینی زغال‌سنگ دارد.

وی گفت: پیش‌نویس‌هایی بین ما و چینی‌ها درمورد سرمایه‌گذاری چینی‌ها در حوزه انرژی ایران منعقد شده و امیدواریم در سفر رئیس‌جمهور چین، اسنادی در این زمینه به امضا برسد.

بهبود شاخص بین‌المللی حقوق مالکیت در ایران

نتایج اندازه‌گیری شاخص حقوق مالکیت بین‌المللی ایران در سال ۲۰۱۴ حکایت از آن دارد که در شاخص حقوق مالکیت بین‌المللی ایران با نمره ۴/۴ در جایگاه ۸۳ بین ۹۸ کشور قرار گرفته است. این در حالی است که ایران در سال ۲۰۱۳ با امتیاز ۳/۴ در جایگاه ۱۱۱ در بین ۱۳۱ کشور قرار داشته است.

بنابراین شاهد بهبود نسبی عملکرد ایران بوده‌ایم. نتایج برآورد نماگر محیط‌سیاسی و حقوقی برای ایران نشان از آن دارد که ایران در این بخش با مقدار نماگر ۶/۳ در جایگاه ۷۹ در بین ۹۸ کشور قرار گرفته است. مقدار این نماگر در سال ۲۰۱۳ برای ایران برابر با ۵/۳ بوده که رتبه ۱۰۸ در بین ۱۳۱ کشور را برای ایران به ارمغان آورده بود.

شاخص بین‌المللی حقوق مالکیت در سال ۲۰۱۴ و چگونگی اندازه‌گیری این شاخص برای ایران در مرکز پژوهش‌های مجلس مورد بررسی قرار گرفت.

نتایج برآوردهای نماگر حقوق مالکیت فیزیکی نشان از آن دارد که ایران با مقدار عددی ۳/۵ در رتبه ۸۰ در بین ۹۸کشور قرار دارد. مقدار این نماگر در سال۲۰۱۳ برای ایران برابر با ۶/۵ بوده است که در این سال رتبه ۹۷ در بین ۱۳۱ کشور را به ایران اختصاص داده بود. نتایج برآورد نماگر حقوق مالکیت فکری همچنین حکایت از آن دارد که در این بخش ایران با امتیاز ۴/۴ در جایگاه ۷۵ در بین ۹۸ کشور مورد بررسی قرار دارد. در سال ۲۰۱۳ مقدار این نماگر برای ایران برابر با ۹/۳ بود که ایران را در جایگاه ۱۰۹ در بین ۱۳۱ کشور قرار می‌داد.

به گزارش روابط عمومی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، دفتر مطالعات اقتصادی این مرکز با اعلام این مطلب که شاخص حقوق مالکیت بین‌المللی (IPRI) شاخصی است که کشورهای دنیا را از لحاظ کیفیت نظام تامین حقوق مالکیت با هم مقایسه می‌کند، افزود: در این شاخص نمره‌ای از ۰ تا ۱۰ به هر کشور داده می‌شود؛ به این ترتیب که نمره ۱۰ نشان‌دهنده بهترین حالت و بالاترین حد تامین حقوق مالکیت و صفر نشان‌دهنده کمترین حد تامین حقوق مالکیت است.

این گزارش می‌افزاید: برای اندازه‌گیری شاخص کلی حقوق مالکیت ابتدا آن را در سه دسته نماگر محیط حقوقی و سیاسی، نماگر حقوق مالکیت فیزیکی و نماگر حقوق مالکیت فکری محاسبه در انتها برای به دست آوردن شاخص حقوق مالکیت با هم جمع می‌کنند. متاسفانه در آخرین گزارش مربوط به شاخص بین‌المللی حقوق مالکیت ۲۰۱۴، کشور ایران در رتبه‌بندی و دسته کشورهای مورد بررسی وجود نداشته وشاخص تامین حقوق مالکیت برای ایران محاسبه نشده است و لذا این مطالعه به دنبال آن بوده که ساختار دقیق محاسبه شاخص حقوق مالکیت بین‌المللی سال ۲۰۱۴ را معرفی و با استفاده از ساختار شناسایی شده، شاخص فوق را برای اقتصاد ایران در سال ۲۰۱۴ اندازه‌گیری کرده، رتبه ایران در میان کشورهای حاضر در گزارش سال ۲۰۱۴ برای هر یک از زیربخش‌ها استخراج کند. در انتهای گزارش نیز مقایسه‌ای بین کارکرد ایران در این شاخص در مقایسه با کشورهای منطقه ارائه شده است.

سرمقاله

بایدها و نبایدهای کاهش نرخ سود بانکی

موضوع کاهش نرخ سود بانکی و اختلاف‌نظر میان مردان اقتصادی دولت در این زمینه طی ماه‌های گذشته به یک سریال دنباله‌دار تبدیل شده است. روزی نیست که خبر یا تحلیلی درباره این موضوع در رسانه‌های مختلف مطرح نشود. باوجود وعده رئیس‌جمهور محترم در خصوص کاهش نرخ سود بانکی و به تبع آن کاهش نرخ سود تسهیلات، جلسات شورای پول و اعتبار برای تصمیم‌گیری در این زمینه تاکنون به نتیجه نرسیده است. این امر موجب ابهاماتی در درستی سیاست کاهش نرخ سود بانکی شده است که پرداختن به آن برای روشن شدن اذهان فعالان اقتصادی و اهالی کسب‌وکار ضروری به نظر می‌رسد.

با توجه به کاهش نرخ تورم و ضرورت هماهنگی بین نرخ سود بانکی و نرخ تورم شکی نیست که می‌بایست این نرخ کاهش یابد. علاوه بر این با توجه به رکود عمیقی که دامنگیر کشور شده است، کاهش نرخ سود تسهیلات می‌تواند یک سیاست مناسب و به‌جا تلقی شود، زیرا باوجود اینکه هزینه‌های مالی درصد بسیار کمی از هزینه تمام شده بنگاه‌های اقتصادی را تشکیل می‌دهد، اما کاهش نرخ سود تسهیلات علامتی مناسب به سرمایه‌گذاران است تا نسبت به گسترش فعالیت خود اقدام کنند. ضمن آنکه کاهش نرخ سود بانکی تمایل افراد برای راه‌اندازی کسب‌وکارهای مختلف در مقایسه با سود حاصل از سپرده‌گذاری در بانک را افزایش می‌دهد.

اما چرا همچنان در کاهش این نرخ تردید وجود دارد و شورای پول و اعتبار نمی‌تواند به جمع‌بندی برسد؟ به نظر می‌رسد دلیل این امر مشکلاتی مبنایی است که به‌عنوان مقدمه اجرای این طرح می‌بایست ابتدا حل شوند تا از معضلات بیشتر بعدی جلوگیری شود. در ادامه به چهار مورد اساسی اشاره می‌شود:

۱- ساماندهی موسسات مالی غیرمجاز و نظارت و برخورد بانک مرکزی با این موسسات نخستین اقدامی است که باید به‌عنوان پیش شرط اجرای سیاست کاهش نرخ سود مورد توجه قرار گیرد. بانک مرکزی در این راه می‌بایست از هر گونه برخورد تبعیض‌آمیز میان موسسات خودداری و با اقدامی عاجل سیاست‌های خود در این خصوص را عملی کند. درصورتی‌که نرخ سود بانکی کاهش یابد اما این موسسات همچنان سپرده‌های مردم را با نرخ بالا جذب کنند، تنها یک جابه‌جایی پولی از موسسات مجاز به موسسات غیرمجاز رخ خواهد داد (البته با ریسکی بالاتر و احتمالا کم اثر روی تصمیم سپرده‌گذاران به لحاظ حداکثرسازی سود سپرده‌های خود).

۲- بانک مرکزی همچنین می‌بایست بر بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری دارای مجوز که سیاست‌های اعلامی در زمینه نرخ سود بانکی را رعایت نمی‌کنند نظارت صحیحی را اعمال کند. متاسفانه همچنان شاهد مغایرت‌هایی در پرداخت نرخ سود به سپرده‌گذاران بانکی در بعضی از بانک‌ها و موسسات مجاز هستیم که برخورد غیرتبعیض‌آمیز بانک مرکزی را می‌طلبد. البته گفتنی است چنانچه موسسات غیرمجاز تحت نظارت و مدیریت قاطعانه بانک مرکزی درآیند بانک‌ها و موسسات مجاز هم قاعدتا در شرایط بهتری برای رعایت نرخ سود سپرده‌ها قرار خواهند گرفت.

۳- کنترل پایه پولی و مدیریت حجم نقدینگی کشور برای جلوگیری از افزایش مجدد نرخ تورم و افزایش تقاضا برای تسهیلات ارزان، از سیاست‌های حیاتی برای اجرای برنامه کاهش نرخ سود بانکی است. متاسفانه بانک مرکزی در دو و نیم سال گذشته در این خصوص موفق عمل نکرده است و نقدینگی کشور در پایان شهریور ماه امسال نسبت به پایان سال ۹۱ حدود ۹۰ درصد رشد داشته است. به عبارت دیگر یک موج تورمی در راه است و شاید یکی از دلایل مقاومت بانک مرکزی در خصوص کاهش نرخ سود بانکی، پیش‌بینی این بانک از نرخ تورم بالا در ماه‌های آینده است. اتفاقی که اگر به وقوع بپیوندد به طور کامل سیاست کاهش نرخ سود بانکی را منتفی می‌کند.

۴- مدیریت نرخ ارز و جلوگیری از نوسانات و افزایش نرخ ارز از پیش شرط‌های دیگر اجرای سیاست کاهش نرخ سود بانکی است. اقدامی که در ماه‌های گذشته به خوبی صورت نگرفته و انتظارات برای افزایش نرخ تورم را بالا برده است.

با این اوصاف به نظر می‌رسد پرونده سیاست کاهش نرخ سود بانکی به این زودی‌ها بسته نخواهد شد و اختلاف بر سر اجرای آن همچنان داغ باقی بماند. شاید افزایش نرخ تورم محتمل در ماه‌های بعد به‌طور کلی موضوع را تا مدتی منتفی کند. اما ضروری است بانک مرکزی مقدمات لازم برای اجرای صحیح طرح را در آینده نه چندان دور فراهم کند.

نیرو

افزایش قیمت برق تابع تصمیم شورای اقتصاد است

تا سال آینده افزایش نرخ نداریم

معاون برنامه‌ریزی و امور اقتصادی وزارت نیرو با یادآوری اینکه هرگونه افزایش تعرفه برق منوط به تصمیم شورای اقتصاد است، گفت: قیمت برق حداقل تا سال آینده افزایش نمی‌یابد.

علیرضا دائمی، در گفت وگو با ایرنا با رد هرگونه شایعه اختلاف این وزارتخانه با شرکت توانیر درباره قیمت برق افزود: نظام تعرفه برق در شورای اقتصاد تعیین شده و شرکت مادر تخصصی توانیر موظف به اجرای آن است.

وی تصریح کرد: حداقل تا یک سال آینده هیچ تغییری در تعرفه‌های برق و مولفه‌های آن ایجاد نمی‌شود.

به گفته این مقام مسئول، هر تغییری در این زمینه منوط به تصمیم‌گیری شورای اقتصاد است که باید حداقل شش ماه قبل گزارش‌های آن از سوی این وزارتخانه ارسال شود.

پیش‌تر «آرش کردی» مدیرعامل توانیر گفته بود، موضوع افزایش تعرفه‌های برق به‌عنوان یک طرح در وزارت نیرو و هیأت دولت مطرح شده و در دست بررسی است؛ انتظار می‌رود افزایشی در نرخ خدمات‌رسانی‌های مختلف در کشور داشته باشیم و قیمت برق نیز از این مسئله مستثنا نیست.

برق صنعتی سودده است

معاون برنامه‌ریزی و امور اقتصادی وزارت نیرو ادامه داد: صنعت برق برخلاف برخی گفته‌ها، صنعتی سودده است اما دولت با تعیین تعرفه‌های تکلیفی، قیمت فروش برق را مشخص می‌کند که با هزینه تولید برق متفاوت است.

دائمی یادآورشد: دولت برای رفاه حال مردم، با صلاح‌دید خود قیمت برخی خدمات نظیر آب و برق را با تخفیف اعلام می‌کند اما در این شرایط باید مابه‌التفاوت آن را به بخش برق بپردازد که این موضوع نیز براساس قانون در دست پیگیری است.

ایران با داشتن بیش از ۷۰ هزار مگاوات ظرفیت تولید برق، در خاورمیانه در رتبه نخست قرار دارد.

هفته گذشته قانون حمایت از صنعت برق کشور در قالب شش ماده و یک تبصره مدون‌شده از سوی مجلس به دولت ابلاغ شد.

مطابق قانون «رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور» مصوب اول اردیبهشت ماه امسال، پیش‌بینی شده که ۷۰ درصد منابع حاصل از واگذاری‌های مرتبط با صنعت برق در بودجه سنواتی، برای تکمیل طرح‌های نیمه تمام صنعت برق به شرکت توانیر اختصاص یابد.

همچنین تعیین قیمت انواع سوخت مصرفی نیروگاه‌ها براساس ارزش حرارتی سوخت و تعیین و ابلاغ جدول هزینه‌های برقراری انشعاب برق به تفکیک مناطق مختلف کشور، در کلان‌شهرها به تفکیک مناطق شهرداری از سوی وزارت نیرو، از جمله مفاد این قانون است.

علاوه بر این، پیش‌بینی عوارض مصرف هر کیلووات ساعت برق در بودجه سالانه از سوی دولت و اعتبار لازم برای پرداخت ما به التفاوت قیمت فروش تکلیفی انرژی برق و انشعاب با قیمت تمام شده از دیگر موارد این قانون است.

معافیت‌های قانونی اعمال شده برای هزینه‌های انشعاب در بودجه سنواتی کل کشور از سوی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، به‌عنوان مواد شش‌گانه این قانون است.

برداشت از منابع آب زیرزمینی باید متعادل شود

ساماندهی آوارگان آب جدیدترین دغدغه دولت

لیلا مرگن

دولت ناچار شده آوارگان حاصل از فرونشست زمین را اسکان دهد. به دنبال زیاده‌روی در برداشت از منابع آب زیرزمینی و بروز شکاف در روستای «کوه سفید»، فرماندار داراب از اسکان دادن مردم این روستا در شهرکی جدید خبرداد. پیش از این آورگان آب در استان سیستان و بلوچستان و کرمان بدون اینکه دولت مسئولیتی در قبال آنها بپذیرد، خانه و کاشانه خود را رها کرده و به سرزمین‌های دیگر کوچ کردند. اما با گسترش پدیده فرونشست زمین از منطقه استهبان استان فارس به سمت داراب، دولت برای جابه جایی ساکنان یک روستای ۹۰۰نفره، برنامه‌ریزی کرده‌است. به گفته دبیر اجرایی طرح احیا و تعادل بخشی آب‌های زیرزمینی کشور، اگر دولت برای مقابله با افت بیش از حد سفره آب‌های زیرزمینی برنامه نداشته باشد، طی دو دهه آینده ۳۰درصد جمعیت ایران به دلیل کم‌آبی جدی، مجبور به ترک سرزمین خود خواهند شد.

عبدالله فاضلی فارسانی، دبیر اجرایی طرح احیا و تعادل‌بخشی آب‌های زیرزمینی در گفت‌وگو با «فرصت‌امروز» پدیده گردوغبار و فرونشست زمین را جدیدترین بلایای طبیعی اضافه شده به فهرست مشکلات کشور معرفی می‌کند.

وی می‌گوید: این دو پدیده در اثر مشکلات ناشی از مدیریت منابع آب ایجاد شده و باید برای مهار آن برنامه‌ریزی دقیق و جدی داشته باشیم.

دبیر اجرایی طرح احیا و تعادل بخشی آب‌های زیرزمینی با اشاره به اینکه ۳۳۰ دشت بحرانی و ممنوعه در کشور داریم، بیان می‌کند: ۱۰ تا ۲۰ دشت فوق‌بحرانی در ایران وجود دارد که به دلیل ترک خوردن زمین، روند مهاجرت در آنها آغاز شده‌است.

ترک خوردن زمین تشنه

آبخوان‌های کشور ساختارهای پیچیده‌ای هستند. یک آبخوان از ذرات ریز و درشت به اندازه رس تا قلوه‌سنگ‌های بزرگ تشکیل شده‌است. با بارش باران بخشی از آب به داخل زمین نفوذ کرده و در اعماق آن ذخیره می‌شود.

بابک ایقانیان، کارشناس آب زیرزمینی به «فرصت‌امروز» عنوان می‌کند: «بسته به بافت و ساختار یک آبخوان از یک تا ده‌ها سال طول می‌کشد که آب به داخل زمین نفوذ کرده و به سفره زیرزمینی برسد.»

سفره‌های آب زیرزمینی ذخایری هستند که ایرانیان سالیان سال است، از آن استفاده می‌کنند و منبع تامین آب شیرین برای ساکنان بخش‌های وسیعی از کشور است. حدود ۵۰ درصد از نیازهای مردم از طریق منابع آب زیرزمینی تامین می‌شود اما در بسیاری از کشورهای جهان، منابع آب زیرزمینی جزو ذخایر احتیاطی به حساب آمده و برای حفظ منافع نسل‌های آینده، هیچ برداشتی از این منابع انجام نمی‌شود.

مجری طرح احیا و تعادل بخشی می‌گوید: در صورتی که برداشت از آب زیرزمینی به اندازه میزان نفوذ آب در اثر بارش‌های هر سال باشد، مشکلی برای سفره‌های زیرزمینی ایجاد نمی‌شود، اما اگر بیش از میزان نفوذ برداشت کنیم، خلل و فرج خاک از آب خالی شده و زمین ترک می‌خورد.

وی اضافه می‌کند: قنات به‌عنوان سازه‌ای تاریخی که در ایران باستان استفاده می‌شد، به بهره‌بردار اجازه می‌داد به اندازه نفوذ آب در زمین، از این منابع استفاده کند. ورود تکنولوژی حفر چاه به کشور سبب شد که مردم به سفره‌های آب زیرزمینی دسترسی پیدا کرده و بیش از میزان تغذیه از منابع آب زیرزمینی برداشت کنند.

به گفته فاضلی فارسانی با کاهش سطح سفره آب‌های زیرزمینی، فشار هیدروستاتیک بین آب و ذرات خاک از بین می‌رود. بنابراین، اگر آبرفت روی سنگ سختی قرار گرفته باشد، فرونشست زمین در قالب ترک‌های بزرگ نمایان می‌شود. اما اگر در زیر مخزن آبرفت یک مخزن کارستی وجود داشته باشد، فرونشست در قالب فروچاله‌ها ظاهر می‌شود.

فرونشست، نامحسوس اما دردسرساز

تهران سالانه ۳۶ سانتیمتر پایین می‌رود. این آماری است که سازمان زمین‌شناسی کشور به طور رسمی اعلام کرده‌است. فرونشست زمین پدیده محسوسی نیست. نخستین علائمی که درباره فرونشست و افت جدی سطح سفره آب‌های زیرزمینی به انسان هشدار می‌دهد، همان فروچاله‌ها و شکاف‌هایی هستند که آغاز مرگ آبخوان را به اطلاع برنامه‌ریزان می‌رسانند. البته پدیده رشد لوله هم افت سطح آبخوان در اثر فرونشست را نشان می‌دهد.

به گفته فاضلی چاه‌های غیرمجاز و اضافه برداشت چاه‌های مجاز از منابع آب زیرزمینی، بلای فرونشست را بر سر مردم ایران نازل کرده‌است.

وی عنوان می‌کند: در مجموع ۷۷۷ هزار حلقه چاه در کشور وجود دارد. ۴۶۰ تا ۴۷۰ هزار حلقه چاه مجاز داریم که بخشی از این چاه‌ها بیش از حد تعیین شده در پروانه، اقدام به برداشت از منابع آب زیرزمینی می‌کنند. ۱۵۰ تا ۱۶۰ هزار حلقه چاه هم به‌صورت غیرمجاز در کشور وجود دارد. براساس آمارها کمتر از ۲۰۰ هزار حلقه چاهک در کنار رودخانه‌ها و کانال‌های زهکشی مستقر شده و با استفاده از پمپ، آب سطحی را به مزارع هدایت می‌کند.

آب سطحی و زیرزمینی ارتباط معناداری با هم دارند. با کاهش میزان آورد رودخانه‌ها به دلیل برداشت بیش از حد از طریق پمپاژ آب، میزان نفوذ آب به زمین کاهش یافته و سطح سفره آب‌های زیرزمینی هم افت می‌کند.

صدیقه ترابی، رئیس دفتر سیاست‌گذاری و تخصیص آب وزارت نیرو در نشست آب و برنامه ششم تاکید کرد: پمپ‌های غیرمجاز و برداشت بیش از حد آب سطحی، به‌شدت وضعیت ذخایر آب زیرزمینی کشور به‌ویژه در حوضه آبریز دریاچه ارومیه را تحت تاثیر قرار داده‌است.

مدیریت آب زیرزمینی دشوار و پردردسر

براساس آمار رسمی منتشر شده توسط وزارت نیرو مخازن آب زیرزمینی کشور سالانه با کسری ۴/۵ میلیارد متر مکعبی روبه‌رو است. طی ۴۷ سال اخیر ۱۱۰ میلیارد متر مکعب کسری در مخازن آب زیرزمینی ایجاد شده که ۳۸ میلیارد متر مکعب از آن در دوره کوتاه هفت ساله اخیر اتفاق افتاده‌است. این آمار نشان می‌دهد با اشتهایی سیری ناپذیر، تمام آب داخل زمین را صرف تولید برق، کشت محصول و رفع نیازهای شرب کرده‌ایم و به نیازهای نسل آتی هم توجهی نداشته‌ایم. وزارت نیرو ۱۱ برنامه برای جلوگیری از فرونشست و تعادل‌بخشی دشت‌ها تدوین کرده که البته هنوز بودجه آن به درستی تامین نشده‌است. البته همچنان راهکارهای سازه‌ای و ساخت سد یکی از اولویت‌های اساسی وزارت نیرو است. پرسش اینجاست، در شرایطی که فرونشست زمین همه نقاط کشور به جز بخش‌هایی از زاگرس و نوار باریک ساحلی حاشیه البرز را تهدید می‌کند، چرا همچنان وزارت نیرو به دنبال سدسازی است؟

ایقانیان به این پرسش این‌گونه پاسخ می‌دهد: مدیریت منابع آب زیرزمینی کار دشواری است. اما احیای سفره آب‌های زیرزمینی از نظر هزینه در مقایسه با سدسازی، نیاز به صرف اعتبارات بیشتری ندارد.

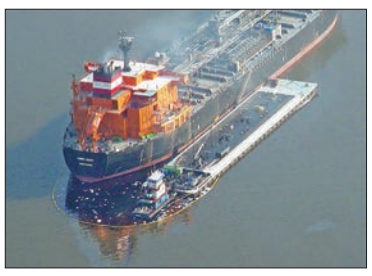
وی می‌گوید: منابع آب زیرزمینی به دلیل نبود تبخیر، منابع پایدارتر و قابل اتکاتری برای کشور به حساب می‌آیند. سطح سفره آب‌های زیرزمینی بر خلاف سدها تابع «ترسالی» و خشکسالی نیست و در یک دوره کوتاه‌مدت کمتر از بارش‌ها تاثیر می‌گیرد. ضمن آنکه منابع آب زیرزمینی به راحتی آلوده می‌شود.

این کارشناس آب زیرزمینی بیان می‌کند: وضعیت منابع آب زیرزمینی در ایران مطالعه شده اما برای کارهای دقیق‌تر، نیاز به مطالعات عمیق داریم.

گزارش

ارائه تسهیلات ویژه برای صادرات فرآورده‌های نفتی

الهه ابراهیمی



بخش خصوصی در صادرات فرآورده‌های نفتی با وجود تحریم، درآمد ارزی قابل قبولی داشته است، این مسئله موجب شده تا دولت با ارائه تسهیلات ویژه، موجب رونق بیشتر در صادرات فرآورده‌های نفتی شود، زیرا به گفته مجتبی خسروتاج قائم‌مقام وزیرصنعت، معدن و تجارت امسال با کاهش قیمت نفت، درآمدهای کشور کاهش محسوس خواهد یافت.

خسرو تاج دردهمین همایش سالانه اتحادیه صادرکنندگان نفت و گاز و پتروشیمی که با حضور فعالان بخش خصوصی و نمایندگان بخش‌های دولتی برگزار شد، با اعلام این نکته گفت: اگر برای قیمت نفت میانگین ۲۵دلار برای هربشکه محاسبه شود با فروش حدود یک میلیون بشکه در سال آینده چیزی نزدیک به ۹ میلیارد دلار درآمد نفتی خواهیم داشت واگر بخواهیم نیم میلیون بشکه نفت هم به آن اضافه کنیم، در مجموع در سال آینده ۱۳،۵ تا ۱۴ میلیارد دلار درآمد نفتی نصیب کشورمان می‌شود که این مقدار برابر است با درآمد حاصل از صادرات محصولات پتروشیمی در سال گذشته.

وی گذر از اقتصاد نفتی را شعار ندانست و به نبود تشکل قدرتمند در صنایع پایین‌دستی پتروشیمی در کشور اشاره کرد و گفت: اتحادیه صادرکنندگان فرآورده‌های نفت، گاز و پتروشیمی می‌تواند با ترسیم چشم‌انداز ۵ تا ۱۰ سال چنین نقشی را ایفا کند که این کار وظیفه دولتی‌ها نیست.

وی ابراز امیدواری کرد تا برای پتروشیمی در بخش‌های پایین‌دستی فاینانس را از بانک‌های خارجی دریافت کنند تا کمبود منابع نیز مرتفع شود. بخش خصوصی می‌تواند به‌عنوان نماینده بخش دولتی دیپلماسی اقتصادی کشور را در این خصوص جلو ببرد و سخنگوی دولت باشد.

خسروتاج تاکید کرد: مشکل حضور شرکت‌های داخلی در بازارهای بین‌المللی با همکاری وزارت نفت و امورخارجه قابل‌حل است که اتحادیه این قابلیت را دارد تا بتواند معیارها و ضوابطی را برای حضور مستقیم بازار و نحوه حضور آنها جلو ببرد که این خود یک خود انتظامی است.

نظام بانکی آمادگی پیوند با بانک‌های جهانی را ندارد

پدرام سلطانی، نایب رئیس اتاق بازرگانی نیز در این همایش از عقب ماندگی اقتصادی کشور خبر داد و گفت: اقتصاد درحال پسا صنعتی شدن است اما ما در پی صنعتی شدن هستیم. اقتصاد دنیا با وجود ارتباطات و فناوری و عصر تجارت خلاق پیوسته است اما ما هنوز به دنبال دولت الکترونیک هستیم. ما با این سرعت نتوانستیم به سمت توسعه حرکت کنیم و از جایی که بودیم عقب‌تر مانده‌ایم و در زمان تحریم غفلت کرده‌ایم.

وی با بیان اینکه تحریم‌ها در حال لغو شدن است، افزود: نظام بانکی ما آمادگی پیوند با بانک‌های جهانی را ندارد، زیرا متوجه شدیم مقرارت بانکی به کل عوض شده و همین اتفاق در همه حوزه‌ها قابل پیش‌بینی است.

این فعال بخش خصوصی با اشاره به اینکه در تولید فرآورده‌های نفتی هر کسی بنا برتوان خود از رانت بهره می‌برد، تاکید کرد: اقتصاد ما با نفت ارزان نتوانسته به اقتصاد خلاق تبدیل شود. هم‌اکنون مزیت ما در مقابل کشورهای دیگر در حوزه نفت و گاز و پتروشیمی دچار تهدید است و اگر در پساتحریم تهدیدها از فرصت‌ها بیشتر نباشد، کمتر نیست.

سلطانی ادامه داد: شرکت‌های فرآورده‌های نفت و گاز و پتروشیمی در دوران پساتحریم باید به چند موضوع توجه کنند. تمرکز روی تحول در فرآیندها در پساتحریم باید حتما انجام شود، در دوران پساتحریم بخش خصوصی حرکت را برای جایگزینی بخش دولتی باید سریع‌تر کند که این حرکت به جز با هم افزایی و بزرگ کردن بخش خصوصی امکان‌پذیر نیست.

در این مراسم، سیدکمال سیدعلی رئیس هیات‌مدیره و مدیر عامل صندوق ضمانت صادرات ایران، با بیان اینکه باید ریسک صادرات فرآورده‌های نفتی کاهش یابد، گفت: دولت ۲۰۰ میلیون دلار سرمایه این صندوق را افزایش داده است و تلاش شده نرخ کارمزد برای محصولات پتروشیمی کمتر از نیم درصد باشد.

همچنین در این همایش منصور معظمی با بیان اینکه در صورتی که سال آینده نفت با قیمت بشکه‌ای ۳۵ دلار صادر شود، در خوشبینانه‌ترین حالت درآمد نفتی ۲۲ میلیارد دلار خواهد بود، گفت: رفع تحریم‌ها به معنای ایجاد فرصت برای کارآفرینان و بخش خصوصی است.

مشاور وزیر نفت با اشاره به اینکه در سال آینده ۸۵ هزار میلیارد تومان درآمد مالیاتی نیز پیش‌بینی شده است، اعلام کرد: نظام دولتی با نخبه سالاری و نوگرایی هماهنگی ندارد، از این رو باید بخش خصوصی تقویت شود. بنگاه‌های اقتصادی به‌شدت درگیر چالش مالی‌اند و متاسفانه بانک‌های ما در شرایطی قرار گرفته‌اند که نمی‌توانند به آنها کمک کنند.

وی از تقدیم لایحه بودجه در هفته آینده به مجلس خبر داد.

گاز

با وجود تنش‌های دیپلماتیک

روسیه برای افزایش صادرات گاز به ترکیه اعلام آمادگی کرد

وزیر انرژی روسیه از آمادگی مسکو برای افزایش حجم صادرات گاز طبیعی به ترکیه خبر داد.

به گزارش ایسنا، به نقل از پایگاه اینترنتی روسیا الیوم، الکساندر نوواک، وزیر انرژی روسیه در مصاحبه‌ای تلویزیونی اظهار داشت: روسیه دارای گاز ارزان قیمت و زیرساخت‌های اقتصادی مناسبی است ما آماده‌ایم تا حجم صادرات گاز خود به ترکیه را افزایش دهیم.

وی افزود: من معتقدم این همکاری اقتصادی و تجاری باید ادامه یابد و این برای هر یک از طرفین تاثیرگذار خواهد بود.

نوواک گفت: مسئله افزایش صادرات گاز روسیه به ترکیه به توانمندی ترکیه بستگی خواهد داشت و رقابت میان صادرکنندگان در این بازار را افزایش خواهد داد.

وی افزود: ترکیه در حال حاضر سالانه نزدیک به ۵۰ میلیارد متر مکعب گاز مصرف می‌کند و با توجه به افزایش شاخص رشد اقتصادی ترکیه در آینده این میزان مصرف به شکل سالانه افزایش خواهد یافت.

روسیه سالانه ۳۰ میلیارد متر مکعب گاز در اختیار ترکیه قرار می‌دهد و علاوه بر این ترکیه از آذربایجان، عراق و ایران نیز گاز وارد می‌کند. همچنین امکان واردات گاز طبیعی مایع از اسرائیل نیز برای ترکیه وجود دارد، به همین دلیل مسئله افزایش صادرات گاز به ترکیه به رقابت و اجرای طرح‌های اعلام شده، بستگی دارد

این در حالی است که مناسبات سیاسی دو طرف روسیه و ترکیه بسیار تیره بوده و ولادیمیر پوتین دستور داده تا تحریم‌های جدیدی علیه ترکیه وضع شود.

سرنگونی هواپیمای روسی توسط ترکیه در سوریه روابط دیپلماتیک دو طرف را به حداقل خود رسانده است.

نفت

وزیر نفت در جشنواره نفت و رسانه:

در دلواپسی‌ها منافع ملی قربانی نشود

وزیر نفت با بیان اینکه اگر هر نگرانی و دلواپسی وجود دارد منافع ملی نباید در آن قربانی شود، تاکید کرد: کاری نکنیم به منافع ملی، عزت و سربلندی ایران ضربه وارد شود.

به گزارش ایسنا، بیژن زنگنه، در چهارمین جشنواره نفت و رسانه در واکنش به برخی‌ها که معتقدند پس از لغو تحریم‌ها اتفاق خاصی نمی‌افتد، گفت: حتما نان یک عده‌ای آجر خواهد شد؛ ولی زندگی ملت به مرور زمان بهتر خواهد شد و دیگر نمی‌توان این تعداد ماشین گران قیمت خریداری کرد.

وزیر نفت با تاکید بر ضرورت رعایت اخلاق حرفه‌ای از سوی رسانه‌ها تاکید کرد و گفت: فضایی که رسانه‌ها نتوانند در آن حرف بزنند فساد ایجاد می‌شود و رسانه زنده، جلوی فساد را می‌گیرد. یکی از راه‌های جلوگیری از فساد که بسیار به آن معتقدم، رسانه زنده است؛ رسانه زنده، جلوی فساد را می‌گیرد.

وزیر نفت به دوران پساتحریم اشاره کرد و با بیان اینکه زحمات زیادی برای رسیدن به این مرحله کشیده شد، گفت: ایران هم‌اکنون در نقطه‌ای قرار دارد که همه قطعنامه‌های علیه آن لغو شده و ایران وارد دوران پساتحریم می‌شود.

وی افزود: ایران وارد دورانی خواهد شد که دیگر مجبور نخواهد بود اجناس را به سه برابر قیمت خریداری کند یا برای انتقال پول، ۳۰ درصد مبلغ اضافی پرداخت کند و در واقع ایران هر کاری که یک ملت آزاد انجام می‌دهد در پساتحریم انجام خواهد داد.

وی با بیان اینکه در فضایی که رسانه‌ها نتوانند در آن حرف بزنند فساد ایجاد می‌شود، تصریح کرد: اگر همه جا همانند نورافکن روشن باشد کسی نمی‌تواند به فساد اقدام کند و در خاموشی و تاریکی است که فساد ایجاد می‌شود.

وزیر نفت از رسانه‌ها خواست تا فارغ از خط و خطوط سیاسی خواست اخلاق را رعایت کنند و از دروغ بپرهیزند.

وزیر نفت با اشاره به اینکه افرادی که امروز در حوزه رسانه کار می‌کنند فراتر از یک خبرنگار هستند و از جنبه تخصصی و حرفه‌ای نسبت به ۱۵ سال گذشته بسیار رشد کرده‌اند، به موضوع منافع ملی کشور پرداخت و گفت: هیچ موضوعی فراتر از منافع ملی ایران نیست و رسانه‌ها باید در این زمینه متحد باشند.

زنگنه تصریح کرد: باید ایران را بزرگ بداریم اگر می‌خواهیم بزرگ شود و برای منافع ملی باید از جان‌مان هم اگر لازم شد دریغ نکنیم.

وزیر نفت با بیان اینکه رسانه‌ها هم‌اکنون قدرت بزرگی هستند که باید اخلاق حرفه‌ای را پاس بدارند، افزود: اگر افرادی این اخلاق را رعایت نمی‌کنند باید آنها را طرد کرد.

وی با بیان اینکه برنامه‌های زیادی در دوران پساتحریم پیش رو داریم و سرمایه‌گذاران زیادی به ایران خواهند آمد، افزود: شرط حضور شرکت‌های خارجی در ایران همکاری با شرکت‌های ایرانی است تا از مسیر شرکت‌های خارجی، داخلی‌ها تقویت شوند.

وزیر نفت به موضوع درون‌زایی و برون‌گرایی در تولید و ساخت تجهیزات و صادرات آن در پسا تحریم اشاره کرد و گفت: درون‌زایی در تولید بدان معناست که ارزش تولید داخلی را بالا ببریم؛ به‌عنوان نمونه اگر تولید پتروشیمی از ۲۵ میلیارد دلار کنونی به ۶۰ میلیارد دلار برسد به نوعی ۳۵ میلیارد دلار تولید درون‌زایی صورت گرفته است.

وی با بیان اینکه اگر از این میزان سهم بیشتری به ساخت داخل و کارخانه‌ها اختصاص داده شود بار دیگر درون‌زایی انجام شده، خاطر نشان کرد: با به دست آوردن تکنولوژی، درون‌زایی انجام خواهد شد.

زنگنه سپس به موضوع برون‌گرایی پرداخت و گفت: با ساخت تجهیزات و صادرات آن به دیگر کشورها نوعی برون‌گرایی انجام خواهد شد که سبب بالا بردن قدرت اقتصادی کشور خواهد شد.

وزیر نفت با بیان اینکه باید از فضای پساتحریم برای تبدیل شدن به یک قدرت بزرگ استفاده کرد، به برخی دشمنی‌ها از سوی کشورهای منطقه علیه ایران اشاره کرد و گفت: در صورتی که کارها به درستی انجام شود، ایران طی کمتر از ۱۰ سال آینده قدرت اول اقتصادی، فرهنگی و تکنولوژیک منطقه‌ای خواهد بود و کسی نمی‌تواند با ما رقابت کند.

وزیر نفت با بیان اینکه نفت عنصر پیشتاز توسعه در پسا تحریم خواهد بود، چون سرمایه‌گذاران خارجی نخستین جایی که در آن سرمایه‌گذاری خواهند کرد صنعت نفت خواهد بود، گفت: با توسعه صنعت نفت دیگر بخش‌های اقتصادی نیز جان تازه‌ای خواهند گرفت و چرخ‌های اقتصاد کشور به حرکت درمی‌آیند.

طرح قیمت ۴۰ دلاری نفت در بودجه ۹۵

وزیر نفت با رد پیشنهاد ۳۵دلاری هر بشکه نفت در بودجه سال آینده گفت: چیزی که فعلا تا اینجا مطرح شده ۴۰ دلار است.

زنگنه با تاکید بر اینکه در بودجه سعی شده قیمت که پیشنهاد می‌شود نزدیک‌ترین عدد به بازار باشد، اظهار کرد: پیشنهادی برای قیمت ۳۵دلاری برای نفت در بودجه سال ۹۵ ارائه نشده است، چیزی که فعلا تا اینجا مطرح شده ۴۰دلار است. منتها باید ببینیم که در بازار چه پیش می‌آید، ما نمی‌توانیم از قبل علائم بدی به بازار بدهیم؛ بنابراین سعی شده قیمت نزدیک‌ترین عدد به بازار باشد. تا چند ماه اول امسال که نفت روی قیمت ۵۴ دلار بود و رقم صادرات هم کمی بیشتر از رقمی بود که در مجلس در نظر گرفته بودند.

معدن

بهره‌برداری از معدن و کارخانه استحصال شمش طلا در قروه

«محمد دره‌وزمی» رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت کردستان گفت: معدن و کارخانه استحصال شمش طلای ساریگونی، فردا با حضور وزیر صنعت، معدن و تجارت به بهره‌برداری می‌رسد.

او در گفت‌وگو با ایسنا، منطقه کردستان، اظهار کرد: معدن و کارخانه استحصال شمش طلای ساریگونی، دیروز با حضور وزیر صنعت، معدن و تجارت در قروه به بهره‌برداری رسید.وی با اشاره به اینکه همه بخش‌های خط تولید، راه‌اندازی و تولید آزمایشی طلا انجام گرفته است، افزود: این پروژه که حاصل سرمایه‌گذاری خارجی است، زمینه اشتغالزایی بالغ بر ۳۰۰ نفر را فراهم کرده است.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت کردستان با بیان اینکه مدت بهره‌برداری این پروژه هفت‌ساله است، خاطرنشان کرد: در سال نخست آغاز این پروژه یک‌میلیون تن کانسنگ با عیار ۱,۲۴ گرم در تن، در سال دوم ۱,۵میلیون تن، در سال سوم ۲میلیون تن و در سه سال بعدی ۲,۹میلیون تن کانسنگ طلا از معدن ساریگونی شهرستان قروه استخراج شده است.

وی با اعلام اینکه ذخیره قطعی این معدن در این فاز ۱۴میلیون و ۸۰۰هزار تن کانسنگ طلا با عیار ۱,۲۴ گرم در تن است، خاطرنشان کرد: تاکنون برای بهره‌برداری از این معدن ۷۸میلیون دلار سرمایه‌گذاری شده است. دره‌وزمی، محدوده کانسار طلای ساریگونی را فاصله ۳۴ کیلومتری شمال شرق شهرستان قروه و در حد فاصل روستاهای داشکسن، بهارلو، نی‌بند دانست و گفت در ابتدای سال ۲۰۱۲ این معدن به شرکت قزاق واگذار شد. وی با اشاره به بهره‌برداری از معدن و کارخانه استحصال شمش طلا با حضور وزیر صنعت، معدن و تجارت، تصریح کرد: عملیات ساخت و نصب کارخانه استحصال طلا در طول مدت ۱۸ ماه به انجام رسیده است. رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت کردستان با بیان اینکه براساس پیش‌بینی‌ها تا سال ۲۰۱۷ میزان تولید طلا در این معدن به چهار تن می‌رسد، یادآور شد: شهریورماه کار بهره‌برداری از معدن طلای ساریگونی به اتمام رسیده و تولید آزمایشی آن در مهر و آبان‌ماه انجام شده است.

صنعت غذا

نخستین شهرک کشاورزی آذربایجان‌غربی احداث می‌شود

سعید جفایی، مدیرعامل شهرک‌های کشاورزی آذربایجان غربی گفت: نخستین شهرک کشاورزی استان در شهرستان چایپاره احداث می‌شود.

به گزارش ایرنا، جفایی در جلسه تشکیل شهرک کشاورزی چایپاره، اظهار کرد: این شهرک در زمینی به مساحت ۲۰۰ هکتار و در بالادست روستای کسیان و پایین‌دست کانال انتقال آب سد آغچای احداث می‌شود. وی بالا بردن تولید در واحد سطح و صرفه‌جویی در مصرف آب را از اهداف احداث شهرک‌های کشاورزی در استان عنوان کرد و افزود: این شهرک‌ها در زمینه تولید محصولات باغی، کشاورزی، آبزی‌پروری و گیاهان دارویی و تولید علوفه دامی فعال خواهند بود و فعالان بخش خصوصی می‌توانند با ایجاد واحدهای صنایع تبدیلی و بسته‌بندی، حتی تشکیل شرکت‌های صادراتی در کنار این شهرک‌ها فعالیت کنند. مرتضی اصغری، فرماندار شهرستان چایپاره نیز در این جلسه بر حمایت از تشکیل شهرک کشاورزی در این شهرستان تاکید کرد و خواستار تسریع در شروع عملیات اجرایی این شهرک شد. به گزارش ایرنا، شهرستان چایپاره به لحاظ داشتن زمین‌های مستعد و آب کافی یکی از کانون‌های مهم کشاورزی در آذربایجان غربی به شمار می‌رود. این شهرستان با ۵۰هزار نفر جمعیت در شمال آذربایجان غربی واقع شده است.

تولیدکنندگان از حمایت دولتی بی‌بهره‌اند

محصولات ارگانیک در نبرد با بی‌مهری بازار

مولود غلامی

محصولات ارگانیک کشاورزی با بی‌میلی بازار روبه‌رو هستند. تولیدکنندگان این گروه محصولات کشاورزی مشکلات بازار و بی‌توجهی دولت را دو عامل اصلی بر سر راه تولیدات‌شان عنوان می‌کنند.

در حال حاضر ایران تنها یک‌درصد از محصولات ارگانیک جهان را تولید می‌کند. براساس آمارها تا سال ۲۰۱۳ ایران دارای ۱۶هزار هکتار کشاورزی ارگانیک است و با وجود تاکید برنامه پنجم توسعه بر افزایش ۲۵درصد رشد این محصولات این هدف میسر نشد.

فشار بانک‌ها بر کشاورزان

احمد حبیب‌زاده، نخستین سیب‌زمینی‌کار ارگانیک با برند «آلبلاغ» و تولید حدود ۳۰۰ تن در ۱۰ هکتار، به «فرصت امروز» می‌گوید: در کشت ارگانیک، نسبت به کشت معمولی تا نصف، کاهش برداشت محصول داریم و دولت باید از ما حمایت کند. اگر حمایت شویم تناژ برداشت محصول در مزارع بالاتر می‌رود و هزینه‌های تولید جبران می‌شود.

وی اظهار می‌کند: ما اکنون در پرداخت بدهی‌های بانکی مانده‌ایم و بانک کشاورزی هم هر ماه در سررسید اقساط فشار وارد می‌کند. دولت باید با برگزاری نمایشگاه‌های خارجی و تسهیلات ارزان از ما حمایت کند. ما توان رقابت در بازارهای جهانی را داریم.

استقبال تهرانی‌ها از ارگانیک

این کشاورز نمونه اردبیلی با قدردانی از مردم تهران، تصریح می‌کند: تنها حامی ما مردم تهران هستند که در فروشگاه‌ها و نمایشگاه‌ها با خرید محصول ارگانیک از ما حمایت می‌کنند. ما قدردان آنها هستیم. سیب‌زمینی آگریای ارگانیک ما بدون کود و سم شیمیایی است و ارزش غذایی بالایی دارد. این رقم برای تولید صنایع چیپس مناسب است اما صنایع از نوع ارگانیک آن استقبال نمی‌کنند.

هزینه‌های تولید ارگانیک بالاست

صادق شکرالله‌پور، نخستین تولیدکننده ملی برنج ارگانیک با تولید ۱۲ تن محصول در شش هکتار نیز در گفت‌وگو با «فرصت امروز»، با اشاره به هزینه‌های تولید ارگانیک، تاکید می‌کند: بیشترین هزینه‌های تولید برنج ارگانیک در کنترل علف‌های هرز است. هزینه کنترل بیولوژیکی در هر هکتار حدود ۶میلیون تومان است درصورتی‌که در مزارع عادی با خرید ۲۰۰هزار تومان سم می‌توان علف‌های هرز را کنترل کرد.

این تولیدکننده ارگانیک نمونه کشوری، می‌گوید: با این تفاسیر ما تولیدکنندگان ارگانیک از هیچ حمایتی برخوردار نیستیم و تنها چشم امیدمان به مردم و مصرف‌کنندگان است که قدر و ارزش محصولات ارگانیک را می‌دانند و از ما حمایت می‌کنند. البته انجمن ارگانیک ایران هم حمایت‌هایی مانند برگزاری نمایشگاه‌ها و آگاهی‌رسانی انجام می‌دهد. بیشترین مشکل ما زمانی است که محصول‌مان فروش نمی‌رود و هیچ سازمان و دستگاهی هم از ما حمایت نمی‌کند.

بی‌رونقی سازمان ترویج کشاورزی

وی می‌افزاید: محصولات ارگانیک بدون استفاده از سم و کود شیمیایی، نه‌تنها دارای ارزش غذایی بالاتر برای مصرف‌کننده است بلکه به محیط‌زیست،اکوسیستم‌ومنابع آب و خاک نیز آسیب نمی‌زند. افزون بر اینکه عطر و طعم این محصولات نیز بهتر است.

بازرسی‌های سفت و سخت برای تولید ارگانیک

شکرالله‌پور در خصوص مراحل رسیدن به تولید محصول ارگانیک و مراجع معتبری که گواهی صادر می‌کنند، می‌گوید: برای دریافت نشان ارگانیک، مزرعه دست‌کم پنج سال باید زیر نظارت و بازرسی‌های سازمان ملی استاندارد و مرجع ملی شرکت بیوسان گواه باشد تا باقیمانده‌های شیمیایی پاک شود. این پروسه برای مزرعه من ۹ سال طول کشید اما سرانجام گواهی ۱۱۰۰۰ ارگانیک ایران را که مورد تایید اروپاست دریافت کردم.

وی به ارزش غذایی محصولات ارگانیک اشاره می‌کند و می‌گوید: به گفته کارشناسان علم تغذیه، ارزش غذایی برنج ارگانیک و سایر محصولات تا ۵۰درصد بالاتر است و در گوجه‌فرنگی این میزان به ۹۰درصد هم می‌رسد. با چنین مشخصه‌ای تولیدکنندگان ارگانیک باید از سوی دولت حمایت شوند.

مردم عادت کرده‌اند جنس ارزان بخرند

محمدرضا رحمانی، مدیر تولید شرکت عصاره طلایی، نخستین تولیدکننده عرقیات و گلاب ارگانیک ایران، در گفت‌وگو با «فرصت امروز»، می‌گوید: رکود اقتصادی حاکم بر کشور و کاهش توان مالی مردم در دو سه سال اخیر باعث شده تا رویکرد جامعه به سمت مصرف محصولات ارگانیک کمتر شود. همچنین محصولات ارگانیک به دلیل سالم بودن، هزینه‌های تولیدشان بالاست درحالی‌که جامعه در شرایط کنونی برای خرید و مصرف این محصولات تمایل چندانی ندارد. چند سال است که مردم عادت کرده‌اند ارزان بخرند و این موضوع به کاهش قدرت مالی آنها ارتباط دارد.

چشم‌انتظار بازارهای صادراتی

وی می‌افزاید: زمانی که بازارهای داخلی اشباع شده باشد دولت باید بازارهای صادراتی را روی تولیدکنندگان بگشاید. این کمترین حمایت دولت از بخش‌های تولیدی است که محصولات باکیفیت و قابل رقابت تولید می‌کنند، از جمله تولیدکنندگان محصولات ارگانیک که طرفداران زیادی در بازارهای اروپایی دارند.

این تولیدکننده عرقیات ارگانیک می‌گوید: در بسته‌بندی محصولات نیز مشکل داریم. شوربختانه شرکتی که طراحی‌های خلاقانه داشته باشد، نداریم. ما برای محصولات صادراتی از طراحان خارجی کمک گرفته‌ایم و دستمزدهای بالایی پرداختیم.

صنعت

سامانه اطلاعات مکانی اکتشافی ایمیدرو رونمایی شد

سامانه اطلاعات مکانی (سیستم GIS) اکتشافی ایمیدرو طی مراسمی با حضور شرکت‌های تابعه ایمیدرو رونمایی شد.

به گزارش سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع ایران، مدیر اکتشاف ایمیدرو در مراسم رونمایی این سامانه گفت: با توجه به از بین رفتن اطلاعات اکتشافی معادن در برخی مقطع‌ها، نسبت به جمع‌آوری و یکپارچه‌سازی اطلاعات اکتشاف معادن اقدام و سامانه اطلاعات مکانی (سیستم GIS) اکتشافی طراحی شد.

علی اصغرزاده افزود: فاز شناخت طرح از سال ۸۷ آغاز و مدارک و مستندات اکتشافی همه طرح‌ها مورد بررسی قرار گرفت، سپس در سال ۹۲، عملیات اجرایی، ورود داده‌ها و تشکیل سامانه مکان محور آغاز شد.

وی با اشاره به اینکه ایمیدرو با دسترسی به مراکز مختلف و با اجرای عملیات اکتشافی جدید (۲۵۰هزار کیلومتر مربع)، اطلاعات پایه‌ای این معادن را جمع‌آوری می‌کند، افزود: این سازمان با فعالیت‌های پیش رو، ضعف اطلاعاتی حوزه اکتشاف معادن کشور را برطرف خواهد کرد.

این مقام مسئول یادآور شد: اگر این کار صورت نگیرد، اطلاعات موجود از بین می‌رود و در آینده، هزینه‌های گزافی را برای انجام امور بر مجموعه تحمیل خواهد کرد.

وی در ادامه خواستار پیوستن شرکت‌های تحت پوشش ایمیدرو به سامانه GIS ایمیدرو شد و افزود: اتصال شرکت‌ها به این سامانه از نظر قانونی مشکلی ندارد و با یک بار هزینه برای ثبت اطلاعات اکتشاف، از صرف هزینه‌های مرتبط جلوگیری و مانع بروز دوباره‌کاری‌ها در فعالیت‌های اکتشافی خواهد شد.

اصغرزاده افزود: با توجه به ادامه فرآیند GIS و تغذیه این بانک مکان‌محور، بخش‌های خصوصی نیز می‌توانند با ارائه داده‌های اکتشافی در این بانک مشارکت کنند.

دخانیات

مدیرعامل شرکت دخانیات:

موادقلیان‌برای‌کشورتولیدنمی‌کنیم

مدیرعامل شرکت دخانیات ضمن تاکید بر اینکه مواد قلیان برای کشور تولید نمی‌کنیم و تنباکوهای ما فقط صادر می‌شود، تصریح کرد: با افزایش مالیات بر تولید سیگار، فقط قاچاق آن افزایش می‌یابد درصورتی‌که شرکت دخانیات قطعا دلسوزتر از قاچاقچیان است.

محمدحسین برخوردار در گفت‌وگو با ایسنا، درباره اخذ مالیات از تولید سیگار اظهارکرد: در کشورهایی که صندوق الکترونیکی داشته باشند و در نهایت خریدار این مالیات را بپردازد همیشه دریافت مالیات تاثیرگذار خواهد بود اما زمانی که قرار باشد مالیات بر تولید را افزایش دهند، تاثیر منفی خواهد گذاشت.

وی با اشاره به وضعیت مرزهای آبی و زمینی کشور ادامه داد: در چند سال گذشته تجربه نشان داده که هرگاه مالیات بر تولید افزایش پیدا کرده، میزان قاچاق نیز چند برابر شده است.

مدیرعامل شرکت دخانیات افزود: مسئولی می‌نشیند و بدون اینکه به وضعیت مرزها و میزان بیکاری که بر اثر تحریم‌ها به وجود آمده توجه کند، صحبت‌هایی می‌کند که چندان راهگشا نیست.

برخوردار با بیان اینکه افزایش مالیات بر تولید باعث افزایش قاچاق می‌شود، گفت: عده‌ای پشت قاچاق سیگار نشسته‌اند و مافیای این کار هستند، این افراد با این کار ضمن اینکه سلامت جامعه را به خطر می‌اندازند و سیگاری وارد کشور می‌کنند که روی سلامتی اثرگذار است، شرایطی ایجاد می‌کنند که حق و حقوق دولت هم داده نشود.

وی با انتقاد از کمبود کار فرهنگی برای استفاده از دخانیات در کشور اظهارکرد: تنها اقدامی که در این چند سال برای کاهش مصرف سیگار انجام شد، زدن یک برچسب روی پاکت آن بود در صورتی‌که کاهش مصرف راه دارد و راه آن نیز کار فرهنگی است.

مدیرعامل شرکت دخانیات با اشاره به تولید ۱۰میلیارد نخ سیگار در سال جاری توسط این شرکت ادامه داد: در سال‌های گذشته تولید ۲۴میلیارد نخ سیگار هم داشته‌ایم اما به دلیل تصمیمات اشتباهی که گرفته شد، نگذاشتند طرح توسعه انجام و ماشین‌آلات جدید در این شرکت مستقر شود.

برخوردار تصریح کرد: این در حالی است که شرکت‌های خارجی به‌راحتی ماشین‌آلات جدید آوردند و با افزایش تولید خود آن را به دلار تبدیل کرده و به کشور خود فرستادند، اما در آن طرف قضیه دولت و شورای اقتصاد که در سال‌های اخیر باید برای طرح توسعه شرکت دخانیات مجوز می‌دادند، هر موقع درخواست شد، نپذیرفتند و این شرکت عقب ماند.

وی با بیان اینکه قطعا شرکت دخانیات با ۷۰ سال سابقه بیشتر از شرکت‌های خارجی و قاچاقچیان، دلسوز سلامتی مردم است، گفت: اگر بودجه داده می‌شد می‌توانستیم قطران و نیکوتین سیگارهای تولیدی را کم کنیم تا اثر کمتری روی سلامتی افراد داشته باشد؛ نشستن و شعار دادن مشکلی را حل نمی‌کند.

به گفته برخوردار، در حال حاضر مالیات بر تولید سیگار ۲۰درصد و مالیات بر ارزش افزوده آن ۱۵درصد و این مشکل‌ساز است، چراکه از مصرف‌کننده گرفته نمی‌شود.

مدیرعامل شرکت دخانیات همچنین درباره استفاده از مواد روان‌گردان و مخدر در تنباکو و قلیان اظهارکرد: به‌طورکلی مواد قلیان برای کشور تولید نمی‌کنیم و تنباکوهای ما فقط صادر می‌شود که بسیار هم باکیفیت است، اما اگر این اتفاق در اماکن ارائه قلیان افتاده باشد، قطعا باید برخورد شود ولی مگر ما چقدر نیروی برخوردکننده داریم؟ بنابراین باید در این زمینه فرهنگ‌سازی شود.

آب سالم برای جهانی سالم

وزارت نیرو
شرکت آب و فاضلاب روستایی استان هرمزگان

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای

۱. نام دستگاه مناقصه گزار: شرکت آب و فاضلاب روستائی استان هرمزگان
۲. آدرس دستگاه مناقصه گزار: بندرعباس- بلوار امام حسین(ع) جنب اداره استاندارد شرکت آب و فاضلاب روستائی هرمزگان
۳. موضوع مناقصه: عملیات آبرسانی و اجرای شبکه های بخش مرکزی قشم (عملیات اجرایی توسعه شبکه روستاهای کووه ای، گیاه‌دان ، رمکان و رمچاه و...)
۴. دستگاه نظارت : معاونت طرح و توسعه دستگاه مناقصه گزار
۵. مبلغ برآورد اولیه : ۵/۰۷۳/۰۸۸/۰۶۲ ریال (براساس فهرست بهای انتقال و توزیع آب روستایی سال ۹۴)
۶. نوع تضمین شرکت در مناقصه: ارائه ضمانتنامه معتبر بانکی یا واریز وجه نقد به حساب شماره ۲۱۷۵۲۱۵۴۳۳۰۰۹ بانک ملی ایران شعبه گلشهر بندرعباس بنام دستگاه مناقصه گزار – سایر ضمانت نامه های مقرر در ماده ۴ ائین نامه تضمین معاملات دولتی سال ۹۴ بشرح مندرج در اسناد مناقصه
۷. مبلغ تضمین شرکت در مناقصه : ۲۵۳/۶۵۴/۴۰۳ ریال
۸. قیمت اسناد مناقصه وشماره حساب : واریز مبلغ ۵۰۰/۰۰۰ ریال به حساب سپهر شماره ۲۱۹۵۲۱۵۴۹۱۰۰۵ بانک صادرات شعبه سه راه آزادگان بندرعباس بنام دستگاه مناقصه گزار
۹. مهلت فروش اسناد مناقصه: ۹۴/۱۰/۹ لغایت ۹۴/۱۰/۱۶
۱۰. محل دریافت اسناد مناقصه: اداره امور حقوقی و قراردادها و رسیدگی به شکایات
۱۱. محل و مهلت تحویل پاکات : دبیرخانه شرکت آب و فاضلاب روستائی استان هرمزگان – مورخ ۹۴/۱۰/۲۸ پایان ساعت اداری
۱۲. مکان بازگشائی پاکات : سالن کنفرانس شرکت آب و فاضلاب روستائی هرمزگان
۱۳. تاریخ بازگشائی مالی پیشنهادات: ۱۳۹۴/۱۰/۲۹ ساعت۹ صبح
۱۴. دارا بودن حداقل پایه ۵ رشته آب جهت شرکت کنندگان در مناقصه الزامی می باشد.
۱۵. حداقل تعداد مناقصه گران جهت بازگشائی پیشنهادات تحویل یک پاکت میباشد.
۱۶. سایر جزئیات و شرایط در اسنادمناقصه درج شده است.
۱۷. آگهی فوق در پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات کشور و سایت مناقصه و مزایده شرکت مهندسی آبفای کشور به آدرس Iets.mporg.ir - tender.nww.co.ir درج خواهد شد.
۱۸. جهت اطلاع بیشتر میتوانید به سایت شرکت به آدرس www.abfarhor.ir مراجعه نمائید.
تذکر: به پیشنهادهای فاقد سپرده، سپرده مخدوش، سپرده کمتر از میزان مقرر ، چک شخصی و نظایر آن و یا فاقد امضاء، مشروط، مخدوش و پیشنهادهایی که پس از مهلت مقرر ارسال شود مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد. ارائه شماره اقتصادی و شناسه ملی و رعایت الزامات ایمنی توسط کلیه مناقصه گران الزامی میباشد .

م الف ۳۱۲۷۶
شرکت آب و فاضلاب روستائی استان هرمزگان
۴۵۳

" آب یعنی زندگی، در مصرف درست آن بکوشیم "

وزارت نیرو
شرکت سهامی آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی

آگهی مناقصه عمومی (نوبت اول)
شماره ۱۵۹ سال ۹۴

شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی در نظر دارد عملیات مربوط به : نگهداری و توسعه شبکه فاضلاب و نصب انشعاب فاضلاب منطقه ۲ تبریز را از محل اعتبارات غیرعمرانی و از طریق مناقصه (عمومی) به پیمانکار واجد شرایط و دارای رتبه آب واگذار نماید. لذا از کلیه واجدین صلاحیت دعوت می گردد ظرف مدت ده روز از تاریخ درج آگهی با در نظرگرفتن موارد ذیل، به آدرس تبریز – بلوار ۲۹ بهمن – جنب دانشگاه تبریز – امور قراردادها – تلفن : ۳۳۳۰۴۰۹۱-۰۴۱ مراجعه و ضمن واریز مبلغ ۳۰۰۰۰۰ ریال به حساب جام شماره ۷۲۲۱۱۲۴۷۳۳ بانک ملت باجه آب و فاضلاب تبریز (کد شعبه ۱۳۴۲/۵) و ارائه فیش آن به امور قراردادها، اسناد مربوطه را متعاقبا و پس از پایان مهلت فراخوان نوبت دوم دریافت و در تاریخ قید شده در اسناد مناقصه، پاکت خود را تحویل دبیرخانه شرکت نمایند. بدیهی است شرکت در رد یا قبول هر یک از پیشنهادات مختار خواهد بود هزینه آگهی از برنده مناقصه اخذ خواهد شد.
الف) به پیشنهادهای فاقد امضاء، مشروط، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضاء مدت مقرر در فراخوان واصل شود، مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.
ب) مبلغ برآورد اولیه معادل : ۹۱۰۵۶۵۰۰۰۰ ریال
ج) مبلغ سپرده تضمین شرکت در مناقصه معادل ۴۵۵۲۸۲۵۰۰ ریال می باشد.
د) سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه در اسناد مناقصه مندرج است.
ه) پیشنهاد دهنده مکلف است معادل مبلغ سپرده، تضمین های معتبر تسلیم یا مبلغ مذکور را به حساب بانکی شرکت واریز و حسب مورد ضمانت نامه یا رسید واریز وجه را ضمیمه پیشنهاد به شرکت تسلیم نماید به پیشنهادهای فاقد سپرده، سپرده های مخدوش، سپرده های کمتر از میزان مقرر، چک و نظایر آن ترتیب اثر داده نخواهد شد.
سایت www.abfa-azarbayjan.ir

شرکت آب و فاضلاب استان آذربایجان شرقی

خبرنامه

براساس آمار بانک مرکزی

بدهی خارجی ایران به ۵.۴۸۴میلیارد دلار افزایش یافت

بدهی خارجی ایران در سه ماهه نخست ۱۳۹۴ بالغ بر ۳۷۶ میلیون دلار افزایش یافت و به ۵.۴۸۴ میلیارد دلار رسید. به گزارش تسنیم، بانک مرکزی در گزارشی از شاخص‌های اقتصادی سه ماهه اول ۱۳۹۴ اعلام کرد بدهی خارجی ایران در این دوره ۳۷۶ میلیون دلار افزایش داشته است.براساس این گزارش، در پایان سال ۱۳۹۳ بدهی خارجی کشور به ۵,۱۰۸ میلیارد دلار رسیده بود که این رقم در پایان سه ماهه اول ۱۳۹۴ به ۵,۴۸۴ میلیارد دلار افزایش داشته است. این گزارش همچنین تراز حساب‌های جاری ایران در پایان سه‌ماهه ۱۳۹۴ را ۳,۹۴۷ میلیارد دلار اعلام کرده است.تراز حساب‌های جاری ایران در این دوره نسبت به سال قبل کاهش حدود ۱۲ میلیارد دلاری داشته است.در پایان سال ۱۳۹۳ تراز حساب‌های جاری ایران ۱۵,۸۶۱ میلیارد دلار اعلام شده بود.

افزایش قیمت طلای جهانی

با توجه به سبک و سنگین کردن چشم‌انداز سال ۲۰۱۶ از جمله سرعت بانک فدرال در افزایش نرخ بهره توسط سرمایه‌گذاران طلا با افزایش قیمت رو به رو شد. به گزارش اخبار بانک به نقل از بلومبرگ، شمش تحویل فوری با بیش از ۰.۴ درصد افزایش قیمت به ۱۰۷۳.۶۹ دلار در هر اونس رسیدو در ساعت ۱۱:۵۰ صبح به وقت محلی سنگاپور با قیمت ۱۰۷۲.۴۵ دلار در هر اونس مبادله شد.این فلز در سال ۲۰۱۵ با ۹.۵ درصد کاهش مواجه شد.بدین ترتیب طلا سومین سال روند نزولی را طی کرد در حالی که سیاست‌های پولی ایالات متحده تقاضای طلا را کاهش داده است چراکه طلا بهره‌ای به مالک نمی‌پردازد.اگرچه بانک فدرال در اواخر سال ۲۰۱۵ اقدام به افزایش نرخ بهره کرد اما روند افزایش‌های آتی به گفته رئیس بانک فدرال جانت یلن، تدریجی خواهد بود. بانک اچ‌اس بی‌سی اخیرا هشدار داد که روند تروم خارجی توانایی بانک فدرال در افزایش بهره را محدود خواهد کرد و پیش‌بینی کرد در سال ۲۰۱۶ فقط دو افزایش نرخ بهره اتفاق بیفتد.از طرفی گزارش بوماند دوم پیش‌بینی کرد در سال ۲۰۱۶ بازار سهام آمریکا دچار رکود شود.یکی از متغیرهای کلیدی بازار سال آینده وسعت اتفاقی است که برای دلار آمریکا می‌افتد.این هفته قیمت طلا تقریبا ثابت می‌شود و حول و حوش ۱۰۶۰ تا ۱۰۷۸ دلار در هر اونس نوسان خواهد داشت. شمش ۹۹.۹۹ درصد با افت بیش از ۰.۴ درصد در بازار مبادلات طلای شانگهای به ۲۲۴.۰۱ یوان در گرم معادل ۱۰۷۴.۲۹ دلار در هر اونس رسید.

۱۰کشور با امن‌ترین بانک‌های جهان

مجمع جهانی اقتصاد به تازگی تحقیق قابلیت رقابت جهانی را منتشر کرده است تا سلامت موسسات کشورها را مشخص کند.یکی از این نشانه‌ها مربوط به ایمنی بانک‌های کشورهای مختلف است. به گزارش اخبار بانک، معیار مجمع جهانی اقتصاد در تعیین ایمنی بانک‌های جهان اقتصادی و حسابداری نیست، بلکه براساس درک جمعیت از وضعیت نظام بانکی تعیین شده است.کشورها از رتبه ۱ (نیاز به پول بیشتر دارند) تا ۷ (به‌طور کلی ایمن هستند)امتیاز گرفته‌اند. این تحقیق نشان داد مردم ایالات متحده و بریتانیا پس از بحران اقتصادی سال ۲۰۰۸ اعتمادی به نظام بانکی ندارند.رتبه بریتانیا ۸۹ و ایالات متحده ۴۹ تعیین شد و بدین ترتیب بعد از کشورهایی نظیر هندوراس، نامیبیا و پرو قرار گرفتند.

۱۰.جمهوری چک.نظام بانکی چک از این جهت غیرعادی است که وام‌دهندگان با مالکیت غیرملی مسلط بر آن هستند اما به‌ظاهر این موضوع برای مصرف‌کنندگان اهمیتی ندارد و آنها را در رتبه ۱۰ جهانی از نظر ایمنی نظام بانکی از دید جمعیت قرار داده است.

۹.سوییس. اگرچه در میان ده تای برتر قرار گرفته است اما مردم این کشور در حال از دست دادن اطمینان به نظام بانکی هستند. رازداری معروف چند قرنی در نظام بانکی سوییس عقب گرد داشته و بانک ملی سوییس هم امسال با برداشتن ساز و کار حمایت از فرانک ۵۱ میلیارد دلار از دست داد.

۸- اسلواکی.مثل جمهوری چک، گروه‌های بانکی خارجی حاکم بر نظام بانکی اسلواکی هستند و بیش از ۹۰درصد آن را در اختیار دارند.بانک‌های استرالیایی و ایتالیایی بزرگ‌ترین فعالان در نظام بانکی اسلواکی هستند.

۷- لوکزامبورگ.امتیاز بالای لوکزامبورگ جای تعجب ندارد زیرا این کشور به نظام بانکی ایمن مشهور است.بانک Banque et Caisse d’Épargne de l’État آن نهمین بانک ایمن جهان لقب گرفته است.

۶- شیلی.نظام بانکی شیلی نمادی از تاثیرات مثبت در زمان بحران است.رشد اقتصادی این کشور در سال ۱۹۸۲ پس از رکود بانکی گسترده ۱۳درصد افت داشت.قوانین جدیدی که در دهه ۸۰و ۹۰ میلادی معرفی شدند بدان معناست که شیلی یکی از قوی‌ترین نظام‌های بانکی جهان را دارد.

۵- نروژ.در رتبه پنجم در سال ۱۹۹۱ از بحران بانکی لطمه دید و در ان زمان شاهد در هم شکستن دو بانک از چهار بانک بزرگ خود بود.دولت وارد شد و برای تثبیت این بخش قوانینی تصویب شد.

۴- فنلاند.نظام بانکی فنلاند تحت تسلط بانک‌های مشارکتی و خصوصی کم ریسک قرار دارد.

۳- استرالیا.یک گروه کوچک از چهار بانک بیشتر نظام بانکی استرالیا را تشکیل داده‌اند در بانک‌های خارجی این کشور قوانین سرسختانه‌ای حاکم است تا از ثبات نظام بانکی اطمینان حاصل شود.

۲- نیوزیلند. در جایگاه دوم نظام بانکی تحت سلطه پنج بانک اصلی قرار دارد. سودهای منطقی و رشد بدون رقابت باعث تقویت نظام بانکی این کشور شده است.

۱- کانادا.بانک‌های کانادایی همیشه معروف به ثبات بوده‌اند. حدود ۱۰۰ سال فقط دو مورد ورشکستگی بانک‌های محلی گزارش شده است و از بحران بزرگ دهه ۱۹۳۰ تاکنون هیچ شکست بزرگی در نظام بانکی وجود نداشته است.

گزارش تحلیلی «فرصت امروز» از ضرورت استقلال بانک مرکزی

بانک مرکزی؛ در خدمت دولت یا اقتصاد

نسیم نجفی

بقیه از صفحه اول

بانک مرکزی در ایران در سال‌های گذشته چگونه اداره شده است و آیا عدم استقلال آن تأثیرات نامطلوبی بر نحوه اداره این نهاد حساس نظام بانکی داشته است؟

نسبت دولت با بانک مرکزی چگونه باشد؟

دکتر حمید نوریان، کارشناس اقتصادی در گفت‌وگو با «فرصت امروز» در این باره گفت: استقلال بانک مرکزی از حوزه اجرایی کشور به این مفهوم نیست که دولت مطلقا نباید در کار این نهاد ورود داشته باشد. در پیشرفته‌ترین نهادهای مالی جهان هم می‌بینیم که دولت در عزل و نصب‌های رؤسای بانک مرکزی دخالت دارد اما همه اختیار متعلق به دولت نیست.

وی افزود: سخن بر سر این نیست که دولت باید از بانک مرکزی به طور کامل کنار برود. این اشتباهی است که گاه در رسانه‌ها دیده و تبلیغ می‌شود. اساساً دولت به‌عنوان یک شریک مهم تجاری و فعال مهم اقتصادی مگر می‌تواند از تصمیم‌سازی درباره سرنوشت یک نهاد مالی مهم کنار گذاشته شود. کسانی که از این ایده دفاع می‌کنند دیدگاه افراطی دارند.

این کارشناس اقتصادی در ادامه گفت: نکته مهم این است زمانی که حیات و ممات بانک مرکزی در دست دولت قرار داده می‌شود و دولت در همه بخش‌ها و عزل و نصب‌ها و برنامه‌های این نهاد مالی حق مطلق پیدا می‌کند، خروجی این نهاد از مقتضیات علمی فاصله گرفته و براساس مقتضیات سیاسی و حزبی و جناحی تنظیم می‌شود. در واقع در چنین شرایطی رئیس کل بانک مرکزی بیش از آنکه به مصلحت اقتصاد کشور بیندیشد به راضی نگه‌داشتن رئیس دولت فکر می‌کند و همین دغدغه بسیاری از تصمیمات این نهاد را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد.

وی ادامه داد: انتخاب رئیس کل بانک مرکزی باید به دست مجموعه‌ای از شرکای اقتصادی کشور باشد و فعالان هر بخش و صنفی بتوانند با آرایی که از وزن اقتصادی آنها نشات می‌گیرد، در تعیین رئیس کل بانک مرکزی تأثیر بگذارند و رئیس کل بانک مرکزی باید بتواند با تکیه بر چنین انتخابی از اختیارات لازم در مقابل دولت برخوردار باشد و در مقابل رأی دهندگانش هم پاسخگو شود.

رد پای دخالت دولت در تصمیمات بانک مرکزی

رحیم سنگلجی، کارشناس اقتصادی درگفت‌وگو با «فرصت امروز» درباره آثار عدم استقلال بانک مرکزی در اقتصاد ایران گفت: بانک مرکزی کشورمان در مقاطع مختلفی نشان داده است که به جای اینکه نماینده واقعی اقتصاد کشور باشد نماینده دولت در بدنه حاکمیتی است و تصمیماتی که گرفته است نه به نفع نظام بانکی که به نفع منافع زودگذر دولت‌ها بوده است. یکی از نمونه‌های بارز این عملکرد بانک مرکزی در ماجرای برداشت شبانه از حساب بانک‌ها اتفاق افتاد که بانک مرکزی نشان داد برای تأمین هزینه پرداخت یارانه دولت حاضر است بدیهی‌ترین روال‌ها و سلسله مراتب‌های نظام بانکی را زیر پا بگذارد.

وی افزود: یکی از مهم‌ترین آثار زیانبار مستقل نبودن بانک مرکزی در کشور، رشد و توسعه موسسات مالی و اعتباری و صرافی‌های غیرمجاز در مقابل چشمان بانک مرکزی بود. بانک مرکزی در خلال چند دهه که موسسات مالی و اعتباری کارشان را از چند شعبه محدود آغاز کردند به دلیل وابستگی این موسسات به نهادها و سازمان‌های دولتی یا وابسته به قوای سه گانه، به آنها اجازه فعالیت بیشتر دادند و حتی زمینه‌های قانونی و اختیارات و ابزار لازم را هم در اختیارشان قرار دادند تا اینکه سرانجام این موسسات و صرافی‌ها تبدیل به یک مرکز بزرگ پولشویی و پرداخت سودهای کلان شدند و آسیب‌های بزرگی را به اقتصاد کشور وارد کردند.

این کارشناس اقتصادی تأکید کرد: امروز هم بانک مرکزی هر چه تلاش می‌کند تا بتواند موسساتی را که روزی خود اجازه رشد و تکثیر به آنها داده است نظارت‌پذیر کند نمی‌تواند و آنها حاضر نیستند دست از سودهای کلان فعالیت‌های غیرقانونی خود بردارند و در چارچوب‌های قانونی قرار گیرند و چوب این تمرد موسسات غیرمجاز را هم اقتصاد کشور می‌خورد که در حال تحمل رکودی سنگین است و بانک مرکزی به خاطر خطر این موسسات حاضر نیست نرخ سود بانکی را کاهش دهد.

وی ادامه داد: یکی از آثار زیانبار استقلال نداشتن بانک مرکزی خود را در سیاست‌های ارزی بانک مرکزی نشان داد. بانک مرکزی در برخی دوره‌ها تصمیمات پخته و عاقلانه‌ای در مورد نرخ ارز گرفت و روند قیمت‌گذاری آن را اصلاح کرد و با ایجاد سیستم تک نرخی جلوی رانت و فساد در این بازار را گرفت. این وضعیت موجب شد تا سرمایه‌گذاران با دید بهتری به ارزیابی فضای اقتصادی کشور بنشینند اما چندی بعد با عوض شدن دولت بانک مرکزی تحت تأثیر تمایلات دولت جدید این سیاست و دستاورد را کنار گذاشت و به سیستم چند نرخی روی آورد و راه سفته‌بازی و دلال بازی را دوباره در بازار ارز باز کرد.

گزارش ۲

اثر ۱۰۰ هزار میلیاردی ۱۰ تازه‌وارد بر شبکه بانکی

حجم نقدینگی موجود در چرخه اقتصادی کشور از مرز ۹۰۰ هزار میلیارد تومان هم گذشت؛ تغییری که رئیس کل بانک مرکزی را به واکنش به برخی ادعاها مبنی بر دستکاری آمار نقدینگی واداشت و وی از ۱۰۰ هزار میلیاردی که می‌توانست جزو این آمار نباشد، پرده برداشت. به گزارش ایسنا، سیف، رئیس کل بانک مرکزی - به تازگی آخرین آمار نقدینگی را اعلام کرد و گفت که تا پایان آبان امسال به ۹۰۷ هزار میلیارد تومان رسیده است.

آمار بیش از ۹۰۰ هزار میلیاردی نقدینگی و رشد آن در حالی مطرح شد که در ماه‌های اخیر میزان افزایش این متغیر از جمله مباحث مورد نقد در بین کارشناسان و حتی برخی مسئولان است و در برخی موارد از دستکاری آماری نیز سخن به میان آورده بودند. این در حالی است که طبق آخرین آمار بانک مرکزی، میزان نقدینگی حدود دو سال گذشته با رشد نزدیک به ۴۰۰ هزار میلیاردی از ۵۰۶ هزار میلیارد تومان در پایان نیمه اول سال ۱۳۹۲ به ۹۰۷ هزار میلیارد تومان در آبان امسال رسیده است.

در مقابل انتقادات نسبت به افزایش حجم نقدینگی، بانک مرکزی نیز این موضوع را توجیه کرد و آن‌طور که مقامات این بانک تأکید دارند، اضافه شدن بانک‌ها و موسسات غیرمجاز به حیطه نظارتی بانک مرکزی و به تبع آن افزایش حجم نقدینگی آنها به محاسبات قبلی در رشد کلی مؤثر بوده است.

اخیراً رئیس کل بانک مرکزی ضمن گلایه از انتقاداتی که نسبت به دستکاری آمار نقدینگی از سوی این بانک مطرح می‌شود، درباره حجم فعلی این متغیر توضیحاتی ارائه کرد و گفت: «۱۰ بانک و مؤسسه‌ای که حدود دو سال گذشته به پوشش آماری بانک مرکزی اضافه شده‌اند عامل افزایش حدود ۱۰۰ هزار میلیاردی نقدینگی در زمان فعلی و مؤثر در رشد ۵۶ درصدی آن از پایان (صورت‌های مالی) سال ۱۳۹۲ تا پایان آبان سال جاری هستند.» سیف با اعلام اینکه بانک مرکزی به هیچ عنوان نسبت به ارائه آمار غیرقابل قبول و مخدوش اقدام نمی‌کند و مصمم به اعلام آمار دقیق و اصولی است، به صراحت گفت که آنچه درباره رشد نقدینگی و دستکاری آماری آن مطرح می‌شود، درست نیست و این افزایش مربوط به پوشش آماری ۱۰ بانک و مؤسسه جدید است که در این دوره میزان نقدینگی آنها به حجم کلی اضافه شد.

البته توضیحات سیف حاکی از آن است که اگر این ۱۰ بانک و مؤسسه اعتباری به جمع مجازهای بانکی اضافه نمی‌شدند، به طور حتم میزان رشد نقدینگی و حجم آن به اندازه فعلی نبود.

این در حالی است که طبق گفته رئیس کل بانک مرکزی، از حدود ۹۰۷ هزار میلیارد تومان نقدینگی موجود، ۱۰۲ هزار میلیارد تومان متعلق به این ۱۰ موردی است که به تازگی به پوشش آماری بانک مرکزی اضافه شده‌اند.

بنابر این اگر حساب این ۱۰۲ هزار میلیارد تومان از کل نقدینگی جدا شود، باید گفت که از ابتدای سال ۱۳۹۳ تا پایان آبان امسال حدود ۲۰.۹ درصد رشد نقدینگی داریم که برای هشت ماهه اول امسال حدود ۱۴.۸ درصد است و از سوی دیگر کل حجم نقدینگی به ۸۰۵ هزار میلیارد تومان خواهد رسید.

پوشش آماری بانک‌ها و موسسات غیرمجاز یا تازه تأسیس گرچه حجم نقدینگی را افزایش می‌دهد، اما از نگاه کارشناسان روند مثبتی در شبکه بانکی خواهد بود، چراکه در این شرایط حدود ۱۰۰ هزار میلیارد تومانی که می‌تواند خارج از کنترل و نظارت بانک مرکزی سرگردان شود و نقش مخربی در بازار پولی داشته باشد، می‌تواند به حوزه نظارت وارد و کنترل شود.

بخشنامه جدید سیف به بانک‌ها

رئیس کل بانک مرکزی با ارسال بخشنامه‌ای برای همه بانک‌های کشور خواستار کمک بیشتر به واحدهای تولیدی و همکاری با کارگروه تسهیل و رفع موانع تولید شد.

به گزارش اخبار بانک به نقل از تسنیم، بانک مرکزی با ارسال بخشنامه‌ای برای مدیران بانک‌های دولتی، غیردولتی و موسسات اعتباری خواستار اقدام آنها در جهت حل مشکلات بنگاه‌های اقتصادی شده است.

در این بخشنامه که به امضای ولی‌الله سیف، رئیس کل بانک مرکزی رسیده است با اشاره به مصوبه هیأت دولت برای تشکیل کارگروه تسهیل و رفع موانع تولید در همه استان‌های کشور از بانک‌ها خواسته شده است «ضمن صیانت از منابع محدود بانکی، حمایت و همکاری بیشتری از سوی شبکه بانکی کشور با کارگروه مورد نظر صورت پذیرد.» متن بخشنامه به این شرح است:

«احتراما همان‌گونه که اطلاع دارید به موجب تصویب نامه شماره ۱۸۱۵۱/ت۵۰۷۲۰ه مورخ ۱۳۹۴/۱۲/۱۹ هیأت محترم وزیران مقرر گردید به منظور فراهم نمودن زمینه‌های رشد اقتصادی و هماهنگی برای حل و فصل مشکلات و موانع فراروی واحدهای تولیدی «کارگروه تسهیل و رفع موانع تولید» در همه استان‌های کشور تشکیل گردد که از اهم وظایف کارگروه یاد شده بررسی علل رکود یا توقف واحدهای تولیدی و هماهنگی برای حل مشکلات آنها و کمک به تسریع، تکمیل و راه‌اندازی طرح‌های نیمه تمام تولیدی می‌باشد.

در این راستا با توجه به نقش برجسته و مهم شبکه بانکی کشور در تحقق اهداف معنونه و به منظور افزایش کارایی کارگروه مزبور در استان‌های مختلف لازم است ضمن صیانت از منابع محدود بانکی، حمایت و همکاری بیشتری از سوی شبکه بانکی کشور با کارگروه مورد نظر صورت پذیرد تا ضمن افزایش اثربخشی فعالیت بانک‌ها در رفع مشکلات اقتصادی، منابع محدود بانک‌ها با کمترین مداخله به صورت بهینه به متقاضیان نیازمند اختصاص یابد.»

نرخنامه

دلار ۳,۶۶۵ تومان

صرافان بازار ارز و سکه نرخ هر دلار آمریکا را ۳,۶۶۵ تومان و هر قطعه تمام بهار سکه آزادی طرح جدید را ۹۳۵,۰۰۰ تومان تعیین کردند.

هر یورو در بازار آزاد ۴,۰۲۵ تومان و هر پوند نیز ۵,۴۷۰ تومان قیمت خورد. همچنین هر نیم سکه ۴۷۷,۰۰۰ تومان و هر ربع سکه ۲۶۴,۰۰۰تومان فروخته شد. هر سکه یک گرمی ۱۷۰,۰۰۰ تومان خریدوفروش شد و هر گرم طلای ۱۸ عیار ۹۵,۴۶۰ تومان قیمت خورد. هر اونس طلا هم در بازارهای جهانی ۱۰,۷۲۶ دلار بود.

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت	
اونس طلا	۱۰,۷۲۶	▼
مثقال طلا	۴۱۴,۰۰۰	▼
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۹۵,۴۶۰	▼
سکه بهار آزادی	۹۳۵,۵۰۰	▼
سکه طرح جدید	۹۳۵,۰۰۰	▼
نیم سکه	۴۷۷,۰۰۰	
ربع سکه	۲۶۴,۰۰۰	▼
سکه گرمی	۱۷۰,۰۰۰	

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت	
دلار آمریکا	۳,۶۶۵	▼
یورو اروپا	۴,۰۲۵	▼
پوند انگلیس	۵,۴۷۰	▲
درهم امارات	۱,۰۱۰	▲
لیر ترکیه	۱,۲۸۰	▲
یوان چین	۵۸۸	▼
ین ژاپن	۳۰	▼
دلار کانادا	۲,۶۹۰	
فرانک سوییس	۳,۷۲۰	▼
دینار کویت	۱۲,۰۵۰	
ریال عربستان	۹۷۵	
دینار عراق	۳۰۰	
روپیه هند	۵۷	
رینگت مالزی	۸۸۵	▲

بانکنامه

عضو شورای فقهی بانک مرکزی:

مطالعات مالی، اسلامی باید توسط شورای پول و اعتبار اجرایی شود

در حال حاضر نیاز داریم تا تحقیقات گسترده‌تری در حوزه‌های علمیه، وزارت علوم، دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقات پولی و بانکی بانک مرکزی در خصوص فعالیت‌های اقتصاد اسلامی در حوزه مالی اسلامی به‌ویژه در بحث ابزارسازی صورت دهد.

ناصر موسوی بجنوردی در گفت‌وگو با ایلنا در خصوص توسعه ابزارهای مالی اسلامی اظهار داشت: از کشوری مانند جمهوری اسلامی ایران که بر پایه بازارهای مالی (پول و سرمایه) اسلامی و براساس آموزه‌های اسلام ساماندهی شده است انتظار می‌رود تا در جهت ابزارسازی و جهت تأمین نیازهای روزافزون جامعه تلاش بیشتری صورت دهد.

وی ادامه داد: در حال حاضر نیاز داریم تا تحقیقات گسترده‌تری در حوزه‌های علمیه، وزارت علوم، دانشگاه‌ها و مرکز تحقیقات پولی و بانکی بانک مرکزی در خصوص فعالیت‌های اقتصاد اسلامی در حوزه مالی، اسلامی به‌ویژه در بحث ابزارسازی صورت پذیرد.

موسوی بجنوردی تصریح کرد: متأسفانه رشد چشمگیری در این زمینه صورت نگرفته است و انتظار می‌رود متخصصان و صاحب‌نظران در مورد طرح‌هایی که در حوزه مطالعات مالی اسلامی انجام می‌دهند نیازهای جامعه را پیش‌بینی کرده و متناسب با نیازها، ابزارهای مشروع، جامع و کارآمد را ارائه دهند.

وی افزود: همچنین از مسئولان امر، قانونگذاران به‌ویژه اعضای مجلس شورای اسلامی و سیاست‌گذاران در شورای پول و اعتبار و شورای عالی بورس انتظار می‌رود که وارد عرصه شده و در عمل این ابزارها را به‌کارگیرند تا این ابزارها هم کارایی خود را نشان دهند.

موسوی بجنوردی گفت: تا زمانی که ما اجازه ورود جدی‌تر به این ابزارها ندهیم و با احتیاط و با ترس این ابزارها را تست کنیم، نمی‌توانیم درجهت توسعه ابزارهای مالی کاری از پیش ببریم.

وی افزود: طی سال‌های اخیر شاهد آن بودیم که انواع اوراق اجاره، اوراق مرابحه، اوراق سلف موازی و برای نخستین بار در سال جاری اسناد خزانه اسلامی و اوراق استصناع وارد بازار شده‌اند که دارای کارکرد خوبی بوده و از آنها استقبال نیز شده است.

موسوی در پایان گفت: ضرورت دارد تا قانونگذاران و نمایندگان مجلس به تحقیقاتی که در این راستا صورت می‌گیرد اعتماد کرده و در حوزه مالی، اسلامی و به‌ویژه در شورای عالی بورس و شورای پول و اعتبار بانک مرکزی اعتماد بیشتری به این تحقیقات داشته باشند و حتی به شکل محدود اجازه دهند تا این ابزارها در ایران تجربه خود را نشان دهد و سپس آن را در سایر کشورهای‌اسلامی گسترش‌دهند.

اصناف

رئیس اتحادیه بنکداران و طاقه فروشان پارچه:

بی‌درایتی مسئولان، مهم‌ترین عامل نابودی این صنف

امیر قدیمی‌نژاد، رئیس اتحادیه بنکداران و طاقه‌فروشان پارچه در گفت‌وگو با «فرصت امروز» درباره مشکلات این صنف در شرایطی فعلی اقتصاد کشور توضیحاتی را ارائه داد که می‌خوانید:

مالیات بر ارزش افزوده صنف شما را هم با مشکلاتی مواجه کرده یا خیر؟

به طور حتم، مالیات بر ارزش افزوده باعث تورم شده و برای تولیدکننده، به‌صرفه نیست، زیرا تولیدکنندگان صلاح می‌دانند نقدینگی خود را به خرید پوشاک خارجی اختصاص دهند. اگر نگاه دقیقی به این روند داشته باشیم، ارزش افزوده از ریسندگی شروع می‌شود و به کالای نهایی می‌رسد که یک چرخه است که همه این چرخه باید شامل مالیات بر ارزش افزوده شود اما متأسفانه این‌گونه نیست که همین موضوع باعث ایجاد تورم و افزایش قیمت ۳۰ تا ۴۰ درصدی پوشاک می‌شود.

اخیرا دیده شده که با ورود بی‌رویه پوشاک روبه‌ور هستیم، اتحادیه اقدامی برای مبارزه با این موضوع دارد؟

صنعت نساجی باید قدرتمندترین صنعت در کشور باشد. در تمام دنیا بر این باورند که اگر بخواهند رشد اقتصادی داشته باشیم، باید در درجه نخست به صنعت کشاورزی توجه داشته باشند، سپس برای رونق در صنعت نساجی تلاش کنند. اما در کشور ما نه تنها این صنعت مورد حمایت نیست، بلکه مورد نامهربانی‌هایی از سوی دولت قرار گرفته است و از طرفی عدم جلوگیری از واردات پوشاک موجب نابودی این صنعت است.

وضعیت فعلی بازار صنف اتحادیه بنکداران و طاقه فروشان پارچه به چه صورت است؟

در حال حاضر بازار دچار رکودی جدی است و فروش اقساطی تنها عاملی است که باعث سرپا ماندن نسبی این صنف شده است. از طرفی باید به این نکته توجه داشت که نابودی صنعت نساجی تنها به دلیل بی‌درایتی مسئولان است.

لوازم آرایشی و بهداشتی ارزان می‌شود؟

رئیس انجمن واردکنندگان لوازم آرایشی، بهداشتی و عطریات کاهش قیمت محصولات آرایشی و بهداشتی را در گرو کاهش نرخ ارز عنوان کرد و گفت: با اجرایی شدن برجام، هزینه‌های واردات در این بخش بیشتر از ۵درصد تغییر نمی‌کند.

محمدرضا بوترابی در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به اینکه اجرای برجام تأثیر چندانی بر کاهش قاچاق کالاهای بهداشتی و آرایشی ندارد، اظهار کرد: مشکل قاچاق، واردات مستقیم نیست، بلکه به بروکراسی‌های اداری بر می‌گردد.

وی کاهش قیمت کالاهای آرایشی و بهداشتی را در گرو کاهش نرخ ارز عنوان و اظهار کرد: اگر قیمت دلار کاهش یابد، قیمت مواد اولیه و در پی آن قیمت کالاهای وارداتی نیز کاهش می‌یابد، یا حداقل افزایش نخواهد داشت، اما اگر قیمت دلار افزایش یابد، نمی‌توان انتظار کاهش قیمت داشت.

رئیس انجمن واردکنندگان لوازم آرایشی، بهداشتی و عطریات با بیان اینکه مشکلی در واردات کالاهای آرایشی و بهداشتی وجود ندارد، افزود: طی این مدت هزینه‌های واردات مقداری بالا رفته بود که مربوط به هزینه بیمه و حمل‌ونقل بود، اما با اجرایی شدن برجام نیز این هزینه‌ها بیشتر از ۵درصد تغییر نمی‌کند.

بوترابی با اشاره به تأثیر قیمت ارز در قیمت مواد اولیه گفت: وقتی مواد اولیه یک کالا ۱۰۰ دلار است، تفاوت می‌کند اگر بخواهید آن را با دلار ۳۰۰۰ تومان بگیرید یا دلار ۴۰۰۰ تومان، اما ۱۰۰ دلار تغییری نمی‌کند و وقتی شما می‌خواهید بابتش پول بدهید، قیمت تمام شده و ملاک محاسبه، ارز پرداختی است.

وی با بیان اینکه به دلیل کاهش قیمت نفت، توان کاهش چشمگیر قیمت‌ها وجود ندارد، افزود: از نظر روانی ممکن است یک شوک به بازار وارد شود و قیمت چند روز کاهش یابد، اما باز به مرور زمان بالا می‌رود، زیرا جایگزینی به جز نفت برای قیمت دلار نداریم و معمولا هم قیمت نفت خیلی پایین است.

رئیس انجمن واردکنندگان لوازم آرایشی، بهداشتی و عطریات با بیان اینکه نمی‌توان انتظار کاهش قیمت در لوازم آرایشی و بهداشتی را داشت، اظهار کرد: کالاهایی هستند که کمپانی‌ها به دلیل تحریم، اصلا وارد نمی‌کنند، اما شاید با لغو تحریم واردات صورت بگیرد و در زمینه برندهای شرکت‌های واردکننده، سرمایه‌گذاری شود.

بوترابی همچنین در پایان خاطرنشان کرد: باید برای کمپانی‌های خارجی بستری امن فراهم شود، آن‌گاه آنها می‌توانند حتی در همین جا به تولید بپردازند و در آن صورت است که می‌توان انتظار کاهش قیمت‌ها را داشت.

با هدف تحقق مدیریت یکپارچه

پروژه راهکار جامع سازمانی افتتاح شد

عکس: سمیه سهیلی | فرصت امروز

پروژه راهکار جامع اطلاعاتی میدکو و فناپ به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین پروژه‌های تولید نرم‌افزار سازمانی، رسما آغاز به کار کرد.

به گزارش «فرصت امروز»، در مراسم افتتاحیه این پروژه مجید قاسمی، مدیرعامل بانک پاسارگاد با بیان اینکه همت والا در میدکو و فناپ باعث بروز چنین رویدادی شده است، گفت: اصلاح تمامی فرآیندهای تولید نیاز به هوشمندی دارد و در چنین مسیری، چشم بینا در مجموعه‌های پیچیده اجتناب‌ناپذیر است.

در ادامه شهاب جوانمردی، مدیرعامل شرکت فناپ روایتی تاریخی از انعقاد قراردادهای همکاری با شرکت‌های میدکو و Posco ICT برای پیشبرد این پروژه ارائه داد و افزود: پروژه راهکار جامع سازمانی به جز لایه صفر که به موضوع شبکه‌های ابزاردقیق و اتوماسیون اختصاص دارد، تمامی لایه‌های بالادستی تا لایه‌ای را که منجر به مدیریت منابع می‌شود نیز پوشش می‌دهد.

مدیرعامل شرکت فناپ اظهار کرد: این پروژه یکی از بزرگ‌ترین پروژه‌های ملی فناورانه در سطح کشور محسوب می‌شود که این مهم اتفاق نمی‌افتاد مگر با نگاه ژرف و دقیقی که از سوی مدیریت ارشد گروه به وقوع پیوست.

وی ضمن تشکر از تمام کسانی که در اجرای این پروژه همکاری کردند، اظهار کرد: ما عملا در فعالیتی که با مجموعه میدکو تعریف کردیم به دو دسته فعالیت اصلی رسیدیم که نخستین آنها فعالیت‌هایی است که منجر به توسعه زیرساخت‌های فناوری اطلاعات هلدینگ خواهد شد و بستر پردازش و انتقال اطلاعات و راهبری فناورانه سیستم را فراهم می‌کند و دومین دسته پروژه راهکار جامع اطلاعاتی میدکو بوده است.

جوانمردی افزود: ما عملا با مطالعات اولیه‌ای که انجام دادیم در اسفند ماه ۱۳۹۲ توافقنامه‌ای را با مجموعه میدکو منعقد کردیم و بعد از آن شروع مراحل شناخت نیازمندی‌ها و فرآیندهای شرکت‌ها و کارخانجات میدکو را در دست اجرا داشتیم و در نهایت در تابستان ۹۳ مراحل شناخت را تکمیل کردیم.

اکرام جعفری، مشاور مدیرعامل میدکو نیز با اشاره به اینکه محصولات میدکو باید در رقابتی جهانی عرضه شود، گفت: هلدینگ معدنی میدکو فعالیت‌های خود را به ایران محدود نکرده، بنابراین باید خودش را به شاخص‌های جهانی نزدیک کند.

او افزود: میدکو به لحاظ سازمانی دارای مجموعه شرکت‌هایی است که باید به‌صورت یکپارچه عمل کنند. بنابراین این هلدینگ مجبور است برای مدیریت چنین مجموعه‌ای از سیستمی یکپارچه استفاده و حلقه کاملی از کسب‌وکار را در تمام بخش‌های خود ایجاد کند.

جعفری گفت: ارزش بازار ERP در جهان، امسال حدود ۳۰ میلیارد دلار برآورد شد و در سال جدید میلادی نیز پیش‌بینی می‌شود به ۴۲ میلیارد دلار برسد. ما یک‌سال و نیم ERPها را در ایران بررسی کردیم و دریافتیم که راهکار جامع سازمانی در هیچ‌یک از شرکت‌های فولادی به‌طور کامل تحقق پیدا نکرده است.

به گفته وی، تفاوت‌های زیادی در بخش مقررات خصوصا مقررات مالی، بین ایران با دیگر کشورها وجود دارد، بنابراین به این نتیجه رسیدیم که برای هلدینگ به‌طور اختصاصی یک راهکار تولید کنیم.

همچنین علی‌اصغر پورمند، مدیرعامل شرکت میدکو با اشاره به سرعت تحولات کسب‌وکاری در جهان گفت: ما داوطلبانه باید به استقبال تغییرات برویم.

این پروژه، تولید نرم‌افزار جامع سازمانی برای کارخانه‌های هلدینگ معدنی میدکو همچون کارخانه تولید کنسانتره، گندله، آهن اسفنجی، شمس فولاد و... است که با پیمانکاری شرکت فناپ و نظارت شرکت Posco ICT کره جنوبی در بازه زمانی پنج‌ساله اجرا می‌شود.

افزایش ۲/۴ میلیون تنی تولید سالانه فولاد و یکپارچه‌سازی فرآیندهای سازمانی از مهم‌ترین اهداف اجرای پروژه راهکار جامع اطلاعاتی میدکو است.

گزارش ۲

افزایش ظرفیت گردشگری پایتخت

جنجالی‌ترین هتل ایران افتتاح شد

جنجالی‌ترین هتل ایران که اواخر خرداد ماه پرونده تخلفات آن با وساطت رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ختم به خیر شد، با حضور معاون اول رئیس‌جمهور افتتاح شد.

به گزارش ایسنا، این هتل که مساحت آن ۷۵ هزار متر مربع است در ۲۶ طبقه ساخته شده که اوایل امسال پرونده آن در شورای شهر تهران به خاطر چهار هزار و ۷۷۰ متر تراکم اضافه باز شد که پس از توضیحات قالیباف شهردار تهران و وساطت مسعود سلطانی‌فر، معاون رئیس‌جمهور خرداد ماه امسال پرونده آن بسته شد.

این هتل پنج ستاره که در ارتفاعات شمال غرب تهران ساخته شده از حدود یک ماه پیش بهره‌برداری شد. زمان برگزاری سومین اجلاس سران مجمع کشورهای صادرکننده گاز نیز شعبه‌های این هتل، محل اقامت پوتین، همراهانش و دیگر سران کشورهای شرکت‌کننده در اجلاس بود.

این هتل با حضور اسحاق جهانگیری معاون اول رئیس‌جمهور، مسعود سلطانی‌فر رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری درحالی‌که سیدحسین هاشمی استاندار تهران آنها را همراهی می‌کرد، افتتاح شد.

علی‌اصغر امیری، سرمایه‌گذار این هتل در سخنان افتتاحیه با انتقاد به وضعیت پرداخت تسهیلات به پروژه‌های سرمایه‌گذاری گردشگری گفت: نه این قدر ساده‌لوحانه منابع را در اختیار سرمایه‌گذاران بگذارید و نه اینقدر سخت‌گیرانه که قفل زده‌اند و خودشان دسترسی ندارند. اینطور نباشد که فقط سرمایه‌گذار را تشویق کنیم. این کافی نیست. همراهی تا پایان کار لازم است.

امیری سپس با یادآوری وضعیت تولید و فعالیت کارگاه‌ها اظهار کرد: ۲۵ سال پیش تمام اماکن تجاری در اختیار کارخانجات و مراکز صنعت بود. تمام تولیدات کشور در همین چهارراه‌ها فروخته می‌شد ولی متأسفانه اکنون تمام کارخانه‌ها تفاله شده و بانک‌ها جای آنها را گرفته‌اند و باز هم راضی نیستند و می‌گویند ضرر می‌کنیم. این در حالی است که اثرگذاری یک کارخانه برای رفع معضلات اجتماعی و اشتغال‌زایی بیشتر است.

او سپس از معاون رئیس‌جمهور درخواست کرد که کاری کنند تا نرخ بهره پایین آید و در ادامه گفت: من اگر پول دوستانم را جمع کردم و این هتل را ساختم برای این بود که در سال دست کم ۵درصد از سود به خودم بازگردد، درحالی‌که الان بر نمی‌گردد. کاری کنید که تسهیلات مناسب در اختیار سرمایه‌گذار قرار گیرد.

او با درخواست از جهانگیری برای پرداخت باقیمانده وامش از صندوق توسعه ملی گفت: من این هتل را با رانت نساختم. چهار سال پیش با درخواستی که به دولت دادم پرداخت ۱۳۵ میلیارد تومان مصوب شد که یک سال و نیم بعد این رقم به ۹۱ میلیارد تومان رسید و حالا ۵۰ میلیارد تومان آن را داده‌اند.

وی بیان کرد: ما خط‌کش سرمایه‌گذاری در گردشگری شدیم. دولت در حال حاضر به سرمایه‌گذاران کمک می‌کند چون می‌خواهد به چشم‌انداز ۲۰ ساله برسد و مطمئن باشید حمایت‌ها بیشتر می‌شود.

به گزارش ایسنا، مسعود سلطانی‌فر، معاون رئیس‌جمهور و رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری نیز در این مراسم اعلام کرد: با تلاش بخش خصوصی حدود ۱۲۵ هتل چهار و پنج ستاره در مرحله صدور مجوز تا پیشرفت فیزیکی ۹۰ تا ۹۵ درصد قرار دارد؛ اتفاقی که در ۹۰ سال اخیر بی‌سابقه بوده است.

وی افزود: اگر موفق شویم با کمک دولت سیستم بانکی و صندوق توسعه ملی ظرف چهار، پنج سال آینده تسهیلات مورد نیاز را تأمین کنیم می‌توان ادعا کرد تمام تاریخ هتل‌سازی ایران از سال ۱۳۰۰ تا ۱۳۹۲ یک طرف و این دولت در طرف دیگر قرار دارد.

سلطانی‌فر سپس از معاون اول رئیس‌جمهور درخواست کرد با اهتمامی که دارد اوامر لازم را صادر کند تا از محل تسهیلات صندوق توسعه ملی منابع مالی لازم برای تکمیل این پروژه‌ها تأمین شود.

او یادآور شد: ایران در حال حاضر ۱۱۰۰ هتل به اضافه ۶۰۰ هتل آپارتمان دارد که از این میان ۱۳۰ هتل چهار و پنج ستاره هستند که تلاش می‌کنیم کیفیت آنها را استانداردسازی کنیم.

رئیس سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری همچنین گردشگری را موتور محرکی برای خروج ایران از رکود دانست و گفت: گردشگری گنج پنهانی است که ظرفیت دارد در دو برنامه ششم و هفتم توسعه اقتصاد ایران را متحول کند. وی با اشاره به مصوبه اخیر دولت آمریکا گفت: تاکنون از سوی ۹ نشریه خارجی و سازمان بین‌المللی ایران به‌عنوان مقصد اول گردشگری یا جزو پنج مقصد نخست پیشنهادی قرار گرفته است. این نشان می‌دهد مصوبه آمریکا تأثیر چندان جدی در صنعت گردشگری ایران نداشته باشد.

گردشگری

هتل‌های قصرشیرین به حراج بانک‌ها رفته‌اند، آن هم با قیمت ناعادلانه

نماینده انجمن هتل‌داران قصرشیرین گفت: هتل‌های قصرشیرین به‌علت بدهی به حراج بانک رفته و روی هر متر ۴۰۰ هزار تومان قیمت گذاشته‌اند که در کل ایران، اصطبل را هم به این قیمت نمی‌فروشند.

«بهروز مرادی» در گفت‌وگو با ایسنا با اشاره به مشکلات فراوانی که برای هتل‌داران قصرشیرین ایجاد شده است، اظهار کرد: در سال‌های ۷۹ تا ۸۰ سرمایه‌گذاران را با دادن تسهیلات تشویق کردند در قصرشیرین هتل بسازند، اما با ساخته شدن هتل‌ها دیگر از هتل‌داران هیچ حمایتی نشد.

وی ادامه داد: برخی هتل‌داران تا حدود ۲میلیارد تومان هم برای احداث هتل‌ها هزینه کردند و تنها ۲۰ تا ۳۰ درصد آن از طریق تسهیلات تأمین شد.

نماینده انجمن هتل‌داران قصرشیرین بسته شدن مرز خسروی به‌علت ناامنی‌های عراق را منشأ اصلی مشکلات هتل‌داران قصرشیرین دانست و خاطرنشان کرد: دیگر کسی به هتل‌ها مراجعه نکرد و درآمد هتل‌ها پاسخگوی هزینه آب، برق، کارگر، مالیات و... نبود و ما از سوی مسئولان هم هیچ حمایتی دریافت نکردیم

به گفته مرادی، حدود ۱۰ هتل این وضعیت را داشتند که اکنون اکثر آنها تعطیل هستند و دیگر کار نمی‌کنند.

وی با بیان اینکه این هتل‌ها حتی تا سه ستاره هم بودند، افزود: در هر هتل حدود ۱۰ نفر مشغول به کار بودند که این افراد نیز بیکار شدند و مشاغل جانبی هم که از این طریق ایجاد شده بود از بین رفت.

نماینده انجمن هتل‌داران قصرشیرین تصریح کرد: حالا ما به‌علت نبود درآمد به بانک‌ها بدهکاریم و آنها به‌صورت غیرقانونی برای حراج املاک هتل‌ها اقدام کردند.

مرادی با بیان اینکه برخی هتل‌داران همه تسهیلات اخذ شده را که برای برخی چند میلیارد و برای برخی چند صد میلیون بود پرداخت کردند، خاطرنشان کرد: مشکل کنونی این است که هر سال جریمه‌های زیادی برای ما در نظر گرفته شده و اگرچه اصل بدهی را پرداخت کردیم اما به‌علت جریمه‌ها هنوز به بانک بدهکاریم.

وی ادامه داد: در سفر اخیر وزیر اقتصاد و دارایی هم موضوع را مطرح کردیم و قول کمک دادند، اما وقتی که به بانک مراجعه می‌کنیم اعلام می‌کنند که دستورالعمل اجرایی برای کمک به ما ندارند.

نماینده انجمن هتل‌داران قصرشیرین گفت: به میراث فرهنگی، استانداری، نمایندگان مجلس و... هم مراجعه کردیم، اما هیچ‌کدام به ما کمک نکردند و هیچ‌کدام از وعده‌هایی که به ما داده شد محقق نشد.

مرادی ادامه داد: مشکل دیگر این است که بانک وقتی برای قیمت‌گذاری هتل‌ها مراجعه می‌کند، کارشناسان قیمت بسیار ناعادلانه‌ای در نظر می‌گیرند.

وی با بیان اینکه قیمت هر متر هتل سه ستاره با آن همه امکانات را ۴۰۰ هزار تومان تعیین کرده‌اند، گفت: در کل ایران اصطبل را هم به این قیمت نمی‌فروشند.

مرادی با اشاره به اینکه این هتل‌ها زمانی ارزش اقتصادی قصرشیرین را هم بالا برده بودند، یادآور شد: با این شرایط دیگر هیچ‌کس حاضر به سرمایه‌گذاری در قصرشیرین نیست.

نماینده انجمن هتل‌داران قصرشیرین یادآور شد: در این شهر حدود ۲۰ زائرسرا هم بود که آنها نیز چون درآمد نداشتند جمع کردند.

شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان سمنان
سهامی خاص

آگهی مناقصه عمومی دو مرحله‌ای شماره ۹۴/۲۲

نوبت دوم

مجوز نفت: ۱۳۹۴/۵۰۸۵

شرکت گاز استان سمنان در نظر دارد خرید، نصب و راه اندازی پکیج و اسپیلت دو پارچه از نوع Air-cooled را با شرایط ذیل به مناقصه‌بگذارد.

عنوان	شرح
نام و نشانی مناقصه گزار	شرکت گاز استان سمنان به نشانی: سمنان-بلوار شهید اخلاقی-نبش خیابان دهه فجر
نوع، کمیت و کیفیت کالا یا خدمات	پکیج دو پارچه از نوع Air-cooled ، هوا خنک دائم کار و پائین زن۳ دستگاه اسپیلت دو پارچه از نوع Air-cooled ، هوا خنک ۱ دستگاه
نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه	مبلغ ۱۲۵,۰۰۰,۰۰۰ ریال وشامل تضامین معتبرمندرج درآئین نامه تضمین معاملات دولتی می باشد.
زمان و مکان دریافت اسنادمناقصه	از تاریخ ۹۴/۱۰/۱۲ لغایت ۹۴/۱۰/۱۶ - سمنان -بلوار شهیداخلاقی-نبش خیابان دهه فجر-شرکت گاز استان سمنان- امور قراردادها
زمان و مکان تحویل اسناد مناقصه	حداکثر تا ساعت ۱۵ مورخه ۹۴/۱۰/۳۰ در مکان فوق الذکر
هزینه خرید اسناد مناقصه	۱۰۰,۰۰۰ ریال واریزی به حساب بانک ملی ایران با شماره شبای IR۲۸۰۱۷۰۰۰۰۰۰۲۱۷۴۶۳۲۸۰۸۰۰۸
زمان گشایش پیشنهادها (الف و ب)	ساعت ۱۴ روزیک شنبه مورخ۹۴/۱۱/۰۴
تلفکس امور قراردادها	۰۲۳-۳۳۴۵۳۸۴۴

جهت کسب اطلاعات بیشتر به آدرس اینترنتی www.nigc-semnan.ir و یا http://iets.mporg.ir مراجعه فرمائید.

روابط عمومی شرکت گاز استان سمنان

۱۱۵۲

عمران

تعیین تکلیف واحدهای مسکن مهر تصرف شده تا پایان سال

عضو هیات‌مدیره بانک مسکن از تعیین تکلیف بخشی از واحدهای تصرف شده مسکن مهر تا پایان سال خبر داد و گفت: برای تک تک پروژه‌های تصرف شده با همکاری قائم مقام وزیر راه و شهرسازی راهکار پیدا می‌کنیم.

علیرضا بُلگوری در گفت‌وگو با تسنیم با اشاره به مشکل تصرف حدود ۳۶ هزار مسکن مهر توسط متقاضیان، افزود: در راستای حل این مشکل شعب بانک مسکن با همکاری مقامات استانی و شورای استان‌ها، تعداد واحدهای تصرف شده کاهش یافته است. وی با تاکید بر اینکه اقدامات جدی توسط شعب و ادارات راه و شهرسازی استان‌ها در این زمینه برگزاری شده است، تصریح کرد: از سوی دیگر قائم‌مقام وزیر راه و شهرسازی نیز به‌صورت جدی به رفع این مسئله کمک کرده و جلسات مستمر هفتگی برگزار می‌کنیم. وی ادامه داد: در این جلسات برای تک‌تک پروژه‌ها راهکار پیدا می‌کنیم که در این راستا تعداد قابل توجهی را تا پایان سال تعیین تکلیف می‌کنیم. وی آزاد شدن خریدوفروش واحدهای مسکن مهر را در تعیین تکلیف پروژه‌های تصرف‌شده موثر دانست. عضو هیات‌مدیره بانک مسکن پیش‌تر با اشاره به اینکه حدود ۳۶هزار مسکن مهر در سراسر کشور توسط متقاضیان تصرف شده، به تسنیم گفته بود: شورای عالی استان‌ها باید به حل این مسئله کمک کند تا بتوانیم این واحدهای تحویل شده در دولت قبل را فروش اقساطی کنیم.

نقاط ضعف طرح مسکن قسطی

نایب رئیس انجمن انبوه‌سازان مسکن و ساختمان کشور با اعلام عدم کارایی طرح فروش مسکن قسطی برای اکثر اقشار جامعه از سود ۴ درصدی بانک مسکن در ازای خدمات بانکی و بازپرداخت پنج ساله خبر داد و گفت: برنامه‌ای از سوی انبوه‌سازان برای فروش اقساطی مسکن تدوین نشده است.

حسن محتشم در گفت‌وگو با پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی درباره جزییات مسکن قسطی و اینکه این طرح در کدام مرحله از اجرا قرار دارد، گفت: مسکن قسطی طرحی بود که از سوی انبوه‌سازان در سال گذشته مطرح شد. قرار بود انبوه‌سازان از طریق لیزینگ این کار را انجام دهند، اما از آنجا که اجرای این طرح به‌عنوان لیزینگ مسکن نیازمند مجوز بانک مرکزی بود. وی افزود: اینکه بیاییم و تعیین کنیم که برای چه تعداد انبوه‌ساز و برای چه تعداد واحد مسکونی این کار انجام شده واقعیت این است که این جزییات به دست نیامده اما طرح این‌گونه است که اگر انبوه‌ساز، مالک یا سازندگان آمادگی ارائه آپارتمان‌های خود را به‌صورت قسطی یا نسیه داشته باشند و در عین حال با خریدار به توافق برسند بانک معاملات طرفین را تضمین می‌کند. رئیس انجمن انبوه سازان استان تهران ادامه داد: بانک مسکن برای تضمین تعهدات خریدار و فروشنده اعلام آمادگی کرده است با این شرط که تا ۱۰۰ میلیون تومان اقساط معوق خریدار را پرداخت کند. محتشم درباره نقاط ضعف اجرای این طرح گفت: محدودیت ۱۰۰ میلیون تومان ایرادی است که بخشی از انبوه‌سازان مطرح کرده‌اند، زیرا در حال حاضر قیمت واحد مسکونی در کلان‌شهرها به‌ویژه تهران بیش از اینهاست و این مبلغ شاید تنها یک سوم تا یک‌چهارم از یک واحد کوچک تا متوسط را شامل می‌شود و بقیه مبلغ را نیز انبوه‌ساز از خریدار اخذ می‌کند که در این صورت برای خریدار بازپرداخت این مبلغ به‌صرفه نخواهد بود و در عین‌حال این مقدار برای یک واحد مسکونی در تهران کم است.

رئیس انجمن انبوه‌سازان گفت: طرح فروش قسطی مسکن تاثیر قابل توجهی بر بازار مسکن ندارد و همچنین با توجه به اینکه دستورالعمل خاصی وجود ندارد خریدار نمی‌داند که باید به کجا مراجعه کند و فروشنده نیز در بلاتکلیفی است و در عین حال این طرح برای تامین مسکن اقشار کم درآمد طراحی نشده است.

افت ساخت‌وساز در شهرها

آمار منتشر شده از سوی بانک مرکزی در مورد صدور پروانه‌های ساختمانی از تشدید رکود در بخش مسکن و ساخت‌وساز کشور خبر می‌دهد.

به گزارش تسنیم، آمار منتشر شده از سوی بانک مرکزی نشان می‌دهد از سال ۹۱ به این سو صدور پروانه‌های ساختمانی در مناطق شهری کشور روندی نزولی داشته است. در سال ۹۰ بالغ بر ۱۹۱ هزار و ۴۰۰ پروانه ساختمانی در مناطق شهری کشور صادر شده بود. این رقم در سال ۹۱ با افت ۲,۴ درصدی مواجه شده و به ۱۸۶ هزار و ۸۰۰ پروانه رسیده است.

در سال‌های ۹۲ و ۹۳ نیز روند صدور پروانه‌های ساختمانی در مناطق شهری کاهشی بوده است. در سال ۹۲ پروانه‌های صادر شده با افت ۷,۶ درصدی نسبت به سال قبل به ۱۷۲ هزار و ۶۰۰ پروانه رسیده است. صدور پروانه‌های ساختمانی در سال ۹۳ با افت بسیار بیشتری مواجه شده است. در این سال ۱۱۷ هزار و ۳۰۰پروانه ساختمانی در مناطق شهری صادر شده که این رقم نسبت به سال قبل افت ۳۲,۱درصدی داشته است. براساس این گزارش در سه ماهه نخست سال جاری برابر با فصل بهار نیز ۲۷ هزار پروانه ساختمانی در مناطق شهری صادر شده که این رقم نسبت به مدت مشابه سال قبل افت ۱۷,۸ درصدی داشته است. تعداد پروانه‌های ساختمانی صادر در تهران طی این مدت با افت ۳۶,۲ درصدی نسبت به مدت مشابه سال قبل به ۲ هزار و ۲۰۰ پروانه رسیده است. این گزارش همچنین کل سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ساخت‌وساز در مناطق شهری طی سه ماهه نخست امسال را ۱۹۷ هزار میلیارد ریال اعلام کرده که این رقم نسبت به مدت مشابه سال قبل افت ۶,۹درصدی داشته است. سرمایه‌گذاری بخش خصوصی در ساخت‌وساز تهران طی این مدت نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۱,۹درصد کاهش داشته و به ۴۹,۶هزار میلیارد ریال رسیده است.

اختلاف در تفسیر و اجرای قانون پیش‌فروش موجب می‌شود

سرمایه‌گذار پرانی دولتی‌ها

نازیلا مهدیانی

عکس: سمیه سهیلی | فرصت امروز

جدی‌ترین پیشنهاد و توصیه وزارت راه‌وشهرسازی به مردم برای خانه‌دار شدن، پیش خرید است و فرمولی که وزیر راه‌وشهرسازی برای خرید خانه داده این است که با استفاده از وام ۸۰ میلیون تومانی که با احتساب ۴۰ میلیون تومان ودیعه پس از حداکثر یک سال ۱۲۰ میلیون تومان به دست متقاضی می‌رسد؛ نسبت به پیش خرید اقدام کنند.

به عبارت دیگر، وزیر راه و شهرسازی پس‌انداز را بهترین راهکار برای صاحب خانه شدن توصیه می‌کند، البته راهکاری که به قول خودش تنها در شرایط ثبات بازار جواب می‌دهد اما اگر از ناتوانی مردم در پس‌انداز کردن بگذریم مشکل بزرگی که متقاضیان با آن مواجه هستند خود قانون پیش فروش است. هر چند که یکی از اقدامات اخیر وزارت راه و شهرسازی بازنگری قانون پیش فروش بود که از ابتدای سال جاری هم این قانون اجرایی شد، اما هنوز هم مردم نسبت به معاملات پیش خرید و پیش فروش بی‌اعتماد هستند. معاملات پیش فروش از جایی به مشکل برمی‌خورد که دو طرف به تعهدات خود پایبند نیستند که البته این مشکل بیشتر از جانب پیش فروش‌کننده بروز می‌کند و پروژه‌های ریز و درشت بسیاری به دلیل بروز همین مشکلات و عدم تعهدات متوقف مانده‌اند از جمله پروژه جنجالی «پدیده شاندیز».

اما گویا این داستان تمامی ندارد و اخیرا وزارت راه و شهرسازی پیش‌فروش پروژه «سارینا۲» را هم غیرقانونی اعلام کرده است و به متقاضیان این بازار نسبت به پیش خرید واحدهای تجاری این پروژه هشدار داده و تبلیغات این پروژه برای پیش فروش را غیرقانونی اعلام کرده است، اما مالک این پروژه معتقد است تمام مجوزهای قانونی برای انجام معاملات پیش فروش را در اختیار دارد و پروژه‌های احداث شده در مناطق آزاد اساسا معاف از مجوزهایی هستند که وزارت راه و شهرسازی آنها را الزام و ضروری می‌داند.

مناطق آزاد معاف از قانون پیش‌فروش هستند

نماینده تام الاختیار وزیر راه و شهرسازی در شورای حفظ بیت‌المال اخیرا با بیان اینکه براساس دستور مراجع قضایی فعلا تبلیغات پروژه سارینا کیش متوقف شده است اعلام کرد: «مدیران این پروژه مبادرت به تبلیغات گسترده مبنی برپیش‌فروش واحدهای تجاری پروژه سارینا کیش کرده‌اند که در بررسی‌های انجام‌شده از سوی وزارت راه و شهرسازی مشخص شد مجوز لازم برای تبلیغات پیش‌فروش اخذ نشده است. به همین دلیل، برای آنکه مجددا مشکلی مانند معضل «پدیده» در کشور ایجاد نشود و سارینا کیش به پدیده ۲ تبدیل نشود سریعا وزارت راه و شهرسازی وارد این قضیه شد و به دستگاه قضایی شکایت کرد.»

حال اینکه حسین شیخ محمدی، مدیرعامل شرکت انبوه‌سازان سارینا کیش در گفت وگو با «فرصت امروز» با بیان اینکه قبل از اینکه در مورد این جریان و موضوع با سرمایه‌گذاران پروژه صحبتی شود، سارینا را متهم به نداشتن مجوزها کرده‌اند، گفت: مناطق آزاد مشمول قانون پیش فروش نمی‌شوند و تمام معاملات در مناطق آزاد از طریق سند مادر انجام می‌شود و معاملات در مناطق آزاد از جمله کیش بدون اخذ کد رهگیری انجام می‌شود.

وی با تاکید بر اینکه اظهارات اخیر مسئولان در وزارت راه و شهرسازی درباره پروژه سارینا ۲ موجی از بی‌اعتمادی و ترس در بین متقاضیان ایجاد کرده است، ادامه داد: اتفاقا یکی از مشکلات تامین نقدینگی و اعتبارات برای سرعت بخشیدن به ساخت‌وساز سارینا ۲ این است که نسبت به پیش فروش اقدام نکرده‌ایم و تنها ۱۵ درصد از واحدها پیش فروش شده‌اند.

مالک پروژه سارینا تاکید کرد: این پروژه تمام اسناد و مدارک مورد نیاز را برای پیش فروش دارد و می‌تواند به راحتی نسبت به مجوزهایی که وزارت راه و شهرسازی از آن حرف می‌زند، اقدام کند. هر چند پروژه‌هایی که در مناطق آزاد اجرا می‌شود معاف از این مجوزها هستند.

برخوردهای دولتی، سرمایه فراری می‌دهد

در حالی که وزارت راه و شهرسازی در تلاش است که پای پدیده شاندیز دیگری به پرونده‌های قضایی تلنبار شده روی هم باز نشود، اما سرمایه‌گذاران این بازار معتقدند این رفتار دولت باعث افزایش بی‌اعتمادی مردم به معاملات پیش فروش می‌شود، این در حالی است که خود دولت قصد دارد مردم به سمت این بازار بروند تا سریع‌تر بازار ملک به رونق برسد.

شیخ محمدی با بیان اینکه در حالی وزارت راه و شهرسازی دو پروژه سارینا و پدیده شاندیز را کنار یکدیگر می‌گذارد که این دو تفاوت‌های زیادی با هم دارند، گفت: هر چند دولت حرف‌های زیادی درباره استفاده از توان بخش خصوصی می‌زند اما در عمل خودش باعث فراری دادن سرمایه‌ها می‌شود.

وی ادامه داد: وقتی پروژه‌ای متوقف می‌شود به طور مشخص آسیب‌های زیادی به سرمایه‌گذار و بعد هم به خریداران و مردم وارد می‌شود اما گران‌ترین هزینه، بی‌اعتمادی مردم به بازار است که متاسفانه این نوع برخوردهای دولت باعث بی‌اعتمادی مردم به بازار و فرار سرمایه و سرمایه‌گذار از کشور می‌شود.

دیوان عدالت کد رهگیری را رد کرد

در حالی که یکی از مهم‌ترین ایراداتی که وزارت راه و شهرسازی به پیش فروش واحدهای تجاری سارینا وارد کرده این بوده که معاملات کد رهگیری نداشته که اخیرا دیوان عدالت اداری الزام کد رهگیری را برای معاملات املاک رد و غیرقانونی اعلام کرده است.

البته شیخ محمدی مدعی است براساس معاملات مناطق آزاد معاف از اخذ کد رهگیری هستند. نصیر مشایخ، عضو هیات‌مدیره کانون دفتریاران در این باره به «فرصت امروز» گفت: به طور قطع کد رهگیری مانع از تنظیم اسناد معارض نمی‌شود چراکه در معاملات املاک کد رهگیری براساس کد پستی داده می‌شود بنابراین، با تغییر کد پستی ملک می‌توان یک کد رهگیری دیگری برای معامله ملک درنظر گرفت. وی افزود: نمی‌توان کد رهگیری را راهکار جلوگیری از تخلفات پیش فروش دانست و اخیرا هم دیوان عدالت اداری الزام به اخذ کد رهگیری را برای انجام معاملات غیرقانونی اعلام کرده و این الزام را رد کرده است.

مسئول امور اطلاعات هوانوردی خاورمیانه و اروپا مطرح کرد

کسب رتبه نخست ترافیک هوایی ایران در منطقه

مسئول امور اطلاعات هوانوردی خاورمیانه و اروپا در ایکائو (سازمان جهانی هواپیمایی) گفت: براساس آخرین آمار ارائه شده از میزان ترافیک پروازها در سپتامبر ۲۰۱۵ میلادی، مجموع ترافیک هوایی ایران به حدود ۴۰ هزار پرواز افزایش یافت که با اختلاف حدود ۲۰۰پرواز نسبت به عربستان رتبه نخست ترافیک هوایی منطقه در اختیار جمهوری‌اسلامی ایران قرار گرفت.

به گزارش پایگاه خبری وزارت راه‌وشهرسازی، عباس نیک‌نژاد روز دوشنبه ۷ دی ماه در مراسم رونمایی از پروژه‌های نقشه‌های اطلاعات مدیریت هوانوردی با تشریح وضعیت عملیات هوانوردی در منطقه و ایران گفت: صنعت هوانوردی با مشارکت ۲ هزار و ۲۰۰ میلیارد دلار در مجموعه GDP جهانی و جابه جایی سالانه ۳ میلیارد نفر نقش بسزایی در حمل‌ونقل دارد.

وی با بیان اینکه سالانه ۵ هزار و ۷۰۰میلیارد دلار کالا از طریق حمل‌ونقل هوایی در جهان جابه‌جا می‌شود، اظهار کرد: ترافیک هوایی در جهان از سال ۱۹۷۰ میلادی به بعد، هر ۱۵ سال یکبار دو برابر می‌شود که منطقه خاورمیانه بیشترین رشد را از این میزان افزایش به خود اختصاص داده است، به‌طوری‌که این رشد در خاورمیانه سالانه ۱۴ درصد است و هر شش سال یکبار دو برابر می‌شود.

نیک‌نژاد، با اشاره به وضعیت ترافیک پروازی ایران در خاورمیانه نیز گفت: طی پنج سال گذشته ترافیک هوایی ایران اعم از پروازهای داخلی، بین‌المللی و عبوری چهار برابر شده است.

مسئول امور اطلاعات هوانوردی خاورمیانه و اروپا در ایکائو به روند پیشرفت ترافیک هوایی ایران از سال ۲۰۰۹ اشاره کرد و افزود: مجموع ترافیک هوایی ایران در ژوئن ۲۰۰۹، ۱۰ هزار و ۴۷۹ پرواز بود که ایران در بین کشورهای منطقه از نظر تعداد پروازها در رتبه ششم تا هفتم قرار داشت. ترافیک هوایی کشور در ژانویه ۲۰۱۱ نیز ۱۰ هزار و ۶۳۸ پرواز و در اکتبر ۲۰۱۲ نیز به ۱۷ هزار و ۵۲۳ پرواز رسید. نیک‌نژاد با بیان اینکه ترافیک هوایی ایران از ۱۵ ژانویه تا ۱۵ فوریه ۲۰۱۴ به ۲۴ هزار و ۷۲۷ پرواز افزایش یافت، گفت: این افزایش ترافیک، رتبه ایران را در بین کشورهای منطقه به رتبه پنجم ارتقا داد.

مسئول امور اطلاعات هوانوردی خاورمیانه و اروپا در ایکائو با بیان اینکه عربستان، عمان، مصر، بحرین و ایران به ترتیب بیشترین ترافیک هوایی را در منطقه به خود اختصاص دادند، گفت: براساس آخرین آمار ارائه شده از میزان ترافیک پروازها در سپتامبر ۲۰۱۵ میلادی، مجموع ترافیک هوایی ایران به حدود ۴۰هزار پرواز افزایش یافت که با اختلاف حدود ۲۰۰ پرواز نسبت به عربستان رتبه نخست ترافیک هوایی منطقه در اختیار جمهوری اسلامی ایران قرار گرفت.

وی به رشد ۳۰۰ درصدی ترافیک پروازی ایران طی پنج سال اخیر اشاره کرد و گفت: با رفع تحریم‌ها قطعا تقاضا برای عبور از فضای کشور بیشتر خواهد شد که نیاز به هواپیما حداقل دو برابر می‌شود، بنابراین توجه بیشتر به صنعت هوانوردی کشور بیش از پیش احساس می‌شود. نیک‌نژاد ادامه داد: از سال ۲۰۱۳ که به دلیل ناامنی در فضای عراق، سوریه و اوکراین پروازهای عبوری از این مناطق به آسمان ایران منتقل شد، برخی کشورهای منطقه شیطنت‌های زیادی برای ناآرام جلوه دادن فضای آسمان کشورمان انجام دادند اما سازمان هواپیمایی کشوری با اقدامات و مکاتبات به موقع این شرایط را مدیریت کرد. وی گفت: ترافیک هوایی ایران شش برابر نرخ جهانی و دو برابر نرخ ترافیک خاورمیانه افزایش یافته است.

معاون سازمان هواپیمایی کشوری عنوان کرد

قیمت‌گذاری بلیت پروازهای داخلی نوروزی به‌صورت تفاهمی

معاون هوانوردی سازمان هواپیمایی گفت: در راستای جلوگیری از افزایش بی‌رویه قیمت بلیت هواپیما در ایام نوروز، تلاش کرده‌ایم نظیر پروازهای اربعین، در این پیک سفر نیز ضمن تفاهم با ایرلاین‌ها، قیمت بلیت پروازهای داخلی نوروزی مشخص شود.

به گزارش فارس، محمد خداکرمی آزادسازی نرخ بلیت هواپیما را موضوع مهم و اجراشده در صنعت هوانوردی دنیا دانست و افزود: در ایران نیز پس از متنوع‌سازی نرخ‌های بلیت از اوایل سال گذشته، امسال آزادسازی قیمت بلیت هواپیما در پروازهای داخلی هم اجرا شد.

وی با بیان اینکه در مقوله آزادسازی نرخ بلیت هواپیما موضوع عرضه و تقاضا امری قابل توجه است، اظهار داشت: در راستای جلوگیری از انحصار، آزادسازی نرخ بلیت در مسیرهایی انجام شده که حداقل سه ایرلاین فعالیت می‌کنند.

معاون هوانوردی سازمان هواپیمایی افزود: البته در ایام پیک سفر با توجه به افزایش بسزای تقاضا حتی اگر تعداد ناوگان هوایی کشور ۲۰ برابر هم شود، باز هم پاسخگوی این میزان تقاضا نخواهد بود.

وی افزود: از مسافران تقاضا می‌شود در راستای برنامه‌ریزی مناسب سفر برای ایام پرتقاضا نظیر نوروز، از قبل برای تهیه بلیت هواپیما اقدام کنند.

خداکرمی افزود: همان‌طور که برای ایام اربعین برنامه‌ریزی شد تا بلیت پروازهای عتبات با نرخ مشخص در اختیار مردم قرار گیرد، برای نوروز ۹۴ هم برنامه‌ریزی کرده‌ایم طی هماهنگی با شرکت‌های هواپیمایی قیمت بلیت به‌صورت تفاهمی و مشخص باشد.

معاون هوانوردی سازمان هواپیمایی اظهار داشت: در ایام نوروز دو پیک اصلی داریم که یکی از ۲۴ اسفندماه تا ابتدای فروردین سال بعد و دیگری روزهای ۱۲، ۱۳ و ۱۴ فروردین‌ماه است.

معاون هوانوردی سازمان هواپیمایی اظهار داشت: البته در آزادسازی نرخ بلیت هواپیما باید موضوع ترددهای یک سر خالی هم محاسبه شود، بدین ترتیب که در ایام پیک، در یک مسیر تقاضا بسیار زیاد و در مسیر برگشت تقاضایی وجود ندارد.

خداکرمی درباره خرید هواپیما توسط ایرلاین‌ها بیان کرد: روند خرید هواپیما زمان‌بر است و قطعا پس از اجرای برجام موثرتر خواهد بود، اما برنامه‌ریزی خرید چند فروند هواپیما انجام شده است که تا پایان سال وارد کشور می‌شوند. در نوسازی ناوگان غیر از خرید هواپیما موضوع اجاره هواپیما هم مدنظر است که شرکت‌ها می‌توانند با اجاره هواپیما ناوگان خود را نوسازی کنند.

وی افزود: تعدادی شرکت هواپیمایی داخلی در حال مذاکره برای خرید هواپیما و نوسازی ناوگان هستند و در این باره قراردادهایی منعقد شده است. وی اظهار داشت: همان‌طور که گفتم روند خرید و ورود هواپیما زمان‌بر است، این پروسه به اعزام بازرس و بررسی اسناد هواپیما نیاز دارد که زمان می‌برد، اما طبق برنامه‌ریزی‌های انجام‌شده تا پایان سال جاری ۱۰ فروند هواپیما با سن ۱۱ سال وارد ناوگان هوایی کشور می‌شود.

خداکرمی همچنین درباره خرید سوخو و توپولوف به‌عنوان هواپیماهای روسی نیز اظهار داشت: تا جایی که اینجانب اطلاع دارم درخواستی از سوی شرکت‌های هواپیمایی در این‌باره اعلام نشده است، زیرا ایرلاین‌ها برای خریداری هواپیما باید مجوزهای سازمان هواپیمایی کشوری را اخذ کنند.

حمل و نقل

نیاز به قوانین تامین منابع مالی برای ایجاد صندوق حمل‌ونقل

معاون برنامه‌ریزی و اقتصاد حمل‌و نقل وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه پیشنهاد ایجاد صندوق توسعه حمل‌ونقل نیاز به پایه‌گذاری قوانین و مقررات تامین منابع مالی دارد، گفت: ساختار بدنه بودجه‌ریزی کشور در برابر ایده‌های جدید مقاومت می‌کند.

به گزارش مهر، امیر امینی با بیان اینکه در تدوین برنامه ششم توسعه نباید عجله کرد، گفت: انتظارات مردم از دولت تدبیر و امید در قیاس با دولت‌های گذشته در تدوین برنامه‌های توسعه بسیار بالاتر است و باید این مسئله در تدوین برنامه مورد توجه قرار می‌گرفت.

وی با بیان اینکه برنامه ششم باید ما را از شرایط بحران خارج کند و برنامه روشنی برای آینده اقتصاد ایران طراحی کند، تاکید کرد: تدوین برنامه ششم کار سختی است که سازمان مدیریت و تمامی دست‌اندرکاران باید حساسیت آن را به خوبی درک کنند. معاون وزیر راه و شهرسازی با تاکید بر اینکه باید شیوه‌ها و نگرش به برنامه ششم تغییر کند، ادامه داد: ما در وزارت راه و شهرسازی کار خودمان را انجام دادیم و برای توسعه همه‌جانبه به پایه‌گذاری قوانین و مقررات نیاز داریم.

امینی یادآور شد: پیشنهاد ایجاد صندوق توسعه حمل‌و نقل نیاز به پایه‌گذاری قوانین و مقررات تامین منابع مالی دارد که این مسائل باید در برنامه ششم دیده شود. سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی تا به حال به این حوزه‌ها ورودی نداشته و پایه قانون‌گذاری قوی در این زمینه وجود ندارد و ساختار بدنه بودجه‌ریزی کشور در برابر ایده‌های جدید مقاومت می‌کند.

وی با تاکید بر اینکه باید برای مدیریت نقدینگی در دست مردم برنامه داشت، اضافه کرد: قطعا اگر سود مناسبی برای سرمایه‌گذاری در حوزه حمل‌ونقل در نظر گرفته شود و از روش‌های نوین مشارکتی برای ورود سرمایه‌های مردم استفاده شود و از عوارض مختلف بتوانیم منابعی برای بخش حمل‌ونقل پیش‌بینی کنیم، شبکه حمل‌ونقلی کشور توسعه می‌یابد و شکل آن تغییر خواهد کرد. معاون برنامه‌ریزی و اقتصاد حمل‌ونقل وزیر راه و شهرسازی تاکید کرد: چنانچه با بدنه سنتی بودجه‌ای کشور به مشکل بخوریم قطعا این مشکل را با دولت حل خواهیم کرد و برنامه خوبی به مجلس تحویل خواهد شد.

افزایش ۸درصدی قیمت بلیت قطار معقول بود

نایب رئیس کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی افزایش ۸درصدی قیمت بلیت قطار را معقول خواند و درباره آزادسازی قیمت بلیت هواپیما گفت: آزادسازی قیمت بلیت هواپیما در راستای تقویت ناوگان هوایی اجرا شد.

به گزارش ایرنا، محمدرضا رضایی‌کوچی با اشاره به اجرای آزادسازی نرخ بلیت هواپیما و شناورسازی بلیت قطار گفت: افزایش متوسط ۸درصدی نرخ بلیت قطارهای مسافری در راستای جبران زیان‌های شرکت‌های حمل‌ونقل ریلی معقول بود چراکه شرکت‌های حمل‌ونقل ریلی در هزینه‌های جاری خود با مشکل مواجه بودند.

وی با اشاره به اینکه تعداد شرکت‌های ریلی در کشور معدود هستند و نقش کمتر از ۱۰درصدی در جابجایی مسافران دارند، افزود: این در حالی است که سایر کشورها در حوزه توسعه شبکه ریلی خود سرمایه‌گذاری‌های زیادی انجام دادند.

عضو کمیته حمل‌ونقل مجلس شورای اسلامی تاکید کرد: با توجه به هزینه‌های جاری بالای شرکت‌های ریلی میزان افزایش متوسط ۸درصدی قیمت بلیت قطار معقول بود، ضمن اینکه کیفیت خدمات در صورت ایجاد رقابت افزایش پیدا می‌کند.

نایب رئیس کمیسیون عمران مجلس شورای اسلامی در بخش دیگری از اظهاراتش درباره اجرای آزادسازی نرخ بلیت هواپیما گفت: نرخ بلیت هواپیما در اجرای بند «ب» ماده (۱۶۱) قانون برنامه پنجم توسعه آزاد شده است. علاوه بر این آزادسازی قیمت بلیت هواپیما در راستای تقویت شبکه حمل‌ونقل هوایی اجرا شد. وی با اشاره به اینکه البته شرکت‌های هواپیمایی باید پس از آزادسازی نرخ بلیت، نسبت به افزایش کیفیت خدمات اقدام کنند، اظهار کرد: اگر قرار باشد آزادسازی اجرا شود اما کیفیت نادیده گرفته شود قانون اجرا نشده است، بنابراین خدمات باید متناسب با نیاز مصرف‌کننده ارتقا یابد.

رضایی کوچی افزود: در حالی که نیاز صنعت هواپیمایی کشور در سال‌های آینده داشتن ۵۰۰ فروند هواپیما متناسب با تقاضای بازار است، اما در حال حاضر تنها ۱۵۰ فروند هواپیما در ناوگان هوایی کشور فعال است که این موضوع موجب می‌شود مسافران در ایام پیک‌سفر با کمبود بلیت مواجه شوند. عضو کمیته حمل‌ونقل مجلس با بیان اینکه علاوه بر کمبود ناوگان، میانگین سن هواپیماهای فعال و عملیاتی در کشور بالا است و ناوگان هوایی نیاز به نوسازی دارد، ادامه داد: باید فکر اساسی برای نوسازی ناوگان هوایی کرد. رضایی با بیان اینکه قیمت بلیت علاوه بر میزان خدمات، حتی باید متناسب با نوع هواپیما باشد افزود: جلساتی درباره نحوه اجرای آزادسازی نرخ بلیت هواپیمایی با رئیس سازمان هواپیمایی کشوری در کمیسیون عمران مجلس برگزار شد و این جلسات در آینده نیز ادامه خواهد داشت.

بین‌الملل

آیا گوشی‌های هوشمند دوست خوبی برای رانندگان هستند؟

ترجمه: محمد جواد ناظمی
منبع: autojounal

استفاده از تلفن همراه هنگام رانندگی ممنوع است ولی به هر حال اجتناب‌ناپذیر است و به زودی با اتومبیل‌ها ادغام خواهند شد!

به یاد دارید که در دهه ۸۰ میلادی رادیو ۲۰۰۰ و یک گیرنده ۸ واتی در کنسول جلو یک ویژگی لوکس محسوب می‌شد.

زمانه تغییر کرده، طبق تحقیقات به عمل آمده توسط مؤسسه Inserm که در سال ۲۰۱۱ به چاپ رسید، امروزه بیش از ده‌ها هزار فرانسوی صاحب تلفن همراه هوشمند هستند و بسیاری از رانندگان هنگام رانندگی از آن استفاده می‌کنند. همچنان که استفاده از تلفن همراه هنگام رانندگی غیرقانونی و خطرناک بوده، احتمال تصادف را تا سه‌برابر افزایش می‌دهد. به طوری که استفاده از تلفن همراه هنگام رانندگی علت یکی از هر ۱۰ تصادف در خیابان‌هاست.

برنامه‌ای کاربردی که گوشی‌های همراه را هنگام رانندگی غیر فعال می‌کند

امنیت جاده‌ای برنامه تنظیم گوشی برای حالت رانندگی mode driving را که تمام تماس‌ها و پیامک‌ها را برای کسانی که واقعا نمی‌توانند خودشان از تلفن همراه هنگام رانندگی استفاده نکنند، لغو می‌کند. گوشی‌های همراه هوشمند می‌توانند به ابزاری بسیار عالی تبدیل شوند. این تلفن‌ها دارای صفحه نمایش لمسی بزرگ و سنسور اتصال برای استفاده در خودرو، Gps، دوربین و دسترسی به اینترنت نسل چهار 4G، اتصال بی‌سیم به شبکه WiFi بلوتوث و شتاب سنج هستند. با این حال این زرادخانه تجهیزات بدون برنامه‌های کاربردی بی‌شماری که در طول سال برای آنها فراهم می‌شود، بی‌فایده است.

این گوشی‌های هوشمند به ابزاری تبدیل شده‌اند، به دستگاهی مسیریاب که می‌تواند شما را از اخبار ترافیکی آگاه سازد، نزدیک‌ترین محل سوخت‌گیری را به شما نشان می‌دهد، شما را از فضاهای موجود برای پارک خودرو در نزدیکی مقصدتان آگاه می‌سازد، آخرین اطلاعات مربوط به موتور خودروی شما را نمایش می‌دهد و بهترین شیوه صحیح رانندگی را به شما می‌آموزد.

اگر نگوییم که فرشته‌ای نگهبان است ولی به جادوگری واقعی تبدیل شده است!

قادر به صرفه جویی در وقت و پول شماست، بهبود بخش امنیت سفرهای شما، از طریق سخت‌افزاری خاص به خودرو متصل می‌شود و به کاربر اجازه می‌دهد از قابلیت تشخیص صدا، تایپ متن، گوش دادن به پیامک‌های دریافتی یا در خواست اطلاعات، استفاده کند.

خودروی خود را با گوشی هوشمندتان کنترل کنید

گوشی‌های تلفن همراه مثل قارچ روی داشبورد ماشین‌ها رشد کرده‌اند! ولی طی دو مرحله ناپدید خواهند شد. در ابتدا به‌عنوان عنصر ثابت برای اتصال به سیستم چند رسانه‌ای و رفته رفته می‌شود صفحه نمایش گوشی را به صفحه پخش خودرو انتقال داد.

سپس زمانی که خود ماشین‌ها هوشمند سازی شوند، دیگر جایی برای استفاده از گوشی‌های هوشمند در خودروها باقی نمی‌ماند.

با این حال، می‌توان از آنها به‌عنوان کلیدی مجازی که امکان به اشتراک گذاشتن اطلاعات را فراهم می‌کند، استفاده کرد یا برای نگهداری اطلاعات یا برای نظارت از راه دور برای پارامترهای مقدار سوخت، قفل در، سان‌روف یا اجرای تهویه مطبوع و یا حتی برای اینکه خودرو را از پارک خارج کنیم برای اینکه بیاد دنبالمون!

بسیاری از تولیدکنندگان خودرو در حال حاضر این برنامه‌های کاربردی و برخی از این امکانات را ارائه می‌دهند. حتی می‌توانیم برخی از این امکانات را در خودرو لندروور مدل Gaydon امتحان کنیم. با برنامه‌ای کاربردی در یک گوشی هوشمند می‌توان کنترل خودرو را به‌دست گرفت و طی مسافتی سرعت را کاهش داد.

تمرینی برای عبور یا مانورهای ظریف اما رفته رفته ماشین‌ها با سیم‌کارت هم پیوند خواهند خورد و به دلیل وابستگی رانندگان این خودروها به اینترنت به آنها اجازه می‌دهد به شبکه همراه متصل شوند.

چند هفته پیش مارتین وینترکورن، مدیر عامل سابق فولکس واگن اعلام کرد: تا سال ۲۰۲۰ تمام خودروها به گوشی‌های هوشمندی تبدیل می‌شوند که چهار چرخ دارند! تمام این موارد برای این است که بگوییم اتصال به شبکه کلید قابل توجهی است برای مسئله خودکارسازی رانندگی. این دو با پروتکل V2X مرتبط هستند که تبادل اطلاعات بین وسایط نقلیه و زیرساخت‌های مربوط را ممکن می‌سازد، ما در آغاز انقلابی آرام ولی واقعی هستیم.

طبق آمار GFK تعداد ۲۵ میلیون دستگاه هوشمند و تبلت در سال ۲۰۱۵ در فرانسه به فروش رفت.

پارک گوشی‌های همراه در حال حاضر حدود ۶۰میلیون واحد فعال دارد که نیمی از آنها را گوشی‌های هوشمند تشکیل می‌دهند.

به گزارش انجمن بازاریابی موبایل، ۶۸ درصد ۱۵ساله‌ها در فرانسه صاحب گوشی هوشمند هستند.

سیستم عامل اندروید، گوگل و سایر سیستم عامل‌ها حدود ۷۰ درصد سهم بازار و سیستم عامل ios اپل تا حدود ۲۰ درصد سهم بازار گوشی‌های هوشمند را به خود اختصاص داده‌اند.

مرکز پژوهش‌های مجلس اعلام کرد

«مشکلات ساختاری و مدیریتی» و «شرکت‌های اقماری» مشکلات جدی صنعت خودرو

براساس اظهار نظر کارشناسان مرکز پژوهش‌های مجلس شورای‌اسلامی «مشکلات ساختاری و مدیریتی» و «شرکت‌های اقماری» پس از «دولتی بودن مالکیت» در این صنعت مشکلات جدی صنعت‌خودروی کشور محسوب می‌شوند.

در طرح پژوهشی «آسیب‌شناسی صنعت خودروی کشور و ارائه راهکارهای برون رفت از چالش‌های موجود.» که از سوی این مرکز منتشر شده بر این نکته تأکید شده که «شرکت‌های اقماری و وابسته متعدد نه‌تنها باری را از دوش شرکت مادر و اصلی تولیدی برنمی‌دارد بلکه با تحمیل فشار بر آن در قالب فروش خدمات و قطعات به صورت درصد اضافه بر قیمت تمام شده یا Cost Plus با نرخ‌های بسیار بالا به گونه‌ای عمل می‌کنند که باوجود زیانده بودن شرکت اصلی، دارای حاشیه سود بالا بوده و به نوعی تداعی‌کننده انتقال عمدی سود از شرکت اصلی به شرکت‌های تابعه هستند.»

نکته دیگر در مورد تأکید این پژوهش «عدم توازن بین تسهیلات دریافتی و سرمایه‌گذاری‌های انجام شده» است که بر مشکلات شرکت‌های خودروسازی اصلی افزوده است.

در بخش دیگری از این گزارش آمده: «خصوصی‌سازی واقعی با واگذاری کامل حاکمیت، مدیریت و سرمایه‌گذاری، اصلاح ساختار تولید و بهبود در مدیریت منابع، کاهش هزینه‌های مالی و سربار، استفاده از رویکرد صادرات خودرو و قطعه، افزایش سرمایه‌گذاری در مراکز تحقیق و توسعه، افزایش قدرت رقابت‌پذیری و توسعه همکاری‌های خارج، استفاده از تکنولوژی‌های روز دنیا، تولید خودروهای کم مصرف در چارچوب موازین اصلاح الگوی مصرف انرژی و طراحی و تقویت سیستم‌های نظارت دقیق بر استاندارد خودروهای تولیدی از مهم‌ترین راهکارهای تقویت صنعت خودروسازی کشور از طریق اجرای بندهای سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی است.»

کارشناسان مرکز پژوهش‌ها با بررسی استراتژی و تجارب کشورهای مختلف به این نتیجه رسیده‌اند که: «استفاده از پلتفرم مشترک و توسعه آن در مقیاس جهانی، ادغام خودروسازان با هدف ارتقای قدرت رقابت پذیری، تقویت و ارتقای صنعت قطعه‌سازی در مقیاس جهانی، توسعه همکاری‌های خارجی و توان تکنولوژی در تولید خودرو و در نهایت اتصال به شبکه تولید و توزیع جهانی از مهم‌ترین جهت‌گیری‌های کشورهای موفق در زمینه صنایع خودرو است.»

از سوی دیگر در این گزارش آمده که «رویکرد کلی برندهای معتبر خودروسازی جهان طی سال‌های اخیر عمدتا به سمت تولید خودروهای دیزلی و هیبریدی با مشخصه‌های کاهش آلایندگی، کاهش مصرف سوخت و افزایش راحتی و ایمنی گرایش داشته که از مصادیق بارز آن تولید خودروهای دیزلی و هیبریدی و به ترتیب در کشورهای اروپایی و ژاپن است.»

نویسندگان و تهیه‌کنندگان هدف اصلی این مطالعه را بررسی وضعیت صنعت خودرو، آسیب‌شناسی و ارزیابی و تحلیل استراتژی‌های برندهای معتبر و کشورهای مختلف و استفاده از تجارب آنها در شرایط پساتحریم و سال‌های برنامه ششم توسعه عنوان کرده‌اند.

گزارش ۲

برای بازسازی وجهه خود

فولکس واگن شعار معروف Das Auto را کنار می‌گذارد

ترجمه: معراج آگاهی
منبع: رویترز

شرکت فولکس واگن آلمان که اخیرا به دلیل جنجال‌های ایجاد شده در رابطه با تقلب این شرکت در ارائه آمار مربوط به میزان آلایندگی خودروهای دیزلی خود در شرایط دشواری قرار دارد، پس از رو به رو شدن با واکنش‌های منفی و شدید از سوی کارشناسان و مشتریان خود، تصمیم به بازسازی وجهه خود گرفته و در نخستین گام قصد دارد شعار معروف Das Auto به معنای «خودرو» که همواره در آگهی‌های تجاری این شرکت مورد استفاده قرار می‌گرفت را حذف کند.

به گزارش خبرگزاری رویترز از برلین، این شعار تبلیغاتی که در سال ۲۰۰۷ و توسط مارتین وینترکورن، مدیر سابق فولکس واگن برای استفاده در تبلیغات این شرکت انتخاب شد، سادگی جذابی درون خود داشته و به معنای خودرو است. با این وجود، مدیران این غول خودروسازی آلمانی که شدیدا نگران وضعیت این شرکت بوده و قصد دارند به سرعت اصلاحات مورد نظر خود را در حوزه فرهنگ سازمانی اعمال کنند، از این شعار انتقاد کرده و قصد دارند شعار جدیدی را به جای آن انتخاب کنند.

در این راستا یکی از سخنگویان شرکت فولکس واگن اعلام کرد که شعار Das Auto فعلا حذف نشده است اما در آگهی‌های تبلیغاتی آینده این شرکت لوگوی فولکس واگن را همراهی نخواهد کرد. این سخنگو ادامه داد: «در آینده هر زمان که لوگوی ما در جایی نمایان شود، یک شعار جدید تبلیغاتی آن را همراهی خواهد کرد و این شعار جدید تبلیغاتی چیزی نیست جز Volkswagen. به گفته سخنگوی فولکس واگن شعار مذکور در تمامی برنامه‌های تبلیغاتی این شرکت در سراسر جهان به نمایش گذاشته خواهد شد.

اقدامات اخیر مدیران فولکس واگن در حالی صورت می‌پذیرد که این شرکت پس از تایید مقامات آمریکایی مبنی بر بروز تقلب در آزمون‌های آلایندگی برخی از خودروهای دیزلی این شرکت، در حالت تدافعی قرار داشته‌اند. در همین ارتباط مدیران این شرکت برای هفته‌های متمادی به جای دفاع تدریجی از خود در مقابل سیل اتهامات و افشاگری‌ها، به‌صورت داوطلبانه به انتشار اطلاعاتی در مورد ابعاد تقلب رخ داده پرداخته است.

حال کارزار جدید این شرکت که در پی جلسه هفته گذشته دوهزار نفر از مدیران این گروه خودروسازی در پشت درهای بسته به راه افتاده است، از جمله آخرین تلاش‌های شرکت فولکس واگن برای بهبود وجهه خود و بازسازی آن پس از کاهش قابل توجه فروش این شرکت در بازارهای آمریکا و بریتانیا است.

تمرکز بر برند فولکس واگن

در حالی که گروه صنعتی فولکس واگن به تولید انواع محصولات از سوپرماشین‌های بوگاتی گرفته تا موتورسیکلت‌های دوکاتی و کامیون‌های سنگین اسکانیا، جلسه مدیران این شرکت در شهر درسدن در رابطه با تمرکز روی برند فولکس واگن برگزار شد.

در این رابطه یکی از مدیران شرکت‌کننده در جلسه مذکور به نقل از هربرت دایس، مدیر بخش برندینگ فولکس واگن اعلام کرد که شعار Das Auto را که در دوران مدیریت مارتین وینترکورن انتخاب شده بود یک شعار تمامیت‌خواه و فارغ از هرگونه تواضع است. وی ادامه داد: «با شنیدن شعار سابق این ذهنیت برای مخاطب ایجاد می‌شد که فولکس واگن به تنهایی می‌تواند تعریفی جامع و کامل از یک خودرو ارائه دهد که این موضوع حاکی از یک رویکرد تمامیت خواه دارد.»

این مدیر که نخواست نامش فاش شود، در ادامه اظهار داشت: « فولکس واگن به شعاری نیاز دارد که بیانگر تواضع و فروتنی باشد. در حالی که Das Auto یک شعار خودخواهانه است. نکته دیگر آن است شعار پیشین نمی‌توانست به خوبی توانایی‌های فولکس واگن را در حوزه طراحی، ساخت و تولید خودروهای برقی به مخاطب برساند و از این حیث نیز شعار مناسبی محسوب نمی‌شد.»

مدیریت جدید

براساس اعلام شرکت فولکس واگن، در جلسه مدیران این شرکت در درسدن به نحوه عملکرد مدیریت این شرکت در دوران بحران و همچنین وظایف آن پرداخته و این موضوع را به بحث و بررسی گذاشتند.

هربرت دایس، مدیر بخش برندینگ فولکس واگن از جمله مدیران تازه وارد به این شرکت محسوب می‌شود و ماه جولای گذشته از خودروساز باواریایی یعنی BMW به فولکس گام نهاد. گفتنی است که پس از استعفای اجباری وینترکورن در سپتامبر گذشته، تغییر و تحولات بسیاری از طریق ارتقای مدیران و به کارگیری افراد از خارج از این شرکت در کادر مدیریتی آن ایجاد شده است.

در همین ارتباط ماتیاس مولر، مدیر اجرایی جدید فولکس واگن پیش از این مدیر بخش سوپر ماشین‌های پورشه بوده و مدیر بخش انطباق بازار این شرکت نیز از دایملر به خدمت گرفته شده است.

فولکس واگن با اعمال تغییرات مذکور سعی در تغییر فضا داشته و قصد دارد نشانه‌های جنجال مربوط به تقلب این شرکت در ارائه آمار مربوط به میزان آلایندگی خودروهای این شرکت را از بین برده و در این راستا با برگزاری کنفرانسی پیش از تعطیلات سال جدید میلادی، از مدیران مرد خود خواست تا با نبستن کراوات و بعضا پوشیدن لباس‌های متفاوت فضای صمیمی‌تری را ایجاد کنند.

موفقیت در روابط عمومی

برآورد خسارت‌های ناشی از تقلب رخ داده در محصولات فولکس واگن در بالاترین سطح و سپس اعلام کمتر بودن خسارت‌ها از برآوردهای اولیه براساس قوانین روابط عمومی نوعی پیروزی برای این شرکت محسوب می‌شود.

این در حالی است که متخصصان حوزه صنعت روابط عمومی در این رابطه نمره بالایی برای فولکس واگن در نظر نمی‌گیرند، چرا که مدیران این شرکت بدون نام بردن از فرد یا افراد خاصی اعلام کردند که تنها تعداد بسیار کمی از کارمندان این شرکت در فرآیند تقلب در ارائه اطلاعات مربوط به میزان آلایندگی خودروهای دیزلی این شرکت دخیل بوده‌اند.

با این وجود شرکت فولکس واگن همکاری خود را با شرکت‌های فعال در حوزه روابط عمومی نظیر Hering Schuppener در آلمان، Finsbury در بریتانیا و Edelman and Kekst در ایالات متحده آغاز کرده است. با این همه به نظر می‌رسد که مدیران فولکس واگن همچنان در حال تصمیم‌گیری در رابطه با نحوه برقراری ارتباط با مخاطبان خود در پی بحران اخیر هستند.

سوخت

در گفت‌وگوی مفصل ایسنا با معاون پالایش وپخش بررسی شد

ماجرای بنزین و مثلث آلودگی پایتخت

آلودگی هوای تهران موضوع جدیدی نیست و البته کیفیت سوخت مصرفی در این کلانشهر نیز همیشه روی سیبل این معضل قرار دارد. معاون شرکت ملی پالایش و پخش می‌گوید اوضاع بنزین با گذشته متفاوت است و حالا باید علل اصلی نفس گرفته پایتخت را در کیفیت خودروها، سوخت خانگی و البته پدیده وارونگی هوا جست‌وجو کرد.

به گزارش ایسنا، سرد شدن هوای تهران همزمان با نبود جریان کافی و باد و بارش کم در زمستان‌ها، به آلودگی بیشتر و البته در موارد متعددی تعطیلی مدارس و ادارات می‌انجامد، راه‌حل‌هایی که نمی‌توانند کمک چندانی به معضل کهنه تهران کنند. راه حل این مشکل دیرینه را باید در علت آن جست‌وجو کرد، اما بر سر این موضوع توافق چندانی نیست، گازوییل، بنزین، کیفیت اتومبیل‌ها، سوخت خانگی و گرد و غبار عللی هستند که برای غبارآلودگی تهران و البته بسیاری از کلانشهرهای کشور مطرح می‌شوند.

شاهرخ خسروانی، معاون مدیرعامل شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران معتقد است در کشور علاوه بر بنزین وارداتی با استانداردهای یورو۴، موضوع استفاده از ریفورمیت پتروشیمی با بنزن بالا نیز تغییر کرده است و حالا آنچه تحت عنوان بنزین پتروشیمی خریداری می‌شود نه تنها برخلاف گذشته واقعاً «بنزین» است، بلکه استانداردهای یورو۴ را نیز دارد. موضوع این است که براساس استاندارد یورو ۴ سطح آلایندگی آن به‌گونه‌ای است که می‌تواند شرایط مورد نظر یک هوای استاندارد را تأمین کند. وی با تأکید بر اینکه نکته مهمی که مشکل را از نظر سوخت ایجاد می‌کند، صرفاً کیفیت سوخت نیست، تصریح کرد: یکی از مشکلات اصلی میزان مصرف سوخت است به این معنا که در حین استفاده از بنزین یا گازوییل استاندارد یورو ۴، در کشورهای دیگر که این استاندارد حاکم است براساس آن پلتفرم ماشین‌های‌شان به‌گونه‌ای طراحی شده که وقتی سوخت استاندارد را مصرف می‌کنند، میزان مصرف در حد قابل قبول و بهینه است.

سوخت ناقص خودروها

معاون مدیرعامل شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران ادامه داد: یعنی متوسط مصرف سوخت بنزین ۱۰۰ کیلومتر پیمایش در ماشین‌های ساخت ما ۱۰ لیتر است، درحالی‌که الان استاندارد اروپا، ژاپن و کشورهای پیشرفته حدود پنج لیتر و کمتر است. خسروانی عنوان کرد: این امر به این معنا است که با وجود اینکه استاندارد ما یورو ۴ است ولی دو برابر سوخت مصرف می‌کنیم، سطح آلایندگی خود را در رابطه با بنزین به دو برابر افزایش می‌دهیم و مهم‌ترین نکته این است که اصلاً میزان تخلیه کربن از اگزوز را دو برابر می‌کنیم، یعنی وقتی به جای اینکه در ۱۰۰کیلومتر پیمایش پنج لیتر بنزین مصرف کنیم، ۱۰لیتر مصرف می‌کنیم تخلیه آلایندگی و کربن حاصل از احتراق دو برابر می‌شود.

معاون مدیرعامل شرکت ملی پالایش و پخش‌فرآورده‌های نفتی ایران، درباره دیگر علل آلودگی هوا به خصوص در کلانشهرها به پدیده وارونگی هوا در فصل زمستان اشاره و عنوان کرد: در کنار این قضیه در حقیقت بحث مهم موجود جدا از آلایندگی سوخت این است که در فصل زمستان که پدیده وارونگی هوا اتفاق می‌افتد، الزاما ارتباط مستقیمی با سوخت ندارد، یعنی ذرات معلق ریز در هواست که به خصوص در شرایطی که جریان هوای مناسب نداشته باشیم و هوا ساکن باشد یک تجمع هوای ساکن حاوی آلاینده‌ها و کربن در شهر ایجاد می‌شود که عامل همین شرایط در کلانشهر تهران است.

به گفته وی، این پدیده موجب می‌شود که به دلیل نبود جریان باد مناسب، دودهای حاصل از احتراق ماشین و ذرات معلق در هوای شهر تراکم پیدا کند.

۳۵ درصد گازوییل تولید داخل یورو۴ است

خسروانی با اشاره به گازسوز بودن اتوبوس‌ها در شهر تهران، ادامه داد: گازوییلی که مصرف می‌شود نیز با استاندارد یورو۴ است، اما میزان مصرف براساس پیمایش ۱۰۰ کیلومتر با استاندارد ماشین اروپایی همخوانی ندارد. این یکی دیگر از دلایل آلایندگی هوا است. حدود ۳۵ درصد از گازوییل تولید داخل کشور استاندارد یورو ۴ را دارد که حاصل از تولید روزانه ۲۴ میلیون لیتر گازوییل از پالایشگاه‌های تهران و شازند است.

ماجرای ریفورمیت و بنزین پتروشیمی

وی با تأکید بر اینکه سازمان استاندارد هیچ‌گاه اعلام نکرده بود که وضعیت بنزین وارداتی از پتروشیمی بدتر است، تصریح کرد: برخی از رسانه‌های خاص و برخی از افراد خاص که در زمانی مسئولیت داشتند، این مطلب را طرح کردند که این خارج از واقعیت است.

معاون مدیرعامل شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی ایران با اشاره به تولید ریفورمیت از سوی پتروشیمی‌ها در گذشته، گفت: اولا هیچ‌گاه صحبت از این نشده که ما از پتروشیمی‌ها بنزین گرفتیم همیشه صحبت این بود که ریفورمیت گرفتیم و این ریفورمیت هم در شرایطی که در سال ۱۳۹۰ – ۱۳۸۹ گرفته می‌شد، مقتضیات آن زمان بوده است و ما نمی‌خواهیم به این زمینه ورود پیدا کنیم، تصمیم استفاده از ریفورمیت در آن زمان هم با توجه به گزارشات و دستورات مقرربوده اما در اواخر سال ۱۳۹۲ تصمیم گرفته شد که دریافت ریفورمیت پتروشیمی قطع شود. خسروانی با اشاره به اینکه در آن زمان ریفورمیت پتروشیمی‌ها برای مصرف با مواد دیگر امتزاج پیدا می‌کرد، اظهار کرد: دلیل تصمیم بر قطع دریافت ریفورمیت این بود که در آن برهه از زمان حدود ۶ میلیون تا ۶٫۵ میلیون لیتر ریفورمیت دریافت می‌شد که حدود ۴۰ درصد آن از پتروشیمی بندر امام و ۶۰ درصد آن از پتروشیمی برزویه یا بوعلی بود، این ریفورمیت براساس مستندات پتروشیمی بندر امام، حداقل ۱۰ درصد بنزن و حدود ۵۵ درصد مواد آروماتیک داشته است.

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول: محمدرضا قدیمی
شورای سردبیری:
محمدرضاقدیمی،حمیدرضااسلامی
شهریار شمس مستوفی، محمدصادق جنان صفت
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: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، بعد از مشاهیر، پلاک ۴۹

چهارشنبه | ۹ دی ۱۳۹۴ | شماره ۴۰۶ | صفحه ۸
ایمیل: INFO@FORSATNET.IR سایت: WWW.FORSATNET.IR

تبدیل زیرزمینی میدان ولیعصر به پاساژ تجاری

عیسی علیزاده، مدیرعامل سازمان زیباسازی با اشاره به آخرین وضعیت میدان ولیعصر گفت: این میدان ۱۳ متر گود است و دو طبقه تجاری و مترو در آن وجود دارد. بنابراین ما باید به‌گونه‌ای نماد آن را طراحی کنیم که تا ۱۳ متر سطح یک موضوع را به مخاطب نشان بدهد و از این سطح به بالا طراحی دیگری داشته باشد. ما از اساتید مجسمه‌ساز درخواست کرده‌ایم از این میدان بازدید کنند تا براساس ۱۳ متر زیر سطح و با توجه به دو طبقه تجاری و مترو، طراحی‌های لازم را انجام دهند.

رهبر معظم انقلاب:

دنیای اسلام باید اهتمام خود را رسیدن به تمدن نوین اسلامی قرار دهد

همزمان با ۱۷ربیع الاول، خجسته سالروز میلاد پیامبر اعظم حضرت محمد(ص) و حضرت امام صادق(ع)، مسئولان نظام، میهمانان شرکت‌کننده در کنفرانس وحدت اسلامی، سفرای کشورهای اسلامی و جمعی از قشرهای مختلف مردم، صبح سه‌شنبه با حضرت آیت‌الله خامنه‌ای رهبر معظم انقلاب اسلامی دیدار کردند.

رهبر معظم انقلاب اسلامی در این دیدار ضمن تبریک سالروز میلاد پیامبر عظیم‌الشأن اسلام(ص) و حضرت امام صادق(ع) با اشاره به دمیده شدن روح زندگی و معنویت واقعی و احیای دنیای مرده و آفت‌زده جاهلیت با ظهور اسلام و ولادت و بعثت پیامبر(ص)، مهم‌ترین وظیفه امروز دنیای اسلام به‌ویژه علما و روشنفکران راستین را «تلاش مجدانه و مجاهدانه» برای دمیدن روح واقعی اسلام و معنویت در دنیای پر از ظلم و تبعیض و قساوت کنونی دانستند و تاکید کردند: امروز نوبت دنیای اسلام است که با استفاده از دانش و ابزارهای جهانی و همچنین عقل و خردمندی و تدبر و بصیرت، در جهت برپایی «تمدن نوین اسلامی» حرکت کند.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای گرامیداشت میلاد پیامبر(ص) را در مقابل وظیفه مورد انتظار از دنیای اسلام، بسیار کوچک برشمردند و گفتند: امروز وظیفه امت اسلامی، فقط گرامیداشت میلاد یا بعثت پیامبر اسلام(ص) نیست بلکه دنیای اسلام باید اهتمام خود را رسیدن به تمدن نوین اسلامی قرار دهد.

ایشان افزودند: تمدن نوین اسلامی به معنای تجاوز به سرزمین‌ها، پایمال کردن حقوق انسان‌ها و تحمیل کردن اخلاق و فرهنگ خود به ملت‌ها نظیر آنچیزی نیست که تمدن غربی انجام داد بلکه به معنای هدیه کردن فضیلت الهی به بشریت و ایجاد زمینه برای تشخیص مسیر صحیح به‌وسیله خود انسان‌هاست.

رهبر معظم انقلاب اسلامی با اشاره به استفاده غرب از دانش و فلسفه دنیای اسلام برای پایه‌ریزی تمدن خود، خاطرنشان کردند: این تمدن اگرچه جلوه‌های زیبایی از فناوری، سرعت، سهولت و ابزارهای مختلف زندگی ارائه کرد اما برای بشریت خوشبختی، سعادت و عدالت به ارمغان نیاورد و در درون خود نیز دچار تضاد شده است.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای تاکید کردند: تمدن غرب با ظاهر پرزرق‌وبرق خود، اکنون از لحاظ اخلاقی فاسد و از لحاظ معنوی پوک شده است به‌گونه‌ای که خود غربی‌ها به این واقعیت اذعان می‌کنند.

ایشان با تاکید بر اینکه اکنون نوبت دنیای اسلام است تا در جهت پایه‌ریزی شالوده تمدن نوین اسلامی گام بردارد، گفتند: برای رسیدن به این هدف، امیدی به سیاستمداران دنیای اسلام نیست و باید علمای دین و روشنفکران راستین که قبله آنها غرب نیست، اقدام به روشنگری در میان امت اسلامی کنند و بدانند که برپایی این تمدن، امکان‌پذیر است.

رهبر معظم انقلاب اسلامی با اشاره به ظرفیت‌ها و توانایی‌های دنیای اسلام از جمله سرزمین‌های خوب، موقعیت جغرافیایی ممتاز، منابع طبیعی فراوان و نیروی انسانی با استعداد، خاطرنشان کردند: اگر این ظرفیت‌ها با تعالیم واقعی اسلام درهم آمیخته شوند، امت اسلامی می‌تواند آفرینش‌های هنرمندانه خود را در عرصه‌های علم و سیاست و فناوری و همچنین عرصه‌های اجتماعی به ظهور برساند.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای نظام جمهوری اسلامی ایران را یک نمونه از امکان رسیدن به این اهداف بزرگ برشمردند و افزودند: ایران قبل از پیروزی انقلاب اسلامی، از لحاظ علمی، سیاسی و اجتماعی، عقب‌افتاده و از لحاظ سیاسی، منزوی و از لحاظ شئونات کشور کاملا وابسته بود اما امروز به برکت اسلام، ملت ایران هویت و شخصیت خود را نشان داده و کشور به پیشرفت‌های مهمی در علم و فناوری و دانش‌های نوین رسیده و جزو چند کشور برتر در این عرصه‌هاست.

ایشان این نمونه را قابل تعمیم برای همه دنیای اسلام دانستند و تاکید کردند: رسیدن به این جایگاه شرط دارد و شرط آن نیز، کوتاه شدن سایه سنگین ابرقدرت‌ها از ملت‌هاست که البته هزینه هم دارد زیرا رسیدن به اهداف بزرگ بدون دادن هزینه امکان‌پذیر نیست.

رهبر معظم انقلاب اسلامی با تاکید بر اینکه در تمدن اسلامی برخلاف تمدن غرب، هیچ کشوری با زور تحت سلطه قرار نمی‌گیرد، افزودند: در پایه‌ریزی تمدن نوین اسلامی نباید نگاه‌مان به غربی‌ها باشد و نباید به لبخند و اخم آنها توجه کنیم بلکه باید با اتکا به توانایی‌ها و ظرفیت‌های خود، در مسیر صحیح حرکت کنیم.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای یکی از ابزارهای دشمنان برای جلوگیری از برپایی تمدن نوین اسلامی را ایجاد تفرقه میان مسلمانان دانستند و گفتند: از هنگامی‌که موضوع شیعه و سنی در ادبیات مقامات و سیاستمداران آمریکایی مطرح شد، اهل فهم و اهل نظر نگران شدند زیرا مشخص بود آنها به‌دنبال یک توطئه جدید و خطرناک‌تر از قبل هستند.

ایشان با تاکید بر اینکه آمریکایی‌ها با اصل اسلام مخالف هستند و نباید فریب اظهارات آنها را در حمایت از برخی فرقه‌ها خورد خاطرنشان کردند: اظهارات رئیس‌جمهور قبلی آمریکا بعد از ماجرای ۱۱سپتامبر که سخن از جنگ صلیبی بر زبان آورد، در واقع نشان‌دهنده جنگ دنیای استکبار با اسلام است.

رهبر معظم انقلاب اسلامی، اظهارات مقامات فعلی آمریکا مبنی بر موافقت با اسلام را خلاف واقع و نشانه نفاق آنها دانستند و گفتند: مقامات فعلی آمریکا با اصل اسلام مخالف و برخلاف اظهاراتی که می‌کنند، به‌دنبال ایجاد اختلاف میان مسلمانان هستند و نمونه آن هم ایجاد فرقه‌هایی تروریستی همچون داعش و فرقه‌های دیگر است که با پول وابستگان به آمریکا و کمک‌های سیاسی آنان به‌وجود آمده و فجایع کنونی را در دنیای اسلام به بار آورده‌اند.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای با تاکید بر اینکه اظهارات مقامات آمریکایی مبنی بر موافقت با سنی و مخالفت با شیعه، دروغ است، افزودند: مگر مردم غزه که آنگونه مورد تهاجم و تعرض قرار گرفتند، سنی نبودند یا مردم کرانه باختری که این‌گونه تحت فشار هستند سنی نیستند.

ایشان با اشاره به اظهارات یک سیاستمدار آمریکایی مبنی بر اینکه «دشمن آمریکا، اسلام‌گرایی است» تاکید کردند: برای آمریکایی‌ها شیعه و سنی تفاوتی ندارند، آنها با هر مسلمانی که بخواهد براساس احکام و قوانین اسلامی زندگی و برای آن مجاهدت کند، مخالف هستند. رهبر معظم انقلاب اسلامی مشکل اصلی آمریکایی‌ها با مسلمانان را، پایبندی و تقید به احکام و دستورات اسلام و تلاش برای پایه‌ریزی تمدن اسلامی دانستند و خاطرنشان کردند: به همین دلیل است، هنگامی که بیداری اسلامی آغاز شد، آنها سراسیمه و نگران شدند و تلاش کردند آن را مهار کنند که در برخی کشورها نیز موفق شدند اما بیداری اسلامی نابودشدنی نیست و به لطف الهی، به اهداف خود خواهد رسید.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای هدف اصلی جبهه استکبار را ایجاد جنگ داخلی میان مسلمانان و نابودی زیرساخت‌های کشورهای اسلامی همچون سوریه، یمن و لیبی دانستند و گفتند: نباید در مقابل این توطئه ساکت نشست و تسلیم شد بلکه باید با کسب بصیرت و حفظ استقامت در مقابل توطئه‌ها ایستاد.

ایشان با انتقاد از سکوت دنیای اسلام در قبال استمرار فشار بر مسلمانان بحرین و همچنین نزدیک به یک سال بمباران شبانه‌روزی یمن، و اوضاع سوریه و عراق، به قضایای اخیر نیجریه اشاره کردند و افزودند: چرا باید در مورد شیخ مصلحِ تقریبی و مومن این‌گونه فاجعه‌آفرینی شود و حدود یک‌هزار نفر کشته شوند و فرزندان او به شهادت برسند و دنیای اسلام ساکت بماند؟

رهبر معظم انقلاب اسلامی تاکید کردند: اهداف دشمنان اسلام بسیار خطرناک است و وظیفه همه، بصیرت و بیداری است و در این میان وظیفه علمای اسلام و روشنفکران راستین است که با مردم و سیاستمداران دارای وجدان بیدار صحبت و واقعیت‌ها را بیان کنند.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای خاطرنشان کردند: هنگامی که دنیای زر و زور با همه توان به دنبال طراحی‌های خطرناک برای دنیای اسلام است، کسی حق ندارد به خواب برود و متوجه واقعیت‌ها نباشد.

افزایش حقوق کارمندان در سال آینده؛ ۱۲درصد

براساس لایحه بودجه سال ۱۳۹۵، حقوق کارکنان در سال آینده ۱۲درصد افزایش می‌یابد. افزایش حقوق کارکنان دولت یکی از مهم‌ترین اجزای تعیین‌کننده در هزینه‌های جاری دولت است، چراکه تا بیش از ۸۰درصد این هزینه‌ها را در بر می‌گیرد. درصدی که البته براساس قانون برنامه پنجم توسعه متناسب با تورم دوره تعیین می‌شود. این در حالی است که با وجود تمامی گمانه‌زنی‌ها و اعداد و ارقام مطرح شده در رابطه با میزان افزایش حقوق کارکنان دولت - آن هم در شرایطی که تورم در روند نزولی قرار دارد - آخرین اخبار دریافتی از منابع آگاه حاکی از آن است که دولت در لایحه بودجه سال آینده میزان ۱۲درصدی را برای افزایش حقوق کارکنان در نظر گرفته است. این رشد حقوق در حالی تعیین شده که پیش‌تر در ضوابط اجرایی بودجه درصد افزایش حقوق به‌طور پیش‌فرض ۱۰درصد تعیین شده بود. در این باره اما نوبخت، رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی عنوان کرده بود که با توجه به پیش‌بینی تورم کمتر از ۱۲ تا ۱۳درصدی در سال ۱۳۹۵، میزان افزایش حقوق کارکنان کمتر از ۱۰درصد نخواهد بود.

به روسیه اورانیوم دادیم و کیک زرد گرفتیم

علی‌اکبر صالحی، با اشاره به انجام فرآیند مبادله اورانیوم غنی‌شده و کیک زرد میان ایران و روسیه، گفت: براساس برجام، متعهد شده‌ایم که تا قبل از روز اجرای برجام، اورانیوم مازاد بر میزان مشخص شده را تعیین تکلیف کنیم. او با بیان اینکه در این رابطه سه راه وجود داشته، گفت: نخستین راه، تبدیل اورانیوم به مجتمع‌های سوخت بوده که این کار زمان‌بر است و دو تا سه سال طول می‌کشد. دومین راه‌حل این بوده است که اورانیوم مازاد خود را رقیق کنیم که این نیز یک کار نامعقول است که بعد از این همه زحمت برای غنی‌سازی، اورانیوم خود را به حالت طبیعی بازگردانیم. در نهایت راه سوم که منطقی‌تر و سهل‌الوصول‌تر است، این بوده که مواد غنی شده خود را بفروشیم که در این فروش، هم هزینه غنی‌سازی و هم هزینه تبدیل اورانیوم و هم هزینه مواد اولیه را دریافت می‌کنیم. علاوه بر این به‌عنوان یک کشور در حال توسعه، وارد بازار خریدوفروش مواد غنی شده می‌شویم که کشور دیگری را در این رابطه سراغ نداریم. معاون رئیس‌جمهور با بیان اینکه موضوع تبادل سوخت تمام شده است، گفت: حدود ۱۱ تن اورانیوم غنی شده مازاد را فرستادیم و حدود ۲۰۰ تن اورانیوم طبیعی(کیک زرد) گرفتیم.

سیاست

پلیس قاتل نوجوان سیاهپوست آمریکایی متهم نشد

هیات منصفه در شهر کلیولند ایالت اوهایو از متهم کردن افسر سفیدپوستی که «تمیر رایس» ۱۲ساله را در نوامبر ۲۰۱۴ به ضرب گلوله کشت، امتناع کردند. براساس حکم آنها «تراژدی» به وقوع پیوسته اما «جرمی» رخ نداده است. به گزارش راشا تودی، تصاویر ویدئویی از زمان حادثه در ماه نوامبر «تمیر رایس» نوجوان سیاه‌پوست را در حالی نشان می‌دهد که کنار یک پارک بازی، یک تفنگ بادی را در دستش تکان می‌دهد. قاضی ران آدرین در آن زمان گفت شواهد کافی برای محاکمه این افسر به نام «تیموتی لومانا» به خاطر اتهاماتی مثل قتل، قتل غیرعمد و آدم‌کشی غیرمحتاطانه وجود دارد اما هیات منصفه این اتهامات را رد کرده است.

تیم مک‌گینتی، دادستان بخش کویاهوگا در شهر کلیولند ایالت اوهایو روز دوشنبه در بیانیه‌ای اعلام کرد: افسری که به تمیر رایس شلیک کرد «دچار اشتباه شده و یقینا باور داشت که تفنگی که رایس در دست داشت واقعی بوده است.» تصاویر ویدئویی جدید نشان می‌دهد که با نزدیک شدن پلیس، تمیر رایس سلاح خود را از کمرش بیرون کشید. مک‌گینتی این تیراندازی مرگبار را «خطای انسانی، اشتباه و ارتباطات غلط» توصیف کرد و گفت که هیچ مدرکی دال بر اینکه این تیراندازی سوءرفتار مجرمانه از سوی پلیس بوده، به دست نیامده است. وی افزود: مرگ تمیر رایس قطعا یک تراژدی بود اما براساس قانون جرمی به وقوع نپیوسته است. با این حال سیستم قضاوت مدنی ممکن است برای خانواده رایس به نتیجه‌ای دست یابد که آنها به عدالتی که می‌خواهند برسند.

تیتراخبار

- لاوروف وزیر خارجه روسیه در تماس تلفنی با همتای آمریکایی خود جان کری خواستار لغو پیش‌شرط‌ها در تشکیل جبهه یکپارچه برای مبارزه با داعش شد.
- ابراهیم کالین، سخنگوی رئیس‌جمهوری گفت: ترکیه آموزش پیشمرگ‌های کرد را در اردوگاه بعشیقه در نزدیکی موصل ادامه خواهد داد.

شهر تاریخی کمبریج در انگلستان به‌زودی صاحب مسجدی می‌شود که عوامل محیط زیستی در آن کاملا رعایت شده است

جامعه

وضعیت هوا قرمز، مدارس تعطیل

لیلا نظری، سخنگوی شرکت کنترل کیفیت هوای تهران گفت: شاخص کیفیت هوا در تهران از مرز ۱۵۰ فراتر رفت و اکنون هوای تهران در شرایط ناسالم برای تمام افراد جامعه قرار دارد، شهروندان تهرانی هشدارهای سلامت را جدی گرفته و از فعالیت بدنی شدید در فضای باز خودداری کنند. استمرار آلودگی هوا در تقریبا سه هفته متوالی برای مردم نگران‌کننده شده است اما متاسفانه روز سه‌شنبه با وجود اینکه تعطیل بود و انتظار کاهش غلظت آلاینده‌ها را داشتیم اما شاهد افزایش آنها و قرار گرفتن شاخص کیفیت هوا در وضعیت قرمز یعنی خطر آلودگی هوا برای آحاد جامعه بودیم.

همچنین حسن کریمی معاون عمرانی استاندار تهران گفت: کلیه مدارس در کلیه مقاطع در استان تهران به‌جز شهرستان‌های دماوند ، فیروزکوه و پردیس چهارشنبه ۹ دی ماه تعطیل است و طرح زوج و فرد از در منازل شروع می‌شود.

براساس گزارش روابط عمومی شرکت کنترل کیفیت هوا، مقصود از گروه‌های حساس جامعه در برابر آلودگی هوا، بیماران قلبی و تنفسی، سالمندان و زنان باردار، کودکان و همچنین جانبازان شیمیایی است که تنفس هوای آلوده آنها را بیش از دیگر افراد جامعه تحت تاثیر قرار می‌دهد.

تیتراخبار

- * غلامرضا بصیری‌پور، رئیس شورای عالی استان‌ها از برگزاری انتخابات ریاست شورای عالی استان‌ها در ۱۷ دی‌ماه خبر داد.
- * ابوالفضل قناعتی، عضو هیات رئیسه شورای شهر تهران از دولت خواست به وضعیت بیمه رانندگان تاکسی و جولان پلاک شخصی‌های شهرستانی که در تهران مسافرکشی می‌کنند، رسیدگی کند.

رضا نگهبان شهردار منطقه ۷ با اشاره به ساماندهی دستفروشان گفت: پنج نقطه برای ساماندهی دستفروشان مشخص شده است

فرهنگ

آقای وزیر راه را برای اکران «خانه دختر» نبسته‌اند

رئیس سازمان سینمایی تاکید دارد، اعضای کمیسیون فرهنگی مجلس شورای اسلامی هیچ گونه دخالتی در کار هیات انتخاب جشنواره فیلم فجر نداشته‌اند. حجت‌الله ایوبی در گفت‌وگویی درباره گمانه‌زنی‌هایی مبنی بر حضور اعضای کمیسیون فرهنگی مجلس در هیات انتخاب جشنواره فیلم فجر، توضیح داد: این بدگمانی است؛ هم به کمیسیون فرهنگی مجلس و هم به مجموعه سازمان سینمایی و دبیرخانه، هیات انتخاب جشنواره فجر. نمایندگان محترم مجلس پیش از این حرف‌هایشان را زده‌اند و هیچ دخالتی در کار هیات انتخاب ندارند. میان ما و آنان اعتماد متقابل وجود دارد و آنها خوب می‌دانند که هیات انتخاب جشنواره، همه ملاحظات را رعایت می‌کند. این مدیر سینمایی تاکید کرد: حضور یا عدم حضور هیچ کس را در هیات انتخاب جشنواره نه تایید می‌کنم و نه نفی. ایوبی در پاسخ به اینکه خواستار پاسخ صریحی برای حضور یا عدم حضور نمایندگان در هیات انتخاب بود، گفت: کمیسیون فرهنگی هیچ دخالتی در این زمینه ندارد.

رئیس سازمان سینمایی در پاسخ به این پرسش که چرا پروانه نمایش این فیلم به‌رغم انجام اصلاحات لازم صادر نمی‌شود و پرونده «خانه دختر» بایگانی شده است، تصریح کرد: اگر مصاحبه آقای جنتی وزیر فرهنگ و ارشاد را خوانده باشید، درمی‌یابید که ایشان خیلی دقیق صحبت کرده و گفته‌اند که سازندگان فیلم هنوز اصلاحات مورد نظر را انجام نداده‌اند، زیرا شبهاتی جدی در مورد این فیلم وجود دارد. آقای وزیر در مصاحبه خود، راه را نبسته‌اند و ما هم همچنان منتظریم اصلاحات مورد نظر شورای نظارت و پروانه نمایش اعمال و درباره فیلم تصمیم‌گیری شود.

تیتراخبار

- * نمایش «اتاق ورونیکا» به کارگردانی رضا ثروتی که در تماشاخانه عمارت مسعودیه روی صحنه است، روزهای پنجشنبه و جمعه دو اجرا می‌رود.
- * هاسکل وکسلر، فیلمبردار مطرح و مستندساز آمریکایی برنده دو اسکار و فیلمبردار «پرواز بر فراز آشیانه فاخته» در بیمارستان درگذشت.

محمد سرافراز ، به همراه معاون سیما و مدیر کل روابط عمومی صداوسیما در شب میلاد باسعادت پیامبر رحمت و امام جعفر صادق(ع) به ملاقات محمد علی کشاورز رفتند

ورزش

مغرورترین، جنجالی‌ترین و خشن‌ترین فوتبالیست‌ها

نشریه اکیپ فرانسه، خشن‌ترین، متکبرترین و منفورترین فوتبالیست‌ها را معرفی کرد. به گزارش مارکا، در جهان فوتبال هر نوع فوتبالیستی وجود دارد. برخی از بازیکنان با تکنیک، شوت‌زدن، سرعتی یا قدرتی هستند و برخی دیگر خشن، متکبر، متظاهر و نفرت‌انگیزند. براساس نظرسنجی روزنامه اکیپ، نایجل دی‌یونگ، خشن‌ترین بازیکن جهان فوتبال است. بازیکن هلندی که او را با ضربه پا به قفسه سینه ژابی آلونسو در فینال جام جهانی ۲۰۱۰ آفریقای به یاد می‌آوریم، در شش ماه اخیر پای دو بازیکن را شکسته است. دیگر بازیکن خشن، امیر اسپاهیچ است. بازیکن بوسنیایی در فصل ۱۰ - ۲۰۰۹ در جریان بازی در لیگ فرانسه با آرنج به بازیکن حریف ضربه زد و از ۱۷ بازی محروم شد. در این فهرست نام په‌په، مدافع رئال مادرید نیز دیده می‌شود. زلاتان ابراهیموویچ و کریستیانو رونالدو در فهرست مغرورترین بازیکن‌ها قرار دارند. ایبرا سوئدی، همچون مهاجم پرتغالی به خاطر ستایش از خودش در مصاحبه‌ها، متکبر شناخته می‌شوند. سمیر نصری و پاتریس او را نیز در این گروه قرار دادند. در این نظرسنجی، منفورترین بازیکن نیز دیگو کاستا برزیلی است. مهاجم چلسی به سمت بازیکن حریف حمله می‌کند، به آنها آسیب می‌رساند و تعرض خود را نشان می‌دهد تا به نفرت‌انگیزترین بازیکن تبدیل شود. حرکت‌های زشت او برابر کوندوگبیا، سیسوکو و ولینگتون، معروف‌تر از سایرین هستند.

تیتراخبار

- علی دایی، به دفاع از عادل فردوسی‌پور پرداخت و گفت: هر چند به برخی رفتارهای عادل انتقاد دارم اما او مستحق این برخوردها نیست.
- در مهم‌ترین دیدار رقابت‌های هفته نوزدهم لیگ برتر انگلیس، تیم‌های منچستریونایتد و چلسی به تساوی بدون گل رضایت دادند.

پتر چک در بازی آرسنال با بورنموث موفق شد تعداد دفعاتی را که دروازه خود را بسته نگه می‌دارد به عدد ۱۷۰ برساند

خوب و بد آگهی تلویزیونی بانک صادرات با صدای محمد گلریز

مشتری‌یابی با صدای ماندگار

نرگس فرجی

برندهـای قدیمی و نام آشـنای ایرانی علاقه زیادی بـه تاکید روی قدمتشان در آگهی‌های تبلیغاتی دارند. اکثر این برندها در آگهی‌های خود روی سـال تاسـیس و روندی که تابه‌حال طـی کرده‌اند، متمرکز می‌شـوند و به مخاطبان می‌گوینـد که در این دوران فقط هدفشـان خدمت به آنها بوده اسـت. فاکتوری که چنین برندهایی در آگهی‌های خود روی آن تاکید دارند، در حال حاضر دیگر مزیت رقابتی محسوب نمی‌شـود و به نوعی موضوعی نیست که از طریق آن بتوان مخاطبان را جـذب برنـد کرد، اما به هر حـال برخی از برندهـای قدیمی به این نـکات توجهـی ندارند و همچنـان روند خود را بـدون در نظر گرفتن اصول تبلیغاتی جدید، در پیش می‌گیرند. در راستای پخش آگهی‌های تلویزیونی چندی پیش بانک صادرات؛ آگهی سه دقیقه موزیکالی را با صدای محمد گلریز پخش کرده است. آگهی تلویزیونی موزیکال بانک صادرات از جنبه‌های مختلفی مانند تکنیک استفاده شده و نوع پیام آن قابل بررسی اسـت. «فرصت امروز» در ادامه برای تحلیل دقیق‌تر این آگهی تلویزیونی سراغ دکتر فرزاد مقدم، مشاور تبلیغاتی و طراح برنامه‌های برندسازی رفته است.

نظرتـان درباره هدف و تکنیکی که بانک صـادرات برای آگهـی تلویزیونـی خود استفاده کرده، چیست؟

چندی پیش آگهی تلویزیونی موزیکالی از بانک صادرات منتشر شد. این آگهی با تصویری از شـروع فعالیت این بانک در سال ۱۳۳۱ و افتتاح شعب مختلف آن آغاز می‌شود. در این آگهی از فعالیت‌های مختلفی که بانک در این مدت انجام داده تصاویری به نمایش گذاشته می‌شود، تصاویری مانند ساخت مدرسه توسط بانک، راه‌اندازی شعب برون‌مرزی، دریافت لوح تقدیر و... در برداشت اولیه نسبت به یک آگهی سه موضوع کلی قابل بررسی است. یک: هدف آگهی، دو: پیام، سـه: ابزاری که به‌وسیله آن هدف و پیام تبلیغاتی قرار اسـت به مخاطب منتقل شود. بنابراین بهتر است با درنظرگرفتن این سـه موضوع کلی به تحلیـل این آگهی بپردازیـم. هـدف ایـن آگهی سـه دقیقه‌ای به‌طور مشـخص معرفی کلـی بانک صادرات از تاریخچه تا ارزش‌های محوری بانک اسـت. بانـک در این آگهی قصـد دارد به مخاطبان بگوید که قدمت زیادی دارد و مشتری‌مداری از ارزش‌های محوری آن محسـوب می‌شود. بانـک صادرات برای رسـیدن به هدف اصلی خود در این آگهی از تکنیک‌موزیکال استفاده کـرده اسـت. تکنیکی که تناسـبی با هدف بانک در این آگهی نـدارد. این تکنیک از آن جهت برای این آگهی مناسـب نیست که در تبلیغـات وقتـی از آگهی موزیکال اسـتفاده می‌شـود که برند سـعی دارد با تکـرار زیاد، پیامی را ماندگار کرده و براسـاس موسـیقی به آن جذابیت شنیداری بدهد یا اینکه فضای احساسـی ایجاد کند. تئوری‌هـای تبلیغات به مـا می‌گویند که پیام‌های آهنگین قابلیت بیشـتری برای ماندگاری در حافظه دارند. در تکنیک موزیکال با کلام حتما باید از شـعری که ترجیع بند دارد، استفاده شود. ترجیع‌بند، بخشـی از شعر اسـت که با تکرار مناسب در ذهن مخاطبان ماندگار می‌شود. این درحالی است که بانک صادرات از شعری با ترجیع بند پرتکرار اسـتفاده نکرده است. حتی موسیقی ملایم باعث شـده که مخاطب حین شنیدن آگهـی، هیجان خاصی را حـس نکند. وقتی بانک صادرات بدون تکرار ریتمیک ترجیع‌بند از تکنیک موزیکال برای آگهی خود اسـتفاده می‌کند. نتیجه این می‌شود که پیام اصلی برند از ذهن مخاطب حذف می‌شـود. علاوه بر این بانک‌ها و سازمان‌های خدماتی سعی دارند در ابتدا کیفیت‌خدمات خـود را افزایش دهند و سپس فضای احساسی ایجاد کنند. وقتی شما خدمات خوبـی از یک مرکز خدماتی نگرفته باشید از شنیدن اینکه ادعا می‌کند کارش ارائه خدمت است احساس خوبی نخواهید داشت. شاید بیشتر به این دلیل است که هسته اصلی محصول هر کسب‌وکاری جزو بدیهیات است و نیاز به بزرگ‌نمایی ندارد.

براسـاس چه فاکتورهایی شیوه استفاده شـده توسـط بانک صادرات را مناسـب نمی‌دانید؟

برای شـروع بد نیسـت انواع برندسـازی صوتی یا Audio Branding را بشناسـیم و میـان آنها با آگهی‌های موزیکال هم تفاوت قائل شویم. تفاوت آگهی موزیکال و برندینگ صوتـی کـه برای همه مشـخص اسـت. در برندینگ ما به دنبال ایجـاد جایگاه و هویت ذهنـی از طریق یکی از عناصر هویت برند به نام موسیقی هسـتیم ولی در آگهی موزیکال برای رسـیدن به هـدف کمپین یا حتی تک آگهی از تاثیر موسیقی و قدرت تکرار در شعر (ترجیع بند) استفاده می‌کنیم تا اهدافی چون معرفی، ترغیب یا یادآوری را برای محصول یا سـازمان انجام دهیم. بنابراین این دو مسیر و ایـن دو فرآیند از پایه از هم جدا می‌شـوند. امـا آدیو برندینـگ خود ابـزار و فرآیندهای گوناگونـی دارد. یکی از آنهـا لوگوی صوتی (Sound Logo) اسـت کـه معمولا حدود ۴، ۵ ثانیه اسـت، که نمونه نوکیا، صا ایران و بوتـان را همه به خاطر می‌آوریم. مورد بعدی موسـیقی برند یا در اصطلاح برندسازان برند اسـکور (Brand score) اسـت کـه مانند موسیقی متن فیلم عمل می‌کند و در جاهایی که برند قرار است معرفی شود به کمک تصویر یا رویدادهای حسـی دیگر می‌آید. همچنین مـواردی چـون موسـیقی درون فروشـگاه In-Store music، موسـیقی محصـول Product design و... را هم می‌توان اضافه کـرد. همان‌طور که همـه می‌دانند مخاطب هدف این ابزار موسـیقایی مشـتریان برند و همچنین کارکنان و تمام افرادی هستند که به نوعی با برند سر و کار دارند. بنابراین از برند اسکورها برای ایجاد ذهنیت و ارتباط عاطفی با برند استفاده می‌شود تا کارکنان کاملا در حال و هوای پیام‌های احساسـی برند قرار گیرند و بدین ترتیب حس تعلق بیشتری به برند پیدا کنند. برندهـای بزرگ معمولا از این تکنیک بـرای طراحـی یک آگهـی درون سـازمانی اسـتفاده می‌کنند؛ آگهی‌های درون سازمانی که بـه قصد انتقال جوهره برنـد به کارکنان ساخته می‌شـوند. اکثر این سبک آگهی‌ها با زمان بالای سـه دقیقه طراحـی و هر صبح، قبل از شـروع کار در فضای سـازمان منتشر می‌شوند. در میان شـرکت‌های خودروسازی به‌خصوص در ژاپـن و کره‌جنوبی نمونه‌های جالبـی از ایـن سـبک آگهی‌هـا می‌توانید، مشاهده کنید. آگهی‌هایی که هر روز صبح با شعری که براساس عناصر برند سازمان طراحی شده‌اند، در محیط کار پخش می‌شوند. در این آگهی‌ها اهداف سازمان در ترجیع بند شعر دو تا سـه بار برای کارکنان تکرار می‌شود و این تکرار باعث می‌شود که کارکنان شعر سازمانی خـود را به خاطر بسـپارند. در کنار این برای ایجاد روحیـه برتری در سـازمان‌های دارای قدمت هم نسـخه‌هایی با طول ۴ تا ۵ دقیقه ساخته می‌شـود که در سمینارها، وبینارها و مراسـم‌های نمایشگاهی برای معرفی شرکت از آن اسـتفاده می‌کنند. حال نکته مهم این اسـت که بانک صادرات این چنین آگهی‌ای را از طریق رسـانه عمومـی تلویزیون پخش کرده اسـت. در واقع طراحـان این آگهی در نظر نگرفته‌اند که اگر از این سبک آگهی برای بیرون سـازمان و در رسانه‌های انبوه استفاده کنند، نسـبت اثربخشـی و هزینه را از دست خواهیـم داد. عـلاوه براین مـوارد، در آگهی بانـک صـادرات دائم تکرار می‌شـود که این بانک مشـتری مدار اسـت. موضوعی که باید بـرای کارکنان این بانک تکرار شـود نه برای مشتریان. اینکه مشـتریان در حرف بشنوند که بانک صادرات بانکی مشـتری‌مدار است، چه فایـده‌ای دارد. به نوعی پیـام این آگهی برای کارکنان درون سـازمانی بانک صادرات طراحی شـده نه مخاطبـان. درنتیجه بانک صـادرات از ابـزار تبلیغاتی خود به درسـتی استفاده نکرده و یک ابزار درون سازمانی را در بیرون سـازمان مورد استفاده قرار داده است. مشاوران تبلیغاتی که اقدام به طراحی آگهی‌ها می‌کنند، باید به ابزاری که قرار است از طریق آن پیام آگهی را منتقل کنند، دقت کنند. اگر ابزاری که برای درون سازمان کارایی دارد، در جهت انتقال پیام به مخاطبان بیرون استفاده شود، باعث هدر رفتن بودجه تبلیغاتی و بی‌اثر شـدن هدف تبلیغاتی برند خواهد شد. بانک صادرات برای یک آگهی برون‌سـازمانی سـه دقیقـه زمان صرف کرده اسـت. در حالی که با زمانی حدود ۱۵ تا ۳۰ ثانیه نیز می‌توانست پیامـی بـه مراتب بهتـر از این آگهـی را به مخاطبان منتقل و نتیجه بهتری را نیز دریافت کنـد. همه این اتفاقات فقـط به خاطر اینکه در کشورمان اثربخشـی آگهی‌های تبلیغاتی مورد سـنجش قرار نمی‌گیرد، می‌افتد. بانک صادرات با اسـتخراج اهداف تبلیغاتی خود از این آگهی به راحتی می‌تواند، اثربخشی آگهی خود را مورد سنجش قرار دهد. مطمئنا نتایج این سنجش به بانک اثبات خواهد کرد که در این آگهی از ابزار و پیام نامناسبی برای انتقال هدفش استفاده کرده است.

> **بانک صادرات برای رسیدن به هدف اصلی خود در این آگهی از تکنیک موزیکال استفاده کرده است. تکنیکی که تناسبی با هدف بانک در این آگهی ندارد. این تکنیک از آن جهت برای این آگهی مناسب نیست که در تبلیغات وقتی از آگهی موزیکال استفاده می‌شود که برند سعی دارد با تکرار زیاد، پیامی را ماندگار کرده و براساس موسیقی به آن جذابیت شنیداری بدهد**

پس براسـاس گفته‌های شما شـعار این آگهی نیز با هدفی که بانک در آگهی دنبال می‌کند، تناقض دارد؟

بله، این تناقض به وضوع در این آگهی قابل مشاهده است. بانک صادرات باید درنظربگیرد زمانی که همه بانک‌ها خدمات یکسانی را ارائه می‌دهنـد و تنها راه حفظ و جذب مشـتری، رفتار درست کارکنان بانک با مشتریان است نبایـد در آگهـی تلویزیونی خـود دائم تکرار کند کـه بانک یـاری، بانک خدمـت، بانک مشتری‌مداری. مشـتریان با آمدن بانک‌های خصوصـی متوجـه شـدند کـه بـه راحتی می‌تواننـد، همان خدمات بانک‌های دولتی را با شکل مناسب‌تری دریافت کنند. حال بانک صادرات با این شـرایط، در آگهی خود شـعار بانک خدمت را تکرار می‌کند. شعاری که سوال بزرگی را در ذهن مخاطب ایجاد می‌کند، مگر بانک از مشتریان کارمزد نمی‌گیرد که خدمت ارائـه دهد؟ آیا ارائه خدمت یک مزیت رقابتی است که بانک در شـعار روی آن تاکید کرده و به مشـتریان می‌گویند که به همین خاطر باید بانک صادرات را انتخاب کنند. بد نیست نکتـه مثبتی را هم اشـاره کنم. یک آگهی از بانک صادرات در حال پخش شـدن اسـت با موضوع برداشـت از عابر بانک بدون داشـتن کارت بانکـی. ببینید این یک خدمت متمایز است و تکرار آن اتفاقا خوب هم هست. دقیقا به همین دلیل آگهی ۳ دقیقه‌ای بانک مناسب پخش از تلویزیون نیست.

اسـتفاده از صدای محمد گلریـز در این آگهی با توجه به اینکه ایشان کارمند بانک صادرات نیز بوده آیا تاثیری روی ماندگاری پیام در ذهن مخاطبان خواهد داشت؟

استفاده از صدای محمد گلریز برای آگهی‌ای که قرار اسـت درون سـازمانی منتشر شود، انتخاب خوبی است. بانک با انتشار این آگهی هر روز صبح در شعب خود یا در مراسم‌هایش به کارکنان می‌تواند بگوید که پیام این آگهی توسـط یکی از همکاران باسابقه‌شان خوانده شده است. همکاری که صدای ماندگارش به نوعی از این طریق حس تعهد سـازمانی را در کارکنـان می‌تواند، زنده کند ولی وقتی بانک صادرات هدفش از این آگهی یادآوری و جذب مشتری در رسانه انبوه است، دیگر استفاده از صدا تاثیر اصلی خود را از دست می‌دهد. بانک باید در نظر بگیرد که مشتریان برای مراجعه به شعب در جهت افتتاح حساب نیاز به عوامل ترغیب‌کننده قوی‌تری دارند و صدای محمد گلریز نمی‌توانـد در این جهت کمکی به آنها کند. مشـتریان نیاز به دلایل قوی‌تری برای متقاعد شـدن و افتتاح حسـاب در این بانک دارنـد. در پایـان مجددا تاکیـد می‌کنم که سـازمان‌ها زمانی که تکنیکی را در کشوری می‌بینند و خواهان اسـتفاده از آن می‌شوند، حتما به موارد اسـتفاده از آن دقت کنند و از تکنیکی به اشـتباه اسـتفاده نکنند. چون در این حالت نه تنها استفاده تبلیغاتی نکرده‌اند، بلکه گاهی برایشان این نحوه عملکرد، اثرات ضدتبلیغی نیز به جای خواهد گذاشت.

ستاره‌های تبلیغات

دیجیتاس‌اِلبی (DigitasLBi) آژانس تبلیغاتی دیجیتال

علیجاه شهربانویی
مشاور تبلیغات و برندسازی

چند سـالی اسـت در ایران نیز به تبع کشورهای توسـعه‌یافته، آژانس‌های تبلیغاتـی دیجیتال یا بهتر اسـت بگوییم رسـانه‌دارهای دیجیتـال یکی پس از دیگـری پا به عرصه گذاشـته‌اند. شـاید نخسـتین تبلیغـات رسـمی در بسـتر اینترنـت را بتـوان در وب‌سایت بازتاب، سـلف تابناک جست‌وجو کرد. در آن زمان وب‌سایت‌های پرترافیک و محبوب خود راسا اقـدام به اجاره فضـای تبلیغاتی خود که اکثرا هم بر پایه تبلیغات بنری بود می‌کردند.

پس از چندین سـال و حضـور برخی متخصصان انفورماتیک آشنا با تبلیغات، فضای تبلیغات دیجیتال به سمت رسانه‌داری برخی کمپانی‌های خاص پیش رفت. تا بدانجا که امروز این بخش از بازار تبلیغات در انحصار دو یا سه شرکت بزرگ است. البته شیوه‌های ارائـه تبلیغات نیـز تا حدودی تغییر کـرد و محدود بـه اجاره فضـا در یک زمان مشـخص نماند. برخی شـرکت‌ها علاوه بر ارائه خدمات تبلیغاتی گوگل (که در دوره‌ای در ایران فیلتر بود و البته دامنه آی‌آر هنوز هم از سـوی گوگل فیلتر اسـت) به‌صورت رسمی یا غیررسمی، تبلیغات به شـیوه گوگل (یعنی دریافت هزینه به ازای کلیک کردن مخاطب) را در رسانه‌های خود پیاده‌سـازی کردند یـا با ارائه خدمـات روابط عمومی دیجیتال، ساخت و پخش ویدئوهای آموزشی و گاهی برنامه‌های جذاب و پربیننده، سعی کردند به کار خود صورت مقبول‌تری بدهند.

این مقدمه نسبتا طولانی به آن جهت ارائه شد که با کسـب بینش کافی از فضای کسب‌وکار دیجیتال تبلیغاتی ایران، مروری بر تاریخچه و شـیوه کار یکی از برجسته‌ترین شبکه‌های تبلیغاتی دیجیتال، یعنی دیجیتاس اِلبی (DigitasLBi) داشته باشیم.

این مجموعه که از ترکیب دو شـرکت دیگر یعنی دیجیتـاس و البـی در سـال ۲۰۱۳ به‌وجـود آمده اسـت یکی از زیرمجموعه‌های قابل اتکای هلدینگ Publicies است که شبکه عظیمی را در ۲۶ کشور جهان بـا در اختیار داشـتن حدود ۷۰۰۰ پرسـنل تحت پوشش دارد و به مشتریان در حیطه تخصصی دیجیتال مارکتینگ خدمات ارائه می‌دهد. گستره این خدمات عبارتند از:

- تیم خلاقه (وجود این بخش از الزامات یک آژانس است چه دیجیتال و چه فیزیکال)
- طراحی و اجرای وب‌سایت و پرتال اختصاصی
- خلق محتوای فاخر
- طراحی UX کاربرپسند
- طراحی مناسب برای گجت‌های مختلف
- طراحی برنامه تبلیغاتی شبکه‌های اجتماعی
- طراحی سیستم‌های مدیریت ارتباط با مشترگی (CRM)
- خدمات میزبانی حرفه‌ای (Hosting)
- بهینه‌سازی برای موتورهای جست‌وجو (SEO)
- خدمات حرفه‌ای تجزیه و تحلیل آمار و اطلاعات (Analytics)
- ارائه خدمات تبلیغاتی پرداخت به ازای هر کلیک (PPC)
- طراحی و خرید رسانه‌های تبلیغاتی دیجیتال

ارائه چنین گسـتره عظیمـی از خدمات دیجیتال کـه تقریبا تمام ابعـاد این رسـانه را در بر می‌گیرد آن هم در اسـتاندارد جهانی، شرکت دیجیتاس‌اِلبی (DigitasLBi) را بـه یکـی از بزرگ‌تریـن و پیشـروترین شـبکه‌های تبلیغاتـی تبدیـل کـرده اسـت. هم‌اکنون شـرکت‌های بزرگی همچون ولوو، جی‌ام‌سـی، نیسان، سونی و اسپرینت از خدمات این آژانس استفاده می‌کنند.

تبلیغ منتخب

برخلاف روال همیشـه تبلیغ منتخـب این هفته اختصاص به تشریح یک تیزر تبلیغاتی ندارد، بلکه به تشـریح کمپین دیجیتال خودروی جدید ولوو یعنی مـدل XC90 می‌پردازد. طراحـان دیجیتاس البی، علت اصلی انتخاب کمپین در فضای دیجیتال را یک اصل مهم می‌دانند! اینکه در زمان لانچ کمپین هنوز این خـودرو وجود خارجی نداشـت! خلاقیت تبلیغ بیشتر از آن ناشی می‌شد که تیم طراحی این تبلیغ، در ارائه هرچه مطلوب‌تر XC90 از افراد پیشـگام و معروف علاقه‌مند به ولوو اسـتفاده کردند؛ بنیانگذار Spotify، طراحی عینک گـوگل و حتی کارگردان فیلم‌های اکشـن، جان هوو! این مخاطبان شـناخته شـده علاوه بر اینکه می‌توانسـتند در یک نمایشگاه مجـازی مجلل خودروی مـورد علاقه خود را ببینند و امکانات آن را مشـاهده کنند، می‌توانسـتند آن را در فضـای مجازی بخرند و از همه اینها مهیج‌تر آنکه در فضای مجازی با آن برانند. اینها همه امکاناتی بود که آژانـس تبلیغاتی دیجیتاس‌اِلبی (DigitasLBi) بـرای این کمپیـن تماما دیجیتالی مهیـا کرده بود. تاثیرگذاری این کمپین هوشمندانه که با بهره‌گیری از امکانـات فریبنده فضای دیجیتـال و افراد معروف دوچندان شـده بود، باعث شد زمانی که در روز سوم سپتامبر ۲۰۱۴ فروش این خودرو از طریق فیس‌بوک و وب‌سایت رسـمی کمپین آغاز شد، تنها در عرض ۴۷ سـاعت کل تعـداد حجم پیش‌بینی سـفارش، فروخته شـود و گاهی در سـاعات پیک فروش، نرخ فروش به ۷ خودرو در دقیقه می‌رسـید. سـوالی که متولیان آژانس‌های دیجیتال باید به آن پاسـخ دهند شـاید این باشـد که آیا آنها به حیطه قدرت چنین شرکت‌های حرفه‌ای و قدرتمندی نزدیک شده‌اند؟

ارتباط با نویسنده:
alijah.sh@gmail.com

تبلیغات خلاق

آگهی: شهر بوئنوس‌آیرس – شعار: هرگز متوقف نشوید. (آغاز به کار سیستم های دوچرخه‌سواری عمومی در شهر بوئنوس‌آیرس)

ایستگاه تبلیغات

پیشگیری از سرطان پوست بر اثر نور آفتاب

مردم استرالیا به دلیل منطقه جغرافیایی که کشورشان در آن واقع شده‌اسـت، مسـتعد ابتلا به سرطان پوست هسـتند. یک آژانس تبلیغاتی معروف فرانسـوی به نام JCDecaux در همین راسـتا اقدام به اطلاع‌رسانی در مورد پیشـگیری از سرطان پوست بر اثر نور آفتاب کرده است. کمپین خلاقانه این موسسه به‌صورت پارتیزانی و با یک ایده سرگرم‌کننده اجرا شده است.

مسـلما اعـلام یک هشـدار آن‌هم در مورد سـرطان پوست بسیار سخت و ترسناک است اما آژانس تبلیغاتی JCDecaux پیشـگیری سرطان پوست را با استفاده از کرم ضدآفتاب بسـیار موثر می‌دانـد و کمپین پارتیزانی خـود را با اهـدای کـرم ضدآفتاب از طریـق یک بازی سـرگرم‌کننده مانند چنگک هدیه‌یـاب Sunscreen Claw Machine در سایه ایستگاه‌های اتوبوس به اجرا درآورده اسـت. بررسی کمپین پارتیزانی فوق و مشاهده ویدئو کاملا گویای این است که پیام بسیار شفاف و عمیق به مخاطب انتقال داده می‌شود، همچنین با یک خاطره سرگرم‌کننده و هدیه کوچک به سادگی وایرال می‌شود.

ایده‌های طلایی

ایده‌های بزرگ برای برندآفرینی (۵۷)

پرچم‌تان را برافرازید

ترجمه: معراج آگاهی

طبیعت یک برند می‌تواند به مالکان آن کمک کند تا ساختمانی را که مناسب فعالیت‌های تجاری شان است انتخاب کنند. چنانچه مخاطبان و مشتریان حاضر باشند برای ملاقات شما رنج سفر را متحمل شده و در هر نقطه‌ای که ساختمان محل فعالیت شما قرار داشته باشد حضور یابند، در این صورت موقعیت جغرافیایی این ساختمان از اهمیت کمتری نسبت به فضا و زیرساخت‌های مورد نیازتان برخوردار خواهد بود.

ایده

موسسه « Sarva Iyengar Yoga » توسط شیلا هسول و شریک تجاری‌اش الی هیل اداره می‌شود. این دو نفر به‌عنوان مدرسان یوگا کلاس‌های خود را در نقاط مختلف برپا کرده و از محلی به محل دیگر به وسیله خودروی شخصی‌شان مسافرت کرده و تجهیزات مورد نیاز خود را با استفاده از کامیون به منطقه مورد نظرشان حمل می‌کنند. آنها برای برپایی کلاس‌های خود از سالن‌های موجود در دهکده‌ها، کلیسا و در نهایت مدارس استفاده می‌کنند. در عین حال این دو مدرس یوگا به دنبال مکان مناسبی برای برپایی کلاس‌های‌شان نیز هستند. برای هسول و هیل، یافتن فضایی که از شرایط، امکانات و فضای مناسب برای برند « Sarva yoga » برخوردار باشد بسیار مهم‌تر از یک مکان مشخص است.

در نهایت موسسه « Sarva Iyengar Yoga » مکان مناسب خود را یافت و در یک ساختمان قدیمی که در دهه ۱۹۳۰ ساخته شده و به یک کارخانه تعلق داشت ساکن شدند. ساختمان مذکور به دلیل وجود نور ملایمی در محیط خود و تعداد زیادی پنجره، استفاده از چوب به‌عنوان کف‌پوش در این کارخانه، فضای مناسب جهت پارک خودرو، محلی برای صرف غذا، رختکن و در نهایت فضاهایی مناسب برای قرارگیری بخش اداری و برگزاری جلسات درمانی از شرایط بسیار مناسبی برخوردار بود. به لحاظ جغرافیایی ساختمان مذکور از جاده خروجی شهر فاصله نسبتا زیادی داشته و برای افرادی که آدرس دقیق این محل را در اختیار نداشتند به‌راحتی قابل تشخیص نبود.

شیلا و الی یک راه حل ساده اما موثر را برای مشخص کردن موقعیت جغرافیایی‌شان در ذهن داشتند. آنها لوگوی موسسه خود را روی پرچم‌های بنفش چاپ

کرده و آنها را در بلندترین نقاطی که از جاده قابل رویت باشند نصب کردند. بنابراین بازدیدکنندگان از موسسه «Sarva Iyengar Yoga» می‌توانستند با استفاده از پرچم‌های مذکور در طول مسیر حرکت کرده و به جای حرکت مستقیم، به سوی راه باریکی که به در ورودی موسسه می‌رسید پیچیده و محل‌مورد نظر خود را بیابند. نصب پرچم‌های مذکور از سوی موسسه «Sarva Iyengar Yoga» به زبان بسیار ساده و مودبانه به بازدیدکنندگان می‌گوید: «ما اینجا هستیم.»

آنچه باید در عمل انجام دهیم

* ما برای یافتن مکان‌های مورد نظرمان می‌توانیم از نرم‌افزار گوگل مپ استفاده کنیم یا حتی می‌توانیم با استفاده از دیگر نرم‌افزار تهیه شده توسط گوگل یعنی استریت ویو به‌صورت آنلاین ساختمان‌ها را تماشا کنیم، اما یک پرچم بزرگ که لوگوی یک شرکت تجاری روی آن نقش بسته است در جهان واقعی به‌راحتی قابل تشخیص است.

* پرچم‌ها نمادهایی از برگزاری جشن‌ها و همچنین مشخص کردن محدوده قلمرو در یک سرزمین محسوب می‌شوند. پرچم‌ها از جمله ابزارهای ارزان قیمت و کمتر استفاده شده در حوزه برندینگ به شمار می‌آید.

* ممکن است در محلی که کسب‌وکار شما واقع شده است، برای برافراشتن یک پرچم و خصوصا یک پرچم تجاری که نوعی تبلیغات محسوب می‌شود نیاز به کسب مجوز داشته باشید، بنابراین پیش از انجام این کار با مقامات محلی مسئول مشورت کرده و مجوزهای لازم را اخذ کنید.

آیا می‌دانستید

تحول یک رابطه

آیا می‌دانستید روابط بین شهروندان و سازمان‌های عمومی برای مدتی طولانی در مدل سنتی یا بوروکراتیک ریشه داشت که به بهترین نحو توسط ماکس وبر ارائه شده بود؟ این مدل ایده‌آل‌گونه حتی اگر به طور یکسان یا کامل به کار گرفته نشود، تصویر واضحی از ویژگی‌های سازمان‌های عمومی و رفتار و قوانین مربوط به شهروندان در لیبرال- دموکراسی غربی را ارائه می‌کند. این مدل در نظامی که برای نظریات و مفاهیم قانونی اولویت قائل است، ریشه دارد. درجه بالای قانونگرایی، چارچوب داخلی سازمان‌های عمومی، احتمالات و واقعیات مربوط به شهروندان و همچنین طریقه رابطه ایجاد شده بین آنها را لوث می‌کند. در این مدل، سازمان‌های عمومی با شهروندانی که با مفاهیم فاصله و اقتدار شناسایی می‌شوند، در ارتباط هستند و با مفهوم حرفه‌ای بودن، سلسله مراتب و یگانگی شناسایی می‌شوند.

تأثیرات مسئولیت اجتماعی برندها

رویکردی که شهرت و مشروعیت می‌آورد

دکتر محمد آزادی
دبیر کمیته علمی انتخاب برندهای برتر ایران- سازمان توسعه تجارت ایران

همواره این سوال کلیدی و اساسی مطرح است که آیا مسئولیت اجتماعی بنگاه Corporate Social Responsibility CSR بر برند شرکت Corporate Brand مؤثر است؟

بیشتر تحقیقاتی که به پاسخگویی به این سوال می‌پردازند اذعان دارند که زمانی‌که فردی در حال تصمیم‌گیری برای خرید است، تنها به عوامل ملموس کالا یا خدمت همچون قیمت یا کیفیت نمی‌پردازد و عوامل ناملموسی از جمله اعتماد، برند، شهرت و تصویر شرکت را نیز در نظر می‌گیرد. این تحقیقات اشاره می‌کنند که این عوامل بادوام‌تر بوده و امکان دارد از منابع مهم مزیت‌های رقابتی در بازار باشند.

در اینجا لازم است که تعریفی از مسئولیت اجتماعی بنگاه ارائه دهیم. مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها عبارت است از «مجموعه وظایف و تعهداتی که سازمان باید در جهت حفظ و مراقبت و همچنین کمک به جامعه‌ای انجام دهد که در آن فعالیت می‌کند.»

بر این اساس، سرمایه‌گذاری در حوزه مسئولیت اجتماعی بنگاه یک عمل هزینه‌بر، محدودیت‌ساز یا کارِ خوب نیست، بلکه به آن به عنوان یک اقدام مدیریتی در حوزه ایجاد مزیت رقابتی نگریسته می‌شود. کاربرد مؤثر مسئولیت اجتماعی بنگاه توسط مدیر بازاریابی یا مدیر برند می‌تواند منجر به شناخت شرکت از رقبایش و در پی آن کسب مزیت رقابتی شود.

تأثیر مسئولیت اجتماعی بر عملکرد شرکت‌ها

بیش از سه دهه است که محققان زیادی به دنبال بررسی رابطه میان مسئولیت اجتماعی بنگاه و عملکرد مالی شرکت‌ها بوده‌اند و توانسته‌اند در این میان به نتایج بسیار مثبتی نیز دست یابند. این بهبود، منجر به کاهش هزینه و افزایش درآمد شرکت‌ها می‌شود. از منظر هزینه، روابط شرکت بهبود یافته و میان دو طرف معامله اعتمادسازی می‌شود. از بعد درآمدی، روابط میان ذی نفعان شرکت بهبود یافته و فرصت‌های سرمایه‌گذاری و استفاده از قیمت‌های ترجیحی مهیا می‌شود. همچنین تصویر ضعیف مسئولیت اجتماعی می‌تواند بر سهم فروش شرکت مؤثر باشد که نهایتاً تأثیر منفی آن بر عملکرد مالی شرکت خواهد بود.

پیمایش جهانی مؤسسه مک‌کنزی نشان می‌دهد که حدود ۷۶ درصد از مدیران اجرایی شرکت‌ها بر این باورند که مسئولیت اجتماعی بنگاه‌های اقتصادی به‌طور مؤثری در ارزش بلندمدت سهامداران آنان مؤثر بوده و ۵۵ درصد مدیران اجرایی با این گفته موافق بوده‌اند که مسئولیت اجتماعی بنگاه به طور مؤثری به ایجاد شهرت پایدار شرکت‌های‌شان کمک کرده است.

تحقیقات متعددی به آثار مثبت رعایت مسئولیت اجتماعی بر عملکرد و موفقیت سازمان‌ها پرداخته‌اند و این تحقیقات به موارد زیر اشاره می‌کنند:

* افزایش مشروعیت سازمان و اقدامات آن
* التزام اخلاقی در توجه به اهمیت ذی‌نفعان
* افزایش درآمد، سودآوری و بهبود مزیت رقابتی
* کاهش هزینه‌های ناشی از کنترل
* بهبود روابط، افزایش جو تفاهم و کاهش تعارضات
* افزایش تعهد و مسئولیت‌پذیری بیشتر کارکنان

تحقیقات نشان می‌دهد که مسئولیت اجتماعی بنگاه بر رضایت مشتریان آنان نیز تأثیر داشته که این خود یکی از عوامل موفقیت سازمان‌هاست که می‌تواند منجر به شهرت بیشتر شرکت شده و به‌نوعی تبلیغات افواهی Word of the Month را برای شرکت در برداشته باشد.

محققان مصرانه از مدیران می‌خواهند که در فعالیت‌های مسئولیت اجتماعی مشارکت کنند که این مسئله به درک خریداران‌شان کمک خواهد کرد. یک ضرب‌المثل قدیمی چینی می‌گوید «کارهای خوب انجام بده و اجازه نده که دیگران در جریان آن قرار گیرند.» هرچند این ضرب‌المثل عکس آن چیزی است که امروزه به مدیران بنگاه‌های اقتصادی پیشنهاد می‌شود. واکنش مستقیم مصرف‌کنندگان کالاها و خدمات به محرک‌های مسئولیت اجتماعی بنگاه همچون واکنش‌هایی نیست که به فعالیت‌های ترفیعی و ترویجی (همچون تبلیغات) شرکت‌ها نشان می‌دهند. تفاوت مهم میان محرک‌های مسئولیت اجتماعی بنگاه و فعالیت‌هایی همچون تبلیغات، در این است که مصرف‌کنندگان خودشان از محرک‌های مسئولیت اجتماعی بنگاه برداشت کرده و پیام مستقیمی از طرف شرکت دریافت نمی‌کنند و این نکته جالب توجه است که تأثیر مسئولیت اجتماعی بنگاه بر پیامدهای داخلی همچون آگاهی مصرف‌کننده، بیشتر از پیامدهای خارجی آن همچون قصد خرید است.

این حقیقت که مسئولیت اجتماعی یک اولویت غیر قابل اجتناب برای مدیران کسب و کار و بنگاه‌هاست، بر کسی پوشیده نیست. از سویی مشاهده می‌شود که برندها در کسب و کارها و بازارها به میزان بی‌سابقه‌ای در حال سرمایه‌گذاری هستند. لازم به ذکر است که عملکرد یک برند عبارت‌است از عملکرد مالی که به واسطه درک برند توسط خریداران به‌دست می‌آید.

تحقیقات زیادی به طور کاربردی رابطه میان مسئولیت اجتماعی و شهرت شرکت و همچنین میان مسئولیت اجتماعی و ارزش برند را ثابت کرده‌اند. محرک‌های مسئولیت اجتماعی بنگاه به یک شرکت کمک می‌کنند محصولات و خدماتش را به واسطه ایجاد تصویر نام مثبت تجاری و حفاظت از شهرت شرکت متمایز سازد. این نگرش، مسئولیت اجتماعی بنگاه را به عنوان عنصری جدایی ناپذیر از استراتژی‌های تمایز شرکتی و شکلی از سرمایه استراتژیک، همچون تحقیق و توسعه و تبلیغات می‌شناسد.

بسیاری از تحقیقات در حوزه بازارهای مصرفی مشخص می‌کنند که مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها و شهرت آنها، ادراکات مثبت برند و محصولات شرکت را برمی‌انگیزاند و براین اساس، شانس موفقیت این شرکت‌ها بیشتر خواهد بود.

ارتباطات در حوزه مسئولیت اجتماعی بنگاه‌ها تنها به دلیل افزایش تعداد موارد مربوط به قصد خرید نیست، بلکه این مورد مربوط به ارزیابی مردم نسبت به شرکت و برند، عرضه محصولات جدید، عرضه سایر محصولات موجود در سبد محصولات شرکت نیز می‌شود. مسئولیت اجتماعی می‌تواند منجر به پاسخ‌های بهتر بازار به شرکت، افزایش وفاداری و رفتارهای حمایتی شود.

سرمایه‌گذاری در حوزه مسئولیت اجتماعی بنگاه یک عمل هزینه‌بر، محدودیت‌ساز یا کار خوب نیست، بلکه به آن به عنوان یک اقدام مدیریتی در حوزه ایجاد مزیت رقابتی نگریسته می‌شود. کاربرد مؤثر مسئولیت اجتماعی بنگاه توسط مدیر بازاریابی یا مدیر برند می‌تواند منجر به شناخت شرکت از رقبایش و در پی آن کسب مزیت رقابتی شود

روش‌های مؤثر برای عمل به مسئولیت اجتماعی

شش روش که مسئولیت اجتماعی بنگاه از طریق آنها می‌تواند به ساخت ارزش برند یک سازمان کمک کند به صورت زیر ارائه می‌شود:

۱- آگاهی از برند
۲- ترفیع تصویر برند
۳- ترفیع اعتبار برند
۴- برانگیختن احساسات برند
۵- ایجاد حس اجتماعی برند
۶- برانگیختن تعاملات و درگیری‌های ذهنی با برند

در پایان می‌توان نتیجه‌گیری کرد تحقیقات مختلفی که در طول سال‌های متمادی در این حوزه انجام گرفته است بر این نکته تأکید داشته‌اند که مسئولیت اجتماعی بنگاه روی نام تجاری شرکت از طریق مستقیم و غیرمستقیم تأثیرگذار بوده و نه تنها به‌عنوان عامل هزینه برای شرکت در نظر گرفته نمی‌شود، بلکه به آن به‌عنوان سرمایه‌گذاری اقتصادی- اجتماعی نگریسته شده که نهایتاً بر عملکرد مالی شرکت و ارزش سهام سهامداران شرکت نیز تأثیر مستقیم دارد.

به این دلیل است که با توجه به اثرات مثبت استفاده از مسئولیت اجتماعی بنگاه و اثرات منفی نقض آن، امروزه شرکت‌ها نه تنها به مسائل مربوط به آن توجه می‌کنند، بلکه به طور فعال نیز به آن می‌پردازند.

فیس‌بوک و یوتیوب محبوب‌ترین ابزارهای موبایلی ۲۰۱۵

اگر شما هم جزو آن دسته از کاربرانی هستید که هر ماه به ابزار موبایلی فیس‌بوک و یوتیوب سر می‌زنید، تنها نیستید، زیرا میزان محبوبیت سرویس‌های مذکور به قدری است که ابزارهای موبایلی آنها در سال ۲۰۱۵ میلادی بیشترین تعداد بارگذاری را داشته‌اند.

به گزارش رایورز، فیس‌بوک موفق شد عنوان محبوب‌ترین ابزار موبایلی در سال ۲۰۱۵ میلادی را به خود اختصاص دهد و این طور که مرکز تحقیقاتی Nielsen اعلام کرده است، هر ماه این ابزار بیش از ۱۲۶ میلیون کاربر آمریکایی دارد. در این میان مجموع ابزارهای کاربردی گوگل شامل YouTube، Maps و Gmail هم توانستند نام خود را در جمع ۱۰ ابزار برتر سال ۲۰۱۵ قرار دهند. سایت ویدئویی یوتیوب که یکی از زیرمجموعه‌های گوگل محسوب می‌شود، به‌عنوان دومین ابزار موبایلی محبوب سال انتخاب شد و تعداد کاربران فعال ماهانه آن ۹۷ میلیون نفر گزارش شد. ابزار ارتباطی فیس‌بوک موسوم به Messenger هم در جمع ۱۰ ابزار برتر سال بود و توانست با ۹۶ میلیون کاربر در ماه نسبت به سال گذشته رشد ۳۱ درصدی را تجربه کند.

شبکه اجتماعی اینستاگرام به‌عنوان یکی دیگر از زیرمجموعه‌های فیس‌بوک هم با ۵۵میلیون کاربر فعال ماهانه در رتبه هشتم لیست محبوب‌ترین ابزارهای موبایلی سال قرار گرفت. در مجموع می‌توان گفت دو شرکت فیس‌بوک و گوگل موفق شدند محبوب‌ترین ابزارهای موبایلی یک‌سال گذشته را در اختیار بگیرند که البته دو ابزار اپل هم رتبه‌های آخر لیست ۱۰ ابزار برتر سال را به خود اختصاص دادند.

بازارنامه

آموزش تحقیقات بازاریابی

حامد بختیاری
کارشناس تحقیقات بازار و دانشجوی دکترای بازاریابی

همان‌طور که در یادداشت گذشته اشاره شد برای انجام یک تحقیقات بازاریابی انجام پنج مرحله لازم است که مرحله اول آن تعریف درست مشکلی است که شما با آن مواجه هستید.

اجازه دهید ابتدا یکی از مسائلی را که یک شرکت تولیدکننده آبمیوه با آن مواجه بود عنوان کنیم. شرکت تولیدکننده آبمیوه مدت‌ها بود شکایت‌هایی را از مشتریان خود مبنی بر زیاد بودن شکر آب پرتقال دریافت می‌کرد. طبیعی است که مدیر تولید و سایر مدیران جهت افزایش رضایت مشتری باید شکر آبمیوه را کم می‌کردند اما کارشناسان بخش تحقیقات بازار به‌شدت با انجام این کار مخالفت کردند و معتقد بودند مدیران فقط بر نشانه‌های ظاهری تکیه کرده‌اند. بنابراین توانستند با انجام تحقیقات بازار و تعریف درست مشکل متوجه شوند به دلیل آنکه آب پرتقال‌های تولید شده بیش از حد پررنگ بودند سبب شده بود مشتری تصور کند شکر آن زیاد است. آقای پیتر دراکر در یک جمله اهمیت مرحله اول تحقیقات بازاریابی را که تعریف درست مسئله است این‌گونه بیان می‌کند: «ریشه کجروی‌های جبران‌ناپذیر در تحقیقات بازاریابی، پاسخ‌های نادرست نیست، بلکه طرح پرسش‌های نادرست است.»

بنابراین تعریف درست مشکلی که شما با آن مواجه هستید خشت اول است و اگر کج نهاده شود تحقیق شما حتما به بیراهه کشیده می‌شود. بیایید برای جلوگیری از این مشکل مراحل درست تعریف مشکل را با یکدیگر بررسی کنیم.

برای تعریف مسئله، چهار مرحله پیشنهاد شده است. نخستین گام در این فرآیند «مذاکره با تصمیم‌گیرندگان» است. محقق باید ماهیت تصمیماتی را که مدیران یک شرکت با آن مواجه هستند درک کرده و بتواند با مدیران جهت رفع مشکل تعامل کند. در این مرحله محقق با بررسی پیشینه مسئله تلاش می‌کند با مذاکره با افراد تصمیم‌گیرنده به یک دید مناسب از مشکل برسد. البته باید دقت کرد که معمولا تصمیم‌گیرندگان بر نشانه‌های ظاهری تاکید می‌کنند و این وظیفه محقق است که در نهایت بتواند عوامل ریشه‌ای را تشخیص دهد.

گام دوم در جهت تشخیص صحیح مسئله انجام مصاحبه با خبرگان (متخصصان) صنعتی است که در آن مشغول به فعالیت هستید. در این مرحله محقق باید با انجام مصاحبه که در آینده روش‌های صحیح آن گفته خواهد شد تلاش کند به زوایای پنهان مشکل تحقیق پی ببرد.

اما نباید از یاد برد که هدف از مصاحبه با خبرگان کمک به تعریف درست مسئله است نه ارائه راهکار قطعی توسط آنها. گام سوم در این فرآیند استفاده از داده‌های ثانویه است. این نوع داده‌ها برای تحقیقات دیگر جمع‌آوری شده اما به درد تحقیقات شما نیز می‌خورد. این داده‌ها معمولا در نشریات تخصصی، مرکز آمار، اینترنت و... یافت می‌شود. بنابراین محقق وظیفه دارد اطلاعاتی که از دو مرحله قبل به‌دست آمده با استفاده داده‌های ثانویه ترکیب کند. مرحله آخر نیز انجام تحقیقات کیفی است. از آنجا که اطلاعات به‌دست آمده از تصمیم‌گیرندگان، متخصصان صنعت و اطلاعات ثانویه ممکن است برای تعریف مسئله کافی نباشد گاهی لازم است تحقیقات کیفی جهت ایجاد درک واضح از عوامل ریشه‌ای انجام شود. این نوع تحقیق ماهیت اکتشافی دارد. این بدان معناست که هدف آنها فراهم آوردن بینش و درک درست از یک وضعیت است. نباید فراموش کرد که این نوع تحقیقات را در هر مرحله از تحقیق می‌توان انجام داد و فقط مختص به تعریف مسئله نیست. تحقیقات اکتشافی شامل انجام مصاحبه‌های عمیق، گروه کانون و... می‌شود که در جلسات آتی به‌طور مفصل مورد بررسی قرار خواهد گرفت.

اما برای اینکه یک تعریف مسئله بتواند هدایت‌کننده تحقیق باشد باید دو ویژگی کلی را داشته باشد؛ اول آنکه محقق را در شناسایی و کسب اطلاعات مورد نیاز یاری کند، دوم محقق را در مسیر پیشرفت پروژه تحقیق هدایت کند.

محققان با تعریف مسئله به‌صورت خیلی کلی یا خیلی جزئی اشتباهاتی را در مسیر تعریف مسئله مرتکب می‌شوند. نمونه‌هایی از تعریف مسئله به‌صورت کلی شامل این موارد است: ۱- توسعه استراتژی‌های بازاریابی برند ۲- بهبود تصویر شرکت نزد مشتریان ۳- بهبود وضعیت رقابتی شرکت. البته چنین تعریف‌هایی به اندازه کافی مشخص نبوده و توانایی ارائه راهبرد برای حل مشکل را پیشنهاد نمی‌کنند.

از طرفی جزئی کردن مسائل نیز مشکل‌آفرین است. برای مثال تمرکز بر کاهش قیمت برای مقابله با رقبا مانع انجام گزینه‌های بهتر مانند ارائه محصول جدید، تغییر تبلیغات و... خواهد شد. بنابراین تعریف درست مشکل، گام اصلی و اساسی در انجام تحقیقات بازاریابی است. سایر مراحل در یادداشت‌های آتی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

ارتباط با نویسنده:
Hamedbakhtiarii@gmail.com

مدیران ماندگار

آلیکو دنگوته، ثروتمندترین مرد آفریقا

مونا اشرف‌زاده

آلیکو دنگوته (Aliko Dangote) میلیاردر نیجریه‌ای و صاحب گروه دنگوته (Dangote Group) است. گروه دنگوته بزرگ‌ترین مجتمع صنعتی در غرب آفریقا و یکی از بزرگترین‌ها در آفریقاست که در زمینه اجناسی مثل سیمان، شکر، آرد، نمک، پاستا و... فعالیت دارد و بیش از ۲۶ هزار نفر در این صنعت مشغول به کار هستند. در ژانویه ۲۰۱۵، ثروت دنگوته ۶/۱۸ میلیارد دلار تخمین زده شده است. مجله فوربس دنگوته را به عنوان شصت‌وهفتمین مرد ثروتمند جهان و ثروتمندترین مرد آفریقا رده‌بندی کرد. گروه دنگوته کارش را با یک شرکت تجاری کوچک در سال ۱۹۷۷ آغاز کرد و به یکی از بزرگ‌ترین گروه‌های صنعتی در نیجریه تبدیل شد. آلیکو دنگوته در خانواده‌ای بسیار سرشناس در غرب آفریقا بزرگ شد و پدربزرگش یکی از ثروتمندترین مردان آن زمان بود. او درباره دوران کودکی‌اش این‌چنین می‌گوید: «به خاطر می‌آورم زمانی که در مدرسه ابتدایی بودم، جعبه‌های شکر را می‌خریدم و آنها را می‌فروختم و پول درمی‌آوردم. حتی در آن زمان هم بسیار به تجارت علاقه‌مند بودم.»

در کسب‌وکاری که آشنایی دارید سرمایه‌گذاری کنید

دنگوته این نکته را از یکی از درس‌های قدیمی سرمایه‌گذاری در یک کتاب آموخته است. او در سنین کم‌روحیه کارآفرینی داشت و توسط پدربزرگش، کسی که از ثروتمندترین مردان منطقه در زمینه فروش اجناس بود، پرورش داده شد. بعد از فارغ‌التحصیلی از دانشگاه الازهر (Al-Azhar) مصر، در ۲۱ سالگی ۳ هزار دلار از عمویش قرض کرد و کسب‌وکار خودش را راه‌اندازی کرد، اما از کسب‌وکار خانوادگی‌اش دور نشد. او با پولی که قرض کرده بود برنج، شکر و سیمان را از خارج کشور به قیمت عمده وارد می‌کرد و در مناطق محلی با افزایش قیمت می‌فروخت. این تجارتی بود که او از پدربزرگش آموخته بود. دنگوته قادر بود برای رسیدن هرچه سریع‌تر به موفقیت سرمایه‌گذاری کند.

یک برند بسازید و آن را از بین نبرید

آلیکو دنگوته معتقد است یکی از رازهای موفقیت کسب‌وکارهای کوچک «قدرت برند» است. «برای موفقیت در یک کسب‌وکار، باید برندی بسازید و هرگز آن را از بین نبرید. یکی از مزیت‌های رقباتی من زمانی که در صنعت سرمایه‌گذاری کردم برند «دنگوته» بود، برندی که با پشتکار و در پی تجارت کالا ساختم.» زمانی ارزش کوکاکولا حدود ۳ میلیارد دلار تخمین زده شده بود، اما نام این برند به تنهایی ۸۰میلیارد دلار ارزش داشت.

این قدرت یک برند است. برندتان می‌تواند اعتبار شما را در روزهای سخت حفظ کند، همچنین می‌تواند یک مزیت رقابتی بسیار قوی برای کسب‌وکار کوچک‌تان باشد.

اهمیت ندارد کارتان را از کجا شروع کنید

بیشتر وقت‌ها آنچه ما را از شروع یک کسب‌وکار بازمی‌دارد، این است؛ «کسب‌وکار خوبی که می‌توانم شروع کنم، چیست؟» بیشتر مردم چنین کسب‌وکار خوبی را پیدا نمی‌کنند، زیرا در واقع چنین کاری وجود ندارد. دنگوته در این باره می‌گوید: «من کسب‌وکارم را با یک کار بی‌اهمیت آغاز کردم. منظورم یک کار احمقانه است که امروز از فکر کردن به آن متنفرم.» آلیکو کارش را با فروش شکر آغاز کرد، اما امروز کسب‌وکار کوچکش به عنوان یک صنعت بزرگ در زمینه‌های مختلف شناخته می‌شود. اینکه چگونه و از کجا کارتان را آغاز کنید، واقعا بی‌اهمیت است. تنها مسئله حائز اهمیت اراده و خواست شما در پرداختن بهای موفقیت، سخت جنگیدن و متمرکز ماندن است.

کارتان را به سرگرمی‌تان تبدیل کنید

دنگوته این نکته را اینگونه توضیح می‌دهد؛ یکی از دلایلی که افراد در همان ابتدا ثروتمند می‌شوند این است که آنها انرژی‌شان را روی حرفه و کسب‌وکاری متمرکز می‌کنند که عاشقش هستند. این مسئله به این افراد کمک می‌کند تا به سختی کار کرده و احساس کنند هنوز کارهای زیادی برای انجام دادن دارند. در این روش کاری که انجام می‌دهند، چیزی جز سرگرمی برایشان نیست. به عبارت دیگر، زمانی که از بیشتر افراد ثروتمند می‌پرسید سرگرمی‌تان چیست، به طور معمول چیزی را می‌گویند که با کسب‌وکارشان به نوعی در ارتباط است. مثلا ممکن است سرگرمی یک فوتبالیست تماشای فوتبال باشد. آلیکو دنگوته نیز در این باره در مصاحبه‌ای گفته بود: «عاشق تماشای تلویزیون هستم.» شاید عجیب به نظر برسد، اما او می‌گوید مطالبی را درباره بسیاری از افراد ثروتمند و موفق خوانده که عاشق تماشای تلویزیون هستند، البته تماشای بیش از حد تلویزیون پشیمان‌تان خواهد کرد، اما کسانی مثل دنگوته به تماشای برنامه‌های مربوط به کسب‌وکار و مدیریت می‌نشینند.

برای مطالعه ۳۶۷ 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 داخلی یکی از سازمان‌های ایرانی هستم. در چند سال گذشته که در سازمان‌های مختلف حضور داشتم، نقش مربی را به خوبی برای سرپرستان و مدیران جوان ایفا کردم و بازخوردهای مناسبی را در سازمان‌های کوچک داشتم اما با حضور در این سازمان که به نسبت سازمان‌های دیگری که کار کردم، بزرگ‌تر است به اندازه لازم نتوانستم به خوبی ایفای نقش کنم. از نظر شما در راستای نقش مربیگری چه مواردی را باید لحاظ کرد که بتوان به خوبی نقش مربیگری را در سازمان ایفا کنم؟

مربیگری

پاسخ کارشناس: به صورت کلی پرورش مدیران شایسته در هر سازمانی باید در اولویت قرار بگیرد و برای این موضوع نیاز است که در هر سازمانی مربی‌هایی حضور داشته باشند که بتوانند مدیران با تجربه‌ای را پرورش دهند اما مربی باید از ویژگی‌هایی مانند مقبولیت، محبوبیت و موفقیت برخوردار باشد و این موارد نیز در طول فرآیند و با گذشت زمان رخ می‌دهد؛ چون معمولا در هر سازمانی حضور افراد جدیدی که قصد تغییر را دارند با مقاومت مواجه می‌شود؛ به همین دلیل پیشنهاد می‌شود که شما به‌عنوان یک مربی از طریق برگزاری جلسات آموزشی درصدد برقراری ارتباط با دیگر کارکنان سازمان برآیید. به صورت کلی شما به‌عنوان مربی باید به طور مرتب درحال یادگیری اطلاعات و مهارت‌های خود باشید، چون با افزایش سرعت تغییر تکنولوژی قطعا مسائل دیگر نیز دستخوش تغییراتی قرار می‌گیرد که شما به‌عنوان مربی همواره باید اطلاعات خود را بروزرسانی کنید.

یکی دیگر از موارد حائز اهمیت این موضوع است که شما به‌عنوان مربی باید در تدریس مسائل صبور و با حوصله باشید و مهارت‌هایی را در شیوه تدریس کردن کسب کنید. در این میان می‌توانید در تشریح مسائل به کارکنان تصویر کلانی را از آینده به آنها بدهید که آنها ترغیب به شنیدن حرف‌های شما شوند؛ البته این موضوع مستلزم این است که شما بتوانید پیش‌بینی درستی از مسائل آینده سازمان و محیط سازمان داشته باشید.

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.

نگاهی به یک سمت سازمانی جدید با چالش‌های فراوان

حقایق زندگی مدیر برند در شرکت‌های ایرانی

سعید شفیعا
مشاوره‌مجری‌طرح‌های‌برندسازی داخلی‌سازمان‌های‌خدماتی‌وگردشگری

تا اسم از مدیریت برند می‌آید، تصویر ذهنی یک شرکت بزرگ و پرآوازه و معتبر به خاطر می‌آید اما مدیریت برند در شرکت‌های ایرانی بیش از آنکه یک موضوع جذاب باشد یک تهدید جدید به حساب می‌آید. مدیریتی که قرار است به همه چیز کار داشته باشد و عموما به‌عنوان یک فرد ناراضی شناخته می‌شود. پیشوندها و پسوندها بیش از آنکه به نظر برسند تولید بار ذهنی می‌کنند، به‌خصوص زمانی که نظام توزیع قدرت در سازمان‌های ایرانی به‌صورت اصولی و بر مبنای ارزش‌های فردی نیست و روابط خانوادگی و دوستی‌های شخصی در آن بیشترین نقش را دارند.

مدیریت برند و ورودش به سازمان هم می‌تواند با چالش عدم اطمینان به نیروی جدیدی منتج شود که قرار است مهم‌ترین سرمایه سازمان را در دست داشته باشد. از سویی دمدمی بودن مدیران ارشد و نبود برنامه‌های راهبردی در سازمان‌ها، اقدامات اصلاحی و نیازمند تغییر را با خطر مرگ حتمی همراه ساخته است. ورود یک عنوان مدیریتی جدید در سازمان که نه ماهیت آن مورد شناسایی قرار گرفته است و نه تجربه زیادی در بازار کار از آن وجود دارد، مسائل جدیدی در ذهنیت ذی‌نفعان سازمانی به همراه دارد. مدیر اجرایی سازمان همپوشانی‌های زیادی با این شغل مشاهده می‌کند، مدیر بازاریابی پاره‌ای از اقدامات این مدیر جدید را مداخله در کارهای خود می‌داند، مدیر فروش دلیلی برای در اختیار قرار دادن آمارهای خود به فرد جدید نمی‌بیند و این داستان ادامه‌دار تا سطح یک منشی سازمان که قرار است حرف شنوی از فرد جدید پیدا کند، می‌رسد. عملا در نگرش جدید به مدیریت برند به دنبال فردی هستیم که با دید کل‌نگر به کلیه فعالیت‌های سازمان از زاویه دید یک هویت منسجم به نام برند نگاه کند؛ نگاهی که هر لحظه می‌تواند تبدیل به سرک کشیدن به کار این و آن تعبیر شود.

اصول تقسیم کار در سازمان

درست است که از دیدگاه نظری نوشتن شرح شغل و ابلاغ آن در سازمان، زمینه آگاه‌سازی سایرین برای تنظیم تعاملات خود با موقعیت جدید شغلی را توصیه کرده است اما اقدامات اجرایی اخیر نشان داده است که سازمان‌هایی که براساس هیچ شرح شغلی اقدام به تقسیم کار کرده‌اند، نسبت به نگارش شرح شغل و ابلاغ آن مقاومت‌های عجیبی خواهند کرد. نمونه زنده این عکس‌العمل را می‌توان از تجربه اجرایی بنده در یک شرکت اپراتور ارسال پیامکی نقل کرد. تقسیم کارهای ذهنی بین کارکنان در شرکتی که براساس کارها به‌صورت خلاقانه پیگیری نمی‌شد و عملا امکان استانداردسازی کارها تا سطح بالایی وجود داشت، نزدیک به بیش از نیمی از کارکنان شرکت را در حالت تنش و نارضایتی قرار داد، زیرا تا به آن روز کارها به‌صورت غیررسمی تقسیم شده بود و موازنه قدرت بین نیروهای آشکار و پنهان سازمان به مرور صورت گرفته بود و ابلاغ شرح شغل به معنی شروع نوعی کشمکش و تقلای جدید برای دستیابی به نظمی دلخواه به حساب می‌آمد. از سویی برخی کارکنان شرکت که با جان و دل برای کارهای زمین مانده شرکت خود را داوطلبانه درگیر کرده بودند از آن به بعد برخی از آن کارهای داوطلبانه را جزئی از وظایف خود می‌دیدند. چیزی که در ذهن آنها نوعی سوءاستفاده از دلسوزی و محبت تلقی می‌شد. اما ارتباط این موضوع با ساخت دپارتمان مدیریت برند در سازمان از آن جهت است که مدیریت برند قرار است کارهایی را انجام دهد که مثل یک چسب، کلیه فعالیت‌های بخش‌های مختلف شرکت را به یکدیگر متصل می‌کند؛ اقداماتی که تا به امروز توسط پاره‌ای از کارکنان شرکت به‌صورت داوطلبانه و از سوی پاره‌ای از مدیران به‌عنوان نوعی اهرم قدرت مورد استفاده قرار می‌گرفت.

مدیر برند در نقش رهبر ارکستر

برند منسجم قابل تشبیه به یک ارکستر با هارمونی و اجرای لذت‌بخش است و مدیریت برند مثل رهبری ارکستر این جذابیت و زیبایی را خلق می‌کند. رهبری که قرار است در کل فرآیند تولید تا توزیع کالا یا ارائه خدمات، نقش ایجادکننده نظم و هماهنگی را داشته باشد. حرکت‌های چوب دستی مدیر برند به سمت بخش‌های مختلف ارکستر نه به معنای تحکم، بلکه به معنی درخواست برای توجه به نظم است. حرکتی که در صورت نبود او به‌صورت خودانگیخته و بخشی، توسط یک رهبر سازمانی با دیدی در نهایت چندبخشی نه جامع صورت می‌گرفت و نتیجه چیزی است که در حال حاضر در سازمان‌های و شرکت‌های ایرانی وجود دارد. محصولاتی که فرزند یک برند نیستند اما به اسم آن شناسنامه گرفته‌اند. رفتارهایی که در نقاط تماس شرکت بروز می‌کنند و هیچ نشانی از جوهره برند را در خود ندارند اما به اسم برند تمام می‌شوند. خوشبختانه در سال‌های اخیر اهمیت وجود این هارمونی در سازمان‌های برندمحور به خوبی درک شده است، البته موضوع چشم و هم‌چشمی و تمایل زیاد شرکت‌ها برای کم نیاوردن در کورس داشتن عناوین خاص سازمانی باعث شده تا تمایل به داشتن موقعیت سازمانی مدیر برند روز به روز افزایش یابد. اما زمانی که صحبت از ساخت موقعیت شغلی مدیر برند برای مدیریت برند مطرح می‌شود، مدیر منابع انسانی سازمان میان نظرات متناقض و گاه ناشی از هراس مدیران سازمان حیران می‌ماند که آیا طراحی چنین شغلی به صلاح است یا خیر؟ راه‌حل منطقی کاهش اختیارات نوشته شده در شرح شغل است که تلاشی است برای ایجاد آرامش نسبی برای ورود این موقعیت شغلی به سازمان، اما چیزی که به دست وی طراحی شده است، دیگر مدیر برند نیست، بلکه نمایی از یک پست سازمانی است که بیشتر به مسئول هماهنگی یک واحد یا در نهایت دو واحد سازمانی شباهت دارد. مشکلی که به واسطه این اقدام محتاطانه ایجاد می‌شود، بدفهمی سایرین نسبت به شغل جدیدی است که می‌توانست بسیار کارا و فعال به پیشبرد کارهای سازمانی کمک‌رسانی کند.

> **عملا در نگرش جدید به مدیریت برند به دنبال فردی هستیم که با دید کل‌نگر به کلیه فعالیت‌های سازمان از زاویه دید یک هویت منسجم به نام برند نگاه کند؛ نگاهی که هر لحظه می‌تواند تبدیل به سرک کشیدن به کار این و آن تعبیر شود**

خطر دیگری که وجود دارد این است که در ماه‌های پس از ورود مدیر به ظاهر برند به سازمان، اهداف اولیه مدیران ارشد سازمان که دستیابی به هارمونی است محقق نخواهد شد و در نهایت طراح این شغل، از سوی ذی‌نفعان یا گروه‌های فشار متهم به اشتباه در طراحی شغل خواهد شد. چالش‌های مدیریت منابع انسانی از یک سو و وارد شدن ضربات متعدد روانی به فرد جدیدالورود به سازمان از سوی دیگر، تمرکز وی را از کارهای اجرایی و برنامه‌ریزی به سمت کارهای سیاسی و مصلحت‌جویانه یا گاه خصمانه هدایت خواهد کرد. اقدامی که در بدو ورود مدیر برند، باعث شکل‌گیری برنامه اجتماعی‌سازی معیوب و در نهایت لطمه دیدن فرد جدید خواهد شد. به نظر می‌رسد سازمان‌هایی که بیش از نیمی از دارایی‌های آنها را ارزش برند تشکیل می‌دهد به حضور یک مدیر برند و پیگیری انتظارات مربوط به برنامه‌های برند به‌شدت محتاج باشند. با توجه به چالش‌های سیاسی و مدیریتی که ذکر شد پیش از ورود چنین نیرویی در سازمان به نظر می‌رسد فرهنگ‌سازی و درشت‌نمایی نیازهای مربوط به این موقعیت شغلی یک اقدام ظرفیت‌ساز است. از آنجا که نمایان کردن خلأهای موجود در کارهای روزانه سازمان توسط افرادی مثل مشاوران یا مدیران باتجربه سازمانی مقدور است، زیرا آنها به ندرت در اقدامات روزانه سازمانی غرق شده‌اند و نمایی کل‌نگر از نیازهای سازمان را در ذهن خود دارند، از آنها انتظار می‌رود برای مهیاسازی بسترهای لازم برای ورود مدیران جدیدی مثل مدیر برند تلاش لازم را داشته باشند.

نیازهای بازار همواره سازمان‌ها را مجاب به انجام حرکت‌ها و تغییرات درونی می‌کند. نیاز به نمایش شکلی منسجم و یکدست از بیرون سازمان به درون باعث شده موضوع مدیریت برند کم‌کم به یک موضوع واجب تبدیل شود. چالش‌های مدیران منابع انسانی برای نگارش شرح شغل این موقعیت جدید نیز جای توجه دارد. هیچ‌گاه توصیه نمی‌شود نگارش شرح شغل این بخش مهم مدیریتی به‌صورت استفاده از شرح شغل‌های آماده و از پیش طراحی شده صورت گیرد. نگارش شرح شغل مدیر برند یک اقدام بالینی و براساس نیازهای سازمانی است. اما آنچه بین تمام شرح شغل‌های موجود مدیر برند مشترک است، مسئولیت‌های نظارتی و هماهنگی است که ماهیت برند سازمان را حراست می‌کند. در کلام آخر مدیریت به معنی برنامه‌ریزی، سازماندهی، هماهنگی، نظارت و کنترل است و مدیریت برند نیز می‌تواند تمام خصوصیات مذکور را دارا باشد. در صورتی که محدودیت‌های مختلف سازمانی (چه امنیتی و چه به دلیل عدم تمایل مدیران ارشد) بخش‌هایی از قابلیت‌های مدیریت برند را کم کند، قطعا چیز متفاوتی در سازمان مشاهده خواهد شد.

آدرس ایمیل:
info@internalbranding.ir

مدیریت امروز

مشارکت فورد و گوگل برای ساخت اتومبیل‌های بدون راننده

مرضیه فروتن

سایت یاهو گزارش کرده که شرکت فورد درصدد است تا در میدان رقابت میان خودروسازان به جلو حرکت کند و با همکاری گوگل یک اتومبیل بدون راننده بسازد. فورد در حالی در این سرمایه‌گذاری مشترک نیروهای متخصص در زمینه خودروسازی را دور هم جمع می‌کند که گوگل مغزهای متفکر مورد نیاز برای انجام این کار را ارائه می‌دهد.

تاریخ رسمی شروع این سرمایه‌گذاری مشترک احتمالا پنجم ژانویه در نمایشگاه بین‌المللی وسایل الکترونیکی مصرفی (CES) در لاس وگاس است و به‌ظاهر دو شرکت بر سر زمینه‌های سرمایه‌گذاری پیش از این با هم به توافق رسیده‌اند.

تطابق نقاط قوت دو شرکت با هم در حوزه تولید خودروهای بدون راننده احتمالا در این محیط بسیار رقابتی موج بلندی را به وجود می‌آورد. این در شرایطی است که خودروسازان بزرگ حالا دیگر در کنار گوگل، Apple و احتمالا شرکت بین‌المللی شبکه حمل‌ونقل Uber در این عرصه حضور پیدا می‌کنند.

یک موسسه متخصص در زمینه پژوهش در علوم ریاضی به نام «Fields» اخیرا از اشتیاق خود به مشارکت در راستای افزایش فشار برای تولید خودروهای بدون راننده در پلت فرم متحرک هوشمند فورد سخن گفت. بحث درباره این همکاری نه فقط به مسائل اصلی، بلکه به شرکای آتی در برخی موارد می‌پردازد.

مدیر بخش اتومبیل‌های بدون راننده گوگل، کریس اورمسون، نیز از گفت‌وگوی گوگل با طیفی از خودروسازان، شامل فورد، راجع به پیوستن نیروها برای تولید اتومبیل‌های بدون راننده خبر داد.

گوگل در گفت‌وگو با بزرگ‌ترین خودروسازان از هیچ یک از آنها غفلت نکرده و پیشنهادهای زیادی را به آنها داده است. اورمسون در این مسیر با مدیران جنرال موتورز، تویوتا، Daimler و فولکس واگن ملاقات کرده است.

از طرف دیگر، گوگل هنوز بر سر ساخت خودروهای خاص خود یا تمرکز روی نرم‌افزار به نتیجه نرسیده است.

فورد هفته گذشته خبر از انجام یک تحقیق مستقل روی اتومبیل بدون راننده خود داد که به آزمایش این نوع خودروها در کالیفرنیا می‌پردازد.

امروز این شرکت در راستای برنامه حرکت هوشمندانه خود قصد استفاده از نوآوری برای دسترسی به سطح بعدی ارتباط، تحرک، خودروهای بدون راننده، تجربه مشتری، داده‌های اطلاعاتی و تجزیه و تحلیل را دارد. این شرکت در سال ۲۰۱۵ با عرضه ابتکاراتی شامل هزاران فناوری مختلف زمینه ایجاد پیشرفت‌های کلیدی در زمینه ارتباط، تجزیه و تحلیل، وسایل پوشیدنی، نیروی برق و امنیت را به وجود آورد.

برای مثال، یک سیستم جدید دوچرخه می‌تواند ضمن شناسایی مسیرهای دوچرخه سواری، به افراد هنگام انحراف از جاده مخصوص دوچرخه سواران هشدار دهد. یک فناوری دیگر سرعت مناسب خودرو را براساس زیرساخت‌های مجاور، متوسط سرعت اتومبیل و داده‌های اطلاعاتی جی پی اس به راننده پیشنهاد می‌دهد و در ادامه یک فناوری چراغ ترمز جدید جلو کیفیت ارتباطات بین یک خودرو با دیگر خودروها و عابران را بهبود می‌بخشد.

مشارکت میان گوگل و فورد منافع دیگری را نیز در پی دارد که از آن جمله می‌توان به حضور مدیر عامل سابق فورد، آلن مولالی، در هیات‌مدیره گوگل اشاره کرد. فورد یک پایگاه در حال رشد تحقیق، توسعه و نوآوری در Silicon Valley (منطقه‌ای در جنوب سان‌فرانسیسکو و محل ظهور بسیاری از شرکت‌های بزرگ فعال در زمینه فناوری) دارد و همچنین این دو شرکت هر کدام از روابطی نزدیک با شرکت مهندسی «Roush»، در منطقه دیترویت، برخوردار هستند که نخستین نسل ۱۰۰ اتومبیل بدون راننده گوگل را مونتاژ کرد.

احتمالا فورد به طراحی یک وسیله نقلیه هدفمند برای گوگل یا عرضه یک اتومبیل استاندارد متناسب با حسگرها و کامپیوترهای مورد نیاز برای هدایت یک خودروی بدون راننده مشغول است. گوگل از موتورهای قدرت آماده تولید فورد، همچنین قطعات ایمنی و تولیدکننده گازهای گلخانه‌ای آن استفاده می‌کند و به ابزارهای هوشمندانه برقراری ارتباط داخل خودرو بی‌اعتنا است.

در نهایت فورد از جایگاه برتر گوگل در زمینه برخورداری از افراد باهوش ارائه‌دهنده ایده اتومبیل‌های بدون راننده و جاذبه غیرقابل توصیف انتخاب این شرکت به‌عنوان نخستین شریک خود سود می‌برد. البته این همکاری به گوگل نیز در راستای شکل دادن به آینده صنعت خودروسازی کمک می‌کند.

www.brandchannel.com

خبر

واگذاری ۱۳۲۰۶ میلیارد ریال سهم دولتی در ۹ ماه

از ابتدای امسال تا پایان آذرماه بالغ بر ۱۳ هزار و ۲۰۶ میلیارد ریال سهم دولتی توسط سازمان خصوصی‌سازی واگذار شده که از این میزان، ۱۱۶۸۱ میلیارد ریال در بورس، ۳۶۸ میلیارد ریال در فرابورس و ۱۱۵۷ میلیارد ریال از طریق مزایده به فروش رسیده است. همچنین از ۱۳ هزار و ۲۰۶ میلیارد ریال سهم دولتی واگذار شده در این مدت، ۱۱۴۹۷میلیارد ریال به‌صورت بلوکی، ۱۶۹میلیارد ریال به‌صورت تدریجی و ۱۵۳۹میلیارد ریال به‌صورت ترجیحی واگذار شده است. افزون بر این؛ از این میزان واگذاری در ۹ ماه گذشته، ۱۵۰۸میلیارد ریال مربوط به شرکت‌های گروه یک ماده دو قانون اصل ۴۴ و ۱۱۶۹۸ میلیارد ریال مربوط به شرکت‌های گروه دو ماده ۲ این قانون بوده است.

جزییات پذیرش «ولملت»

مهدی قدمی، مدیرعامل گروه مالی ملت از پذیرش و درج نام شرکت واسپاری ملت در بورس تهران خبر داد. وی با بیان اینکه پذیرش و درج نام شرکت واسپاری ملت توسط تامین سرمایه بانک ملت و با موافقت هیات پذیرش بورس انجام شده است، گفت: شرکت واسپاری ملت از اواخر سال ۸۸ آغاز به کار کرده و در حال حاضر، با سرمایه ثبت شده ۸۰میلیارد تومانی یکی از مهم‌ترین شرکت‌های زیرمجموعه گروه مالی ملت به شمار می‌رود. وی در خصوص جزییات درج نماد «ولملت» گفت: شرکت واسپاری ملت با سرمایه ۸۰ میلیارد تومان، عمده معاملات و فعالیت‌های خود را طی مراودات با ایران خودرو و سایپا در قالب انواع تسهیلات و فعالیت‌های لیزینگی انجام می‌دهد، به‌طوری که وزن بیشتر پرتفوی تسهیلات این شرکت در صنعت خودرو است. مدیرعامل گروه مالی ملت درخصوص زمان عرضه سهام این شرکت گفت: طبق توافق انجام شده سهام شرکت با توجه به شرایط بازار سرمایه تا آخر امسال عرضه می‌شود که البته زمان قطعی آن با همکاری گروه مالی ملت و سازمان بورس و شرکت بورس تعیین خواهد شد. یادآور می‌شود، مجموعه گروه مالی ملت بیش از ۳ هزار میلیارد تومان دارایی بانک ملت در بازار سهام را اداره می‌کند.

بورس کالا

عرضه میلگرد و ورق در تالار نقره‌ای

تالار صنعتی و معدنی بورس کالای ایران، روز ۷ دی ماه، شاهد عرضه انواع محصولات میلگرد، ورق، آلومینیوم و شمش طلا بود. همچنین در این روز ۴۵ هزار تن سنگ‌آهن دانه‌بندی مجتمع معادن سنگ آهن گل گهر (۲ و ۴)، با قیمت پایه ۱۸ دلار در هر تن در تالار صادراتی بورس کالای ایران عرضه شد. تالار صادراتی همچنین شاهد عرضه ۲۰هزار تن قیر ۶۰۷۰ و دو هزار تن قیر ۸۵۱۰۰ بود. در مجموع، حدود ۲۳۰ هزار تن انواع کالا در تالارهای مختلف بورس کالای ایران عرضه شد.

بورس انرژی

رقابت خریداران در عرضه نفت‌گاز شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی

در جریان معاملات بازار فیزیکی بورس انرژی ایران کالاهای آیزوریسایکل و حلال ۴۰۲ پالایش نفت تهران، حلال ۴۰۰، ۴۰۲، ۴۱۰ و آیزوریسایکل پالایش نفت اصفهان، حلال ۴۰۲، ۴۰۴ و ۴۱۰پالایش نفت شیراز و آیزوفید و آیزوریسایکل پالایش نفت تبریز در رینگ داخلی و نفت‌گازهای (گازوییل) شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران به مقاصد مختلف مورد عرضه قرار گرفتند که کل معاملات صورت گرفته روی این کالاها و عرضه‌های مازاد معادل ۱۱ هزار و ۱۱۶ تن به ارزشی قریب به ۸۵ میلیارد و ۶۴۲ میلیون ریال بود. از نکات حائز اهمیت معاملات می‌توان به رقابت خریداران در چندین عرضه نفت‌گاز شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران در رینگ بین‌الملل اشاره کرد.

بورس بین‌الملل

تلکوم در بورس چین سقوط کرد

شاخص‌های چین در شروع ساعات معاملاتی نخستین روز کاری هفته با افت شدیدی همراه شدند، در حالی که سازمان ضد اختلاس در این کشور از آغاز تحقیقات بر پرونده مدیر عامل شرکت تلکوم خبر کرد. کاهش میزان سوددهی شرکت‌های صنعتی و آغاز روند بررسی پرونده اختلاس مدیر عامل بزرگ‌ترین شرکت مخابراتی در چین، موجب افت ۰,۷ درصدی شاخص شرکت‌های چینی در شاخص هنگ سنگ شد. قیمت سهام شرکت مخابراتی تلکوم نیز با بیشترین میزان کاهش نسبت به دو هفته اخیر روبه‌رو شد، در حالی که رفت‌وآمد چانگ ژیابینگ، مدیر عامل تلکوم، به سازمان ضد اختلاس چین برای بررسی پرونده، بیشتر شده است. در این بین، قیمت سهام شرکت CRRC و خطوط هواپیمایی ایر چاینا در پی کاهش سوددهی شرکت‌های صنعتی افت ۱,۴ درصدی را به ثبت رساندند.

شرکت‌ها و مجامع

کسب ۳۱ میلیارد ریال سود واگذاری «والبر» طی یک ماه

شرکت گروه دارویی البرز (گروه سرمایه‌گذاری البرز) صورت وضعیت پرتفوی سرمایه‌گذاری‌ها در دوره یک‌ماهه منتهی به ۳۰ آذر ماه ۹۴ را به‌صورت حسابرسی نشده منتشر کرد. شرکت گروه دارویی البرز (گروه سرمایه‌گذاری البرز) در دوره یک ماهه منتهی به ۳۰ آذر ماه ۹۴ از بابت فروش تعدادی از سهام بورسی خود معادل ۳۱ میلیارد و ۹۶ میلیون ریال سود کسب کرد.

کسب ۱۸۲۳ میلیارد ریالی ارزش بازار «وبهمن» طی ماه گذشته

شرکت سرمایه‌گذاری بهمن صورت وضعیت پرتفوی سرمایه‌گذاری‌ها در دوره یک ماهه منتهی به ۳۰ آذر ماه ۹۴ را بصورت حسابرسی نشده منتشر کرد. ارزش بازار شرکت سرمایه‌گذاری بهمن در پایان دوره یک ماهه منتهی به ۳۰ آذر ماه ۹۴ به مبلغ یک هزار و ۸۲۳ میلیارد و ۷۰۵ میلیون ریال رسید.

شاخص کل با معاملات سرمایه‌های خرد سبز ماند

یکه تازی نوسانگیران در بازار سهام

سیدمحمد صدرالغروی

شاخص کل بورس اوراق بهادار در جریان معاملات روز دوشنبه با ۱۴ واحد رشد در ارتفاع ۶۱هزار و ۴۶۹ واحدی ایستاد. بازار سهام در شرایطی بازگشایی شد که شاهد معاملات مثبت در برخی نمادهای کوچک به‌خصوص گروه غذایی بود که اکثرا سبزپوش بودند. چنانکه بازارگردانی و تداوم فعالیت نوسان‌گیران در برخی گروه‌ها یکی از عوامل مهمی بود که منجر به ادامه روند صعودی اما ناچیز بورس شد. به این ترتیب در حالی در بورس تهران روند آرام و توأم با احتیاط و نگرانی در جریان است که همچنان سایه کاهش قیمت نفت و رکود اقتصادی و نیز کمبود نقدینگی در این بازار سنگینی می‌کند. از سوی دیگر با وجود نزدیک شدن به زمان اجرای برجام و همچنین تلاش‌ها برای کاهش نرخ سود بانکی معاملات سهام با بی‌میلی و بی‌رغبتی دنبال می‌شود و بورس در محدوده زیان قرار دارد. در عین حال نزدیک شدن به تاریخ اجرای توافق برجام و گمانه‌زنی‌ها برای ورود سرمایه‌های خارجی در صنایع مختلف و همچنین برنامه‌های مدیران کشور برای جذب این سرمایه‌ها امید را به بازگشت رونق به بازار سهام افزایش داده است. بنابراین این روزها می‌توان منتظر حرکت‌های مثبت هر چند کوچک در بازار باشیم.

معاملات گروه پتروشیمی زیر سایه تعیین نرخ خوراک

روز دوشنبه معاملات گروه بانکی با حجم کم دنبال شد، به طوری که تنها نمادهای بانک انصار، بانک کارآفرین، بانک پاسارگاد و بانک خاورمیانه معاملاتی متعادل و مثبت و بقیه نمادهای دیگر این گروه با تغییرات کمی و با کاهش قیمت به کار خود پایان دادند. در این روز استقبال خریداران از خرید سهم‌های گروه خودرو و کاهش تقاضا در گروه قندی باعث شد تا شاهد معاملات متعادل در گروه قندی باشیم و بیشترین حجم تقاضای خرید در نمادهایی همچون لوله و ماشین‌سازی ایران، ایران تایر، صنایع آذرآب، قاسم ایران و سرمایه‌گذاری صنعت نفت شکل بگیرد. گروه پتروشیمی‌ها که همچنان در کش‌وقوس‌های تعیین نرخ خوراک در حال معامله در قیمت‌های متعادل هستند کمتر مورد توجه خریداران قرار گرفتند و گروه فرآورده‌های نفتی، کک و سوخت هسته‌ای که این روزها متاثر از کاهش شدید قیمت نفت با کاهش تقاضا روبه‌رو شده بودند به‌صورت متعادل به معاملات خود ادامه دادند.

ارزش معاملات بورس، در دست صنعت بانک

در گروه فلزات اساسی در بازارجهانی فلزات، گمانه‌زنی‌ها راجع به برنامه آتی دولت چین برای محرک‌های اقتصادی بیشتر در کنار تضعیف دلار موجب افزایش قیمت‌ها شده است. هر تن مس با رشد ۰.۴درصد در ۴۶۹۴ دلار بسته شده، در حالی که آلومینیوم و روی با افزایش بیش از ۲درصد به ۱۵۴۳ و ۱۵۲۶.۵ دلار در هر تن رسیده‌اند. این در حالی بود که در این گروه شاهد معاملات متعادل بودیم. حجم معاملات بورس به استثنای معاملات بلوکی به ۵۳۴میلیون سهم، ارزش معاملات به ۸۲میلیارد تومان و ارزش بازار به ۲۶۵هزارمیلیارد تومان رسید. در پایان معاملات روز دوشنبه، سه صنعت بانک‌ها و موسسات اعتباری، ساخت محصولات فلزی و قند و شکر به ترتیب بیشترین ارزش معاملات را به خود اختصاص دادند.

رفت و برگشت‌های شاخص آیفکس

معاملات هفت دی‌ماه ۱۳۹۴ بازار فرابورس با خریدوفروش ۹۰میلیون و ۹۶۰هزار ورقه بهادار در ۱۵هزار و ۲۸۵ نوبت به ارزش ۵۸۳میلیارد و ۱۲۰میلیون ریال به اتمام رسید. بیشترین حجم معاملات سهام در روز دوشنبه به میزان ۹میلیون و ۱۱۰هزار سهم متعلق بانک حکمت ایرانیان بود و بیشترین ارزش معاملات را قند شیروان با رقم ۱۵میلیارد و ۶۱۰میلیون ریال به نام خود ثبت کرد. آیفکس در ساعت اولیه معاملات حدود ۳ واحد بالا رفت اما مجددا افت کرد و در نهایت با رشد ۱.۲ واحدی نسبت به روز قبل روی عدد ۶۸۰ایستاد و شرکت‌های فولاد هرمزگان، پالایش نفت تهران و ایرانول بیشترین تاثیر مثبت را در این روند داشتند. شرکت‌های فولاد هرمزگان، قاسم ایران، تدبیرگران فارس و خوزستان و پگاه فارس بیشترین افزایش قیمت و معادن مس تکنار، روان فن‌آور و کشتیرانی دریای خزر بیشترین افت قیمت سهام را در روز دوشنبه داشتند. نماد اسناد خزانه اسلامی با قیمت ۹۴۵هزار و ۳۴۱ ریال بسته شد و نرخ بازده تا سررسید این اسناد در پایان معاملات با افت ۰.۲۱درصدی به ۲۵.۱۶درصد رسید. همچنین، با خریدوفروش ۵میلیون و ۷۲۰هزار سهم صندوق اعتمادآفرین پارسیان بیشترین حجم معاملات ETF به این صندوق اختصاص یافت و بیشترین حجم معاملات اوراق با درآمد ثابت مربوط به معامله ۹۰هزار و ۷۸۰ ورقه اجاره سه‌ماهه مپنا بود.

دریچه

با حضور شرکت‌های پذیرفته شده در بورس برگزار شد

کارگاه بازآموزی قوانین و مقررات بازار سرمایه

سنا – کارگاه بازآموزی قوانین و مقررات بازار سرمایه، برای شرکت‌های پذیرفته شده در بورس تهران برگزار شد. کارگاه بازآموزی قوانین و مقررات بازار سرمایه در تهران و مشهد، سال گذشته حدود ۱۰۰۰ ساعت برگزار و در دور جدید در سال جاری این کارگاه برای صنایع خودرو و سیمان، در سطح مدیر عامل و اعضای هیات‌مدیره، معاون مالی و مدیر مالی و مدیرانی از واحد حسابرسی داخلی تشکیل شد. سرفصل مطالب مطرح شده در این کارگاه شامل: قانون تجارت، قانون بازار اوراق بهادار، قانون توسعه ابزارها و نهادهای مالی جدید و دستورالعمل اجرایی افشای اطلاعات شرکت‌های ثبت شده نزد سازمان، دستورالعمل انضباطی ناشران پذیرفته شده در بورس، دستورالعمل پذیرش و سایر دستورالعمل‌ها و مقرراتی است که مستقیما با حضور شرکت‌ها در بورس ارتباط دارد. هدف از برگزاری کارگاه بازآموزی قوانین و مقررات بازار سرمایه، مرور مجدد قوانین و مقررات، آیین نامه‌ها و دستورالعمل‌های ناظر بر فعالیت‌های مدیران شرکت‌هاست. همچنین فرآیندهای اجرایی تامین مالی نیز در کارگاه بررسی می‌شود. نشست اخیر با همکاری اداره نظارت بر انتشار و ثبت اوراق بهادار بدهی، مدیریت پیگیری امور تخلفات و با حضور کارشناس صنعت مربوط به آن از سازمان بورس و اوراق بهادار برگزارشد.

در دیدار بن‌فندر و قالیباف اصل اتفاق افتاد

نخستین کاردار سفارت انگلیس پس از توافق برجام به بورس تهران رفت

فارس – روز ۶ دی ماه بن فندر، کاردار سفارت انگلستان در ایران از محل بورس تهران دیدار کرد و با قالیباف اصل مدیرعامل بورس به گفت‌وگو پرداخت. بن فندر، کاردار سفارت انگلستان در تهران طی بازدید از تالار شیشه‌ای با تاریخچه بازار سرمایه کشور، تحولات سال‌های اخیر و شرایط موجود بازار آشنا شد و جزییاتی را از صنایع و شرکت‌های پذیرفته شده، ابزارهای معاملاتی، برنامه‌های آتی و نحوه سرمایه‌گذاری خارجی در بورس تهران دریافت کرد. مدیرعامل بورس تهران ساعتی با فندر ملاقات کرد. کاردار سفارت بریتانیا در این دیدار از علاقه‌مندی به ازسرگیری روابط اقتصادی بین دو کشور و احداث یک صندوق حمایتی برای فعالیت‌های تجاری بریتانیا در ایران خبر داد. فندر به گزارشی اشاره کرد که به‌زودی توسط ایشان تهیه و در اختیار مسئولان اقتصادی انگلیس قرار خواهد گرفت و بخشی از آن به نحوه از سرگیری همکاری بازارهای سرمایه دو کشور می‌پردازد. قالیباف‌اصل نیز اظهار امیدواری کرد پس از رفع تحریم‌ها طی هفته‌های آتی، امکان توسعه همکاری‌ها و تجدید روابط بین بازارهای دو کشور و برقراری ارتباط بین فعالان بازارهای تهران و لندن فراهم شود.

نگاه

وداع بی‌فروغ بازارهای سهام آمریکا با سال ۲۰۱۵

ایسنا – در حالی‌که بازارهای سهام آمریکا سال نه چندان پرفروغ ۲۰۱۵ را به پایان می‌رسانند، تحلیلگران پیش‌بینی می‌کنند بسیاری از عواملی که بر این بازارها سنگینی می‌کرد در سال آینده هم استمرار خواهند یافت.

بسیاری از عواملی که در عملکرد مایوس‌کننده امسال بازارهای سهام آمریکا نقش داشتند، از جمله قیمت‌های پایین کالا، رشد جهانی ضعیف، سود کمتر شرکت‌ها و دلار قوی‌تر در سال ۲۰۱۶ همچنان وجود خواهند داشت. سرمایه‌گذاران همواره روی صعود بازارها در حدود زمان تعطیلات کریسمس حساب کرده‌اند تا معاملات از رونق پایان سال بهره‌مند شوند و بازارهای سهام هم معمولا چنین نتیجه‌ای را به بار می‌آوردند.

اگرچه بازارهای سهام هفته گذشته صعود کردند اما شاخص استانداردداند پورز برای نخستین بار از سال ۲۰۰۲، بین ۲۰ نوامبر تا پایان سال روند کاهشی نشان می‌دهد و از سال ۱۹۹۵ این شاخص تنها سه بار در مدت مذکور کاهش داشته است.

شاخص استانداردداند پورز ۵۰۰ از ابتدای دسامبر تاکنون در معاملات پرنوسان ۰. ۹ درصد کاهش داشته است. سقوط قیمتهای کالا به سهام انرژی ضربه زده است و در زمان تصمیم بانک مرکزی آمریکا برای تصویب نخستین افزایش نرخ‌های بهره در ۹ سال گذشته، بازارها صعود کردند اما سپس کاهش چشمگیری داشتند.

قاب

عقب‌نشینی بازارهای سهام آسیا در پی سقوط قیمت نفت

خبرآنلاین – سرمایه‌گذاران در سراسر بازارهای دارایی به دلیل تعطیل بودن بازارهای جهانی به مناسبت تعطیلات کریسمس، جهت‌های معمول برای دنبال کردن را نداشتند. شاخص‌ام اس سی‌ای بازارهای سهام آسیا اقیانوسیه به‌جز ژاپن، رشد اولیه را واگذار و ۰,۴ درصد افت کرد. این شاخص از ابتدای سال ۲۰۱۵ تاکنون ۱۱ درصد کاهش نشان می‌دهد. شاخص سهام شانگهای در پی انتشار آمار تولید صنعتی ضعیف چین، روز جاری ۱,۳ درصد افت کرد و سهام بانکی در صدر این کاهش بود. شاخص هانگ سنگ هنگ‌کنگ ۰,۱ درصد و کسپی کره جنوبی ۱,۱ درصد افت کرد. نیک‌کی ۲۲۵ ژاپن ۰,۷ درصد صعود کرد. بهبود قیمت نفت خام آمار ضعیف خرده فروشی و تولید داخلی را جبران کرد. این شاخص تحت تاثیر سیاست‌های تورمی شینزو آبه، نخست‌وزیر ژاپن صعود کرد و برای چهارمین سال متوالی به سوی رشد سالانه پیش می‌رود. نفت خام آمریکا ۰,۹ درصد کاهش یافت و به ۳۷,۷۴ دلار در هر بشکه رسید، اما همچنان بالاتر از ۳۳,۹۸ دلار در هر بشکه باقی ماند که پایین‌ترین رکورد ثبت شده از فوریه سال ۲۰۰۹ است. نفت برنت که هفته گذشته حدود ۳درصد افزایش یافت و از پایین‌ترین قیمت ۱۱سال گذشته فاصله گرفت، در معاملات روز گذشته ۰,۴ درصد کاهش یافت و به ۳۷,۷۳ دلار در هر بشکه رسید. با این همه زمستان گرم‌تر از حد معمول در بسیاری از نقاط دنیا که تحت تاثیر پدیده جوی ال نینو اتفاق افتاده است، به معنای تقاضای کمتر برای نفت خام به‌منظور گرمایش است. تحلیلگران همچنین به تاثیر اقتصادی گسترده این پدیده جوی اشاره کرده‌اند. در بازارهای ارزی، دلار از ۱۲۰,۰۵ ین در روز جمعه به ۱۲۰,۴۶ ین افزایش یافت. دلار با اقدام سرمایه‌گذاران در سودبری که در پی تصویب افزایش نرخ‌های بهره از سوی بانک مرکزی آمریکا صورت گرفت، اندکی ضعیف شد. همچنین شاخص اشتغال ضعیف‌تر از حد مطلوب آمریکا در هفته گذشته، این ارز را تحت فشار قرار داد. براساس گزارش رویترز، بازار ارزی به آمار اقتصادی آتی آمریکا چشم دوخته تا دریابد آیا بزرگ‌ترین اقتصاد دنیا به اندازه کافی قوی شده است تا شاهد افزایش بیشتر نرخ‌های بهره در سال ۲۰۱۶ باشد یا خیر. یورو که در دو روز معامله گذشته در بازه ۱,۰۹۴۴ تا ۱,۱۰۰۰ قرار داشت، در ۱,۰۹۷۳ دلار ثابت بود.

نماگر بازار سهام

بیشترین درصد افزایش

عمران و توسعه فارس در حالی عنوان نخست جدول بیشترین درصد افزایش روز گذشته را از آن خود کرد که سرمایه گذاری مسکن شمال شرق در جایگاه دوم این گروه قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
عمران و توسعه فارس	۱,۹۸۸	۱۲.۲۵
س. مسکن شمال شرق	۱,۰۹۲	۹.۲
افست	۳,۶۰۷	۸.۴۲
کنتورسازی	۱۹,۱۲۳	۵
لبنیات پاک	۴,۹۶۷	۴.۹۹
صنعتی بوتان	۲,۵۹۱	۴,۹۸
ایران تایر	۲,۲۹۹	۴,۹۸

بیشترین درصد کاهش

کابل البرز صدرنشین جدول بیشترین درصد کاهش روز گذشته شد. تامین ماسه ریخته گری در رده دوم این گروه ایستاد. شیشه و گاز و پارس سرام هم در میان سهم هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفتند.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
کابل البرز	۲,۱۹۸	(۱۳.۷۷)
تامین ماسه	۸,۱۲۸	(۴.۰۳)
شیشه و گاز	۲,۵۴۱	(۳.۷۵)
پارس سرام	۲,۰۹۸	(۳.۴۱)
لاستیکی سهند	۴,۱۰۶	(۳.۳۴)
صنعتی بارز	۳,۱۵۸	(۲.۹۵)
کربن ایران	۲,۸۷۷	(۲,۹)

پرمعامله ترین سهم

روز گذشته حق تقدم فولاد مبارکه اصفهان پرمعامله‌ترین سهم بازار شناخته شد. بانک ملت در رده دوم این گروه ایستاد. صنایع آذرآب و ایران خودرو دیزل در جایگاه سوم و چهارم قرار گرفتند.

نام	قیمت	تعداد دفعه
ح . فولاد مبارکه	۵۵	۹۶.۴۵۸
بانک ملت	۱۹۴۳	۵۴,۴۰۲
صنایع آذرآب	۳۳۶۵	۳۹,۶۵۶
ایران خودرودیزل	۶۹۶	۱۸,۳۰۱
بانک صادرات	۸۶۷	۱۵,۶۳۶
ح . س. توسعه‌ملی	۵۱۰	۱۵,۳۳۵
بانک تجارت	۸۸۵	۱۳,۹۹۶

بیشترین ارزش معامله

جایگاه نخست بیشترین ارزش معامله را روز گذشته صنایع آذرآب به خود اختصاص داد. بانک ملت هم رتبه دوم را به دست آورد. ارتباطات سیاسی ایران نیز در رده سوم بیشترین ارزش معامله قرار گرفت.

نام	قیمت	جمع معاملات
صنایع آذرآب	۳۳۶۵	۱۳۳.۴۲۸
بانک ملت	۱۹۴۳	۱۰۵,۶۹۰
ارتباطات سیار	۲۹۱۰۸	۳۶,۰۷۵
لبنیات‌کالبر	۱۴۱۹	۱۷,۳۱۱
بانک انصار	۲۴۰۰	۱۶,۵۷۷
قندپیرانشهر	۴۴۰۴	۱۴,۸۴۲
بانک پاسارگاد	۱۱۵۱	۱۴,۴۱۵

بیشترین سهام معامله شده

حق تقدم فولاد مبارکه اصفهان در حالی رتبه نخست جدول بیشترین سهام معامله شده را به دست آورد که صنایع آذرآب در این گروه دوم شد و قند نیشابور در رده ششم جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	تعداد سهام معامله شده
ح. فولاد مبارکه	۵۵	۲۴۶۳
صنایع آذرآب	۳۳۶۵	۲۳۰۹
لبنیات کالبر	۱۴۱۹	۱۲۶۶
قند خراسان	۱۰۷۵	۱۱۱۱
ایران خودرو دیزل	۶۹۶	۱۰۸۳
قند نیشابور	۱۵۸۱	۹۱۶
ح. ایران خودرو	۶۱۱	۹۰۳

بالاترین نسبت P/E

رده نخست بالاترین نسبت P/E را در روز گذشته پست بانک ایران به دست آورد. محورسازان ایران خودرو و قند قزوین در جایگاه های بعدی قرار گرفتند.

نام شرکت	قیمت	P/E
پست بانک	۱۳۰۰	۶۵۰
محورسازان ایران خودرو	۱۴۱۳	۴۷۱
قند قزوین	۲۲۹۹	۱۵۳
تکنوتار	۱۳۱۳	۱۳۱
درخشان تهران	۱۵۷۳	۱۱۲
الکتریک خودرو شرق	۱۱۴۱	۱۰۴
خوراک دام پارس	۹۵۶۵	۸۸

کمترین نسبت P/E

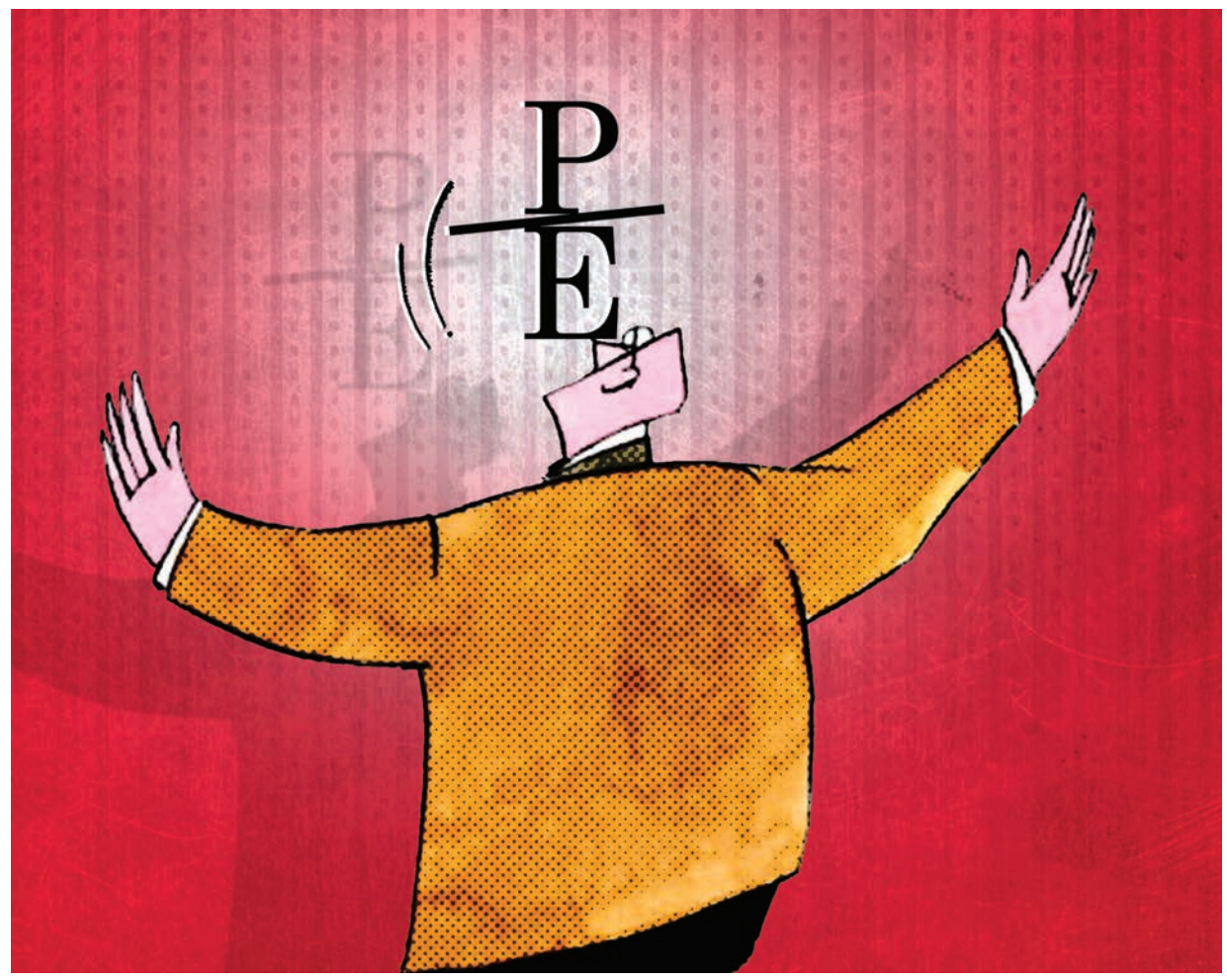
روز گذشته سرمایه گذاری اعتبار ایران در صدر جدول کمترین نسبت P/E ایستاد. سرمایه گذاری صنعت نفت و سرمایه گذاری پردیس در رده های بعدی قرار گرفتند.

نام شرکت	قیمت	P/E
سرمایه گذاری اعتبار	۹۵۹	۱.۷۸
سرمایه گذاری پردیس	۷۸۹	۲.۳۶
سرمایه گذاری نفت	۱۸۱۳	۲.۹۹
سیمان کارون	۲۲۹۰	۳.۰۵
گروه صنعتی بارز	۳۱۵۸	۳.۰۸
لیزینگ ایران	۱۴۹۹	۳.۱۸
سرمایه گذاری شاهد	۱۰۰۳	۳.۲۶

در بررسی صنایع طی دو دوره به‌دست آمد

افت نسبت P/E ۶۰درصد از صنایع بورسی

شهربانو جمشیدی
کارشناس و تحلیلگر بازار سرمایه



ارزندگی سهام یک شرکت به این معنا که آیا قیمت سهام یک شرکت فعال در بورس، در حال حاضر پتانسیل رشد یا افت قیمتی را دارد؟ مهم‌ترین موضوعی است که در بورس هر کشوری مطرح می‌شود و به‌صورت روزانه و حتی لحظه‌ای مورد چالش فعالان بازار سرمایه قرار می‌گیرد.

برای بررسی ارزندگی سهام شرکت‌های فعال در بازار سرمایه باید اجزای قیمت سهام شرکت مورد بررسی قرار گیرد که البته در این بین نباید از این نکته غافل شد که سود برآوردی هر سهم شرکت با فرض تداوم فعالیت آن در سال‌های آتی متغیری است که سهامداران خرد و حقیقی بر مبنای آن حاضر به پرداخت پول و خرید سهام شرکت هستند. به عبارت بهتر، سود هر سهم (EPS) اصلی‌ترین معیار ارزش‌گذاری سهام شرکت به شمار می‌رود.

علاوه بر این، نسبت P/E یک نسبت ساده اما با اهمیت است که به نوعی حلقه‌وصل میان سود و قیمت سهام است و بیانگر میزان بازدهی مورد انتظار از خرید یک سهم به قیمت آن است. نسبت P/E در حالی یکی از معیارهای مهم برای بررسی ارزندگی سهام شرکت‌های بورسی به شمار می‌رود که تعابیر و تحلیل‌های متفاوتی در خصوص این نسبت از سوی کارشناسان و تحلیلگران بازار سرمایه ارائه می‌شود چرا که برخی از کارشناسان معتقدند هر چه نسبت P/E یک سهم بزرگ‌تر باشد، بازده مورد انتظار از خرید سهام آن کمتر است و در مقابل برخی دیگر نظری خلاف آن دارند.

براساس این گزارش، بازار سرمایه از دی ماه سال ۹۲ تاکنون شرایط نامناسبی را پشت سر گذاشته و در پی حاکمیت روند منفی متداوم بر بورس، قیمت سهام اغلب شرکت‌ها به طور قابل توجهی کاهش یافته و به موجب آن نسبت P/E صنایع بورسی نیز با افت مواجه شده است. به‌گونه‌ای که براساس اطلاعات منتشر شده توسط شرکت بورس مبنی بر گزارش عملکرد بازار اوراق بهادار طی آبان ماه سال جاری، نسبت P/E بازار سرمایه طی آبان ماه امسال نسبت به دوره مشابه سال گذشته با رشد اندک ۳.۸درصدی همراه شده و در کنار آن در میان ۳۶ صنعت فعال در بورس تنها نسبت P/E ۱۲ صنعت افزایش یافته و ۲۲صنعت یعنی حدود ۶۰درصد از صنایع بورسی با افت این نسبت طی دوره مورد بررسی همراه شدند. همچنین نسبت P/E صنعت تامین برق، گاز، بخار و آب گرم با تک سهم «بمپنا» بدون تغییر بوده و صنعت محصولات چوبی به دلیل توقف نماد در این مدت نسبت P/E برای آن محاسبه نشده است.

البته توجه به این نکته نیز ضروری است که در محاسبات انجام شده توسط شرکت بورس، ۴۶ شرکت که دارای سود برآوردی صفر بودند یا برای سال مالی جاری خود زیان پیش‌بینی کردند، لحاظ‌نشده و همچنین شرکت‌های سرمایه‌گذاری که الزامی جهت ارائه پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی جاری خود ندارند، مورد بررسی قرار نگرفته است. از این رو، محاسبات بر مبنای ارزش بازار ۲۷۲ شرکت به مبلغ ۲۶۱هزار و ۴۳۰میلیارد تومان و سود پیش‌بینی شده به مبلغ ۴۵هزار و ۱۲۱میلیارد تومان است.

بر این اساس، از میان صنایعی که رشد نسبت P/E را طی آبان ماه سال جاری نسبت به دوره مشابه سال گذشته تجربه کرده‌اند، می‌توان به صنایعی همچون فلزات اساسی، استخراج سایر معادن و نیز قند و شکر اشاره کرد. به‌طوری‌که نسبت مذکور در صنعت فلزات اساسی با ۱۸ شرکت فعال با رشد حدود ۷۱درصدی مواجه شده و از ۵.۷۸ به ۹.۸۹ مرتبه افزایش یافته است. بعد از آن صنعت استخراج سایر معادن با تک نماد «کماسه» با افزایش ۵۸درصدی نسبت P/E از ۱۰.۵۸ به ۱۶.۷۲ مرتبه رسیده است و در نهایت گروه قند و شکر با ۱۰ شرکت فعال با رشد حدود ۵۴درصدی همراه شده است.

علاوه بر این، صنایعی همچون فرآورده‌های نفتی، کک و سوخت هسته‌ای، حمل‌ونقل، انبارداری وارتباطات، سیمان، آهک و گچ، محصولات غذایی و آشامیدنی به‌جز قند و شکر، ماشین‌آلات دستگاه‌های برقی، کاشی و سرامیک، شرکت‌های چند رشته‌ای، رایانه و فعالیت‌های وابسته به آن و نیز محصولات شیمیایی جزو صنایعی هستند که با رشد نسبت P/E طی دوره مذکور روبه‌رو شدند.

در مقابل همان‌طور که عنوان شد نسبت P/E ۲۲ صنعت کاهش یافت که از میان آنها گروه منسوجات، وسایل اندازه گیری، پزشکی و اپتیکی با تک سهم «آکنتور» و نیز سایر واسطه‌گری‌های مالی در ردیف‌های نخست جدول قرار می‌گیرند. به گونه‌ای که گروه منسوجات با دو شرکت فعال در گروه با افت بیش از ۶۰درصدی این نسبت در دوره مورد بررسی همراه شده و نسبت مذکور در این کد از ۲۲.۲۹ به ۸.۷۳ مرتبه کاهش یافته و در پی آن گروه وسایل اندازه‌گیری با کاهش حدود ۴۰درصدی این نسبت از ۸.۱۱ به ۴.۰۳ مرتبه تقلیل یافته است. در نهایت صنعت سایر واسطه‌گری‌های مالی با افت ۴۴درصدی نسبت P/E برای از ۷.۳۳ به ۴.۰۹ مرتبه نزول یافت.

علاوه بر این می‌توان به صنایع ماشین‌آلات و تجهیزات، خدمات فنی و مهندسی، استخراج زغال سنگ و محصولات کاغذی، کشاورزی، دامپروری و خدمات وابسته به آن، دباغی، پرداخت چرم و ساخت انواع پاپوش با تک نماد «وملی»، استخراج نفت گاز و خدمات جنبی به جز کشف با تک سهم «حفاری»، ساخت محصولات فلزی، لاستیک و پلاستیک، بیمه و صندوق بازنشستگی به جز تامین اجتماعی، انبوه‌سازی املاک و مستغلات، مخابرات، خودرو و ساخت قطعات، سایر محصولات کانی غیرفلزی و نیز ساخت رادیو و تلویزیون با تک نماد «لپارس» اشاره کرد.

افزایش نسبت P/E به تفکیک صنایع				کاهش نسبت P/E به تفکیک صنایع			
نام صنعت	۳۰ آبان ۹۴	۳۰ آبان۹۳	درصد تغییر۹۴ به ۹۳	نام صنعت	۳۰ آبان۹۴	۳۰ آبان۹۳	درصد تغییر ۹۴ به۹۳
فلزات اساسی	۹,۸۹	۵,۷۸	۷۱,۱	منسوجات	۸,۷۳	۲۲,۲۹	(۶۰,۸)
استخراج سایر معادن	۱۶,۷۲	۱۰,۵۸	۵۸	وسایل اندازه گیری و پزشکی	۴,۰۳	۸,۱۱	(۵۰,۴)
قند و شکر	۱۵,۲۴	۹,۸۹	۵۴,۱	سایر واسطه گری های مالی	۴,۰۹	۷,۳۳	(۴۴,۲)

گزارش۲

معرفی اشتباهات رایج در خرید و فروش سهام:

نماگری، یکی از سوگیری‌های رفتاری رایج سرمایه‌گذاران

محمد مهدی جمشیدیان
کارشناس بازار سرمایه

تئوری مالی رفتاری در چند دهه اخیر مورد توجه محققان مالی قرار گرفته است. مسائل مطرح در مالی رفتاری مفروضات و نگرش‌ها به بعضی از تئوری‌ها و مسائل را دگرگون کرده است و به محققان چشم‌انداز جدیدی در جهت دریافت و تفسیر اتفاقات و واقعیات خارجی به‌خصوص در زمینه بازار سرمایه داده است. یکی از مسائل مهم در مالی رفتاری وجود تورش‌های رفتاری گوناگون در فرآیند تصمیم‌گیری و انتخاب سرمایه‌گذاران در بازارهای سهام است. یکی از این تورش‌ها نماگری است که در این مقاله به معرفی آن می‌پردازیم.

سرمایه‌گذاران بر مبنای عملکرد گذشته شرکت‌ها، طبقه‌بندی‌های ذهنی خاصی را در ذهن خود برای پیش‌بینی رخدادهای آتی انجام داده و در پی یافتن شباهت‌هایی در عملکرد شرکت‌ها هستند. به این دسته از تورش‌های رفتاری، سوگیری «نماگری (representativeness Bias) اطلاق می‌شود این سوگیری موجب می‌شود، تا سرمایه‌گذاران روندها را به‌صورت نادرست تفسیر کنند.

هنگامی نماگری در بازارهای مالی خود را آشکار می‌کند که سرمایه‌گذاران به دنبال خریداری سهام داغ هستند و از سهامی که اخیرا عملکرد ضعیفی داشته اجتناب می‌کنند. این رفتار می‌تواند توضیحی برای واکنش افراطی سرمایه‌گذار در اختیار قرار دهد. افراد به گروه‌بندی رویدادها به‌صورت نمونه نوعی یا نماینده و معرف رده‌ای شناخته شده تمایل دارند و بر اهمیت چنین گروه‌بندی بیش از حد تاکید دارند. برای مثال، اغلب هنگامی که یک شرکت افزایش درآمدهایش را در چندین گزارش دوره‌ای به طور متوالی اعلام می‌کند، قیمت سهام افزایش می‌یابد، چرا که سرمایه‌گذاران به استنتاج بر نرخ رشد بالای درآمدهای بلندمدت گرایش پیدا می‌کنند (Waweru & Munyoki, ۲۰۰۸).

به‌طور کلی انسان‌ها آموخته‌اند که برای درک بهتر معانی و مفاهیم، موضوعات و تفکرات خود را طبقه‌بندی کنند. زمانی که افراد با پدیده جدیدی مواجه می‌شوند که با طبقه بندی‌های پیش ساخته آنان ناسازگار است، سعی می‌کنند به هرطریق ممکن این پدیده را با طبقه‌بندی پیشین تطبیق دهند. این چارچوب مفهومی، ابزار سودمندی برای پردازش اطلاعات جدید با استفاده از تجربیات مرتبط قابل مقایسه در گذشته فراهم می‌آورد. گاهی اوقات محرک جدید، شبیه یا معرف عناصر آشنایی است که قبلا طبقه‌بندی شده است. درعین حال موارد قیاس پذیری وجود دارد که شدیدا با یکدیگر متفاوت هستند. درچنین مواردی واکنش طبقه بندی، گمراه‌کننده بوده و درک نادرستی از عنصر جدید ایجاد می‌کند که غالبا ماندگار بوده و تعاملات آتی با این عنصر را تحت تاثیر قرار می‌دهد (پمپین، ۱۹۶۳؛ ترجمه بدری، ۱۳۸۸).

اصولا انسان تمایل دارد که شانس‌ها و احتمالات را به‌گونه‌ای منطبق با ایده‌ها و ادراکات قبلی خود تصور کند، حتی زمانی که استنتاج حاصله به لحاظ آماری غیرمعتبر است. به‌عنوان مثال «توهم قمارباز» اشاره به تصور و برداشت رایجی دارد مبنی بر اینکه موفقیت و شانس در شرط‌بندی و قمار به شکلی دوره‌ای رخ می‌دهد. روان‌شناسی ذهنی برخلاف واقعیت‌های ریاضی (محاسباتی) این سفسطه را موجب می‌شود. ازنظر آماری مفهوم دور غیرمنطقی است. افراد عموما تمایل دارند چیزی را قبول کنند که محققان آن را با عنوان «قانون اعداد کوچک» می‌شناسند. این اصطلاح به آن معناست که نمونه‌های کوچک همیشه معرف خوب و کاملی برای کل جامعه است. اما اصول علمی این قانون راتایید نمی‌کند (پمپین، ۱۹۶۳؛ ترجمه بدری، ۱۳۸۸).

دو تعبیر از سوگیری نماگری درمورد سرمایه‌گذاران حقیقی مصداق دارد:

۱) قصور پایه گزینی یا رفتار کلیشه‌ای. در این نوع، سرمایه‌گذاران تلاش دارند موفقیت‌آمیز بودن یک سرمایه‌گذاری مثلا در شرکت الف را از طریق قراردادن آن در یک جدول طبقه‌بندی آشنا و قابل درک، تعیین کنند. چنین سرمایه‌گذارانی ممکن است شرکت‌الف را به‌عنوان شرکتی که سهام آن از نوع ارزشی است طبقه‌بندی کنند، درآن صورت تحلیلی درمورد ریسک و بازده این سهم خواهند داشت که در چارچوب این طبقه‌بندی می‌گنجد. غالبا مشاهده می‌شود که سرمایه‌گذاران این مسیر اشتباه را می‌پیمایند، شاید به این دلیل که جایگزین راحتی برای تحقیق عمیق و همه جانبه است که برای ارزیابی سرمایه‌گذاری مورد نیاز است. توصیف این ویژگی در بیانی خلاصه این است که سرمایه‌گذاران غالبا در زمان اتخاذ تصمیم درمورد سرمایه‌گذاری رفتاری قالبی و کلیشه‌ای دارند.

۲) قصور اندازه نمونه. در این سوگیری، سرمایه‌گذاران هنگام قضاوت و ارزیابی درمورد احتمال وقوع یک پیامد خاص در زمینه سرمایه‌گذاری، غالبا در توجه دقیق و درست به اندازه نمونه- یعنی داده‌های متشکلی که ارزیابی‌های خود را براساس آن انجام می‌دهند- قصور می‌کنند. اغلب سرمایه‌گذاران به‌گونه‌ای نادرست فرض می‌کنند که یک نمونه کوچک معرف کل جامعه است. این پدیده را«قانون اعداد کوچک» می‌نامند. هنگامی که افراد یک پدیده غیرمنتظره در یکسری از داده‌ها را خوب درک نمی‌کنند، به سرعت و با تکیه بر داده‌های اندک دردسترس، مفروضاتی را در مورد آن پدیده خلق می‌کنند. افراد مستعد در کم توجهی به اندازه نمونه، در بسیاری از موقعیت‌ها با اتکای صرف به نمونه‌های کوچک، به سرعت عمل می‌کنند، درحالی که بسیار محتمل است، نمونه کوچک مورد بررسی، معرف مناسبی برای داده‌های واقعی (کل جامعه) نباشد.

هر دو نوع سوگیری نماگری می‌تواند به اشتباهات قابل‌ملاحظه‌ای در عرصه سرمایه‌گذاری منجر شود. در زیر مثال‌هایی از رفتارهای ناشی از «قصور پایه گزینی» و «قصور اندازه نمونه» را که می‌تواند برای سرمایه‌گذاران زیانبار باشد، ارائه شده است.

مثال‌هایی از آثار منفی قصور اندازه نمونه برای سرمایه‌گذاران عبارتند از:

۱- سرمایه‌گذاران در بررسی سابقه یک مدیر سرمایه‌گذاری، می‌توانند مرتکب اشتباهات مهمی شوند. آنها عملکرد فصول یا سال‌های کمی را در گذشته مورد توجه قرارداده و براساس داده‌های آماری ناکافی به این نتیجه می‌رسند که عملکرد خوب نتیجه تخصیص‌ها و گزینش‌های ماهرانه مدیر است یا برعکس آن عملکرد بد، نتیجه عدم مهارت و گزینش‌های بدون مهارت مدیر مربوط بوده است.

۲- همچنین سرمایه‌گذاران هنگام بررسی سوابق تحلیلگران اوراق بهادار اشتباهات مشابه دیگری را نیز مرتکب می‌شوند. به‌عنوان مثال به موفقیت تعداد کمی از پیشنهادات یک تحلیلگر در گذشته نگاه می‌کنند و براساس این نمونه محدود از داده‌ها، ارزیابی نادرستی درمورد استعداد و شایستگی تحلیلگر به عمل می‌آورند.

مثال‌هایی از آثار قصور پایه گزینی برای سرمایه‌گذاران عبارتند از:

۱- با چه میزان احتمال شرکت الف (یک شرکت فرضی که با یک قدمت ۷۵ ساله که در صنعت تولید فلزات فعالیت می‌کند و اکنون در کسب‌وکار خود با مشکل مواجه است) در گروه ب (شرکت‌های رشدی که احتمالا در آینده وضعیت بهتری خواهند داشت) قرار می‌گیرد؟ یا در گروه ج (شرکت‌هایی که از صنعت خارج خواهند شد) برای پاسخ به این پرسش، اغلب سرمایه‌گذاران تلاش خواهند کرد که در مورد درجه احتمال تعلق شرکت الف به گروه ب یا ج قضاوت و ارزیابی کنند. برخی مطالب مجلاتی که ورشکستگی‌های اخیر شرکت‌های صنعت فلزی را تیتر کرده‌اند، باعث می‌شود که شرکت الف کاندیدایی مناسب یا معرف بهتری از گروه ج به نظر برسد و لذا ممکن است به این نتیجه برسند که بهترین اقدام، فروش سهام این شرکت است. دراین حالت آنها این واقعیت مهم را نادیده می‌گیرند که به لحاظ آماری تعداد شرکت‌های از این نوع که در صنعت باقی مانده‌اند، نسبت به آنهایی که متوقف و از صنعت خارج شده‌اند، بسیار بیشتر است.

۲- با چه میزان احتمال، اوراق قرضه الف (قرضه منتشر شده شهرداری بخش مرکزی با رتبه AAA) به گروه ب (قرضه‌های ریسکی و پرمخاطره) یا گروه ج (قرضه‌های بدون ریسک) تعلق دارد؟ برای پاسخ به این پرسش سرمایه‌گذاران به دنبال این خواهند بود تا احتمالی را که الف به نظر معرف گروه ب یا گروه ج است، برآورد کنند. در این مورد، خصوصیات قرضه الف بیشتر نمونه و معرفی از گروه ب (قرضه‌های ریسکی) به نظر می‌رسد که ناشی از شهرت بخش مرکزی شهر به نا امن و پر مخاطره بودن است. درحالی‌که نتیجه‌گیری انجام شده این واقعیت را نادیده می‌گیرد که آمار و ارقام تاریخی حکایت از آن دارد که نرخ نکول قرضه‌های از نوع AAA، حدود صفر است (پمپین، ۱۹۶۳؛ ترجمه بدری، ۱۳۸۸).

عمق بازار

بار نیمی از معاملات بر دوش حقیقی ها قرار گرفت

فرشید شجاع
کارشناس و تحلیلگر بازار سرمایه

شاخص کل بازار بورس اوراق بهادار تهران در جلسه معاملاتی گذشته با رشدی محدود به کار خود پایان داد. در جریان معاملات این جلسه بازار، شاخص کل با رشدی ۱۴,۰۱ واحدی به رقم ۶۱۴۶۹,۳ رسید. با آغاز معاملات در جلسه پیشین، شاخص کل در جهت رو به بالا قرار گرفته و نیمی از زمان معاملات را با این شرایط سپری کرد. با عبور از نیمه بازار، عرضه در بعضی از نمادها افزایش یافته و بدین ترتیب شاخص کل در مسیر نزولی قرار گرفت. ارزش کل معاملات بازار بورس در این جلسه در رقم ۹۰,۸میلیارد تومان گزارش شد و این رقم طی ۳۹۲۸۰ معامله محقق شد. بدین ترتیب ارزش میانگین هر معامله در این جلسه حدود ۲,۳میلیون تومان محاسبه می‌شود که این رقم پایین‌تر از متوسط تلقی می‌شود. این ارزش میانگین با توجه به صعودی بودن شاخص کل می‌تواند از ادامه‌دار بودن این رویه خبر دهد. بازار فرابورس ایران نیز در این جلسه با رشد همراه بود. شاخص کل این بازار با ۱,۲ واحد صعود به رقم ۶۸۰,۵ واحد رسید و ارزش معاملات این بازار حدود ۵۸,۳میلیارد تومان گزارش شد.

بزرگ‌ترین نکته مثبت جلسه گذشته بازار، نرخ دخالت حقیقی‌ها در معاملات این روز بود. در این جلسه، حقیقی‌ها مسئول نیمی از معاملات بودند که این نرخ برای شرایط کنونی بازار مساعد تلقی می‌شود. از سوی دیگر نرخ خرید به فروش معامله‌گران حقیقی در این جلسه نیز حدود یک بود. در این جلسه ۵۰درصد از کل فروش‌ها توسط کدهای حقیقی انجام شد و ۴۸درصد از کل خریدها توسط این معامله‌گران به ثبت رسید. با توجه به نرخ دخالت این کدها، می‌توان انتظار داشت با افزایش نرخ خرید به فروش آنها، رشدی نسبی در بازار به وجود آید. «بانک‌ها و موسسات اعتباری» در این جلسه به‌عنوان شاخص‌سازترین گروه مطرح شدند. این گروه با ۳۴,۶۲ واحد تاثیر مثبت در شاخص کل کمک شایانی به قرمز نشدن این شاخص مهم کردند. از سوی دیگر، «شرکت‌های چند رشته‌ای صنعتی»، «فلزات اساسی» و «فرآورده‌های نفتی، کک و سوخت هسته‌ای» به‌عنوان مخرب‌ترین صنایع این روز بازار معرفی شدند.

با توجه به شرایط موجود انتظار می‌رود در جریان معاملات جلسه پیش رو، شاخص کل کار خود را با صعود آغاز کند. بدین ترتیب، انتظار می‌رود با آغاز معاملات در جلسه معاملاتی امروز، شاخص کل به لطف چند نماد صعودی شده و پس از ۳۰ دقیقه در روندی نوسانی و رو به پایین قرار گیرد. انتظار می‌رود شیب نزول در نیمه دوم زمان معاملات تندتر شده و این رویه تا ۴۵ دقیقه نهایی بازار ادامه یابد. در دقایق پایانی معاملات می‌توان انتظار ظهور چند نماد رهایی‌بخش شاخص باشیم. این نمادها با معاملات بلوکی خود شاخص کل را صعودی کرده و از رقم نزول شاخص کل خواهند کاست. رنگ قرمز در این جلسه گسترش بیشتری خواهد یافت و این قضیه می‌تواند به آمادگی بازار برای نزول در روز آینده یاری رساند.

حرف‌های درگوشی

شنیده‌ها و شایعات بازار

رحمت‌الله توکلی یرکی
فعال بازار سرمایه

بیمه آسیا: شنیده‌ها حکایت از تعدیل منفی بیمه آسیا به‌خاطر پیش بینی نشدن ذخیره خسارات معوق شخص ثالث، مسئولیت، مهندسی و درمان برای تسویه تعهدات فعلی دارد که با کسری مواجه خواهد بود و همچنین زیان کاهش ارزش انباشته سرمایه‌گذاری کوتاه‌مدت در سهام شرکت های بورسی به مبلغ ۳۰۲ میلیارد ریال محرز شده و از این بابت زیان شناسایی می‌کند.

پتایر: زمزمه‌هایی مبنی بر برنامه فروش و واگذاری سهامدار عمده پتایر (بنیاد مستضعفان و جانبازان) و ارزیابی مطلوب خریداران سهم به‌واسطه وجود زمین ۶هکتاری آن در بازار به گوش می‌رسد.

سپاها: شرکت سیمان سپاهان قصد دارد افزایش سرمایه خود را به‌زودی عملیاتی سازد. «سپاها» پیش از این اعلام کرده بود که در نظر دارد سرمایه خود را از محل مطالبات حال شده سهامداران و آورده نقدی به مبلغ ۳۰۰میلیارد ریال افزایش دهد.

خودرو: شنیده‌ها از مفاد قرارداد ایران‌خودرو و پژو این‌گونه به گوش می‌رسد که گویا در قرارداد جدید، پژو باید ۳۰ درصد از محصولات تولیدی در ایران را صادر و همچنین تولید خودرو (در ایران) را با ساخت داخل حداقل ۴۰ درصدی آغاز کند. همچنین قرار شده شرکتی مشترک میان ایران خودرو و پژو با سهم برابر ۵۰ درصد تشکیل شود تا نظارت‌های لازم بر اجرای قرارداد مربوط صورت بگیرد.

وامید: شنیده‌ها حکایت از اعلام سود ۳۵۱ ریالی برای سال ۹۵ دارد که نسبت به سال جاری ۲۶درصد کاهش دارد.

حتوکا: شنیده‌ها حاکی از انعقاد قرارداد حتوکا با شتران در آینده نزدیک است.

گچساران: خبرها در بازار حکایت از آن دارد که نصب کوره‌های الفین در سال آینده به پایان می‌رسد.

دسبحا: زمزمه‌هایی از بهره‌برداری از دو خط تولید جدید درروز یکشنبه ۱۳ دی‌ماه از این نماد به گوش می‌رسد.

وبانک: خبرها حکایت از افزایش ۱۶۳ ریال سود به هر سهم از محل فروش سهام پتروشیمیران و همچنین برنامه افزایش سرمایه از محل آورده دارد.

سپاها: خبرها حکایت از عملیاتی شدن افزایش سرمایه این نماد از محل مطالبات حال شده سهامداران و آورده نقدی به مبلغ ۳۰۰ میلیاردریال دارد.

سرنخ

سرمایه‌گذاری از گردشگری تا دارو

کلاف اول

مخمل کوه، کوهی است در شمال شرقی خرم آباد در استان لرستان که ارتفاعی بیش از یک هزار و ۹۰۰متر دارد و در دو سمت به دو تنگه مهم و استراتژیک ختم می‌شود که در طول تاریخ شاهد رخدادهای گوناگونی بوده‌است. این کوه بافتی رسوبی دارد و بیشتر قسمت‌های آن پوشیده از گلسنگ است که با آغاز فصل بارش، گلسنگ‌های سیاه رنگ و آفتاب سوخته به طیفی از رنگ‌های سبز تغییر رنگ می‌دهندو جاذبه‌های گردشگری و دیدنی زیادی را نصیب این کوه می‌کنند.

همچنین به دلیل دسترسی راحت به این کوه و فاصله کم آن از شهر، این منطقه برای کوهنوردی و پیاده‌روی مورد توجه بسیاری افراد قرار می‌گیرد، در این منطقه حتی یک پارک جنگلی هم احداث شده اما فرصت‌های سرمایه‌گذاری در آن همچنان برای بخش خصوصی فراوان است.

در این خصوص به تازگی مدیرکل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری لرستان گفته: با اعلام نظر شهرداری خرم آباد مبنی بر عدم سرمایه‌گذاری در منطقه گردشگری مخمل‌کوه، سرمایه‌گذاری بخش‌خصوصی در این منطقه آزاد شد.

غلامرضا سلیمانی افزود: سرمایه‌گذاران بخش‌خصوصی می‌توانند برای حضور در این منطقه بکر در راستای توسعه گردشگری و سرمایه‌گذاری در منطقه نمونه گردشگری مخمل‌کوه اقدام کنند و مدیریت ارشد استان و اداره کل میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری نیز در این راستا از سرمایه‌گذاران حمایت می‌کند.

کلاف دوم

نتایج لغو تحریم‌ها به مرور خود را در بازار داروی ایران نشان می‌دهد. یکی از مصادیق این ادعا، امضای یک تفاهم‌نامه میان وزرای بهداشت ایران و ارمنستان است که وزیر بهداشت ایران از آن به‌عنوان یک فرصت ارزشمند سرمایه‌گذاری برای داروسازان داخلی یاد می‌کند.

به گزارش پایگاه خبری سلامانه، دکتر حسن هاشمی با اشاره به روابط دیرین تجاری بین ایران و کشورهای منطقه به‌ویژه ارمنستان، گفت: شرکت‌های داخلی تولید دارو می‌توانند در ارمنستان سرمایه‌گذاری کنند چراکه این کشور عضو اتحادیه اوراسیا است.

وی تصریح کرد: در قالب تفاهم‌نامه‌ای که امضا شد انتظار داریم شاهد رونق صادرات و واردات باشیم و در حوزه درمان نیز بتوانیم خدماتی مانند دیگر کشورها به ارمنستان ارائه دهیم.

هاشمی به همکاری‌های مشترک در حوزه‌های آموزش، بهداشت، درمان، پیشگیری و دارو بین دو کشور اشاره کرد و بخش دیگری از این تفاهم‌نامه را در خواست طرف ارمنستانی برای ارائه تسهیلاتی در جهت توریسم درمانی عنوان کرد و افزود: امیدواریم شرکت‌های خصوصی در این زمینه فعال‌تر از گذشته عمل کنند و این تفاهم‌نامه فرصت بسیار خوبی برای سرمایه‌گذاری در ایروان یا سرمایه‌گذاری مشترک با سرمایه‌گذاران ارمنستانی در ایران، فراهم خواهد کرد.

گزارشی از وضعیت سرمایه‌گذاری در تولید دمنوش‌های گیاهی

تی‌بگ‌های شفابخش

شکوفه میرزایی

وقتی یک روز پرکار را پشت سر گذاشته و ساعتی هم در ترافیک شهرهای شلوغ سپری کرده‌اید و به خانه می‌آیید شاید تنها نجات‌دهنده از خستگی و سردردتان یک لیوان نوشیدنی داغ باشد که قدری هم کافئین یا خواص شفابخش در خود داشته باشد. نوشیدن انواع چای، دمنوش، قهوه و شکلات در طول روز کمک شایانی به وضعیت سلامت و سرحال بودن بدن‌تان می‌کند، نیازی که اغلب ما ایرانی‌ها آن را با نوشیدن چای برطرف می‌کنیم.

ایران به‌عنوان یکی از کشورهایی که با وجود داشتن آب‌وهوای چهار فصل دارای انواع پوشش‌های گیاهی و انواع گیاهان متفاوت با منشا دارویی است شناخته می‌شود و از قرن‌ها پیش مردم هر منطقه با استفاده از گیاهان بومی منطقه خود بهره‌برداری‌های مختلفی می‌کردند، همچنین استفاده از این گیاهان با اشکالی چون دم کردن، جوشاندن، ترکیب با غذا یا به شکل پودر و ضماد رواج بسیاری داشت، این مسیر سال‌های سال طی شد و برخی گیاهان بی‌خاصیت و کم‌خاصیت از گردونه گیاهان دارویی حذف شد و امروز انواع دمنوش‌ها با خواص دارویی بالا در دسترس عموم است و در همه عطاری‌ها می‌توان به این گیاهان دسترسی پیدا کرد.

اما بحث فرآوری و بسته‌بندی بهداشتی که در چند دهه اخیر مورد توجه عموم قرار گرفته یکی از ملزومات گیاهان دارویی و دمنوش‌ها هم شده است. درخصوص چای، به دلیل مصرف بالا و توجه عموم مردم به این نوشیدنی جریان متفاوت است و در حال حاضر انواع چای‌های طعم‌دار و بدون طعم بر پایه چای سیاه در بازار به اشکال مختلف بسته‌بندی و فرآوری می‌شوند؛ اتفاقی که نیاز است بازار دمنوش‌ها را هم در برگرفته و یک تولید بهداشتی با بسته‌بندی مطمئن داشته باشد. در گزارش امروز قصد داریم شرایط ورود به بازار بسته‌بندی و فرآوری گیاهان دارویی را بررسی کنیم و همچنین میزان سرمایه‌های مورد نیاز برای این کار را از نظر بگذرانیم.

مزایای بی‌شمار سرمایه‌گذاری

فعالیت در این عرصه می‌تواند برای سرمایه‌گذار دارای مزیت‌های بی‌شماری باشد که ازجمله این مزیت‌ها می‌توان به مصرف رو به افزایش این دمنوش‌ها اشاره کرد. درواقع طی چند سال اخیر توجه بسیاری از خانواده‌ها به خواص گیاهان دارویی جلب شده و مصرف خود را در این زمینه افزایش داده‌اند و رونق کار عطاری‌ها هم یکی از مهم‌ترین دلایل برای این مدعاست، به صورتی که امروزه از این دمنوش‌ها در بسیاری از کافه‌ها، رستوران‌ها و منازل برای برخی بیماری‌های خفیف مانند سردردهای روزانه، دل درد یا حتی مسمومیت غذایی و. . . بهره می‌گیرند.

همچنین از دیگر مزیت‌هایی که می‌توان برای این کار به آن اشاره کرد ظرفیت بالا و توان بالقوه کشور در تولید این گیاهان است، در واقع مواد اولیه این کار در کشور ما با قیمت‌های پایین و کیفیت‌های بالا به‌خوبی یافت می‌شود.

به علاوه فرآوری و بسته‌بندی گیاهان دارویی می‌تواند ارزش افزوده بالایی برای آنها چه در بازارهای داخلی و چه بازارهای خارجی بیافریند و در بخش صادرات هم ما پتانسیل‌های بالقوه بالایی داریم و کشورهایی چون ترکیه، آلمان، عراق، ارمنستان و... در حال حاضر بسیاری از گیاهان دارویی کشور ما را خریداری می‌کنند و به دلیل کیفیت بالا و تنوع زیاد این گیاهان دارویی ایرانی، می‌توان با این کار بخشی از بازارهای صادراتی را هم به دست آورد.

دقت و کنترل، شرط اساسی کار

فرآوری و بسته‌بندی گیاهان دارویی در دو بخش بسته‌بندی‌های ۵۰۰ گرمی و تولید تی‌بگ مورد نظر است که برای هر دو مورد مراحلی باید طی شود، این مراحل شامل جمع‌آوری گیاهان دارویی و انتقال به بخش تولید کارخانه است که در آنجا مواد اولیه سورت شده و همچنین ضدعفونی می‌شوند. سپس به مرحله خشک کردن منتقل شده و برای بسته‌بندی‌های ۵۰۰ گرمی منتقل می‌شوند اما برای تولید تی‌بگ یک مرحله آسیاب هم باید روی محصول انجام شود و سپس به بسته‌بندی ۱۰ گرمی ارسال شود.

دقت و کنترل کیفیت در تمام مراحل شرط اساسی کار است، درواقع به علت حساسیت این گیاهان به دما و رطوبت، در مرحله ضدعفونی کردن و خشک کردن باید مراقب بود که محصول تغییر رنگ و طعم ندهد و همچنین در بخش سورتینگ باید تمام گیاهان اضافی، سوخته و گل و لای به صورت کامل از مواد اولیه جداسازی شود تا کیفیت محصول نهایی بالا باشد.

اصفهان شروع‌کننده خلاقیت

اصفهان به‌عنوان یکی از شهرهای توریستی کشور همواره خلاقیت‌های بسیاری برای شروع فعالیت‌های تازه به کار می‌گیرد و در این زمینه به‌عنوان یکی از نخستین‌ها گام برداشته و حدود یک سال پیش یک کارخانه تولید دمنوش‌های گیاهی راه‌اندازی کرده‌است.

این واحد تولیدکننده دمنوش‌های گیاهی در شهرضا واقع است و در زمینی به مساحت ۲۵۰متر مربع با هزینه‌ای بالغ بر ۷۰۰میلیون تومان شروع به فعالیت کرده است.

دمنوش‌های گیاهی و میوه‌ای که در این واحد تولید می‌شود شامل چای سبز، گل‌گاوزبان، دارچین، زنجبیل، پونه، نعناع، آویشن، زرشک، به، چای ترش، هل، بابونه، عناب و بهارنارنج است.

همچنین کارشناسان این حوزه معتقدند علاوه بر گیاهان فوق می‌توان از شیرین‌بیان، رازیانه، قرقات و ملیس هم بهره‌برداری کرد اما به دلیل مصرف بالای برخی از گیاهان در بین عموم، فعلاً بیشترین تمرکز روی چای سبز، گل‌گاوزبان، چای ترش و بهارنارنج است.

> **خبر خوب برای فعالان بازار و همچنین سرمایه‌گذاران بالقوه این است که خطوط تولید این کار با خط تولید چای‌های تی‌بگ مشابه است و در کارگاه فوق می‌توان هم دمنوش و هم چای تولید کرد، ازاین‌رو اگر نتوانید محصول خود را بازاریابی کنید و مشتری به دست آورید می‌توانید تولید خود را تغییر داده و چای را که عمومیت بیشتر در بین مردم دارد و همیشه مصرف می‌شود فرآوری و بسته‌بندی کنید**

شهرهای بالقوه برای سرمایه‌گذاری

سجاد حسنی، یکی از فعالان عرصه تولید گیاهان دارویی که به صورت سنتی در حال فعالیت است در این خصوص می‌گوید: فرآوری و بسته‌بندی گیاهان دارویی به صورت صنعتی می‌تواند توجیه اقتصادی بالایی داشته باشد که اگرچه نیاز به سرمایه نسبتا بالایی دارد اما می‌توان بازار دست نخورده این عرصه را به‌خوبی به دست آورد.

وی در خصوص شهرهایی که توان بالقوه‌ای برای راه‌اندازی این مجموعه دارند می‌گوید: فعالیت در این عرصه هرچه به منشا این گیاهان نزدیک‌تر باشد اقتصادی‌تر است، درواقع استان‌هایی چون خراسان، همدان، کرمانشاه، لرستان، مازندران و گیلان که حجم و تنوع بالایی از گیاهان دارویی را دارند برای شروع فعالیت پیشنهاد می‌شوند.

سرمایه‌های مورد نیاز

این فعال بازار درخصوص سرمایه‌های مورد نیاز برای این کار می‌گوید: میزان تولید سالانه تعیین می‌کند که شما چقدر سرمایه اولیه نیاز دارید، برای تولید حداقل ۳۰تن محصول نهایی در یک سال ارقام زیر در نظر گرفته می‌شوند.

حسنی می‌افزاید: اول از هرچیزی باید زمین مورد نیاز خود را تهیه کنید که این زمین نیاز دارد تا بخش‌هایی چون انبار مواد اولیه، آزمایشگاه، سالن تولید و سالن دپو محصول را داشته باشد، برای راه‌اندازی این مجموعه حداقل فضایی ۳۰۰ متری در کمینه متراژ نیاز است.

مرحله بعدی مربوط به خرید ماشین‌آلات این کار است که خوشبختانه تمام ماشین‌آلات مورد نیاز این کار در کشور تولید می‌شود و هزینه بالایی هم ندارد. اصلی‌ترین ماشین‌ها شامل دستگاه سورتینگ، دستگاه خشک‌کن، دستگاه آسیاب‌کن و در نهایت دستگاه‌های مربوط به بسته‌بندی است و چون گیاهان خشک هستند و طعم و بوی را به دستگاه‌ها منتقل نمی‌کنند می‌توان از یک خط تولید برای چند نوع گیاه بهره گرفت. برای خرید این تجهیزات در حدود ۲۰۰میلیون تومان سرمایه نیاز خواهید داشت. در شروع کار هم حدود ۵۰میلیون تومان برای خرید مواد اولیه نیاز دارید.

همچنین در این مجموعه پنج نفر کارگر ساده، یک گیاه‌شناس، یک تکنسین ماشین‌آلات، یک مدیر و یک راننده نیاز خواهید داشت.

مجوزهای لازم برای فعالیت هم از سوی وزارت بهداشت و همچنین سازمان صنعت و معدن صادر می‌شوند.

سخن آخر

حسنی در آخر می‌افزاید: خبر خوب برای فعالان بازار و همچنین سرمایه‌گذاران بالقوه این است که خطوط تولید این کار با خط تولید چای‌های تی‌بگ مشابه است و در کارگاه فوق می‌توان هم دمنوش و هم چای تولید کرد، ازاین‌رو اگر نتوانید محصول خود را بازاریابی کنید و مشتری به دست آورید می‌توانید تولید خود را تغییر داده و چای را که عمومیت بیشتر در بین مردم دارد و همیشه مصرف می‌شود فرآوری و بسته‌بندی کنید.

خبر

مذاکره شرکت مس با سرمایه‌گذاران ژاپنی و آفریقای جنوبی

مدیرعامل شرکت ملی صنایع مس ایران از برگزاری مذاکره و نشست‌هایی با شرکت‌های ژاپنی و آفریقای جنوبی با هدف سرمایه‌گذاری در بخش اکتشاف معادن مس خبر داد.

به گزارش معدن نیوز، احمد مرادعلیزاده با اعلام این خبر گفت: تیم‌های کارشناسی از طرف شرکت مس و شرکت‌های ژاپنی و آفریقای جنوبی در این زمینه مشغول تحقیق و مطالعه هستند.

وی همچنین گفت: با تیم لهستانی نیز که به تازگی به ایران سفر کرده بودند نیز نشست‌هایی برگزار کردیم و مذاکراتی را براساس همکاری‌های علمی و اکتشافات زیرزمینی معادن مس کشور با آنها داشته‌ایم.

مدیرعامل شرکت مس تصریح کرد: تیم‌هایی در سطح مدیران و کارشناسان از سوی طرف لهستانی و ایرانی تشکیل شده و امیدواریم بتوانیم از تجربیات علمی آنها در بخش اکتشافات زیرزمینی معادن مس استفاده کنیم.

مرادعلیزاده اظهار کرد: لهستانی‌ها به دنبال تقویت بازار مواد معدنی خود هستند و نه به دنبال سرمایه‌گذاری در بخش معدن ایران؛ بنابراین مطالعاتی روی ذخایر مس کشور باید صورت گیرد تا از توان علمی و فنی آنها در بخش اکتشافات زیرزمینی بهره‌مند شویم.

نقطه شروع

سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای مبتنی بررسانه‌های اجتماعی

عباس نعیم امینی

استفاده از رسانه‌های اجتماعی در چند سال گذشته رشد چشمگیری را تجربه کرده است، از این رو زمینه برای شکل‌گیری و توسعه کسب‌وکارهای مبتنی بر این رسانه‌ها فراهم شده و این روند روز به روز در حال گسترش است.

براساس آمارهای بیزینس مانیتور درحال حاضر بیش از ۲ میلیارد کاربر فعال رسانه‌های اجتماعی در جهان وجود دارد که با یک نرخ رشد ۲۵ درصدی درسال در حال افزایشند در نتیجه بیشتر مردم در حال حاضر به‌صورت مستمر از رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان ابزاری برای توسعه فعالیت‌های کسب‌وکاری خود استفاده می‌کنند. در حالی که استفاده از پیچ‌های مختلف در رسانه‌های اجتماعی با شدت بیشتری نسبت به وبلاگ‌ها و وب‌سایت‌ها در حال رشد است، می‌توان روندی را برای یک تغییر، در رویکرد استفاده از دنیای مجازی در جهت توسعه و شکل‌گیری فضاهای کسب‌وکاری در نظر گرفت. امروزه، رسانه‌های اجتماعی برای کسب‌وکارها به یک نیاز تبدیل شده است و نقش یک بیلبورد تبلیغاتی را برای معرفی کسب‌وکارها بازی می‌کند. این موضوع برای کسب‌وکارهای بخش خصوصی به یک سازمان ارزش تبدیل شده است.

حضور در شبکه‌های اجتماعی برای کسب‌وکارها به یک بازی اثر بخش در جهت افزایش فروش بدل شده است، از این رو شرکت‌ها و بنگاه‌هایی که به این مسئله به‌عنوان یک سرمایه‌گذاری هدفمند در جهت افزایش درآمد و سود می‌نگرند، برنده واقعی

بازی هستند. در مقابل نگاه هزینه‌ای برای حرکت در این مسیر منجر به اتلاف منابع و حتی نتیجه معکوس خواهد شد.

از سوی دیگر، سرمایه‌گذاری در راه‌اندازی و ایجاد شبکه‌های جدید با ماهیت و کاربری‌های تخصصی‌تر یک فرصت بی‌نظیر برای فعالان و علاقه‌مندان به این بازار است . امروزه شاهد رشد رسانه‌های اجتماعی تخصصی و کاربردی هستیم، به طوری که روزبه‌روز بر قابلیت‌ها و امکانات این سرویس‌ها افزوده می‌شود. از این جهت می‌توان سال ۲۰۱۶ میلادی را به‌عنوان نقطه عطف تاثیرگذاری رسانه‌های اجتماعی در فضای کسب وکار نامید. یک تغییر رویکرد در شیوه‌های تبدیل مخاطبان شبکه‌های اجتماعی به مشتریان واقعی.

از طرف دیگر، به دلیل افزایش استفاده از این شبکه‌ها در محل کار سرمایه‌گذاران و صاحبان سرمایه در حال راه‌اندازی نسل جدید شبکه‌های اجتماعی داخلی برای استفاده‌های درون سازمانی با کار بردهای متفاوت و متنوع است این موضوع که با استقبال خوبی از سوی کاربران این شبکه‌ها مواجه شده فرصت‌های جدیدی را در عرصه کسب‌وکارهای مبتنی بر شبکه‌های اجتماعی به وجود آورده است. نسل جدیدی از ابزارها برای تسهیل به اشتراک‌گذاری کارکنان در محل کار که به‌عنوان یک عامل تحول سازمانی مطرح است.

سال ۲۰۱۶ میلادی باسرمایه‌گذاری‌های انجام شده، در رسانه‌های اجتماعی در جهت توسعه شبکه‌های پیام رسان، فروش اطلاعات برای کسب‌وکارهای جدید، سرویس مشتری اجتماعی، تبلیغات رسانه‌های اجتماعی، میزبانی ابزارهای جدید برای کسب‌وکارهای کوچک و... نقطه عطفی در تغییر مسیر استفاده از شبکه‌های اجتماعی در دنیای کسب‌وکار خواهد بود.

برای مطالعه بیش از ۵۰۰ سرنخ و فرصت سرمایه‌گذاری منتشر شده در این صفحه
می توانید به forsatnet.ir/investors مراجعه کنید
فرصت نت

کمبود غذا، چالش نگران‌کننده پیش روی انسان

بسیج جهانی برای پر کردن شکم بشر

یکی از مشکلات موجود در دنیای کنونی مشکل هدررفت موادغذایی است. براساس اعلام سازمان ملل متحد هر ساله ۱٫۳میلیارد تن موادغذایی یا یک سوم کل موادغذایی تولید شده در دنیا هدر می‌رود.

این میزان هدررفت شامل ۴۵درصد از تمامی میوه‌ها و سبزیجات، ۳۵درصد ماهی و خوراکی‌های دریایی دیگر، ۳۰درصد غلات و حبوبات، ۲۰درصد مواد لبنی و ۲۰درصد از محصولات گوشتی است. این درحالی است که ۷۹۵میلیون نفر از جمعیت دنیا از گرسنگی زیاد و سوءتغذیه رنج می‌برند.

براساس اعلام سازمان ملل متحد پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۵۰ تولید موادغذایی باید تا ۶۰درصد افزایش پیدا کند تا تمام جمعیت دنیا بتوانند از موادغذایی کافی برخوردار باشند. کاهش میزان هدررفت موادغذایی می‌تواند سهم بزرگی در تامین این میزان محصول داشته باشد.

مشکل اتلاف موادغذایی مشکلی جهانی است. در کشورهای در حال توسعه میزان بسیار زیادی از موادغذایی به دلیل امکانات ناکافی، حمل‌ونقل و مشکلات زیرساختی از بین می‌رود. در کشورهای توسعه‌یافته و ثروتمندتر میزان بسیار کمتری از موادغذایی به دلایل ذکرشده از بین می‌رود اما میزان بسیار بالایی از آن هدر می‌رود. در این کشورها بسیاری از مردم موادغذایی را صرفا به دلیل آنکه بیش از حد خریداری کرده‌اند، دور می‌ریزند. به علاوه در بسیاری از مواقع فروشندگان در این کشورها از خریداری موادغذایی که از استانداردهای خیلی بالا برخوردار نباشند، خودداری می‌کنند. در کشورهای توسعه‌یافته مصرف‌کنندگان و فروشندگان چیزی بین ۳۰ تا ۴۰درصد موادغذایی خریداری شده را هدر می‌دهند. با اینکه میزان هدررفت موادغذایی در کشورهای فقیر تنها ۵ تا ۱۱درصد است، در اروپا و آمریکای شمالی هر نفر ۹۵ تا ۱۱۵ کیلوگرم غذای قابل مصرف را هدر می‌دهد. این میزان در کشورهای جنوب صحرای آفریقا و جنوب و جنوب شرقی آسیا ۶ تا ۱۱ کیلوگرم است.

رابرت ون اوتردیک، هماهنگ‌کننده برنامه ذخیره موادغذایی سازمان خواروبار و کشاورزی ملل متحد می‌گوید: «در کشورهای در حال توسعه، میزان اتلاف غذا عملا وجود ندارد. اتلاف موادغذایی در کشورهایی رخ می‌دهد که مردم توانایی مالی خرید و دورریختن غذا را داشته باشند. آمارها نشان می‌دهد میزان غذایی که در کشورهای توسعه‌یافته هدر می‌رود (۲۲۲میلیون تن در سال) تقریبا برابر میزان تولید خالص موادغذایی در جنوب صحرای آفریقاست (۲۳۰میلیون تن).»

بزرگ‌ترین اتلاف‌کنندگان موادغذایی آمریکا، کانادا، استرالیا و نیوزیلند هستند. در این کشورها مصرف‌کنندگان ۳۹درصد از موادغذایی خریداری شده را هدر می‌دهند. اروپا در رده بعدی هدر دادن موادغذایی قرار دارد و ۳۱درصد موادغذایی خریداری شده در اروپا هدر می‌رود.

برای دور زدن این ترس و ممانعت از نابود کردن موادغذایی توسط فروشندگان لازم است تا دولت‌ها قوانینی تصویب کنند که به سبب آن فروشندگان بتوانند موادغذایی فروش نرفته ولی قابل استفاده را به جای دور ریختن به کسانی که به آنها احتیاج دارند، ببخشند.

ون اوتردیک می‌گوید اخیرا مبحث هدررفت مواد خوراکی توجه زیاد و امیدوارکننده‌ای را به خود جلب کرده که سبب ایجاد کمپین‌ها و گروه‌های خودجوشی در سراسر دنیا شده است. او معتقد است، کارهای زیادی باید در جهت جلوگیری از اتلاف غذا در سطح جهانی صورت بگیرد که مستلزم همکاری بخش خصوصی و عمومی است. با این حال وی معتقد است در صورت همکاری همگانی ممکن است بعد از ۱۰ سال نتیجه جهانی قابل توجهی در جهت کاهش هدررفت و از بین رفتن موادغذایی به دست آید.

با توجه به منابع طبیعی محدود در دنیای امروز و هزینه‌های بالای پیدا کردن راه‌حل برای تولید بیشتر موادغذایی با کیفیت و سالم، موضوع هدررفت محصولات خوراکی نباید مورد بی‌توجهی قرار بگیرد. مطالعات نشان می‌دهد اگر میزان هدررفت موادغذایی در دنیا تنها ۲۵درصد کاهش پیدا کند، تمامی افراد دچار سوءتغذیه، غذای کافی برای خوردن خواهند داشت.

عواقب هدررفت مواد خوراکی

هدررفتن محصولات غذایی تاثیرات متعددی بر کشورهایی دارد که مواد خوراکی در آنها در رأس زنجیره تولید از دست می‌روند. برای تولید موادغذایی منابع زیادی به کار می‌رود. آب، زمین و انرژی از ملزومات اساسی تولید هستند. طبق برخی گزارش‌ها ۷۰درصد منابع آب کره زمین صرف زراعت و کاشت محصولات خوراکی می‌شود. اگر یک سوم کل محصولات غذایی هدر شده یا از بین می‌رود، به معنی این است که حدودا یک چهارم آب دنیا در موادغذایی مصرف می‌شود که هرگز به دست مشتریان نمی‌رسد. با افزایش جمعیت زمین، احتیاج به محصولات غذایی هم افزایش پیدا می‌کند و به همین تناسب احتیاج به آب، زمین و انرژی هم بیشتر خواهد بود. نیمی از زمین‌های قابل استفاده دنیا در زراعت و کشت‌و کار به کار رفته است و با افزایش جمعیت دنیا بر سر به کارگیری زمین برای سکونت یا کشاورزی اختلاف به وجود خواهد آمد.

برای مقابله با عواقب افزایش احتیاج به مواد خوراکی و کاهش احتیاج به زمین، آب و انرژی، باید اقداماتی اساسی جهت کاهش میزان هدررفت موادغذایی انجام شود. سازمان‌ها و گروه‌های زیادی در نقاط مختلف دنیا در حال فعالیت در مدارس، رستوران‌ها، شرکت‌ها و مزارع هستند تا بتوانند میزان اتلاف محصولات غذایی را کاهش دهند. این سازمان‌ها در کشورهای مختلف از جمله در امارات متحده عربی، آمریکا، آلمان، انگلیس، فرانسه و دانمارک در حال فعالیت هستند. گستره این سازمان‌ها در مراکز و بخش‌های مختلف خصوصی و عمومی نشان‌دهنده آن است که برای رفع معضل هدررفت موادغذایی احتیاج به همکاری تمامی کشورها و سازمان‌هاست.

فروشگاه‌های بزرگ، مظنون اصلی اتلاف موادغذایی

بخش بزرگی از مشکل هدر رفتن موادغذایی به فروشگاه‌های بزرگ مربوط است. فروشگاه‌های بزرگ موادغذایی، محصولاتی که فروش نمی‌روند را دور می‌ریزند و بسیاری از آنها حتی قبل از دورریختن موادغذایی آنها را با مواد شیمیایی نابود می‌کنند که دیگر قابل استفاده نباشند. یکی از دلایلی که مسئولان فروشگاه‌های بزرگ برای نابود کردن موادغذایی استفاده نشده مطرح می‌کنند ترس از عواقب قضایی است. آنها نگران هستند که افراد با خوردن غذاهای دورریخته شده مسموم شوند.

برای گرفتن این بهانه از فروشگاه‌ها، دولت‌ها نه تنها می‌توانند اجازه اهدا کردن موادغذایی فروخته نشده ولی قابل استفاده را به فروشگاه‌ها بدهند، بلکه حتی می‌تواند آنها را مجبور کند به جای دور ریختن موادغذایی فروش نرفته آنها را به نیازمندان ببخشند. برای مثال، مجلس فرانسه طرحی را تصویب کرده که براساس آن فروشگاه‌های بزرگ موادغذایی موظف هستند تا موادی را که به فروش نرفته‌اند، اهدا کنند. این طرح که به اتفاق آرا به تصویب مجلس فرانسه رسیده است درصدد است تا با فشارآوردن بر مغازه‌های بزرگ موادغذایی برای اهدای مواد فروخته‌نشده‌شان به رویه اسراف غذا پایان دهد. این طرح برای اجرایی شدن هنوز باید به تصویب سنای فرانسه برسد، که به نظر می‌آید سنا به راحتی با آن موافقت کند. در صورت تصویب نهایی این قانون از تاریخ ۱۱ ژانویه لازم‌الاجرا خواهد بود. طبق این قانون فروشگاه‌های موادغذایی که بزرگ‌تر از ۳۷۱٫۶۱متر مربع هستند، موظفند موادغذایی قابل استفاده و فروخته نشده را جهت استفاده انسان‌ها یا حیوانات اهدا کنند. به علاوه رویه ریختن اسیدروی موادغذایی فروخته نشده قابل استفاده، قبل از دور ریخته شدن براساس این قانون ممنوع اعلام می‌شود.

آرش درامبارش، عضو شورای محلی فرانسه این تصمیم مجلس را موفقیتی تاریخی خواند و گفت: «بسیار کم اتفاق می‌افتد که طرحی با چنین سرعت و با اکثریت آرا تصویب شود.»

کمپین جلوگیری از هدررفتن و فاسد شدن موادغذایی تنها از دسامبر سال ۲۰۱۴ در فرانسه به راه افتاد. اما تلاش‌های بدون وقفه و خستگی‌ناپذیر درامبارش برای کمک گرفتن از شبکه‌های اجتماعی و دخیل کردن حس و افکار عمومی و سیاستمداران سبب شد تا این کمپین تاثیری بسیار سریع و موثر داشته باشد. این قانون همچنین شامل برنامه‌های آموزشی برای مدارس و شرکت‌ها خواهد بود و با هدف فرانسه مبنی بر کاهش دادن هدر رفت موادغذایی تا ۵۰درصد تا سال ۲۰۲۵ همراه خواهد بود.

آرش درامبارش می‌گوید: «هدر رفتن موادغذایی توسط فروشگاه‌های بزرگ تنها به مغازه‌ها محدود نمی‌شود. سیاست این فروشگاه‌های بزرگ زنجیره‌ای سبب می‌شود تا موادغذایی زیادی در مسیر مختلف تولید تا مصرف هدر برود. ما باید به این فروشگاه‌ها فشار بیاوریم و آنها را مجبور به شفاف‌سازی کنیم.»

در سال‌های اخیر رسانه‌های فرانسه تصاویری از خانواده‌های فقیر، دانشجویان و انسان‌های بی‌خانمان و بیکار نشان می‌دادند که سعی داشتند بدون آنکه دیده شوند از سطل زباله‌های فروشگاه‌های موادغذایی چیزی برای خوردن پیدا کنند. برخی از این فروشگاه‌ها تصمیم گرفتند تا قبل از دور ریختن موادغذایی آنها را با وایتکس یا مواد شیمیایی دیگر از بین ببرند تا دیگر قابل خوردن نباشند. براساس گزارش گاردین حدودا میزان ۷٫۱میلیون تن موادغذایی در هر سال در کشور فرانسه دور ریخته می‌شود و این امید وجود دارد که قانون جدید بتواند سرمشقی برای سایر کشورهای اتحادیه اروپا و حتی نقاط دیگر دنیا باشد.

تأثیر فناوری در کاهش اتلاف محصولات غذایی در کشورهای در حال توسعه

براساس آمار سازمان خواربار و کشاورزی ملل متحد، حدود ۴۰ درصد از مواد خوراکی تولید شده در کشورهای در حال توسعه قبل از رسیدن به دست مصرف‌کننده از بین می‌رود. براساس پیش‌بینی‌های انجام شده تعداد مصرف‌کنندگان طبقه متوسط تا سال ۲۰۳۰ به ۳ میلیارد نفر می‌رسد. با توجه به اینکه قسمت بیشتری از این رشد در کشورهای در حال توسعه اتفاق می‌افتد، مردم این کشورها احتیاج بیشتری به موادغذایی سالم و غنی‌تر خواهند داشت. از جمله راه‌های اساسی برای تأمین محصولات خوراکی مورد نیاز جلوگیری از بین رفتن این محصولات است. تحقیقات دانشگاه ناتینگهام انگلستان نشان می‌دهد که دسترسی ناکافی به تکنولوژی نگه‌داشتن موادغذایی در دمای مناسب و منابع انرژی قابل اتکا از جمله عوامل اصلی است که باعث می‌شود محصولات کاشته شده در کشورهای در حال توسعه بعد از برداشت از بین بروند. هزینه بالای انتقال انرژی به مناطق دوردست و روستایی به آن معنا است که حتی اگر انبارهای ذخیره‌سازی مناسب ساخته شود، در نهایت به دلیل نداشتن انرژی لازم محصولات از بین می‌روند. زیرساخت‌های ضعیف حمل‌ونقل و نداشتن تحصیلات و اطلاعات لازم جهت نگهداری محصولات پس از برداشت از عوامل دیگری است که سبب کیفیت کنترل ناکارآمد و نابود شدن محصولات خوراکی در کشورهای در حال توسعه می‌شود. دکتر لیزا کیتینوجا، موسس سازمان آموزش پس از برداشت در آمریکا می‌گوید: «بدون دسترسی به تکنولوژی و داشتن تخصص و دانسته‌های لازم برای تازه نگه داشتن محصولات برداشت شده، کشاورزان در چرخه فقر باقی می‌مانند و امکان رساندن محصولات‌شان به بازارهای جهانی را نخواهند داشت.»

کشور هند هر ساله ۴٫۴ میلیارد پوند از میوه‌جات و سبزیجات تولیدی‌اش را به دلیل نداشتن تکنولوژی لازم برای نگه داشتن محصولات برداشت شده در دمای مناسب از دست می‌دهد. نداشتن تکنولوژی لازم سبب شده است که با وجود اینکه هند بزرگ‌ترین تولیدکننده موز دنیااست بتواند تنها ۰٫۳ بازار جهانی این میوه را به خود اختصاص دهد. کمتر از ۴ درصد محصولات غذایی هند از طریق انبارها و وسایل‌های نقلیه مجهز به تکنولوژی نگه داشت دمای مناسب جابه‌جا می‌شود که در مقابل کشورهای توسعه‌یافته بسیار ناچیز است. برای مثال ۹۰ درصد از محصولات برداشت شده انگلیس توسط وسایل نقلیه با تجهیزات دمایی کامل منتقل می‌شوند.

سرمایه‌گذاری بزرگ‌ترین مانع در سر راه کشورهای در حال توسعه برای دستیابی به تکنولوژی‌های مورد نیاز است.

دولت‌ها باید قوانین سختی‌را که مانع از سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذاران در مقیاس بزرگ می‌شود از سر راه بردارند. طرح‌های ابتکاری کوچک و تأسیس تعاونی‌های کشاورزی هم می‌تواند کشاورزان را در خرید تجهیزات و دسترسی به تکنولوژی‌های جدید در مقیاس کوچک کمک کند.

کیتینوجا می‌گوید: «مجهز کردن کشاورزان خرده مالک به تجهیزات جدید مستلزم آموزش و تحصیلات گسترده و شاخص است. مهم است که به کشاورزان کمک کنیم تا بدانند که به چه دلیل به این راه‌حل‌ها و تکنولوژی‌های جدید احتیاج دارند. آگاه کردن آنها از میزان بالای بازگشت سرمایه می‌تواند نقش مهمی در مجاب کردن آنها در استفاده از تکنولوژی‌هایی که از بین رفتن مواد خوراکی جلوگیری می‌کند، داشته باشد.»

منبع: گاردین

نگاه

دیوار مهربانی، برای ایمان به بشر

رفتار انسان‌دوستانه هموطنانمان در شهرهای مختلف در ایجاد دیوارهای مهربانی، پدیده جالبی است که از چشم دنیا پنهان نمانده است. کاربران خارجی و همین‌طور رسانه‌های بین‌المللی، هیجان‌زده این رفتار انسان‌دوستانه در ایران آن را بازتاب داده‌اند و مردم در شبکه‌های اجتماعی ایرانیان را به خاطر این رفتار ستوده‌اند. اینجا، گزارشی را که رسانه آمریکایی سی‌سی‌ان در این باره نوشته است می‌توانید بخوانید:

آیا به دنبال چیزی می‌گردید که دوباره به انسانیت ایمان بیاورد؟ این احتمالا به شما در این کار کمک خواهد کرد.

درحالی‌که زمستان سردی ایران را فراگرفته است، مردم محلی دست به ابداع جالبی زده‌اند تا به مردم بی‌پناه کمک کنند. به صورت خودجوش دیوارهای مهربانی زیادی در سراسر کشور سربرآورده‌اند و مردم لباس‌هایی را که نمی‌خواهند روی آنها قرار می‌دهند.

پیام واقعا ساده است: «نیاز نداری بگذار، نیاز داری، بردار». این پیام کنار رخت‌آویزها و گیره‌هایی که لباس‌ها روی آنها قرار داده می‌شود نوشته شده است.

براساس گزارش مسئولان کشوری در ایران، ۱۵ هزار بی‌خانمان در این کشور زندگی می‌کنند. از این تعداد، یک سوم زن هستند. با این حال تخمین‌های غیررسمی این رقم را بسیار بیشتر اعلام می‌کنند. سال گذشته، سازمان امور اجتماعی شهرداری تهران تخمین زد که فقط در خیابان‌های تهران افراد بیشتری از رقمی که اعلام شده زندگی می‌کنند.

اقتصاد ایران از سال ۲۰۱۴، بعد از دو سال رکود سخت در حال بهبود است. با این حال نرخ بیکاری بنا به گزارش بانک جهانی همچنان بالا و ۱۱٫۴ درصد است.

بخشی از موفقیت این طرح، به خاطر پررنگ بودن آن در شبکه‌های اجتماعی است، جایی که شهروندان با هشتگ WallOfKindness عکس‌ها و مطالب زیادی درباره آن منتشر کرده‌اند.

خیلی زود شلوارها، کلاه‌ها، کت‌ها و لباس‌های دیگری روی دیوارها گذاشته شدند. مردم بی‌خانمان هم تشویق می‌شوند که از این لباس‌ها استفاده کنند.

به نظر می‌رسد نخستین دیوار مهربانی آنطور که بی‌بی‌سی گزارش داده، در شهر مشهد در شمال شرق ایران ایجاد شده باشد. از آن زمان به بعد، نمونه‌های دیگری در شهرهای دیگر ایجاد شده‌اند، از جمله شهرهای ایلام، شیراز و سیرجان.

یک کمدین مشهور ایرانی (شخصیت محبوب جناب خان) در فیس‌بوک از مردم پرسیده است: «شما درباره دیوار مهربانی شنیدین؟ دیواری که هرکی لباس اضافه داره میاره بهش آویزون می‌کنه و هرکی نیاز داره برمیداره. تا حالا شیراز و مشهد و سیرجان و ایلام دیوار مهربانی دارن. اگه شهر شما نداره راه انداختنش خیلی آسونه. یه دیوار یه جای مناسب میخواد و یکم رنگ و یه رخت آویز. بعدم اطلاع‌رسانی.»

یخچال‌های مهربانی

یک ابتکار عمل دیگر، البته با یخچال، هم در ایران محبوب است. علی حیدری، مدیر یک شرکت تبلیغاتی به گاردین گفته است که او این طرح را شروع کرده است. نخستین یخچال در منطقه شوش در تهران نصب شد.

«در ابتدا بعضی‌ها بدبین بودند. شوش به خاطر دزدی‌های زیاد معروف است، بنابراین برخی می‌گفتند طی ۲۴ ساعت تمام قطعات یخچال دزدیده خواهد شد. برخی هم می‌گفتند شاید یک نفر بیاد و همه غذاها را با خود ببرد و چیزی برای دیگران باقی نگذارد. اما هیچ‌کدام از اینها اتفاق نیفتاد.»

از آن زمان یخچال‌های دیگری به شهرهایی مانند کرج، رشت و لاهیجان رسیده است.

دور دنیا

فقر، چهره در حال فراموشی دنیا

براساس آمار اعلام شده از سوی بانک جهانی در سال ۲۰۱۵ برای نخستین بار تعداد افرادی که در دنیا با فقر شدید مواجه هستند به کمتر از ۱۰ درصد رسید.

در مطالعات بانک جهانی افرادی که با روزی کمتر از ۱٫۹ دلار زندگی می‌کنند در طبقه افراد زیر خط فقر قرار گرفته‌اند. ۲۵سال پیش، بیش از یک سوم جمعیت جهان زیر خط فقر قرار داشتند. در سال ۲۰۱۲ این میزان به ۱۳درصد رسید و براساس آمار جدید بانک جهانی، افرادی که زیر خط فقر زندگی می‌کنند در حال حاضر به ۹٫۶ درصد رسیده است.

خط فقر جهانی جدیدا با استفاده از داده‌های قیمتی به روز شده تامین شده است تا به وسیله آن بتوان تصویر دقیق‌تری از مخارجی چون هزینه غذا، لباس و سرپناه داشت. جیم یونگ کیم، رئیس بانک جهانی می‌گوید روند کاهشی میزبان فقر بیشتر مربوط به افزایش نرخ رشد در کشورهای در حال توسعه، سرمایه‌گذاری در آموزش شهروندان، بهداشت و شبکه‌های امنیت اجتماعی بوده است. وی گفته با این حال به دلیل کاهش رشد اقتصاد جهانی و با توجه به اینکه تعداد زیادی از جمعیت زیر خط فقر دنیا در کشورهای فقیر یا جنگ‌زده به سر می‌برند، هنوز راه زیادی تا از بین بردن کامل فقر مانده است. در طول سه دهه گذشته سه منطقه آسیای شرقی، آسیای جنوبی و کشورهای جنوب صحرای آفریقا بیش از ۹۵ درصد فقر جهانی را به خود اختصاص داده‌اند. کشورهای جنوب صحرای آفریقا به تنهایی نیمی از جمعیت فقیر دنیا را شامل می‌شود. با آنکه میزان فقر در تمامی مناطق دنیا با کاهش رو به رو بوده، اما در کشورها جنگ‌زده و کشورهایی که به صادرات کالا وابسته‌اند این میزان افزایش پیدا کرده است. تمرکز افزایش فقر در کشورهای جنوب صحرای آفریقا نگرانی زیادی را متوجه خود کرده است. با آنکه برخی کشورهای آفریقایی موفقیت زیادی در کاهش میزان فقر داشته‌اند اما این منطقه به طور کل از سایر مناطق دنیا در مبارزه با فقر عقب مانده است.

میزان فقر در کشورهای جنوب صحرای آفریقا از ۵۶ درصد در سال ۱۹۹۰ به ۳۵ درصد در سال ۲۰۱۵ کاهش پیدا کرده است. رشد بالای جمعیت در بسیاری از این کشورها سبب کندشدن روند رشد منفی میزان فقر شده است.

آخر فرصت امروز
شماره ۴۰۶ www.forsatnet.ir صفحه ۱۶ تلفن مستقیم: ۸۶۰۷۳۲۸۳

نگاه آخر

آزمون و خطا در کاهش تصدی‌گری دولت

ندا انتظامی
روزنامه‌نگار هنری

به تدریج به برگزاری جشنواره‌های فجر نزدیک می‌شویم. نشست‌های خبری در توضیح این امر مهم با حضور مدیران جشنواره و اهالی رسانه برگزار می‌شود و ترجیع‌بند برگزاری این جشنواره‌های هنری یک سوال مشترک است که از سوی اهالی رسانه مطرح می‌شود؛ بودجه این دوره جشنواره چقدر است؟

سوالی که همواره با پاسخی مشابه از سوی دست‌اندرکاران جشنواره این گونه پاسخ داده می‌شود؛ با کمبود بودجه مواجهیم.

اما امسال در بین جشنواره‌های مختلف فجر یک اتفاق جدید افتاده است؛ کاهش تصدی‌گری دولت در برگزاری جشنواره موسیقی فجر. برای نخستین بار اسپانسر در کنار جشنواره موسیقی فجر قرار گرفته تا بار بزرگ اقتصادی را از دوش هنرمندان بردارد. آن‌طور که معاون امور هنری وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی گفته است: «امسال تمام تلاش خود را انجام داده‌ایم که تا حد امکان تصدی‌گری دولت را کم کرده و مجموعه‌دولت تنها به‌عنوان حمایت‌کننده و حامی حاضر باشد؛ اتفاقی که امیدواریم در سال‌های آینده نیز ادامه پیدا کند و حامیان غیردولتی در آن حضوری فعال داشته باشند تا جشنواره بیش از پیش پررونق باشد و دولت به جای مدیریت هزینه، جای خود را به مدیریت در حوزه‌های مختلف بدهد.

البته بدون شک رسیدن به این مرحله، کار سختی است و ممکن است نظریات مختلفی درباره‌آن وجود داشته باشد، برای مثال بسیاری بر این باورند که باید تمام اتفاقات جشنواره‌موسیقی فجر توسط دولت انجام شود؛ اتفاقی که تاکنون و تا حدی امسال نیز وجود داشته است؛ به هر روی صرف‌نظر از این ماجرا، مهم این است که بتوانیم جشنواره‌هایی را برگزار کنیم که با استقبال خود مردم بتواند روی پای خود بایستد و با کمترین حمایت‌های مالی و بیشترین حمایت‌های سیاسی و اجتماعی دولت برگزار شود.»

در بین جشنواره‌های مختلف معاونت هنری تنها جشنواره موسیقی فجر از سایه معاونت امور هنری، دفتر موسیقی و انجمن موسیقی درآمده است و جشنواره‌های تئاتر فجر (زیرمجموعه مرکز هنرهای نمایشی و انجمن هنرهای نمایشی)، تجسمی فجر (زیرمجموعه مرکز هنرهای تجسمی و موسسه توسعه هنرهای تجسمی معاصر) برگزار می‌شود و به عبارت دیگر تا به امروز هنوز هیچ حمایت‌کننده مالی در کنار این دو جشنواره مهم قرار نگرفته و همچنان برگزاری این جشنواره منوط به حمایت دولت است.

گرچه به واگذاری جشنواره موسیقی فجر انتقاداتی شد که نشان از نگرانی اهالی رسانه و هنرمندان داشت، اما باید امیدوار بود که روند به خوبی برگزار شود و از همه مهم‌تر امیدوار بود که این روند در سال‌های آینده ادامه یابد. اگر برگزاری این دوره از جشنواره به خوبی انجام شود، می‌توان امیدوار بود که بخش اقتصادی در کنار بخش هنری قرار خواهد گرفت. در این‌صورت هنرمندان و وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی تنها در بخش هنری کار تمرکز می‌کنند و دغدغه اقتصادی از روی دوش آنها برداشته می‌شود، در این‌صورت سوال اهالی رسانه و پاسخ دست‌اندرکاران جشنواره تغییر خواهد کرد و از آنها پرسیده خواهد شد که جشنواره امسال چند حمایت‌کننده مالی دارد؟

دور دنیا

۱۰ برند به یادماندنی دنیا

ترجمه: علی آل علی
منبع: siegelgale.com

براساس گزارش اخیر مؤسسه siegel+gale که براساس تحقیقی روی بیش از ۳هزار مصرف‌کننده آمریکایی و انگلیسی انجام شده است، برندهای نایک، اپل، کوکاکولا و مک دونالد به ترتیب به‌عنوان به یادماندنی‌ترین برندها از نظر مصرف‌کنندگان آمریکایی و انگلیسی معرفی شده‌اند.

در این تحقیق از ۳ هزار مصرف‌کننده آمریکایی و انگلیسی خواسته شده بود تا از میان ۱۰۰برند معرفی شده که شامل معروف‌ترین و در عین حال موفق‌ترین برندهای جهان بودند، به یادماندنی و خاطره انگیزترین برند را انتخاب کنند. پس از پایان نظرسنجی برند نایک با ۱۶درصد آرا به‌عنوان به یادماندنی‌ترین برند انتخاب شد و پس از آن به ترتیب برند اپل با ۱۵٫۶درصد، مک دونالد با ۱۱٫۱درصد، کوکاکولا با ۹٫۷درصد، گوگل۲٫۹درصد، مایکروسافت ۱٫۹درصد، پپسی ۱٫۵درصد، آمازون ۱٫۴درصد، تارگت ۱٫۳درصد و آدیداس ۱٫۲درصد آرا رتبه‌های بعدی را به‌دست آوردند.

هرچند در میان برندهای انتخاب شده توسط آمریکایی‌ها و انگلیسی‌ها تفاوت‌هایی وجود داشت، با این حال، در مورد چهار برند برتر نتایج مصرف‌کنندگان هر دو کشور یکسان بود. در واقع بیشتر مصرف‌کنندگان ویژگی‌های مثبتی از قبیل احترام، اعتماد و نیز اعتبار برندها را برای انتخاب در نظر داشتند. از سوی دیگر عواملی از قبیل مبالغه در تبلیغات و همچنین عدم جذابیت لوگوی برندها از معیارهای منفی بودند که در انتخاب مصرف‌کنندگان تأثیر قابل توجهی داشتند.

بدون شک در کسب این موفقیت برای برندهای برتر، علاوه بر سایر ویژگی‌ها، نحوه طراحی لوگو آنها نیز تأثیر غیرقابل انکاری داشته است. برای مثال لوگو شرکت نایک در عین سادگی القاکننده نوعی حس تحرک و پویایی است که بدون شک برای هر برند ورزشی داشتن یک چنین لوگویی ضروری و علاوه بر این یک امتیاز ویژه به حساب می‌آید. لوگو شرکت اپل نیز به خوبی منعکس‌کننده هویت شرکت است و طرح سیب آن به طور مشخص به نام شرکت اشاره داشته و درک مفهوم شرکت را به آسانی ممکن می‌سازد، همچنین رنگ لوگو برند نیز به نوع کسب‌وکار شرکت یعنی صنعت کامپیوتر و موبایل اشاره دارد. در مورد لوگو برند مک دونالد و همچنین کوکاکولا مهم‌ترین مشخصه‌ای که می‌توان به آن اشاره کرد وفاداری این برندها به طراحی کلاسیک لوگوهای‌شان است. برند کوکاکولا در طول دوره فعالیت خود با اعمال کمترین تغییرات ممکن بر لوگو برند خود از ثبات مثال زدنی در این مورد برخوردار است. همچنین لوگو برند مک دونالد نیز علاوه بر القای نام برند به شیوه بسیار مناسب، مانند برند کوکاکولا از ثبات خوبی در طول دوره فعالیت این برند برخوردار بوده است.

قاب

سه‌شنبه قیمت جهانی نفت به پایین‌ترین حد خود در ۱۱ سال گذشته نزدیک شد. رویترز گزارش داده است که قیمت هر بشکه نفت برنت ۳ در صد سقوط داشته و به ۳۷ دلار برای هر بشکه رسیده است. تصمیم اوپک برای حفظ تولید، بزرگ‌ترین علت سقوط قیمت نفت است.

مدرسه مدیریت

تجارت خود را با این ۴سوال شروع کنید

ترجمه: امیر ال‌علی
منبع: msn

چنانچه تصمیم به کارآفرینی دارید این نکته را فراموش نکنید که کار و تلاش زیاد و احتمال شکست در شروع کارتان همواره وجود دارد. در این مسیر اگر خوش شانس هم باشید و با مشکلات کمی مواجه شود نباید غافل شوید که کارتان منبع درآمد و وسیله امرار معاش کارکنان بسیاری خواهد شد و در صورت نیمه کاره رها کردن کارتان آنان با مشکلات فراوانی مواجه خواهند شد.

در عین حال این ماجرا نباید به کابوسی برای‌تان تبدیل شود. در واقع شروع یک تجارت می‌تواند به نقطه عطفی در زندگی و آینده کاری شما مبدل شود و سرنوشت شما را به نحوی مثبت دگرگون سازد. در مسیری که همه افراد جهت کارافرینی می‌پیمایند چالش‌ها و انگیزه‌های مختلفی وجود دارد که می‌تواند شما را به سمت جلو سوق دهد. همچنین دلایل متعددی نیز وجود دارد که می‌تواند شما را از ورود به عرصه کارآفرینی بازدارد. در این بین مسئله مهمی که تمامی کارآفرینان با آن مواجه هستند و برای پاسخ به آن با شک و تردیدهای فراوانی مواجه می‌شوند و همین امر باعث سردرگمی آنان می‌شود، این است که در چه زمینه‌ای مایلند به تجارت بپردازند.

در ادامه به بررسی چهار پرسش بنیادی که قبل از شروع کسب‌وکار لازم است به آنان پاسخ دهیم می‌پردازیم.

۱- انگیزه و دلیل اصلی راه‌اندازی کسب‌وکارتان چه هست؟

مهم‌ترین پرسشی که قبل از انجام هرکار و فعالیتی لازم است بدان پاسخ دهید، بدون شک همین مسئله است. آیا دقیقا به این مورد که کارآفرینی آیا با روحیات شما سازگاری دارد و چه تأثیری ممکن است بر زندگی شخصی‌تان داشته باشد، آگاه هستید؟ به بازار فروش، وام و اعتبارات و منابع تأمین درآمدهای آن فکر کرده‌اید؟ و در آخر آنکه تمامی چالش‌ها و مشکلات احتمالی را بررسی کرده و راه‌حل‌ها و تدابیر مناسب آنان را اتخاذ کرده و برای مواجه با آنان کاملا آماده هستید؟ پاسخ به سوال‌های فوق به شما در انتخاب نوع کسب‌وکارتان کمک شایانی خواهد کرد. برای مثال، اگر در صدد استفاده از تمامی ظرفیت‌های موجود خود هستید باید از قبل تمامی کارکنان خود را نسبت به میزان حجم کاری مدنظر خودآگاه کنید و خود نیز برای کاری طاقت‌فرسا و سخت آماده شوید. اما اگر به دنبال شروع کسب‌وکاری کوچک هستید بیش از آنکه نیاز به فعالیت زیاد داشته باشید باید اطلاعات خود را در زمینه کاری‌تان بالا ببرید، به دلیل آنکه شرکت‌های کوچک در صورتی‌که اصولی و حرفه‌ای عمل نکنند خیلی زود از عرصه رقابت کنار گذاشته خواهند شد. اگر به فکر کسب درآمد هنگفت و میلیاردر شدن از این طریق طی ۱۰ سال اول فعالیت خود هستید بیش از هر چیز نیاز به نوآوری و خلاقیت در زمینه کاری خود دارید تا بدین شکل بتوانید سهم قابل توجهی از بازار را تصاحب کنید. در همین راستا برای دستیابی به این خواسته باید فردی ریسک‌پذیر و جسور باشید.

۲- به چه سرمایه‌ای دسترسی دارید

پس از آنکه توانستید به پرسش نخست پاسخی مناسب دهید، به یک ارزیابی واقع‌بینانه نسبت به میزان پول نقدی که می‌توانید از طریق تجارت خود خلق کنید نیاز دارید تا وضعیت مالی و میزان سرمایه اولیه مورد نیاز خود را مشخص سازید. فراموش نکنید که در ماه‌های اول کار خود به احتمال زیاد با سود ناچیزی مواجه خواهید شد و حتی ممکن است ضررهایی نیز عایدتان شود. در همین راستا حتی شاید مجبور شوید جهت پیشبرد اهداف‌تان وام‌هایی را نیز بگیرید. به همین خاطر این مورد را نیز به خوبی مدنظر قرار دهید تا با ورشکستگی در کار خود مواجه نشوید و تجارتی پرسود داشته باشید.

۳- در مورد چگونگی انجام دادن آن چه میزان اطلاعات دارید

ایجاد، مدیریت و اجرای یک کسب وکار طیف گسترده‌ای از مهارت‌ها را می‌طلبد و در همین راستا شما باید توانایی رهبری شرکت، تصمیم‌گیری در لحظات دشوار و سرنوشت ساز و... را داشته باشید.

با این حال نداشتن مهارت و اطلاعات کافی عملا بدین معنا نیست که شما نمی‌توانید تجارت خود را راه بیندازید، بلکه به این معناست که باید فردی را به‌عنوان مربی یا مشاور پیدا کنید تا با توصیه‌های خود شما را در مسیرتان راهنمایی و از تدابیر غیرمنطقی‌تان جلوگیری کند تا بدین شکل به مرور زمان به مدیری موفق و لایق مبدل شوید.

۴- در صورت مواجهه با شکست آیا پشیمان خواهید شد؟

بسیار طبیعی است اگر برای رسیدن به یک موفقیت ده‌ها شکست را پشت سر بگذاریم اما در این بین مسئله مهم آن است که با بروز مشکلات آیا همچنان به کار خود ادامه خواهید داد؟

مشکل بسیاری از کارآفرینان که آنان را از موفقیت دور می‌سازد آن است که آنان انتظار شکست ندارند و شکست برای‌شان به منزله جدا شدن از اهداف‌شان است. در واقع آنان نسبت به این مسئله که موفقیت رفتن از شکستی به شکست دیگر بدون از دست دادن انگیزه است غافل هستند و اگر انگیزه‌ای قوی نداشته باشند، خیلی زود از تصمیم خود منصرف خواهند شد.

کارآفرین موفق کسی است که تهدیدها و مشکلات خود را تبدیل به فرصت جهت اثبات قابلیت‌های خود کند و از مواجهه با چالش‌های جدید هراسی نداشته باشد و تحت هر شرایطی با قدرت رو به جلو پیش رود و همواره به خود تلقین کند که او نیز می‌تواند.

جدول امروز

قیمت گوشی موبایل

Samsung	Galaxy S5 SM-G900H	16GB	۵٫۱	۱٫۳۱۹٫۰۰۰
Apple	iPhone 6	128GB	۴٫۷	۳٫۲۰۰٫۰۰۰
LG	G3	16GB	۵٫۵	۱٫۳۰۰٫۰۰۰
Huawei	Ascend G600 - U8950	4GB	۴٫۵	۶۱۹٫۰۰۰
Sony	Xperia Z3 Dual	16GB	۵٫۲	۱٫۹۸۵٫۰۰۰
HTC	One M8 Dual SIM	16GB	۵	۲٫۱۴۵٫۰۰۰

کیوسک

فناوری جدید مشکل بی‌برقی میلیاردها انسان را حل می‌کند

THE WALL STREET JOURNAL. WSJ

انرژی برق برای جوامع مختلف حکم ستون فقرات را برای بدن دارد. با این حال، بیش از یک میلیاردنفر روی کره زمین از این انرژی محروم هستند.

این جوامع که در دوردست‌ترین و فقیرترین مناطق دنیا زندگی می‌کنند عصرها و شب‌ها را بدون روشنایی می‌گذرانند، امکان شارژ گوشی‌های همراه یا سایر وسایل الکتریکی را ندارند و باید سختی‌های زیادی برای آشپزی تحمل کنند.

دسترسی نداشتن به انرژی برق همچنین به معنای آن است که این افراد منابع لازم را برای ساخت جامعه‌شان ندارند.

جیم میسن، هنرمند و مخترع ساکن آمریکا موفق به دستیابی مجدد به تکنولوژی برق پایدار شده است که در طول جنگ جهانی دوم به کار می‌رفته است. این فناوری می‌تواند زندگی جوامعی را که از دسترسی به انرژی برق محروم هستند، برای همیشه تغییر دهد.

میسون که موسس و مدیر شرکت All Power Lab است، می‌گوید: «این یک انرژی متفاوت است. از طریق این فناوری می‌توان ضایعات را تبدیل به انرژی کرد.»

در این فناوری مواد ارگانیک در درجه حرارت بسیار بالا و در مکانی با اکسیژن پایین سوزانده شده و تبدیل به انرژی می‌شوند.

اما فواید این فناوری به اینجا ختم نمی‌شود. در این روش مواد ارگانیک مثل تراشه‌های چوب در معرض حرارت بالا قرار می‌گیرند و انرژی ذخیره شده درآنها آزاد می‌شود. ماده تولید شده بیوکار نام دارد که نه تنها کربن خالص است، بلکه یک مکمل عالی برای خاک محسوب می‌شود و می‌توان از آن به‌عنوان کود استفاده کرد.

تام پرایس، مدیر ابتکارات استراتژیک شرکت All Power Labs می‌گوید: «اگر خواهان رفع مشکلات آب و هوایی و اقلیمی هستید باید میلیاردها میلیارد کربن موجود در هوا را به داخل زمین برگردانیم و این فناوری جدید این کار را میسر می‌سازد.»

درز اطلاعات گوشی جدید سامسونگ

Forbes.com

گوشی‌های هوشمند سامسونگ گلکسی ۷ در دو سایز به بازار عرضه خواهد شد. یک شبکه خبری در کره جنوبی به اطلاعاتی درباره این مدل جدید دست یافته و آن را فاش کرده است.

مدل تخت گلکسی ۷ سامسونگ ۵.۲ اینچ سایز دارد، در حالی که مدل اج این گوشی که لبه‌های منحنی دارد ۵.۵ اینچ است. پیش‌تر سایت‌های خبری گزارش داده بودند که سایز مدل‌های جدید گلکسی ۵.۷ اینچ یعنی برابر با مدل‌های اس۶ اج پلاس خواهد بود.

عرضه مدل جدید در دو سایز نشانه‌ای از تغییر استراتژی سامسونگ است. این استراتژی جدید متاثر از فرآیند عرضه اپل است که آیفون جدید خود را در دو مدل ۶ و ۶ پلاس عرضه کرد. سایز این مدل‌ها ۴.۷ و ۵.۵ اینچ هستند.

شبکه خبری آی‌تی کره‌جنوبی بدون اشاره به منابع خبری خود گزارش داده است که سامسونگ می‌خواهد در مرحله اول ۵میلیون از این گوشی‌ها تولید کند و گفته می‌شود که تولید از ماه فوریه شروع خواهد شد. پیش‌تر وال‌استریت ژورنال گزارش داده بود که سامسونگ محصول جدید خود را در ماه مارس عرضه خواهد کرد. وال‌استریت ژورنال همچنین گزارش داده بود، این محصول جدید شباهت زیادی به مدل S6 دارد.