روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شنبه ۲۶ دی ماه ۱۳۹۴

Sat. 16 Jan 2016

۵ ربیع‌الثانی ۱۴۳۷ - سال دوم

شماره ۴۲۰ - ۱۶+۲۰ صفحه - ۱۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

کدام خودروساز زودتر به ایران می‌رسد؟

شیر پاریسی یا جنتلمن آلمانی

خبرهایی از حضور مدیران عالی‌رتبه بنز در ایران جهت امضای تفاهم‌نامه و نهایی شدن قرارداد ایران‌خودرو با پژو به گوش می‌رسد. قرارداد ایران‌خودرو با پژو به‌عنوان نمونه مطرحی از قراردادهای خودرویی است که به‌زودی به امضا می‌رسد، این جوینت ونچر شراکتی با سهم مساوی ۵۰-۵۰ است.

۷

گزارش‌های تحلیلی «فرصت امروز» از وضعیت اقتصاد ایران در پسا تحریم

جنب‌وجوش بازارها در صبح بدون تحریم

هنوز هم شاید کسانی باشند که به ثمر دادن درخت تلاش‌های دولت حسن روحانی در جهت ترمیم روابط ایران با جامعه بین‌الملل تردید داشته باشند. البته تعداد این افراد کم و کمتر شده است. دو سال پیش این گروه جمعیت بیشتری داشتند و امروز سیاست‌ورزی مصرانه و پافشاری بر اصولی که حفظ منافع ملی را سرلوحه کار قرار داده، باعث شده است تا بارقه امید به فردای روشن‌تر از پس ابرهای تحریم و سوءتفاهم، بازار را روشن کند. ما با لغو تحریم‌های ظالمانه و غیرانسانی تنها چند ساعت فاصله داریم و نزدیکی صبح بدون تحریم، آثار خود را به‌روشنی در حوزه‌های مختلف اقتصادی نشان داده است. خبرهای خوب، این روزها کام سهامداران بورس را روشن کرده است. بازار سهام در حال بر جای گذاشتن رکوردهای هیجان‌انگیزی است. در حوزه حمل‌ونقل هوایی وزارتخانه مربوطه، ایرلاین‌های ایرانی و طرف‌های خارجی راه بسیاری را برای استفاده هرچه سریع‌تر از شرایط بعد از تحریم برداشته‌اند، خودروسازان درجه اول جهانی در هیات‌های کوچک و بزرگ بارها آمده‌اند و رفته‌اند و برای حضور در جاده‌های ایران بزرگ بی‌تابند. بانک‌های خصوصی آنچه توانسته‌اند برای اتصال مجدد به حلقه مبادلات پولی جهان انجام داده‌اند و منتظر تلاش مضاعف بانک مرکزی هستند تا کلیت نظام بانکی بتواند حمایت لازم را از تولیدکنندگان، واردکنندگان و صادرکنندگان برای استفاده از وضعیت جدید کشور انجام دهد. پای کوشندگان حوزه اقتصاد و سیاست روی خط شروع آماده است تا رقابت برای آباد کردن میهن آغاز شود. مجموعه تحلیل‌ها و گزارش‌های «فرصت امروز» در این زمینه را در صفحات۵، ۶، ۱۲و ۱۳ بخوانید.

معاون اول رئیس‌جمهور فرمول محاسبه نرخ پتروشیمی را ابلاغ کرد

ابلاغ شد اما اعلام نشد

۲

سرمقاله

انتظارات واحد، شرط کامیابی پس از تحریم

محمدصادق جنان‌صفت

عضو شورای سردبیری

رشد تولید ناخالص داخلی به مثابه مهم‌ترین نشانگر پیشرفت مادی جامعه‌ها در ایران متاسفانه با شروع دهه ۱۳۹۰ متوقف شده است. رشد بیکاری تحصیلکردگان، انبار شدن تولیدات فولاد، سیمان، لوازم خانگی، تهیدست شدن طبقه متوسط جامعه و کاهش درآمد سرانه ایرانیان، کاهش تولید و صادرات نفت و کاهش درآمدهای دولت از پیامدهای محسوس توقف رشد تولید ملی بوده است.

۱

برای مدیران

عکس: آرزو بیات | فرصت امروز

گزارش اختصاصی «فرصت امروز» از نخستین جشنواره ملی تبلیغات

حرفه‌ای‌ها از موانع بلوغ تبلیغات می‌گویند

«با برداشته شدن تحریم‌ها و عبور تدریجی از دوره رکود و آغاز رونق اقتصادی، شاهد رونق تبلیغات در ایران خواهیم بود. بر این اساس لازم است تا اهتمام لازم برای کارآمدسازی تبلیغات و رهنمون‌سازی آن به سمت تعالی و اثربخشی با رویکرد خلاقیت و...

۹

فرصت کسب‌وکار

صفحه جدید

گزارش «فرصت امروز» از بازار ادویه

۲۲۰هزار تن مصرف سالانه ادویه در ایران

۱۴

اتاق بازرگانی تهران اعلام کرد

۸۰۰ میلیارد دلار سرمایه ایرانیان خارج نشین

برآورد سازمان توسعه صنعتی ملل متحد (یونیدو) حاکی از استفاده بالغ بر ۸۰۰ میلیارد دلار سرمایه ایرانیان خارج از کشور برای مشارکت و تلاش در جهت رشد و توسعه در عرصه‌های اقتصادی، کشاورزی، خدماتی و حوزه نفت و گاز پس ازعادی شدن روابط با غرب است.

به گزارش اتاق بازرگانی، صنایع، معادن وکشاورزی تهران، در این گزارش آمده است: تقویت چهار بازار اقتصادی شامل بازار سرمایه، بازار کار، بازار کالا و خدمات و بازار پول در فضای اقتصادی کشور، از جمله موارد مهم برای تقویت و گسترش سرمایه‌گذاری اقتصادی در کشور است.

ظرفیت‌های اقتصادی، علمی و صنعتی موجود ایران برای رسیدن به رشد اقتصادی مورد قبول سالانه و تقویت این بازارها از طریق جذب سالانه ۱۵۰ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری خارجی برای ایجاد فضایی نو، بهبود فضای کسب وکار تا رتبه ۷۰ و به‌ویژه استفاده از سرمایه ایرانیان خارج از کشورکه براساس آمار یونیدو، گفته می‌شود بالغ بر ۸۰۰ میلیارد دلار برآورد شده است.

همچنین تقویت بازار بورس و اوراق بهادار ازجمله راهکارهای مهم اقتصادی برای حضور سرمایه‌گذاران خارجی است که درحال حاضر کمتر از یک دهم درصد است.

درحال حاضر اهمیت انتقال سرمایه به کشورها است که باعث می‌شود کشورها بیش از پیش درصدد کسب سرمایه‌های خارجی برآیند.

سرمایه‌گذاری خارجی و شرایط آن درباره کشورهای در حال توسعه شکل دیگری هم دارد که غالبا تحت پوشش کمک مالی، کمک فنی و تخصصی، بسط بازارها و تنوع تولید صورت می‌گیرد.

در عصر جهانی شدن اقتصاد و تحکیم اصول سازمان تجارت جهانی، جذب سرمایه‌گذاری خارجی ضرورتی برای بازار سرمایه، تقویت پروژه خصوصی‌سازی و نیاز اقتصاد ملی به رشد و توسعه اقتصادی به شمار می‌رود.

ضمن آنکه پیوند تنگاتنگی را با بازار کار و خدمات به وجود آورده و درعین حال سطح دستمزدها و بهره‌وری سرمایه را در کشورهای میزبان به سطح کشورهای صادرکننده سرمایه می‌رساند، به‌گونه‌ای که ادغام اقتصاد کشورها در نظام بین‌المللی موجب شده تا سهم سرمایه‌گذاری خارجی در فعالیت‌های اقتصادی جهان در دو دهه گذشته دوبرابر شده و ۴۰ درصد کل جریان سرمایه‌گذاری در سطح جهان را تشکیل دهد.

هماهنگی بخش‌های دیپلماسی، بازرگانی، صنعتی و دیگر بخش‌های مربوط برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی، بسیار قابل توجه است.

در این خصوص، وزارت امور خارجه براساس امکاناتی که در خارج از کشور دارد، در مسیر جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی سایر کشورها و سرمایه ایرانیان خارج از کشور با هدف پیوند با حوزه فعالیت‌های اقتصاد داخلی با به کارگیری مجموعه امکانات اقتصادی و دفاتر نمایندگی‌ها در خارج می‌تواند از طریق ایجاد دفاتر جذب سرمایه‌گذاری خارجی در محل سفارتخانه‌های کشور در خارج برای جلب سرمایه‌گذاری و مشارکت در قالب روش‌های متداول تأمین منابع مالی و اجرای طرح‌های عملیاتی در زمینه ایجاد زیرساخت‌های مرتبط با نیازهای کشور اقدام کند.

تدوین یک استراتژی اقتصادی و سیاسی از طریق رایزنی‌های بازرگانی برای انجام سرمایه‌گذاری و جذب مشارکت خارجی برای برقراری تجارت دوجانبه و چندجانبه بین کشورها با این رایزنی‌ها در حوزه اقتصاد کشور قابل تحقق است، به‌نحوی که دولت باید بتواند در مذاکرات سیاسی و اقتصادی با مقامات عالی رتبه کشورها، توجه به جذب سرمایه‌گذاری خارجی را از جمله در پروژه‌های اقتصادی مناطق آزاد در اولویت قرار دهد.

آنچه قابل اهمیت است، حضور ۱۴۵ هیأت تجاری، اقتصادی و سرمایه‌گذاری با ۳ هزار و ۷۶۳ نفر از ۴۸ کشور به ایران نوعی نیازسنجی درباره سرمایه‌گذاری خارجی ایران بود.

قابل توجه است که از این میان ۷۱ هیأت با ۲ هزار و ۶۴۰ نفر از قاره‌های اروپا و امریکا، ۴۱ هیأت با ۷۰۲ نفر از آسیا و اقیانوسیه و ۳۴ هیأت با ۴۲۱ نفر از کشورهای عربی و آفریقایی وارد ایران شدند.

همچنین در این مدت بیشترین آمار سفر به کشور را آلمان‌ها با اعزام ۱۲ هیأت به خود اختصاص دادند و پس از این کشور، عراق با اعزام ۱۱ هیأت، ژاپن هشت هیأت، چین هفت هیأت، لبنان و عمان هرکدام شش هیأت، ایتالیا، ترکیه، صربستان و ونزوئلا هر کدام پنج هیأت، انگلستان، آفریقای جنوبی، قزاقستان و هندوستان هرکدام با چهار هیأت، روسیه، هلند، اندونزی، برزیل، کره جنوبی، لهستان، تایلند و جمهوری چک هرکدام با سه هیأت، پاکستان، سوئیس، فرانسه، مجارستان، آذربایجان و تونس هرکدام با دو هیأت، بلژیک، بنگلادش، سریلانکا، سوئد، کرواسی، کنیا، گینه استوایی، لیتوانی، مالزی، نیوزیلند، نیجر، نروژ، ارمنستان، افغانستان، الجزایر، اتریش، اوکراین، اوگاندا و اسپانیا هرکدام با یک هیأت در جایگاه بعدی قرار دارند.

از این رو، توجه به موضوع جذب سرمایه‌گذاری خارجی به صورت مستقیم یا به صورت Joint Venture در موافقت نامه‌های دوجانبه و چندجانبه ایران با این کشورها، برای بین‌المللی کردن فعالیت‌های سرمایه‌گذاری در زمینه احداث کارخانه‌ها و کارگاه‌های تولیدی براساس اقلام وارداتی بازارهای هدف منطقه‌ای و بین‌المللی با حضور سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی، استفاده بهینه از ظرفیت‌های موجود اقتصاد و جذب صحیح سرمایه‌های خارجی برای انتقال فناوری، رواج تحقیق و توسعه با هدف بهبود مدیریت و فرصت‌یابی و فرصت‌سازی برای طرح‌هایی که به سرمایه‌گذاری خارجی نیاز دارند، تبدیل پروژه‌های فاینانس قابلیت‌دار به سرمایه‌گذاری خارجی که ریسک تجاری پروژه را متوجه سرمایه‌گذار می‌داند، بهبود فضای کسب‌وکار با هدف آماده‌سازی محیط اقتصادی برای تشکیل و انباشت سرمایه در بخش‌خصوصی برای افزایش شاخص‌های عمده تأثیرگذار در فضای کسب وکار ازجمله گام‌های مؤثر دیگری است که در ایجاد فضای مساعد کارآفرینی و رفع موانع کسب وکار برای رونق فعالیت‌های اقتصادی و حضور سرمایه‌گذاران خارجی در کشور به صورت P. P. P از طریق تأمین منابع مالی به صورت فاینانس یا B. O. T از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

براساس این گزارش، برخی وزرای دولت باید دست از مخالفت جزیره‌ای و بخشی‌نگر خود با مناطق آزاد برداشته و همگام با رئیس‌جمهور و مشاور رئیس‌جمهور و دبیر شورای مناطق آزاد تجاری و صنعتی راه مشارکت را برای بهبود فعالیت‌های مناطق آزاد به منزله بنگاه‌های اقتصادی همگام با جهانی شدن در جهت توسعه اقتصاد کشور برگزینند. وزرای مخالف مناطق آزاد در آسیب‌شناسی مشکلات مناطق آزاد از عمده آسیب‌های پیش روی مناطق آزاد کشورند که خود برای مناطق آزاد کاری نمی‌کنند و از اینکه دیگران می‌خواهند کاری بکنند، ناراحت می‌شوند.

قائم‌مقام سازمان سرمایه‌گذاری پیش‌بینی کرد

سال ۲۰۱۷ خاورمیانه بیشترین جذب سرمایه را خواهد داشت

قائم‌مقام سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های فنی و اقتصادی ایران، گفت: پیش‌بینی شده است که در سال ۲۰۱۷ بیشترین میزان سرمایه‌گذاری در خاورمیانه و شمال آفریقا خواهد بود و بررسی وضعیت منطقه نشان می‌دهد که در حال حاضر ایران با ثبات‌ترین منطقه در خاورمیانه محسوب می‌شود و بالاترین میزان توسعه منابع انسانی را دارد.

به گزارش ایسنا، سیدجمال فرج‌الله حسینی در مراسم اختتامیه فرصت‌های سرمایه‌گذاری در اصفهان، اظهارکرد: امروز کارآفرینان اقتصادی اصفهان نباید فقط معطوف به جاذبه‌های گردشگری اصفهان باشند، بلکه باید جاذبه‌های اقتصادی بسیاری را که در اصفهان وجود دارد به نمایش بگذارند.

وی افزود: در سال گذشته سرمایه‌گذاری در جهان نزدیک به ۱۶ درصد کاهش داشته است، اما این در حالی است که چین بیشترین میزان سرمایه را جذب کرده و آمریکا نیز در همین اوضاع بزرگ‌ترین کشور سرمایه فرست جهان بوده است. همچنین از ۲۰ بنگاه سرمایه فرست جهان ۹ بنگاه متعلق به کشورهای در حال توسعه بوده و بخش خدمات بیشترین میزان سرمایه را به خود اختصاص داده است.

قائم‌مقام سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های فنی و اقتصادی ایران، ادامه داد: اگر کشور می‌خواهد وابستگی به نفت را کاهش دهد باید سرمایه‌گذاران خارجی را در بخش‌های مختلف جذب کند.

حسینی با بیان اینکه پیش‌بینی شده است که در سال ۲۰۱۷ بیشترین میزان سرمایه‌گذاری در خاورمیانه و شمال آفریقا خواهد بود، تصریح کرد: بررسی وضعیت منطقه نشان می‌دهد که در حال حاضر ایران با ثبات‌ترین منطقه در خاورمیانه محسوب می‌شود و بالاترین میزان توسعه منابع انسانی را دارد پس قطعاً ایران می‌تواند یکی از اصلی‌ترین گزینه‌های هدف برای سرمایه‌گذاری باشد.

مؤسسه فاینانس بین‌المللی:

بانک‌های اماراتی از برداشته شدن تحریم‌های ایران سود می‌برند

مؤسسه فاینانس بین‌المللی (IIF) در گزارشی اعلام کرد: برداشته شدن تحریم‌های ایران به بانک‌های امارات متحده عربی که روابط و همکاری نزدیکی با شرکت‌های ایرانی دارند، سود می‌رساند.

گاربیس ایرادیان، رئیس اقتصاددان مؤسسه فاینانس بین‌المللی در امور منطقه خاورمیانه و آفریقا در این گزارش اظهار کرد: امارات متحده عربی و لبنان از بهبود وضعیت اقتصادی ایران سود خواهند برد. با توجه به مهارت‌های مالی و روابط منطقه‌ای لبنان، این کشور می‌تواند در فاینانس آتی و هدایت سرمایه‌گذاری مورد نیاز اقتصاد ایران نقش مهمی ایفا کند.

همچنین شرکت‌های خارجی بیشتری برای دادوستد با ایران ممکن است در دوبی مستقر شوند. صادرات امارات متحده عربی به ایران که عمده آن در قالب صادرات مجدد بوده است، در سال ۲۰۱۴ به ۳۳ میلیارد دلار بالغ شد که یک سوم از کل واردات ایران بود. درحالی‌که انتظار می‌رود بیشتر شرکت‌های چندملیتی که با ایران تجارت دارند، از دوبی استفاده کنند، همزمان زیرساخت خدمات مالی توسعه‌یافته در امارات هم ورود و خروج سرمایه از ایران را افزایش می‌دهد. مؤسسه اعتبارسنجی «مودیز اینوسترز سرویس» در گزارش اخیرش درباره دورنمای بانک‌های ایران در دوران پساتحریم، یادآور شده بود بانک‌های مستقر در کشورهایی مانند امارات و لبنان که همکاری و روابط تجاری نزدیکی با ایران دارند و همچنین بانک‌های غربی، چینی و هندی به احتمال بالا مجذوب اقتصاد متنوع ایران و جریان تجاری قابل توجه آن خواهند شد. به گفته خالد هولادار، مدیر اعتباری ارشد مودیز، اگر اقتصاد ایران گشوده شود با در نظر گرفتن ماهیت بخش‌خصوصی اقتصاد دوبی و توانمندی آن به‌عنوان یک قطب لجستیکی، بانک‌های دوبی شاهد افزایش فرصت‌های تجاری بلندمدت‌شان خواهند بود.

به گفته تحلیلگران مودیز، اگرچه بخش بانکی در ایران فرصت‌های خوبی را عرضه می‌کند، اما گسترش حضور در این کشور برای بانک‌های خارجی با توجه به ابهامات عملیاتی و ژئوپلیتیکی، ریسک‌های زیادی دربردارد و بانک‌های خارجی را در معرض مشکلات نقدینگی مشابه مشکلاتی که در حال حاضر در اقتصادهای نوظهور دچار تغییر و تحولات سریع تجربه می‌کنند، قرار می‌دهد و از این رو مستلزم کنترل ریسک و نظارت است. اگرچه شماری از بانک‌ها، موسسات مالی و سرمایه‌گذاران خصوصی ماه‌ها مهیای مشارکت در فرصت‌های تجاری ایران بوده‌اند اما بسیاری از آنها اظهار کرده‌اند که تحولات ژئوپلیتیکی اخیر را زیرنظر داشته و دنبال می‌کنند.

انتظارات واحد، شرط کامیابی پس از تحریم

محمدصادق جنان‌صفت

رشد تولید ناخالص داخلی به مثابه مهم‌ترین نشانگر پیشرفت مادی جامعه‌ها، در ایران متاسفانه با شروع دهه ۱۳۹۰ متوقف شده است. رشد بیکاری تحصیلکردگان، انبار شدن تولیدات فولاد، سیمان، لوازم خانگی، تهیدست شدن طبقه متوسط جامعه و کاهش درآمد سرانه ایرانیان، کاهش تولید و صادرات نفت و کاهش درآمدهای دولت از پیامدهای محسوس توقف رشد تولید ملی بوده است. دلسردی، دلزدگی، احساس ناامیدی و حسرت و ترسیم چشم‌اندازی مبهم از آینده در میان ایرانیان نیز از پیامدهای این وضعیت بوده است. تشدید تحریم‌های غرب علیه بخش‌های مهم اقتصاد ایران در این سال‌ها از دلایل اصلی شرایط تاسف‌بار زندگی اقتصادی ایران بود. این عامل بسیار مهم در ایستادن چرخ بخش‌های مختلف اقتصادی با رویکرد جدید حکومت و دولت نسبت به گفت‌وگوهای مرتبط با پرونده هسته‌ای اکنون به نقطه صفر رسیده است. شهروندان ایرانی انتظار دارند که در ساعت‌های آینده تحریم‌های ایران از سوی نهادهای بین‌المللی و کشورهای تحریم‌کننده کاملا لغو و به صورت رسمی اعلان شود.

در حالی که ممکن است سطح انتظارات شهروندان، منتقدان دولت، مدیران ارشد سیاسی و اقتصادی از پایان تحریم‌ها و شروع اجرای برجام متفاوت باشد، ایجاد وحدت رویه در انتظار و نزدیک‌تر کردن تصورات و انتظارات گروه‌های یادشده از این رخداد بزرگ، ضرورتی اجتناب‌ناپذیر است. این نکته باید برای ایرانیان روشن شود که تداوم تحریم‌ها با شکل و ماهیت قبل از مذاکرات لوزان سوییس می‌توانست مشکلات فوق‌العاده مهمی برای این سرزمین و آینده آن ایجاد کند که با تدبیر مدیران ارشد جامعه از وقوع آن فاجعه جلوگیری شد. با شروع برجام معجزه بزرگ در کسب‌وکار ایرانیان رخ نمی‌دهد و نباید افکارعمومی را تهییج کرد یا خدای‌ناکرده فریفت. این مهم‌ترین گزاره‌ای است که اگر به ویژه دولت نتواند آن را به کارآمدترین شکل مدیریت کند، شاید موقعیت حتی بدتری از دوران پیش از برجام پیدا کند. هر فرد، جریان و گروهی سیاسی و اجتماعی که در مسیری برخلاف این حرکت کند منافع ملی را نادیده انگاشته و کاری می‌کند که دستاوردهای دو سال گفت‌وگو باد هوا شود. یادمان باشد که عربستان سعودی، ترکیه و سایر کشورهای همسایه که علاقه‌مند به برجام نیستند از تشتت داخلی استفاده خواهند کرد تا شرایط را به حالت قبل برگردانند. توجه داشته باشیم از امروز ایران، کشوری همانند سایر کشورهای جهان است که تحریم نشده‌اند و البته برای رشد اقتصاد سخت کار می‌کنند.

نفت

قائم مقام معاون امور بین‌الملل وزیر نفت:

جهش کشور در جذب سرمایه‌گذاری خارجی در پساتحریم

قائـم مقام معـاون وزیر نفت در امـور بازرگانی و بین‌الملل گفت: با برداشته شدن تحریم‌ها پیش‌بینی می‌شـود که یک جهش اقتصادی در کشـورمان در زمینه سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی ایجاد شود.

به گزارش ایرنا، مسـعود هاشـمیان در حاشـیه نمایشـگاه انرژی کیش در جمع خبرنگاران با بیان اینکه اقتصاد کشـور طی یـک دهه تحریم همچون فنری فشـرده شده دارای انرژی زیادی است، افزود: البته همه امید مسئولان در پیش‌بینی برنامه ششم جذب سـرمایه‌گذاری خارجی نیست، بلکه استفاده از همه ظرفیت‌های داخلی و خارجی در دستور کار قرار دارد.

قائـم مقام معـاون وزیر نفت در امـور بازرگانی و بین‌الملل با بیان اینکه بخشی از برنامه ششم توسعه مربـوط به جذب منابع مالی اسـت، گفـت: در این برنامه علاوه بر اینکه نگاه پسـا تحریمی وجود دارد، چارچوب‌های اقتصاد مقاومتی نیز رعایت شده است.

هاشـمیان اضافه کرد: بر این اساس در این برنامه برای مجموعه صنعت نفت کشـور پیش‌بینی حدود ۲۰۰میلیارد دلار سرمایه‌گذاری شده است.

وی با بیـان اینکه این سـرمایه‌گذاری برای همه بخش‌هـا از جمله نفت، گاز، پتروشـیمی، پالایش و پخش و توسعه پالایشگاه‌ها است، گفت: البته میزان سرمایه‌گذاری‌های داخلی و خارجی در این طرح نیز پیش‌بینی شده که اعلام خواهد شد.

دوازدهمین نمایشـگاه بین‌المللی انرژی کیش که با حضور ۱۹۵ شـرکت داخلـی و خارجی به مدت چهار روز در مرکز دائمی نمایشـگاه‌های بین‌المللی کیش برپا بود، پنجشنبه شب به‌کار خود پایان داد.

در این نمایشـگاه آخرین فرصت‌ها و ظرفیت‌های سـرمایه‌گذاری و سـرمایه پذیری و دسـتاوردهای سـازندگان و تولیدکنندگان نفت، گاز، پتروشیمی، آب و بـرق و انرژی‌های نو بـه بازدیدکنندگان ارائه شد.

نیروگاه

بزرگ‌ترین نیروگاه خورشیدی جهان با مشارکت آلمان در اصفهان راه‌اندازی می‌شود

بزرگ‌ترین نیروگاه خورشـیدی جهان به ظرفیت یک‌هزار مگاوات با مشارکت آلمان درمنطقه سگزی اصفهان ایجاد و راه‌اندازی می‌شود.

بـه گزارش ایرنا، اشـتون جی فلورینـگ نماینده شـرکت آلمانـی سـرمایه‌گذار در اصفهـان در مراسـم اختتامیـه همایش بین‌المللـی فرصت‌های سرمایه‌گذاری شهر خلاق اصفهان با اعلام این خبر افزود: آلمان تجربه‌ای غنی در تولید انرژی‌های پاک دارد و علاقه‌مند اسـت تا این فنـاوری را در تمامی جهان عرضه کند. وی خورشـید را هدیه ارزشـمند خداوند برای انسان‌ها و جهان هستی توصیف کرد و گفت: این منبع بزرگ انرژی بدون هیچ هزینه‌ای در اختیار بشر قرار گرفته است.

نماینده شـرکت آلمانی سـرمایه‌گذار در اصفهان تصریح کرد: ایران با وجود دسترسی به سوخت‌های فسـیلی، قانون انرژی‌های پاک را مورد حمایت قرار داده کـه این امـر فرصتی برای بهره‌منـدی از این منبع انرژی اسـت. وی با اشـاره به وضعیت مناسب اقلیم اسـتان اصفهان افزود: این اسـتان به غایت از موهبت تابش‌های خورشـیدی بهره‌مند است و این امکان بستری بسیار مناسب برای ایجاد نیروگاه‌های خورشیدی است.

اشتون با اشاره به سلامت و سازگاری نیروگاه‌های خورشیدی با شرایط محیط‌زیست خاطرنشان کرد: در نیروگاه‌های خورشـیدی از یـک کیلووات تابش خورشـیدی دوهـزار کیلـووات انرژی پـاک تولید می‌شـود و از انتشـار یک‌هزار و ۲۰۰ کیلوگرم دی اکسیدکربن به محیط زیست جلوگیری می‌کند.

وی اشـاره کـرد: طرح نیـروگاه خورشـیدی در منطقه سـگزی با ضمانت بلندمدت ۳۰ ساله عرضه خواهد شـد که از انتشـار یک‌هزار و ۱۳۰ کیلوگرم دی‌اکسیدکربن به محیط زیست جلوگیری می‌کند.

وی گفت: انرژی تولید شده در نیروگاه خورشیدی سگزی ۴۷۵ هزار خانه را در طول ۳۰ سال آینده از نعمت انرژی پاک بهره‌مند می‌سازد که ما با حمایت صمیمانـه اعضای شـهرداری اصفهـان این طرح را بـه مرحله اجرا می‌گذاریم. نماینده شـرکت آلمانی سرمایه‌گذار در اصفهان این طرح را بزرگ‌ترین طرح نیروگاه خورشیدی در جهان دانست.

همایش بین‌المللـی فرصت‌های سـرمایه‌گذاری شهر خلاق اصفهان با شعار «اصفهان فرصت جهانی و جهانـی از فرصت‌هـا» از ۲۳ دی‌ماه سـال جاری بـه مـدت دو روز به میزبانی شـهرداری این شـهر برگزار شـد. در این همایـش ۴۰ هیات اقتصادی و سـرمایه‌گذاری از کشـورهای کویت، امارات عربی متحـده، ترکیه، کره‌جنوبی، اسـپانیا، گرجسـتان، سـوییس، آلمـان، عـراق، عمـان، اتریـش، چین، افغانسـتان، لهستان، کانادا، روسیه و یونان و نیز دو هیات سیاسـی از کشورهای اسپانیا و اتریش حضور داشـتند. در این همایش هشت تفاهم‌نامه به ارزش ۲۴ هزار میلیـارد ریال میان شـهرداری اصفهان و سرمایه‌گذاران منعقد شـد و ۵۹ فرم اعلام آمادگی سرمایه‌گذاری تحویل سرمایه‌گذاران شد.

رسـول زرگرپور ضمن اعـلام آمادگی کامل برای احـداث نیروگاه‌هـای خورشـیدی و بـادی در این منطقـه گفـت: اصفهـان می‌تواند پایلوت سـاخت نیروگاه‌های خورشـیدی و بادی در ظرفیت‌های بالا باشد.

معـاون امور برق و انـرژی وزارت نیرو نیز در این دیدار با تأکید بر لزوم اسـتفاده از انرژی خورشیدی در واحدهای مسکونی تصریح کرد: باید با هماهنگی سازمان نظام مهندسـی، برج‌های مسکونی ملزم به استفاده از این انرژی برای مصارف عمومی شوند.

معاون اول رئیس‌جمهور، فرمول محاسبه نرخ خوراک پتروشیمی را ابلاغ کرد

ابلاغ شد اما اعلام نشد

الهه ابراهیمی

دولت بدون اعـلام جزییات خبر، نرخ خوراک پتروشیمی‌ها را ابـلاغ کرد. انتشـار این خبر بدون قیمـت و فرمول تعیین نرخ، موجب شـده تا در میان مدیـران صنعت پتروشـیمی آشـفتگی ایجاد شـود. در این میـان تحلیل‌هـای متعددی از قیمت‌هـای احتمالـی روی خروجی سایت‌ها قرار گرفت و سکوت مسئولان وزارت نفت بر این فضا دامن زد.

پایگاه اطلاع‌رسـانی دولت در خبـری از ابـلاغ فرمـول تعییـن قیمـت گاز طبیعـی خوراک واحدهای پتروشیمی خبر داد. براسـاس این خبر، پس از آنکه وزیر نفت فرمول پیشـنهادی تعیین قیمت گاز طبیعـی خـوراک واحدهای پتروشـیمی را بـه اسـحاق جهانگیری ارائـه کرد، معاون اول رئیس‌جمهوری فرمول یاد شده را فرمولی مناسب ارزیابی کرد کـه می‌توانـد اطمینان لازم را بـه سـرمایه‌گذاران در صنعـت مهم پتروشـیمی بدهـد. بر این اسـاس وزارت نفـت هماهنگی‌هـای لازم را بـا وزارت امـور اقتصـادی و دارایی و سـازمان مدیریت و برنامه‌ریـزی کشـور به عمل آورده و فرمـول پیشـنهادی به امضای وزیر امور اقتصادی و دارایـی و رئیـس سـازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشـور نیز رسـیده اسـت. جزییات فرمـول تعییـن قیمـت گاز طبیعـی خـوراک واحدهای پتروشیمی که از سوی معاون اول رئیس‌جمهوری ابلاغ شده اسـت، به‌زودی توسط وزارت نفت اطلاع‌رسانی خواهد شد.

انتشـار ایـن خبـر بازتاب گسترده‌ای داشـته و موجب شـد تا فعالان این صنعت بر مبنای تحلیل‌های خود نرخی را اعلام کنند، اما در این میان مسـئولان نفتـی در این باره هیـچ اظهارنظری نداشـتند. شریفی نیک نفس، مدیرعامل شرکت بازرگانی پتروشیمی و عضو اتـاق بازرگانی تهران در ایـن باره به «فرصـت امروز» می‌گویـد: «ایـن موضوع از سوی معاون اول رئیس‌جمهور ابلاغ شده و اینکه وزارت نفت تاکنون واکنشی نداشته شاید به این دلیل باشد که هنوز به آن وزارتخانـه ابلاغ نشـده یا اینکه آن را نپذیرفته‌اند.»

وی با اشاره به اینکه فرمول پیشـنهادی وزارت نفت مورد تأیید دولت قرار گرفته است، می‌افزاید: «با انتشار این خبر، براسـاس برخـی از تحلیل‌ها نرخ خوراک برای مجتمع‌های پتروشـیمی ۸،۵ سنت اعلام شـد. مبنای تعییـن این نرخ مشـخص نیسـت و مشخص نیسـت که چـه مبنایی برای آن وجود دارد و نکته جالب‌تر این اسـت کـه فعـالان این صنعت اطلاعی از متن ابلاغیه و نرخ تعیین شده، ندارند.»

شـریفی نیک‌نفـس بـا اشـاره بـه اینکـه فعـالان بخش‌خصوصـی قیمـت ۸ تا ۱۰ سنت را برای نرخ خوراک مجتمع‌هـای گازی مناسـب می‌دانـد و امیدوار اسـت که همین قیمت باشد، می‌افزاید: «باید منتظر بمانیم تا وزارت نفت نرخ را به مجتمع‌ها اعلام کنـد. بدون شـک اگـر نرخ تعیین شده بر مبنای افزایش یا کاهش قیمـت نفت متغیر باشـد، گزینه مناسبی است. متأسـفانه بـا وجـود کاهش قیمـت نفـت، نرخ خـوراک ۱۳سـنت باقـی مانـد و این منطقی نیست، زیرا با کاهش قیمت نفت، قیمت محصولات پتروشیمی نیز کاهش یافت.»

در ایـن بـاره سـیدحمید حسـینی، عضـو هیأت‌مدیره اتـحـادیه صـادرکننـدگان فرآورده‌های نفتی و از فعالان قدیمی صنعت پتروشـیمی با بیان اینکه مبنـا برای تعیین نرخ خـوراک پتروشـیمی‌ها مشـخص نیسـت و کسـی نمی‌دانـد نـرخ مـورد تأیید وزارت نفت و دولت چه رقمی اسـت، بـه «فرصـت امروز» می‌گویـد: «مجلس شـورای اسـلامی بـرای تعییـن نرخ خوراک شـاخص مشـخصی را تعییـن کرد، براسـاس آن متوسـط قیمـت گاز داخلی، قیمت گاز صادراتی به ترکیه و وارداتـی از ترکمنسـتان باشد، همچنین قیمت تعیین شده باید شرایط رقابت‌پذیری قیمت گاز با کشـور رقیب را داشته باشد که اختلاف اصلی بر سر کشور رقیب بود.»

وی با بیـان اینکه با کاهش قیمت نفت براساس این فرمول موجود قیمت نرخ ۸،۵ سـنت محاسبه شد که با کاهش اخیر قیمـت نفت، این نـرخ مجددا کمتر شـده اسـت، می‌افزاید: «وزارت نفـت ادعا کرده که در آینـده رقیب ایـران در صنعت پتروشیمی کشور آمریکا است زیرا کشـورهای منطقه رقیب ایـران نیسـتند و گازی برای صادرات ندارنـد. قطر تمام گاز خـود را ال ان جـی کـرده و عربستان نیز تمام گاز تولیدی را مصرف می‌کند، از این رو رقیب ایران بیرون از منطقه اسـت و باید قیمت گاز آمریکا در تعیین نـرخ خوراک ملاک باشـد، اما مشخص نیسـت که در ابلاغیه معاون اول رئیس‌جمهور، کشور رقیب چه کشوری است؟»

به گفته حسـینی اگر نرخ ۸،۵ سـنت اعـلام شـده از سـوی برخی از کارشناسان، همان قیمت نهایی باشد، نرخ مناسبی است و می‌تواند برای سرمایه‌گذار جذاب باشد، البته براساس مبنای مجلس و آنچه وزارت نفت بـه دولت تقدیم کـرده اسـت، نرخ خـوراک برای مجتمع‌های پتروشیمی براسـاس فرمولـی اسـت که قابل تغییر اسـت. بدون شک زیر ۱۰ سـنت قیمت خوراک بـرای پتروشـیمی‌ها جذاب خواهد بود.

بین‌الملل

ایران خود را برای افزایش قابل توجه صادرات نفت آماده کرده است

آیا تصمیم ایران سبب کاهش قیمت نفت شده؟

ترجمه: معراج آگاهی
منبع: رویترز

با نزدیک شدن به تاریخ اجرای توافق جامع هسـته‌ای (برجام)، خریداران نفـت در انتظار رکورد شکنی در تولید نفت خام ایران و رسـیدن آن به بالاترین میزان آن در ۹ ماه اخیر هسـتند. در همین رابطه یک منبع نزدیک به صنعت نفت ایران که اطلاعات مفیدی از برنامه ایـران و ظرفیت تانکرهای ذخیره نفـت آن دارد اعلام کرد، ایران آماده اسـت تـا معادل یک میلیون و صد هزار بشکه نفت خام را به بازار عرضه کند.

بـه گـزارش رویتـرز، عـزم مقامـات ایرانـی بـرای افزایش تولیـد نفت‌خـام خـود پس از رفـع تحریم‌هـای وضع شـده علیـه صنعـت نفت این کشـور و افزایـش چشـمگیر تولید آن، سبب شده تا نگرانی‌ها از افزایش حجم نفت مـازاد در بازار که در هفته جـاری قیمت نفـت را به پایین‌تریـن میـزان آن در ۱۲ سال اخیر رسـاند، افزایش یابد. این در حالی اسـت که ناظران و کارشناسان انتظار دارند تا روند اجرایـی توافق جامع اتمی میان ایران و قدرت‌های عمده جهانی در روز ۱۵ ژانویـه سـال جاری میلادی آغاز شود.

در راسـتای اجـرای تعهدات طرفیـن در چارچـوب توافـق هسـته‌ای، ایران هسـته اصلی رآکتـور آب سـنگین اراک را خارج کرده و بازرسـان سازمان ملـل متحـد به منظور راسـتی آزمایـی این اقدام ایـران، امروز به تهران سـفر خواهنـد کرد تا از نیـروگاه مذکـور بازدید کرده و گزارش خـود را در این زمینه منتشـر کنند. گفتنی اسـت که خارج کردن قلـب رآکتور اراک اهمیت بسـیار زیـادی در آغاز فرآیند اجرایی توافق جامع اتمی میان ایـران و قدرت‌های عمده جهانی دارد.

لازم به ذکر اسـت کـه تأیید اقدام اخیر ایران از سوی بازرسان، زمینـه را برای رفـع تحریم‌های بین‌المللی وضع شـده بر اقتصاد ایران و دسترسی آن به میلیاردها دلار از پول‌های بلوکه شده خود فراهـم کـرده و محدودیت‌های وضع شده را بر صادرات نفت این کشور رفع خواهد کرد.

بـر همیـن اسـاس، تهـران قصـد دارد تـا بـا اسـتفاده از شـرایط جدیـد حاصـل از رفع تحریم‌هـای بین‌المللـی، بـازار هنـد کـه در حال حاضـر بازار اصلی مصرف نفت‌خام در آسـیا محسـوب می‌شـود و همچنین دیگـر مشـتریان قدیمـی نفت ایـران در اروپا را هـدف گرفته و نفـت خام تولیـدی خود را به این بازارها سـرازیر کند. گفتنی است پیش از این مقامات صنعت انرژی ایران از افزایش ۵۰۰ هزار بشکه‌ای تولید نفت این کشور به محض اجرایی شـدن روند رفع تحریم‌ها خبر داده بودند.

بازارهای جهانی نفت که مدت زیادی اسـت حـال و روز خوبی ندارنـد و بـه دلیل وجـود نفت مازاد در بازار روند نزولی را تجربه می‌کنند، در روز جمعه گذشـته با کاهش قیمـت ناچیزی مواجه شـده و این فرآورده اندکی بیشتر از ۳۰دلار در هر بشکه معامله شد.

شـرکت Phillip Futures از شـرکت‌های فعـال در حوزه خریدوفروش نفت در یادداشتی که روز جمعه گذشـته منتشـر کرد، در رابطه با وضعیت بازار و قیمت نفت اعلام کرد: «با توجه به قیمت ۳۰ دلاری نفت‌خام در هر بشکه، سود حاصل از فروش ایـن محصول برای کشـورهای صادرکننده بسیار ناچیز خواهد بود.»

با وجود کاهش شـدید قیمت نفـت، یـک منبـع نزدیـک به صنعـت نفـت ایران بـه رویترز گفـت که تهـران خـود را برای صـادرات یـک محموله ۴۹۵ هـزار بشـکه‌ای بـه چیـن که بزرگ‌تریـن محموله صادراتی نفـت ایـران از ماه آگوسـت به این سـو اسـت، آماده می‌کند. همچنیـن ایـران محموله ۱۶۶ هزار بشـکه‌ای دیگـری را برای تحویل به پالایشگاه‌های هندی آماده می‌کند کـه این میزان از حجم صـادرات قبلی ایـران به هند در ماه دسامبر سال گذشته میـلادی کمتـر اسـت. گفتنی است صادرات نفت ایران به چین و هند محـدود نبوده و به‌زودی نفتکش‌ها محموله‌ای ۱۶۶ هزار بشکه‌ای را از ایران به ژاپن حمل خواهند کـرد. کره جنوبی نیز با خرید ۱۶۱ هزار بشکه نفت خام همچنان مشـتری نفـت ایران باقـی مانده و حجـم واردات آن در مقایسه با ماه دسامبر گذشته بدون تغییر باقی مانده است.

لازم به ذکر است که آمارهای مربوط بـه صـادرات نفت فوق سـبک ایران در آنهـا گنجانده نشده است.

اختلال در تردد نفتکش‌ها منتفی شد

ایران آماده صادرات نفت به اروپا

مدیر بازرگانی شرکت نفتکش با بیان اینکه هرگونه اختلال در تردد کشتی‌های نفتکش ایرانی از تنگه باب‌المندب منتفی است، گفت: قطع روابط ایران-جیبوتی محدودیتی در تردد نفتکش‌های ایران ایجاد نمی‌کند.

نصرالله سردشـتی در گفت‌وگو با مهر دربـاره احتمـال اختلال جیبوتی در حرکت کشـتی‌های نفتکش حامـل نفـت صادراتی ایـران بـه اروپـا از مسـیر تنگه باب‌المنـدب به‌ویـژه در دوران پساتحریم، گفت: تردد کشتی‌های نفتکش از آب‌هـای بین‌المللی و حاکمیتی کشـورها تابع یکسری مقررات جهانی است و یک کشور نمی‌تواند به تنهایی این مقررات را نقض کند.

مدیـر بازرگانـی شـرکت ملی نفتکش بـا تاکید بـر اینکه قطع ارتباطات دیپلماتیک بین‌جمهوری اسـلامی ایران و کشـور جیبوتی تاثیری بر روند تردد کشـتی‌های نفتکش حامل نفت خام صادراتی ایران از مسـیر تنگه باب‌المندب و دریای سـرخ نـدارد، تصریح کرد: در شـرایط فعلی و حتـی پس از قطع روابط دیپلماتیک با جیبوتی ماهانه حدود هشت کشتی نفتکش غول پیکـر ایران با عبـور از تنگه باب‌المندب به حوزه مدیترانه نفت را انتقال داده‌اند.

این مقام مسـئول با تاکید بر اینکـه قطع روابـط دیپلماتیک هیچ‌گونـه اختلالـی در حرکت کشـتی‌های نفتکش ایـران به وجـود نخواهـد آورد، اظهـار داشـت: بر این اسـاس حتی در دوران پسـاتحریم و از سرگیری صـادرات نفت خـام ایـران به کشـورهای اروپایـی هـم هیچ گونـه محدودیتـی در حرکـت نفتکش‌هـای ایرانـی بـه وجود نخواهد آمد.

برجام

رشد ۸درصدی اقتصاد با اجرایی شدن برجام امکان‌پذیر است

منصور معظمی، مشـاور وزیر نفت در گفت‌وگو با ایلنا درباره جذب سـرمایه‌گذاری‌های جدید بعد از اجرایی شـدن برجام گفت: اگر برجام اجرایی شـود و آمریکا و اروپا نیز به تعهداتشـان عمل کرده و در حرف‌هایشـان صادق باشند امکان جذب سرمایه در کشور ما وجود دارد.

وی افزود: منطقه خاورمیانه یکی از مناطقی است کـه دارای جذابیت سـرمایه‌گذاری به‌صورت کلان اسـت، ولی ویژگی‌های خاص خـودش را دارد، زیرا سـرمایه جایی می‌رود که مولفه‌های سرمایه‌گذاری مثـل امنیت سـرمایه‌گذاری، قوانین کسـب وکار، سـاختار اداری و بوروکراسی نیز مناسب باشد که با در نظر گرفتن این فاکتورها غیر از عراق، عربسـتان و قطـر دیگر کشـورها از وضعیت خوبـی به لحاظ سرمایه‌پذیری برخوردار نیستند.

معظمـی تصریـح کـرد: نیـاز بـه حجـم زیاد سرمایه‌گذاری، ثبات سیاسی-اجتماعی و فراهم‌بودن شرایط و زیربناها برای سرمایه‌گذاری شرایطی ویژه را به لحاظ سرمایه پذیری در کشور ما ایجاد کرده و ایران را به یکی از نقاط جذاب برای سـرمایه‌گذاری تبدیل کرده است.

وی اظهارداشـت: تاکنون بیش از ۲۰۰ هیات در مدت کوتاهی وارد کشـور شـدند و تحقیقات بازار انجام داده و همه زمینه‌ها را از جمله رقبا، مسـائل سیاسی، عادت‌ها، نیازها، فرهنگ و قوانین و مقررات بررسـی کردند و منتظر فضا و اجرایی شدن برجام هستند تا وارد بازار ایران شوند.

مشاور وزیر نفت با بیان اینکه هیات‌های اقتصادی برخـی از کشـورهایی که بـه ایران سـفر کرده‌اند به‌دنبال بـازار ایران برای صـادرات و خدمات خود هسـتند، گفت: ما هم با توجه بـه اینکه فعلا امکان ساخت برخی کالاهای سرمایه‌ای و تکنولوژی روز را نداریـم، از حضور آنها اسـتقبال می‌کنیم تا بتوانیم بخشـی از نیازهایمـان را تامیـن کنیـم البته باید انسجام داخلی خود را نیز حفظ کنیم.

وی با بیان اینکه نرخ رشـد اقتصـادی در برنامه ششم ۸درصد اعلام شـده که رسیدن به آن سخت اسـت اما الزامـات خاص خودش را دارد و نشـدنی نیسـت، یادآور شـد: اقتصاد ما به‌دلیـل تنگناها و مشـکلاتی که دارد، نمی‌تواند تمام منابع مورد نیاز را برای توسـعه و پیشرفت تامین کند ناچارا باید از منابع خارجی هم اسـتفاده کند تا به توسـعه مورد نظر برسد.

معظمـی تاکید کرد: مـا باید هر چـه می‌توانیم جذب سـرمایه به‌صورت جویینت داشته باشیم و در مشـارکت با خارجی‌ها جذب سـرمایه، تکنولوژی و بازار داشته باشیم.

وی با بیان اینکه اگر واردات از کشورهای صنعتی، کالای سـرمایه‌ای و تکنولـوژی باشـد خیلی خوب اسـت و منجر به رشد صنعت نفت به‌عنوان پیشران توسـعه کشور می‌شود، خاطرنشان کرد: گرچه ما به برخـی تکنولوژی‌های روز دنیا نیـاز داریم اما نباید درهای بازار کشـور را بـاز کنیم و تـوان داخلی را نادیده بگیریم، زیرا ما از نظر توانمندی داخلی وضع خوبی داریم ضمن اینکه با توجه و دلسـوزی دولت ورود سـرمایه و تکنولوژی به کشـور منجر به رشد توان داخل و بخش خصوصی کشور می‌شود.

گاز

وزیر نفت پاکستان: علاقه‌مند به واردات گاز ال.پی.جی از ایران هستیم

وزیر نفـت و منابع طبیعی پاکسـتان روز جمعه در دیدار سـفیر جدید ایـران، ضمن تأکید بر اینکه کشـورش بی‌صبرانه منتظر لغو تحریم‌ها برای اجرا و تکمیـل خط لوله گاز ایران-پاکسـتان (آی. پی) است، از علاقه‌مندی کشورش برای واردات گاز مایع «ال.پی.جی» از ایران خبر داد.

«مهـدی هنـر دوسـت» در ادامـه دیدارهـا و رایزنی‌هـای خـود با مقام‌هـای عالی پاکسـتان، با حضور در وزارت نفت و منابع طبیعی پاکسـتان، با شاهد خاقان عباسی دیدار کرد و طرف پاکستانی را در جریـان اجرای قریب‌الوقوع برجام و لغو تحریم‌ها قرار داد.

وزیـر نفـت و منابع طبیعی پاکسـتان هم با ابراز خرسندی از نزدیک بودن زمان لغو تحریم‌ها، تأکید کرد که کشـورش با توجه به نیاز شـدید به انرژی، اراده بالایی برای تکمیل سـریع خط لوله آی. پی و آغاز واردات گاز طبیعی از ایران دارد.

شـاهد خاقان همچنین اظهار داشت: واردات نفت خام از ایـران می‌تواند زمینه دیگری برای توسـعه همکاری‌های پاکستان و ایران در بخش انرژی باشد و پالایشـگاه‌های پاکستان می‌توانند عمده نفت خام مورد نیاز خود را در آینده از ایران تأمین کنند.

هنردوسـت نیـز در ایـن دیـدار بـا اشـاره بـه ظرفیت‌هـای فراوان بـرای افزایـش همکاری‌های تجاری و اقتصادی دو کشور همسایه اظهار اطمینان کرد که با لغو تحریم‌ها، فصل جدیدی در مناسـبات تجـاری و اقتصادی این دو کشـور دوسـت و برادر ایجاد خواهد شـد. سفیر جمهوری اسلامی ایران در این دیدار خود را سـفیر اقتصـادی معرفی کرد و با بیان اینکه روابط خوب و برادرانه جمهوری اسلامی ایران و جمهوری اسـلامی پاکستان ریشه در تاریخ دارد، برضرورت ارتقای سـطح مناسبات اقتصادی و مبادلات تجاری دو کشور متناسب با روابط سیاسی خوب میان دو همسایه تأکید کرد.

سیمان

مدیرعامل سیمان فارس خوزستان خبر داد

اعلام آمادگی ۲ شرکت اروپایی برای حضور در صنعت سیمان ایران

شرکت‌های هولسیم سوییس و لافارژ فرانسه برای ورود به صنعت سیمان در ایران و بستن قرارداد با شرکت سیمان فارس خوزستان اعلام آمادگی کرده‌اند.

مرتضی لطفی، مدیرعامل هلدینگ سیمان فارس خوزستان و عضو هیأت نمایندگان اتاق تهران با اعلام این خبر به سایت اتاق تهران، گفت: «این دو شرکت که از بزرگ‌ترین شرکت‌های صنعت سیمان در جهان هستند از سال گذشته کنسرسیوم مشترکی را تشکیل دادند و با توجه به برداشته شدن تحریم‌ها و توافق هسته‌ای مدتی است برای حضور در صنعت سیمان ایران و همکاری با هلدینگ فارس خوزستان اعلام آمادگی کرده‌اند.»

او گفت: «این نوید را می‌دهم که در ماه‌های آینده شاهد تحولات مهمی در حوزه سیمان و سرمایه‌گذاری خارجی در این بخش خواهیم بود و در ماه‌های گذشته شرکت‌های مختلفی تلاش کرده‌اند با شرکت‌های سیمان داخلی از جمله هلدینگ فارس خوزستان هم در زمینه تولید و هم جابه جایی ارتباط بگیرند.»

لطفی در ادامه با اشاره به اینکه تشریفات لازم برای بسته شدن قراردادها با شرکت‌های هولسیم و لافارژ پیش رفته است، می‌گوید: «چند سال پیش هم هلدینگ فارس خوزستان به یک تفاهم‌نامه مشترک با شرکت لافارژ دست پیدا کرد اما شدت تحریم‌ها مانع عملیاتی شدن این تفاهم‌نامه شد، آنها حتی متقاضی مالکیت و خرید بخشی از سهام شرکت‌های سیمانی هم بودند.»

مدیرعامل سیمان فارس خوزستان که همزمان نایب رئیس انجمن تولیدکنندگان سیمان کشور هم هست، می‌گوید: «من معتقدم پس از پساتحریم ما شاهد تسهیل و رشد صنعت سیمان در کشور خواهیم بود علاوه براین همکاری‌هایی با کشورهای منطقه شروع می‌شود، الان ما درصد راه‌اندازی یک واحد سیمان در کشور گرجستان هستیم که هلدینگ فارس خوزستان با همکاری بخش خصوصی این کشور واحدی را در این کشور راه‌اندازی خواهد کرد و مقدمات و تشریفات این کار انجام شده است و حتی از کشور روسیه هم تقاضایی برای احداث یک واحد مشترک تولید سیمان در داخل خاک روسیه داشته‌ایم که در حال بررسی آن هم هستیم.»

لطفی می‌گوید: «کشور ما مزیت‌های بسیاری در حوزه سیمان دارد، واحدهای تولیدی متعددی در سال‌های گذشته راه‌اندازی شده است، از فرصت منابع انرژی ارزان برخورداریم و علاوه بر آن هم بسیاری از کشورهای اروپایی در دهه‌های گذشته به دلیل مشکلات محیط‌زیستی صنعت سیمان از این صنعت خارج شده‌اند، بنابراین با توسعه مراودات بین‌المللی فرصت برای توسعه این صنعت و حضور سرمایه‌گذاران خارجی در ایران فراهم خواهد شد.»

نساجی

خسروتاج، قائم‌مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت اعلام کرد

۲۰درصد صنعت نساجی نیازمند نوسازی است

معاون بازرگانی وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت: حداقل ۲۰درصد صنعت نساجی کشور نیاز به نوسازی و تعویض ماشین‌آلات ضروری دارد.

به گزارش ایسنا، مجتبی خسروتاج در مراسم افتتاحیه یازدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت نساجی (مواد اولیه، ماشین‌آلات و خدمات وابسته) در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی استان اصفهان، اظهار کرد: به‌زودی تحریم‌ها علیه کشور برداشته خواهد شد و تمام صنعتگران و تولیدکنندگان کشور باید از فضای جدید ایجادشده‌استفاده‌کنند.

وی با بیان اینکه صنعت نساجی برای وزارت صنعت یک صنعت کلیدی و راهبردی محسوب می‌شود، افزود: حجم تجارت جهانی نساجی حدود ۸۰۰میلیارد دلار است و با توجه به این حجم تجارت، کشور ما نیز می‌تواند در این بازار حضور گسترده داشته باشد.

قائم‌مقام وزیر صنعت، معدن و تجارت، بزرگ‌ترین چالش صنعت نساجی را موضوع قاچاق ذکر کرد و ادامه داد: اگر نگوییم تمام واحدهای صنعتی و ماشین‌آلات صنعت نساجی نیاز به نوسازی دارد، حداقل در ۲۰درصد صنعت نساجی کشور نیاز به نوسازی و تعویض ماشین‌آلات ضروری است.

خسروتاج اضافه کرد: واحدهای صنعتی نساجی در مسائل بانکی، مسائل مالیاتی و تامین اعتبار برای نوسازی و به‌روزرسانی تجهیزات وزارت صنعت را در کنار خود ببینند.

وی خاطرنشان کرد: وزارت صنعت به دلیل ظرفیت‌های بالای نساجی در زمینه اشتغال‌زایی، به صنعت نساجی نگاه ویژه‌ای می‌کند.

معاون بازرگانی وزیر صنعت، معدن و تجارت اظهار کرد: امیدواریم صنعت نساجی در فضای پساتحریم به خوبی پیش رود. این فضا می‌تواند زمینه را برای ایجاد سرمایه‌گذاری‌های مشترک فراهم کند و باعث ایجاد بازار بین‌المللی و پذیرش ریسک و در نهایت انتقال فناوری شود.

تولیدکنندگان توان تامین هزینه‌های سرسام‌آور را ندارند

هزینه «سوخت» و «حمل‌ونقل» کارخانه‌های سیمان کشور را می‌بلعد

ساناز کلاهدوز

مهرداد بیرانوند، مدیر فروش و صادرات «شرکت سیمان نهاوند» هزینه‌های بالای «حمل‌ونقل» و «سوخت» را از جمله مشکلات عمده کارخانه‌های سیمانی می‌داند که اکثر آنها را به تعطیلی کشانده است.

او درباره مشکلات کارخانه‌های سیمان ادامه می‌دهد: مشکلی که نه‌تنها صنعت سیمان، بلکه همه صنعت‌ها در کشور با آن مواجه هستند، معضل «حمل‌ونقل» است که هزینه مضاعفی را برای شرکت ایجاد می‌کند و در بسیاری از مواقع ما متقاضی برای محصولات خود داریم اما امکان حمل وجود ندارد یا هزینه آن بسیار بالاست. تامین مواد اولیه یکی دیگر از مباحث قابل توجه است زیرا بخشی از آن تولید داخل است و ارزش افزوده خاص خود را دارد و به دلیل اینکه نرخ‌گذاری سیمان بر عهده انجمن سیمان است و سقف و کفی برای نرخ آن تعیین می‌شود اما با این شرایط قیمت تمام شده ما بالا می‌رود که اصلا به‌صرفه نیست و توجیه اقتصادی برای شرکت ندارد.

بیرانوند یکی دیگر از مشکلات این صنف را کمبود و «هزینه سوخت» می‌داند و می‌گوید: اکثر شرکت‌های سیمانی از این مشکل رنج می‌برند زیرا سوخت کارخانجات سیمان گاز است اما در زمستان‌ها که فصل افت فشار گاز است از طرف خود شرکت گاز مجبور به تغییر سوخت کارخانه می‌شویم و باید سوخت لازم کارخانه را از طریق مازوت تامین کنیم که تامین مازوت هم خود یک معضل و قیمت خریداری شده آن هم یک معضل دیگر است که هرساله اکثر کارخانه‌های سیمانی را با مشکل مواجه می‌کند.

مدیر فروش و صادرات شرکت سیمان نهاوند درباره مشکلات ادامه می‌دهد: یکی از مشکلات فعلی شرکت‌های سیمانی از لحاظ مالی تسهیلاتی است که به هنگام شروع کار از بانک‌ها دریافت شده‌اند زیرا برخی از این شرکت‌ها با دریافت تسهیلات ارزی شروع به کار می‌کنند که در آن زمان «ارز با قیمت مرجع» دریافت شده است درحالی که بانک‌ها با «ارز آزاد» این مبلغ را مطالبه می‌کنند که این خود یک معضل بزرگ برای ماست و با توجه به اینکه بودجه شرکت‌ها و کارخانجات سیمانی از قبل تعریف شده است برای فروش و صادرات نیز محدودیت‌هایی دارند.

یارانه تولید، در حد قول باقی‌ماند

حمیدرضا محمد، مدیر فروش شرکت «سیمان نیزار قم» در گفت‌وگو با «فرصت‌امروز» می‌گوید: رکود صنعت ساخت‌وساز و بازار مسکن، باعث شده سرانه مصرف کاهش یابد و کارخانه‌ها به سمتی بروند که برای حفظ فروش خود و حضور در بازار، کاهش قیمت متوالی داشته باشند و به رقابتی ناسالم روی بیاورند که موجب مشکلاتی برای این صنعت شده است.

او در ادامه با بیان اینکه هزینه‌های بالای تولید یکی دیگر از مشکلات این صنعت است، می‌افزاید: یارانه‌های تولید که طبق قول‌های داده شده باید پرداخت می‌شد اما اقدام جدی دراین باره صورت نگرفت و موجب شد که هزینه‌های سربار، پرسنلی و... فروش سیمان را با مشکل مواجه کند و بازار با رکود جدی مواجه شود. او ادامه داد: انباشت کلینکر در همه کارخانه‌ها وجود دارد اما خوشبختانه در کارخانه ما در سطح قابل قبولی است و مصرف حدود یک الی دوماه را انباشت داریم.

تعطیلی کارخانه‌های سیمان در پی فروش زیرقیمت

کریم محمدپناه، معاون کارخانه سیمان فیروزکوه در گفت‌وگو با «فرصت امروز» درباره مشکلات صنعت سیمان اظهار می‌کند: صنعت سیمان یکی از صنایعی است که رشد خوبی داشت اما در شرایط فعلی به دلیل توقف ساخت پروژه‌های عمرانی و صنعتی با کاهش مصرف و تقاضای سیمان در بازار مواجه هستیم و با توجه به سقف تولید ۸۰میلیون تنی ما در سال، تنها ۵۰میلیون تن تقاضا داریم که حدود ۳۵درصد کاهش مصرف می‌شود. از طرف دیگر این افزایش تولید و کاهش مصرف موجب شده که رقابت ناسالمی در کارخانه‌های سیمان ایجاد شود و این محصول زیر قیمت واقعی خود به فروش برسد که بسیاری از خطوط تولید کارخانه‌های سیمان متوقف شده است.

او مشکل دیگر صنعت سیمان را هزینه‌های بالای این صنعت می‌داند و می‌افزاید: علاوه بر هزینه‌های انرژی که سال به سال رو به افزایش است، دریافت هزینه‌هایی مثل مالیات، تامین اجتماعی و... موجب افزایش مشکلات این صنعت شده که به توقف کار این کارخانه‌ها انجامیده است.

محمدپناه ادامه می‌دهد: حدود ۲۰۰هزار تن کلینکر انباشته داریم که با مصرف این مقدار و تبدیل آن به سیمان، کارخانه‌های سیمان مجددا آغاز به کار خواهد کرد.

باتوجه به اظهارات فعالان صنعت سیمان، هزینه‌های حمل‌ونقل و کاهش تقاضا و نبود سوخت لازم در فصل سرما از یکسو و قیمت بالای آن از سویی دیگر موجب ایجاد مشکلاتی برای آنها شده است.

نوسازی صنعت نساجی کشور در انتظار طرح‌های صنعتگران است

مدیرکل دفتر پوشاک و نساجی وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت: تاکید وزیر صنعت، معدن و تجارت بر این موضوع است که بحث بازسازی و نوسازی و توسعه صنعت نساجی با جدیت پیگیری شود. بنابراین تمام صنعتگرانی که در این رابطه آمادگی دارند می‌توانند طرح‌های بازسازی و نوسازی خود را تهیه کنند و به وزارتخانه ارائه دهند.

به گزارش ایسنا، گلناز نصراللهی در مراسم افتتاحیه یازدهمین نمایشگاه بین‌المللی صنعت نساجی (مواد اولیه، ماشین‌آلات و خدمات وابسته) در محل نمایشگاه‌های بین‌المللی استان اصفهان، اظهار کرد: براساس آخرین آمارها ۴.۸درصد سهم هزینه پوشاک در خانوار می‌شود و سهم بازار پوشاک در کشور حدود ۱۱میلیارد دلار است. در صورتی که سهم خانوار به ۶.۸درصد که در چند سال گذشته وجود داشته، بازگردد، سهم بازار پوشاک بالغ بر ۲۰میلیارد دلار خواهد شد.

وی به قاچاق پوشاک اشاره کرد و افزود: در حال پیشبرد طرح مبارزه با قاچاق کالاهای نساجی با همکاری ستاد مبارزه با قاچاق کالا هستیم که در سه مرحله عملیاتی خواهد شد. مرحله نخست اولویت دادن به تولید و برداشتن موانع تولید محصولات نساجی، مرحله دوم اقدامات مربوط به کنترل مبادی ورود محصولات قاچاق و مرحله سوم، فعالیت‌های فرهنگی در این خصوص است. مدیرکل دفتر پوشاک و نساجی وزارت صنعت، معدن و تجارت ادامه داد: قرار شده است که وزارتخانه کار برای ایجاد ارتباط بین صنعتگران نساجی و سازمان‌های امور مالیاتی و واحدهای بانکی اقداماتی را انجام دهد که جلساتی در این خصوص برگزار شده است.

نصراللهی اضافه کرد: در راستای پیگیری بحث بازسازی و نوسازی و توسعه صنعت نساجی تمام صنعتگرانی که در این رابطه آمادگی دارند می‌توانند طرح‌های خود را تهیه کنند و به وزارتخانه ارائه دهند. وزارتخانه نیز تسهیلات ارزی از محل صندوق توسعه ملی برای این موضوع در نظر گرفته است که به صنعتگران و واحدهای صنعتی دارای طرح و برنامه ارائه خواهد کرد. وی به رقابت‌پذیری صنعت نساجی اشاره کرد و افزود: برای رقابت‌پذیری صنعت نساجی اقداماتی انجام گرفته که از جمله آن می‌توان به یکسان‌سازی تعرفه‌های ورودی و واردات پارچه از شکل کیلویی به شکل متری اشاره کرد. چنین اقداماتی باعث شده که واردات نخ و پارچه حدود ۲۰درصد کاهش یابد.

مدیرکل دفتر پوشاک و نساجی وزارت صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه پوشاک زنجیره اصلی و نهایی صنعت نساجی است، گفت: بخش پوشاک در صنعت نساجی از بیشترین ارزش افزوده برخوردار است. در بخش پوشاک برای هدایت واردات به سمت واردات رسمی، اقداماتی انجام گرفته است، اما همچنان در قاچاق پوشاک با مشکل مواجه هستیم.

نصراللهی با اشاره به اینکه کلنگ شهرک صنعتی پوشاک در تهران زده شده است، اظهار کرد: آمادگی خود را اعلام می‌کنیم که در استان اصفهان نیز چنین شهرک صنعتی ایجاد شود. در صورتی صنعت پوشاک می‌تواند حرفی برای گفتن و صادرات داشته باشد که حتما پارامترهای پوشاک در اشل صنعتی در آن موجود باشد.

وی خاطرنشان کرد: برای نخستین‌بار در سند راهبردی توسعه صنعتی کشور، سند راهبردی نساجی و پوشاک نیز ضمیمه شده است. بر این اساس تعهد شده که صادرات پوشاک از ۱۰۰میلیون دلار فعلی به یک‌میلیارد دلار رسانده شود. انجام این مهم مستلزم ایجاد واحدهای صنعتی پوشاک با قابلیت رقابت و برندسازی و کاهش هزینه‌های تولید است.

صنعت غذایی

میوه‌های قاچاق گل سرسبد بازار میوه‌اند

رئیس اتحادیه فروشندگان میوه و سبزی از واردات قاچاقی انگور شیلی، کدو حلوایی ترکیه، سیر چینی، پرتقال مصری، شاه‌بلوط و آووکادو از ترکیه خبر داد و گفت: نارنگی‌های قاچاق پاکستانی با حجم بسیار بالا وارد می‌شوند که سه برابر نرخ واقعی نیز به فروش می‌رسند.

حسین مهاجران در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه واردات مرکبات به کشور ممنوع است، گفت: نارنگی‌های پاکستانی که به‌صورت قاچاق وارد می‌شود به قیمت ۴۵۰۰ تومان در هر کیلوگرم به فروش می‌رسد این در حالی است که قیمت واقعی آنها ۱۵۰۰ تومان است. وی افزود: اگر قرار است این حجم واردات قاچاق به کشور انجام شود بهتر بود که ممنوعیت ورود آنها برداشته می‌شد تا به‌صورت آزاد و قانونی وارد کشور شوند چون با این کار با قیمت واقعی عرضه خواهند شد. مهاجران بیان کرد: با توجه به ممنوعیت ورود مرکبات به کشور برخی میوه‌ها از طریق قاچاق به کشور وارد می‌شوند و به دلیل وجود واسطه‌های زیاد در این زمینه قیمت آنها افزایش می‌یابد. رئیس اتحادیه فروشندگان میوه و سبزی در عین حال تاکید کرد: البته ما علاقه‌مند به ورود و برداشته شدن ممنوعیت واردات در این بخش نیستیم، چون معتقدیم تولیدات‌مان پاسخگوی نیاز داخل است؛ به‌عنوان مثال لیموترش پاکستان در حالی به کشور وارد می‌شود که لیموترش کشور خودمان با کیفیت خوب تولید می‌شود. وی ادامه داد: البته انگور شیلی، کدو حلوایی ترکیه، سیر چینی، پرتقال مصری، شاه‌بلوط و آووکادو از ترکیه نیز به‌صورت قاچاق وارد می‌شود.

مهاجران همچنین اظهار کرد: در حال حاضر هر کیلوگرم پرتقال جیرفت کوهستان ۵۰۰۰ تا ۵۵۰۰ تومان، پرتقال رسمی ۲۰۰۰ تا ۲۵۰۰ تومان، گریپ‌فروت قرمز ۲۰۰۰ تا ۲۵۰۰ تومان، گریپ فروت سفید ۱۲۰۰ تا ۱۵۰۰ تومان و موز ۲۸۰۰ تا ۳۲۰۰ تومان در میادین میوه و تره‌بار به فروش می‌رسد. رئیس اتحادیه فروشندگان میوه و سبزی با بیان اینکه قیمت لیموشیرین در مقایسه با هفته‌های گذشته کاهش یافته است، گفت: هر کیلوگرم لیموشیرین ۱۵۰۰ تا ۲۵۰۰ تومان، سیب ۳۰۰۰ تا ۴۰۰۰ تومان و سیب با کیفیت متوسط ۱۵۰۰ تا ۲۵۰۰ تومان به فروش می‌رسد. وی ادامه داد: هر کیلوگرم نارنگی بندرعباس ۶۰۰۰ تا ۸۰۰۰ تومان، پرتقال شمال ۱۵۰۰ تا ۲۵۰۰ تومان، خیار ۱۵۰۰ تا ۲۵۰۰ تومان و گوجه‌فرنگی ۱۰۰۰ تا ۲۰۰۰ تومان فروخته می‌شود که کاهش چشمگیری داشته است. مهاجران با بیان اینکه این روزها تقاضای خرید انار بسیار افزایش یافته است، افزود: هر کیلوگرم انار ۴۰۰۰ تا ۵۰۰۰ تومان در میادین میوه‌وتره بار به فروش می‌رسد.

خبرنامه

طلا بخریم یا نه؟

رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان طلا، جواهر، نقره و سنگ‌های قیمتی از روند صعودی قیمت طلا در هفته آتی خبر داد و پیش‌بینی کرد به احتمال زیاد این روند تا پایان سال ادامه داشته باشد.

عبدالله محمدولی، یکی از دلایل بالا رفتن قیمت طلا را افزایش تقاضا دانست.

به گزارش خبر آنلاین، وی با بیان اینکه در اواسط هفته گذشته قیمت طلا بسیار افزایش یافت، افزود: در روز چهارشنبه هفته گذشته به دلیل اعلام شاخص‌های کشور چین که نزولی بود شاهد نوساناتی در بازارهای آسیایی و برخی کشورهای اروپایی بودیم که اثرات آن در بورس و پس از آن در بازار طلا نیز مشاهده شد که همه اینها در نهایت به کاهش قیمت طلا منجر شد که البته این روند به اعتقاد بنده موقتی است.

رئیس اتحادیه تولیدکنندگان و صادرکنندگان طلا، جواهر، نقره و سنگ‌های قیمتی در عین حال بیان کرد: در حال حاضر، تحرک و میل نسبت به خرید طلا افزایش یافته و با توجه به عدم تناسب بین عرضه و تقاضا شاهد افزایش قیمت خواهیم بود.

طلای جهانی بعد از افت قیمت رو به صعود رفت

قیمت طلا روز جمعه بعد از افت در چهار و پنج جلسه قبل افزایش یافت.

به گزارش اخبار بانک به نقل از رویترز، بازار سهام آسیا بعد از اینکه نفت روند افت قیمت هشت روزه را متوقف کرد، به‌طور موقتی افزایش یافت. از طرفی سرمایه‌گذاران منتظر نشانه‌های بهبود در اقتصاد چین و بازارهای آشفته آن هستند.

طلای اسپات ۰.۲ درصد افزایش قیمت را تا ۱۰۷۹.۸۱ دلار در هر اونس تجربه کرد، درحالی‌که فیوچرز طلای آمریکا ۰.۶ درصد افزایش قیمت را تا ۱۰۷۹.۹ دلار در هر اونس شاهد بود. طلای اسپات این هفته ۲.۲ درصد افت قیمت را تجربه کرد که بیشترین مقدار از ۶ نوامبر است.

بازگشت بازار سهام جهانی و قیمت نفت باد مخالفی برای طلا محسوب می‌شود. حرکت مثبت در بازار سهام روند رو به افت برای طلا به همراه دارد. بسیاری انتظار ندارند بانک فدرال آمریکا در ماه ژانویه اقدام به افزایش نرخ بهره برای دومین بار کند اما حرف از انجام این کار در سال ۲۰۱۶ مکرر شنیده شده است.

هفته گذشته با توجه به اینکه آشفتگی بازار سهام چین به اشتهای ریسک لطمه زد قیمت این فلز قیمتی به بالاترین میزان در دو هفته بالغ بر ۱۱۱۲ دلار رسید. بانک فدرال در ماه دسامبر نرخ بهره را افزایش داد و انتظار می‌رود در سال ۲۰۱۶ مجموعه‌ای از این افزایش‌ها وجود داشته باشد.

در بازار دیگر فلزات، نقره این هفته حدود نیم درصد افت قیمت را بعد از افزایش ۱ درصدی قیمت در هفته گذشته تجربه کرد. پالادیوم این هفته در حد زیادی بدون تغییر مانده، درحالی‌که هفته گذشته ۱۲ درصد افت داشت و پلاتین حدود ۵ درصد تغییر را در هفته دوم افت تجربه کرد.

ترمز افزایش قیمت سکه آتی کشیده شد

با کشیده شدن ترمز افزایش قیمت دلار و سکه در بازار آزاد، قیمت سکه آتی نیز با کاهش روبه‌رو شد و تا سطح ۹۳۰ هزار تومان افت کرد.

به گزارش ایسنا، کاهش قیمت اونس جهانی و دلار داخلی، قیمت سکه نقدی و آتی را تحت تأثیر قرار داد و با کاهش مواجه کرد، به‌طوری که سکه‌های آتی که در چند روز گذشته با افزایش قیمت سکه نقدی به قیمت‌های بالاتر از ۹۵۰ هزار تومان معامله می‌شدند، تا سطح ۹۳۰ هزار تومان کاهش یافتند.

به این ترتیب، با رسیدن قیمت سکه نقدی در بازار آزاد به ۹۳۰ هزار تومان، سکه سررسید دی ماه نیز با کاهش نسبت به روز گذشته مواجه شد و به قیمت ۹۲۹ هزار تومان رسید و سکه سررسید اسفند نیز با قیمت‌های ۹۲۶ هزار تومان دادوستد شد.

در این میان قرارداد تحویل اردیبهشت سال آینده نیز در قیمت‌های ۹۲۷ هزار تومان معامله شد و همچنین سکه تحویل تیر سال ۹۵ با قیمت ۹۳۰ هزار تومان به کار خود پایان داد؛ علاوه بر این قرارداد تازه وارد شهریور ۹۵ نیز نسبت به سایر قراردادها با قیمت بیشتری دادوستد شد و با قیمت ۹۳۵ هزار تومان به فروش رسید.

برخی تحلیلگران معتقدند، در بازارهای جهانی فشارهای وارده بر بازار بورس چین موجب افزایش تقاضا برای سرمایه‌گذاری در بازار طلا می‌شود؛ اما در طرف مقابل برخی کارشناسان نیز از رشد موقتی بهای اونس سخن می‌گویند که این اظهارنظرهای متفاوت می‌تواند شرایط را برای سرمایه‌گذاری در بازار طلا کمی دشوار کند.

قزاقستان هم به بانک سرمایه‌گذاری زیرساخت آسیا می‌پیوندد

مجلس سنای قزاقستان قرارداد عضویت این کشور در بانک سرمایه‌گذاری زیرساخت آسیا را تأیید کرد.

به گزارش فارس به نقل از اسپوتنیک، مجلس قزاقستان قرارداد عضویت این کشور در بانک سرمایه‌گذاری زیرساخت آسیا را به تصویب رساند.

این بانک با سرمایه اولیه ۱۰۰ میلیارد دلار توسط دولت چین و با عضویت چندین کشور آسیایی تأسیس شده است. ارزش سهام قزاقستان در این بانک حدود ۷۲۹ میلیون دلار اعلام شده است.

بانک سرمایه‌گذاری زیرساخت آسیا با هدف جذب سرمایه و همچنین تأمین سرمایه برای توسعه زیرساخت‌های کشورهای آسیایی تأسیس شده است.

مشکلات ساختاری بانک‌ها، فشار تامین سرمایه به بازار پول

مخاطرات کاهش دستوری نرخ سود بانکی

رئیس کل بانک مرکزی می‌گوید که «سود بانکی افراطی مثبت است»، وزرای اقتصادی، کارشناسان و مدیران عامل بانک‌ها هم تقریبا چنین نظری دارند. شورای پول و اعتبار نیز جلسات متعددی برگزار کرده تا بتواند فاصله بین پنج تا ۱۰درصدی تورم و سود را کاهش دهد؛ اما با این وجود هنوز سود بانکی در مقابل تورم کوتاه نیامده است.

به گزارش ایسنا، بررسی تغییرات نرخ سود و تورم از سال ۱۳۶۳ تاکنون نشان می‌دهد، از این سال به بعد و تا سال‌های دهه ۷۰ تورم بالاتر از نرخ سود بانکی بوده و به نوعی اختلاف موجود به نوعی جریمه سپرده‌گذاران محسوب می‌شود. به طوری که در اوج آن در سال ۱۳۷۴ تورم ۴۹درصدی اما سود بانکی حدود ۱۴درصد شده و جریمه سنگینی به سپرده‌گذاران تحمیل می‌شود. در فاصله سال‌های ۱۳۷۹ تا ۱۳۸۴ تا حدودی شکاف بین تورم و نرخ سود بانکی کمتر بوده است؛ اما باز هم سپرده گذاران هر چند با شدت کمتری جریمه شده‌اند.

اختلافات مثبت و منفی در سود تا سال ۱۳۸۵ و به بعد نیز تکرار شده تا اینکه جریمه سپرده‌گذاران با اختلاف زیادی دوباره در سال ۱۳۹۲ که تورم به طور قابل توجهی بالا بوده و تا مرز ۳۵درصد هم پیش می‌رود به اوج می‌رسد، به‌گونه‌ای که وقتی دولت دهم جای خود را به دولت یازدهم می‌دهد، اختلافی تا بیش از ۱۵درصد بین تورم و سود بانکی وجود دارد.

اما از میانه سال ۱۳۹۲ نرخ تورم در مسیر معکوس قرار گرفته و رو به کاهش پیش می‌رود که در این میان و تا اردیبهشت ماه امسال شورای پول و اعتبار دو بار نرخ سود بانکی را کاهش داد، ولی اکنون نرخ سود ۲۰درصدی مصوب هم حدود ۷درصد با تورم حدود ۱۳،۵درصدی اعلامی در دی ماه فاصله دارد. این همان اختلافی است که رئیس کل بانک مرکزی از آن به‌عنوان سود افراطی مثبت یاد می‌کند.

سیف، با وجود تاکیدی که بر اهتمام بانک مرکزی برای کاهش نرخ سود دارد، از پرداخت سودهای علی‌الحساب بالا، انجماد ۴۵درصد از منابع بانکی و پایین بودن کفایت سرمایه بانک‌ها به‌عنوان برخی عوامل موثر در عدم توانایی برای کاهش نرخ سود یاد کرده است. وی در عین حال با وجود برخی تاکیدات مبنی بر الزام ورود برای کاهش دستوری نرخ سود معتقد است که در شرایط فعلی تا زمانی که زمینه‌های لازم فراهم نشده نمی‌توان نرخ سود بانکی را به‌طور دستوری کاهش داد، چرا که تبعات منفی آن بسیار بالا خواهد بود.

چالش‌های پیش روی کاهش نرخ سود بانکی

این در حالی است که هادی قوامی، عضو ناظر شورای پول و اعتبار نیز در گفت‌وگو با ایسنا، با اعلام اینکه کاهش نرخ سود بانکی به انجام بررسی‌ها و دقت بیشتری نیاز داشته و سیاست‌های دستوری غلط است، درباره شرایط نامطلوبی که موجبات افزایش نرخ سود و به دنبال آن کاهش موفق آن را فراهم آورده است و همچنین اینکه چرا با وجود کاهش نرخ تورم واگرایی بین دو نرخ سود و تورم کاهش پیدا نکرده است؟ توضیحاتی ارائه کرد و گفت که باید ریشه این مسائل را در دو عامل بازدهی فعالیت‌های اقتصادی و همچنین مشکلات ساختاری بانک‌ها جست و جو کرد.

وی با اشاره به بازدهی فعالیت‌های بخش واقعی اقتصاد به‌عنوان عامل اول توضیح داد: در تعادل، نرخ سود واقعی معادل بازده نهایی سرمایه است، که در این حالت در عمل نرخ سود اسمی و نرخ تورم هماهنگ حرکت می‌کنند؛ اما در شرایط فعلی شاهدیم که نرخ سود بانکی روندی واگرا از تورم در پیش گرفته که با اقتضائات کلان اقتصادی کشور هماهنگی ندارد و عملا بانک‌ها با ریسک بالا مبادرت به اعطای تسهیلات گران‌قیمت می‌کنند.

به گفته وی، بالا بودن تقاضا برای تسهیلات بانکی و تلاش متقاضیان به اخذ تسهیلات بدون توجه به هزینه استفاده از آن باعث افزایش ریسک و مطالبات غیرجاری شده و مطالبات غیرجاری به‌شدت افزایش یافته است.

عضو شورای پول و اعتبار با بیان اینکه مشکلات ساختاری که البته مشکلات فرابخشی را شامل می‌شود دیگر عامل مهم مانع از کاهش نرخ سود بانکی با وجود کاهش نرخ تورم است، افزود: مشکل، تمرکز اقتصاد ما بر تامین مالی از بازار پول است. این در حالی است که بازار سرمایه در دو سال گذشته شوک شدیدی داشته و شاخص سهام از ۹۲ به ۶۲هزار واحد کاهش یافته و افراد صاحب دارایی در این بازار از جمله متضرران بزرگ بوده‌اند.

قوامی ادامه داد: مسئله دیگر در این رابطه، رکود بازار املاک و مستغلات است. به هر حال نقدشوندگی پایین دارایی‌ها و عدم کفایت وثایق بانک‌ها موجب شده نتوانند طلب خود را دریافت کنند.

وی اشاره‌ای هم به عدم ایفای تعهد دولت به پیمانکاران در مقابل بدهی‌ها به این بخش به‌عنوان دیگر مشکل فرابخشی در نظام بانکی داشت و افزود: ۴۵۰هزارمیلیارد تومان پروژه نیمه‌تمام داریم که اگر تورم در سطح فعلی باقی بماند و صفر شود و هیچ پروژه جدیدی انجام نشود بیش از ۱۰ سال طول می‌کشد تا در صورت تحقق کامل بودجه عمرانی، تکمیل شود.

لزوم توجه به آمایش سرزمینی

مشکل دیگری که به گفته قوامی اهمیت دارد عدم توجه به آمایش سرزمینی در سرمایه‌گذاری‌هاست. چون این موضوع مورد توجه قرار نمی‌گیرد، بسیاری از پروژه‌ها به دلیل مکان‌گزینی غلط، اقتصادی نیست و بیشتر جنبه سیاسی دارد. در این حالت درآمد، هزینه و سود با مشکل مواجه شده و موتور محرکه این طرح‌ها از کار افتاده است و بازدهی ندارد. در نتیجه سود به زیان تبدیل شده که اوراق مشارکت و به تبع آن بازپرداخت تسهیلات بانک‌ها را با چالش همراه می‌کند. وی در ادامه مسائل درون بخشی در ساختار نظام بانکی را مورد توجه قرار داد و با تاکید بر فعالیت موسسات غیرمجاز و بی‌انضباطی آنها در بازار پول که مانع از کاهش نرخ سود بانکی می‌شود، اظهار کرد: موسساتی که غیرمجازند هیچ سپرده‌ای نزد بانک مرکزی ندارند و کنترل نشده هستند، سودهای بالاتر از عرف سیستم بانکی پرداخت کرده و موجب می‌شوند تا مردم با ترجیح سود آنها، پول خود را از بانک‌ها خارج کرده و به موسسات ببرند.

قوامی با اشاره به پایین بودن سرمایه بانک‌ها نیز گفت: پایین بودن نسبت کفایت سرمایه و به تبع آن کاهش توان تسهیلات‌دهی بانک‌ها موجب شده تا سیستم بانکی نتواند به خوبی در این زمینه عمل کرده و گرفتار شده است.

عامل دیگر درون بخشی که قوامی به آن اشاره کرد حجم بدهی بخش دولتی شامل دولت و شرکت‌های دولتی به بانک‌هاست که فراتر از ۱۱۰ هزارمیلیارد تومان است. رقمی که بیش از ۱۱درصد دارایی بانک‌ها را تشکیل می‌دهد.

وی این را هم گفت که باید مطالبات بانک‌ها بابت انتشار اوراق مشارکت را مورد توجه قرار داد؛ به طوری که مانده مطالبات آنها در این حالت برای طرح عمرانی در پایان سال گذشته به ۱۹،۸ هزارمیلیارد تومان رسیده که بیش از ۲درصد دارایی بانک‌ها را تشکیل می‌دهد.

در عین حال که قوامی معتقد است وجود حدود ۱۰۰ هزارمیلیارد تومان معوقات بانکی، کاهش توان نقدشوندگی طلب بانک‌ها و همچنین ساختار ضعیف حاکمیت شرکتی از دیگر مواردی است که به همراه سایر دلایل عنوان شده برای کاهش نرخ سود بانکی سنگ‌اندازی می‌کند.

عضو شورای پول و اعتبار، با اشاره به روند واگرایی بین نرخ سود بانکی و تورم به‌عنوان بیماری مزمن اقتصاد تاکید کرد که با توجه به مشکلات موجود در حوزه‌های درون‌بخشی و فرابخشی، کاهش دستوری نرخ سود مخاطرات خود را به همراه خواهد داشت به طوری که فضا به نفع موسسات اعتباری غیرمجاز تمام شده و در شرایط رقابت ناسالم آنها، واسطه‌گری بانک‌ها نیز تحت تاثیر قرار می‌گیرد و به تبع آن تامین نقدینگی بنگاه‌های تولیدی و رشد اقتصادی بیش از گذشته تحت‌الشعاع خواهد بود.

گزارش ۲

میزان چک‌های برگشتی با رقم‌های درشت از سال ۸۸ افزایش یافته است

خدشه در اعتبار چک

بانک مرکزی درحالی در یک‌سال اخیر هیچ آماری از چک‌های برگشتی اعلام نکرده که تحلیلگران اقتصادی به نقل از مدیران بانکی از افزایش تعداد و میزان چک‌های برگشتی که نشانه تشدید رکود است، خبر می‌دهند.

آخرین بار آذرماه سال گذشته بود که بانک مرکزی آمار مربوط به چک‌های برگشتی را منتشر کرد و پس از آن، انتشار این آمار متوقف شد. این اتفاق پس از ایجاد سامانه چکاوک صورت گرفت. محمود احمدی دبیرکل بانک مرکزی در این زمینه مطرح کرده بود که با راه‌اندازی این سامانه در مرحله اول روند چک‌های برگشتی افزایشی خواهد بود. دلیل این امر این است که وضعیت چک‌های بلامحلی که صادر و برگشت خورده است، کاملا مشخص می‌شود و آمارها به‌صورت دقیق در سامانه قرار می‌گیرد و با این اقدام آمارهایی که تا آن زمان پوشش داده نشده بود، تحت پوشش آماری بانک مرکزی قرار می‌گرفت. بر این اساس به نظر می‌رسید که با افزایش تعداد چک‌های برگشتی مشخص شده در این سامانه، بانک مرکزی انتشار آمارهای آن را متوقف کرد.

حال پس از گذشت یک‌سال از بانک مرکزی خبر می‌رسد که این بانک گزارش جدیدی از چک‌های برگشتی آماده کرده که به‌زودی و پس از تایید نهایی و احتمالا در هفته آینده منتشر خواهد شد. این گزارش در حال حاضر در انتظار تایید نهایی قائم مقام بانک مرکزی است.

این در حالی است که یک مقام آگاه در بانک مرکزی به مهر درباره دلیل عدم انتشار آمار چک‌های برگشتی طی ماه‌های گذشته عنوان کرد: آمارهایی که پیش از این توسط اداره آمارهای اقتصادی بانک مرکزی منتشر می‌شد، دارای نواقص و ایراداتی بود و حال با رفع این نواقص قرار است آخرین آمارها به‌زودی منتشر شود. وی افزود: بانک مرکزی، بانک‌ها را ملزم به ارائه جزییات آمارهای صدور و برگشت چک‌ها کرده است و باید تمامی آنها را به‌صورت دقیق در سامانه منتشر کنند و با این روش کسری‌های مربوط رفع شده و صحت آمارها تایید شده است.

چک برگشتی‌ها زیاد شد

حیدر مستخدمین حسینی، کارشناس مسائل اقتصادی در گفت‌وگو با مهر این موضوع را که بانک مرکزی به دلیل افزایش میزان ارقام مربوط به چک‌های برگشتی آمارهای آن را از روی سایت خود حذف کرده است تا وضعیت رکودی که ارتباط مستقیم با تعداد چک‌های برگشتی دارد، مشخص نشود را تایید کرد و گفت: در بررسی شرایط رکودی این موضوع که روند مناسبات اقتصادی با تعادل به پیش می‌رود یا خیر، حائز اهمیت است.

معاون اسبق بانک مرکزی و وزیر اقتصاد با بیان اینکه یکی از ابزارهای نشان‌دهنده روند تعادلی اقتصاد این است که ابزارهای مبادلات اقتصادی روندی معیوب به خود نگیرند، افزود: یکی از این ابزارها چک‌های برگشتی و سفته‌های واخواست شده است که روند آن در تجارت بسیار مهم است.

وی با اشاره به اینکه میزان چک‌های برگشتی در سال ۹۳ نسبت به سال ۹۲ براساس آمارهای بانک مرکزی افزایشی بوده است، تصریح کرد: براساس اطلاعات جسته و گریخته اعلام شده توسط بانک‌ها، در سال ۹۴ روند چک‌های برگشتی افزایش یافته و این وضعیت نشان‌دهنده تشدید رکود است.

تاثیر مشکلات اقتصادی

این تحلیلگر مسائل اقتصادی، کاهش حجم تجارت و عدم روند صحیح ابزارهای معاملات اقتصادی از جمله واخواست چک‌ها را از نشانه‌های رکود ذکر و بیان کرد: حذف انتشار برخی از آمارها و عدم ارائه اطلاعات صحیح و به موقع بانک مرکزی از روی سایت این بانک، نشان می‌دهد که وضعیت نامطلوب است، از جمله اینکه بانک مرکزی پیش از این هر سه ماه یکبار وضعیت رشد اقتصادی را اعلام می‌کرد که هم‌اکنون آن را متوقف کرده است. همچنین آمارهای مربوط به وضعیت اوراق بهادار و غیره نیز به همین نحو است.

مستخدمین حسینی اضافه کرد: با عدم انتشار آمارها، بانک مرکزی نمی‌تواند ورودی به اعداد و ارقام واقعی داشته باشد، در حالی که انتشار چنین آمارهایی در تحلیل‌های اقتصادی بسیار موثر است. عدم ارائه اطلاعات در سایت بانک مرکزی نه تنها به شایعات دامن می‌زند بلکه مسائلی هم مطرح می‌شود که ممکن است واقعیت نداشته باشد، این در حالی است که لازم است مسئولان با انتشار آمارها جلوی شایعات را بگیرند.

وی با تاکید بر اینکه عدم انتشار آمارها به این دلیل است که روند چک‌های برگشتی صعودی بوده است، عنوان کرد: یکی از علائم تشدید رکود همین برگشت خوردن چک‌ها است که در حال حاضر در اقتصاد ما رخ داده است؛ کما اینکه برخی از مدیران بانک‌ها نیز به اینکه وضعیت چک‌ها مطلوب نیست اذعان کرده‌اند اما به هر حال باید آمارها متمرکز شود.

این تحلیلگر مسائل اقتصادی تاکید کرد: دولت باید برنامه مدونی برای رشد اقتصادی و خروج از رکود داشته باشد، در غیراین صورت همچنان با بحران افزایش چک‌های برگشتی مواجه خواهیم بود. افزایش چک‌های برگشتی هیچ‌گونه سنخیتی با رشد اقتصادی ندارد.

وی یکی از پارامترها و علائم رشد و توقف رکود را افزایش یا کاهش چک‌های برگشتی دانست و تصریح کرد: دو بسته خروج از رکود و تسریع رونق اقتصادی دارای اشکالات زیربنایی زیادی بود و به دلیل اینکه تنظیم آن با تعجیل انجام شده بود، از کارایی لازم برخوردار نبوده و تغییری را در اقتصاد کشور ایجاد نکرده است.

مستخدمین حسینی گفت: از سال ۸۸ به بعد آمار چک‌های برگشتی روندی تصاعدی به خود گرفت و چک‌های برگشتی نه‌تنها به لحاظ تعداد رشد بالایی داشتند بلکه چک‌های با ارقام بسیار بالایی برگشت خورده است.

نرخنامه

دلار ۳،۶۴۵ تومان

صرافان بازار ارز و سکه نرخ هر دلار آمریکا را ۳،۶۴۵ تومان و هر قطعه تمام بهار سکه آزادی طرح جدید را ۹۲۹،۰۰۰ تومان تعیین کردند.

هر یورو در بازار آزاد ۳،۹۹۰ تومان و هر پوند نیز ۵۲۷۰تومان قیمت خورد. همچنین هر نیم سکه ۴۷۰،۰۰۰تومان و هر ربع سکه ۲۵۴،۰۰۰ تومان فروخته شد. هر سکه یک گرمی ۱۷۰،۰۰۰ تومان خریدوفروش شد و هر گرم طلای ۱۸ عیار ۹۴،۸۸۰ تومان قیمت خورد. هر اونس طلا هم در بازارهای جهانی ۱۰،۸۳۷۰ دلار بود.

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت	
اونس طلا	۱۰،۸۳۷۰	▼
مثقال طلا	۴۱۱،۰۰۰	▼
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۹۴،۸۸۰	▼
سکه بهار آزادی	۹۲۸،۰۰۰	▼
سکه طرح جدید	۹۲۹،۰۰۰	▼
نیم سکه	۴۷۰،۰۰۰	▼
ربع سکه	۲۵۴،۰۰۰	▼
سکه گرمی	۱۷۰،۰۰۰	▼

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت	
دلار آمریکا	۳،۶۴۵	▼
یورو اروپا	۳،۹۹۰	▼
پوند انگلیس	۵۲۷۰	▼
درهم امارات	۱۰۰۰	▼
لیر ترکیه	۱،۲۳۸	▼
یوان چین	۵۶۴	▼
ین ژاپن	۳۰	▼
دلار کانادا	۲،۶۰۰	▼
فرانک سوییس	۳،۶۳۰	▼
دینار کویت	۱۲،۰۰۰	▼
ریال عربستان	۹۷۵	▼
دینار عراق	۲،۹۵	▼
روپیه هند	۵۷	▼
رینگت مالزی	۸۷۸	▼

بانکنامه

شرایط برای برقراری ارتباط با بانک‌های خارجی فراهم است

لزومی ندارد مقررات ما تغییری داشته باشد بلکه ما باید خودمان را به استانداردهای بین‌المللی نزدیک کرده و خود را هماهنگ کنیم.

حسن معتمدی، مدیرعامل بانک اقتصاد نوین در گفت‌وگو با ایلنا در پاسخ به این پرسش که آیا شرایط برای برقراری ارتباط با بانک‌های خارجی در حال حاضر فراهم شده یا خیر؟ اظهار داشت: بله شرایط کاملا فراهم است. وی همچنین در خصوص اینکه آیا نیاز به تغییر مقررات پس از اجرای برجام وجود دارد؟ افزود: خیر، لزومی ندارد مقررات، تغییری داشته باشد بلکه ما باید خودمان را به استانداردهای بین‌المللی نزدیک کرده و خود را هماهنگ کنیم. معتمدی خاطر نشان کرد: ارتباطات بین‌المللی درحال حاضر هم وجود دارد اما پس از برجام به جای پنج بانک با ۵۰۰ بانک ارتباط خواهیم داشت. وی همچنین در مورد برنامه بانک اقتصاد نوین تا پایان سال افزود: یک برنامه مفصل استراتژیک و نیز یک برنامه عملیاتی داریم که توسعه خدمات، کیفیت و کمیت خدمات و نیز توسعه شبکه مشتری از جمله برنامه‌های ما است. معتمدی در خاتمه گفت: بانک اقتصاد نوین جزو بهترین شبکه‌های بانکی الکترونیک در کشور است و با شرایط موجود رتبه بالای ۹۰ را دارا هستیم.

مانع اصلی افزایش سرمایه بانک‌ها ماده ۵ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ است

موانع جدی برای افزایش سرمایه وجود دارد که یکی از این موانع ماده ۵ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ است که به نوعی به‌عنوان مانع اساسی برای افزایش سرمایه بانک‌ها عمل می‌کند.

امیرحسین امین آزاد، مدیرکل سابق مقررات و مجوزهای بانکی و مبارزه با پولشویی در گفت‌وگو با ایلنا در پاسخ به این پرسش که آیا بانک‌های ایرانی برای شراکت با بانک‌های خارجی نیازمند افزایش سرمایه هستند؟ گفت: در موضوع افزایش سرمایه بحث سهامدار مطرح است و چارچوب‌های مقرراتی که کمک کند تا سهامداران یا مالکین بانک‌ها برای افزایش سرمایه ترغیب شوند اما قوانین نیاز به اصلاح دارد تا همکاری‌های لازم صورت گیرد. وی افزود: البته موانع جدی برای افزایش سرمایه وجود دارد که یکی از این موانع، ماده ۵ سیاست‌های کلی اصل ۴۴ است که به نوعی به‌عنوان مانع اساسی برای افزایش سرمایه بانک‌ها عمل می‌کند. امین‌آزاد افزود: در بحث بانک‌های خارجی موضوع متفاوت است، زیرا باید افزایش سرمایه به حداقل استانداردهای لازم برای تعامل با همتای خارجی برسد اما مقررات بانکی ما در این زمینه مشکلات جدی دارد و برای افزایش سرمایه باید مقررات اصلاح شود. وی همچنین در مورد تأسیس بانک در مناطق آزاد افزود: بحث تأسیس بانک در مناطق آزاد جدا از سرزمین اصلی نیست. اگر مشکلات را در سرزمین اصلی حل کنیم قطعاً در مناطق آزاد هم می‌توانیم به اهداف مورد نظر خود دست پیدا کنیم و به موفقیت نائل شویم.

یادداشت

بانک‌ها و زیرو بم‌های برجام

پدرام سلطانی
نایب رئیس اتاق ایران

اغلب مدیران بانکی اذعان دارند که سیستم بانکی ما آمادگی لازم را برای ارتباط کامل و سریع با سیستم بانکی جهانی ندارد. این موضوع دلایل متعددی دارد. البته نباید این‌طور برداشت شود که با اجرایی شدن برجام، روابط بلافاصله برقرار نمی‌شود. به اعتقاد من این ارتباط برقرار خواهد شد اما نه با کیفیت و وسعت مطلوب.

نخست: همانطور که در گلایه بانک‌ها مشهود است، بانک مرکزی ما هم شبیه همه بخش‌های کشور در چند ماهی که تا اجرای برجام بود سرعت و جدیت لازم را برای انجام مذاکرات، هماهنگی‌ها و تنظیماتش به خرج نداده و طبیعتا بخشی از کار مثل همیشه با تأخیر انجام می‌شود. شاید بعد از اجرای برجام مسئولان باور کنند این اتفاق افتاده و به سمت حل مشکلات و تنگناها بروند.

دوم: بانک‌های ما چندین سال از تغییر و تحولات مقررات بانکی و نظام تأمین مالی جهانی به دور بودند. درحالی‌که بانک‌های ما تلاش می‌کنند خودشان را با مقررات بانکداری بین‌المللی بازل ۲ تطبیق دهند، بازل ۳ در دنیا مورد توافق و به اجرا گذاشته شده است. در قالب همین موضوع، الزاماتی که برای استقرار کامل‌تر و جدی‌تر حاکمیت شرکتی در نظام بانکی باید به وجود بیاید در بانک‌های ما به دلیل اینکه نیازش احساس نمی‌شده اتفاق نیفتاده است، به همین جهت بانک‌های ما شفافیت لازم را در قیاس با استانداردهای جهانی ندارند و باز هم به همین دلیل سازو کارهای مقابله با پولشویی و جرایم بانکی را در حد مورد نیاز و توقع دنیا در خودشان مستقر نکردند؛ بخشی به جهت تحریم‌ها نمی‌توانست انجام شود، بخشی دیگر هم به دلیل همین تحریم‌ها جدی گرفته نشد و بخش دیگری هم به دلیل مشکلات بانک‌ها مورد غفلت قرار گرفت و بانک‌های ما از به‌روز شدن جا ماندند.

سوم: هیچ‌کدام از بانک‌های ما گزارش‌های مورد تأیید موسسات معتبر حسابرسی جهانی را ندارند، گزارش‌هایی که بتواند وضعیت سلامت مالی آنها را تأیید کند و براساس آن رتبه و شاخص‌های مورد توجه بانک و ریسک اعتباری بانک مشخص شود و سایر مواردی که در این گزارش‌ها قابل احصا خواهد بود.

چهارم: مسئله‌ای که همیشه گفته شده و می‌تواند از موارد بالا بسیار مهم‌تر باشد، وضعیت نامطلوب بانک‌های ما از نظر میزان مطالبات معوق‌شان است. طبیعتا زمانی‌که گزارش حسابرسی بانک‌ها منتشر و توسط موسسات معتبر تأیید شود نشان می‌دهد بانک‌های ما خیلی بالاتر از استانداردهای جهانی مطالبات معوق دارند، که حتی برخی از این بانک‌ها می‌توانند بر اساس این گزارش‌ها ورشکسته تلقی شوند.

پنجم: اندازه بانک‌های ما کوچک و سرمایه‌شان پایین است. به همین دلیل ناچاریم در آغاز اجرایی شدن برجام از بانک‌های کوچک، درجه دو و سه استفاده کنیم. بانک‌های بزرگ ریسک بانک‌های ما را بالا می‌بینند و به نظر می‌رسد تمایل‌شان را با سرعت اعلام نکنند. بنابراین شروع کار با بانک‌های کوچک خواهد بود، بخشی به دلیل ناچاری و دیگری به خاطر عدم تمایل بانک‌های بزرگ. آنها منتظرند گزارش‌های حسابرسی و مالی ما منتشر شود، رتبه‌بندی‌های بین‌المللی اعلام شود و وضعیت شفاف‌تر شود و بعد تصمیم بگیرند. البته به نظر من بانک مرکزی می‌توانست نمونه‌های بیشتری از بانک‌های همانند بانک مسقط را معرفی کند که حق انتخاب بیشتری برای بانک‌های ما باشد، که به نظر می‌رسد این هم متأسفانه با تأخیر انجام می‌شود.

توصیه: تسریع در دادن مجوز به بانک‌های خارجی به حل این مسائل کمک نمی‌کند، بلکه عملاً کانال‌هایی را به وجود می‌آورد که تا حدودی جایگزین کانال‌هایی برای تبادلات بین‌المللی بانک‌های داخلی شوند و اگر بانک‌های ما مشکلات و مسائل‌شان را در کوتاه‌مدت حل نکنند به نوعی می‌تواند تهدیدی برای بانک‌های داخلی باشد.

پیشنهادات: اتفاقی که باید در نظام بانکی ما بیفتد و درجه آمادگی آنها بالاتر و درجه ریسک‌شان پایین‌تر بیاید طبیعتا به غیراز مدیریت و حل و فصل مسائل باید تلاش کنند، سرمایه‌های خودشان را افزایش دهند. دیگر اینکه تعامل‌شان با خارج از کشور این باشد که به سمت عرضه سهام به بانک‌های خارجی بروند و بخشی از سهامداران‌شان بانک‌های خارجی به‌ویژه بانک‌های معتبر و جهانی باشند.

کار دیگری که می‌توان انجام داد ادغام است. در این شرایط، بزرگ شدن به شیوه ارگانیک یعنی افزایش سرمایه یا بزرگ شدن با سودشان، زمانبر بوده و قطعاً تا چند سال آینده هم بانک‌ها را به جایی نمی‌رساند که بهتر است چند بانک با هم ادغام شوند. اقدام دیگری که بانک مرکزی می‌تواند انجام دهد در خصوص موسسات مالی و اعتباری غیرمجاز است، کاری که به ناچار شروع کرد اما می‌توان آنها را به قصد جذب شدن به بانک‌های فعلی مدیریت کرد. با این روش هم بساط موسسات غیرمجاز را جمع می‌کند و هم باعث بزرگ‌تر شدن بانک‌های فعلی خواهد شد.

بانک مرکزی باید همزمان با اجرایی شدن برجام سخت‌گیری‌هایش را نسبت به موسسات پولی و مالی غیرمجاز بیشتر کند. همچنین باید به بانک‌های بین‌المللی هشدار دهد که با این موسسات کار نکنند چون برخی از آنها ورشکسته هستند و می‌توانند تبدیل به یک آبروریزی برای نظام بانکی شوند. حتماً باید روشنگری کند بانک‌های مجاز ما کدام‌ها هستند و بانک‌های جهانی فقط با آنها کار کنند.

پیشنهاد دیگر ساماندهی صرافی‌هاست که دولت در دوران تحریم‌ها ناچار به استفاده از آنها بود. اما برخی از آنها روش‌های مالی غیرشفاف دارند و شائبه پولشویی هم در آنها وجود داشت.

فعالان بخش‌خصوصی در آستانه اجرایی شدن برجام از وضعیت بانک‌ها گفتند

بانک‌های خصوصی هوشیارتر از بانک مرکزی

مینوگله

برجام به روزهای اجرایی می‌رسد و حالا دیپلماسی خارجی توپ را به فعالان اقتصادی پاس می‌دهد که در نهایت پیش پای بانک‌ها جاخوش می‌کند. توپی که شاید انتظار دارند بانک‌ها از هر پاس آن یک گل طلایی بسازند. اکنون مذاکرات فروکش کرده و همه در انتظار مفاد آیین‌نامه و دستورالعمل‌های اجرایی شدن برجام هستند امااجتناب‌ناپذیر است که ابزار شروع مجدد این ارتباط بین‌المللی بانک‌ها هستند. بانک‌هایی که در سال‌های اخیر به خصوص در چند ماه گذشته به دلیل تحریم‌ها و عدم همکاری بانک‌های بین‌المللی از فضای کار به دور بوده و متحمل فشارهای زیادی شدند. اما حالا این انزوا چه مسئله‌های جدیدی را در شروع دوباره پیش پای آنها می‌گذارد، فعالان اقتصادی حرف‌هایی دارند. رئیس اتاق ایران که در جلسات بانک مرکزی در خارج از کشور حضور داشته، معتقد است بانک مرکزی تمام تلاشش را برای برقراری روابط کارگزاری با بانک‌های خارجی انجام داده است. براساس گفته‌های عضو بانکی و مالی گروه مذاکره‌کننده هسته‌ای ایران در جلسه یاد شده، تنها بانک مسقط آماده کار با ایران است، بانکی که به اعتقاد برخی از مدیران بانک‌ها و همچنین فعالان اقتصادی بانک مهمی نیست.

اما محسن جلال‌پور تلاش بانک مرکزی را برای ایجاد ارتباط کارگزاری با بانک‌های خارجی را بیشتر می‌داند. او به «فرصت امروز» می‌گوید: بانک مرکزی با چندین بانک خارجی روابط کارگزاری‌اش را انجام داده، اما آنها بانک مرکزی را متعهد کردند که تا پیش از اجرایی شدن برجام نامی از آنها برده نشود. رئیس اتاق ایران اما از نگرانی‌های بخش‌خصوصی هم حرف‌هایی دارد. به گفته جلال‌پور، سیستم بانکی تجربه و ظرفیت لازم را برای حضور حرفه‌ای ندارد. او می‌گوید: بانک‌های خصوصی به دلیل تحریم نبودن، جلوتر از بانک‌های دولتی هستند و آنها توانستند خودشان را تقریبا به روز و کارآمد کنند، اما دیگر بانک‌ها باید به سرعت با شرایط امروز دنیا هماهنگ کنند. رئیس پارلمان بخش‌خصوصی معتقد است حضور بانک‌های خارجی می‌تواند باعث افزایش رقابت، پرکردن خلأهای موجود و تلاش بانک‌ها برای ارتقای سیستم‌های‌شان شوند. او همچنین معتقد است با اجرایی شدن برجام مشکلات سیستم بانکی کشور در زمان کوتاهی حل خواهد شد.

کار سخت ایران با موسسات بزرگ بانکی و بیمه‌ای

اما به گفته یک عضو کمیسیون صنعت و معدن، اتاق تهران نگرانی‌های دیگری دارد. این فعال اقتصادی که تجربه زیادی در فضاهای بین‌المللی دارد، معتقد است مواد آیین‌نامه و دستورالعمل‌هایی که اروپایی‌ها و آمریکایی‌ها در روز اجرایی شدن برجام آن را منتشر خواهند کرد برای ما بسیار مهم است. فریال مستوفی در این‌باره به «فرصت امروز» می‌گوید: درست است که تحریم‌ها برداشته شده اما برای ما مهم است که موسسات مالی و بیمه‌ای بزرگ در دنیا با ما کار کنند و در این دستورالعمل‌ها مانعی برای آنها نباشد. آیا یک مؤسسه بزرگ که با آمریکا کار می‌کند، حاضر است با کشوری مثل ما هم کار کند. ممکن است این موسسات مالی و بیمه‌ای براساس ارتباطات قابل توجهی که با برخی کشورها دارند، نتوانند ایران را در گزینه‌های انتخابی‌شان قرار دهند. به همین دلیل من فکر می‌کنم کمی زود است برای اینها برنامه‌ریزی دقیق کنیم. مستوفی در خصوص بانک مسقط به‌عنوان نخستین گزینه بانک مرکزی پیش‌روی فعالان اقتصادی معتقدند، بانک مهم و درجه یکی نیست، اما شروع کار با این بانک را کار درستی می‌دانند، این زن فعال اقتصادی با اشاره به اینکه بانک‌های خصوصی کمی آماده‌تر از بانک مرکزی هستند، می‌گوید: برای اینکه بتوانیم با بانک‌های مهم بزرگ دنیا کار کنیم به زمان نیاز داریم، بنابراین برای شروع بهتر است با بانک‌های درجه دو و به پایین‌تر کار کنیم. من خوش‌بین نیستم اما امیدوارم این پیش‌بینی من درست نباشد. مستوفی این راهکار را نه فقط به خاطر مشکلاتی که ممکن است در بانک‌های کشور وجود داشته باشد که به دلیل ریسک بالای ایران برای سرمایه‌گذاران خارجی می‌داند. به اعتقاد وی، ریسک بالا در ایران کار با بانک‌ها و موسسات مالی و بیمه‌ای بزرگ را سخت و گاهی غیرممکن می‌کند. این عضو اتاق تهران به بدهی ایران به برخی شرکت‌های بیمه‌ای خارجی اشاره می‌کند که تا حل نشدن آنها اجازه پوشش بیمه‌ای برای فاینانس‌های جدید صادر نخواهند کرد، مسئله‌ای که دری اصفهانی برطرف کردن آن را تا هفته آینده ممکن دانسته، این فعال اقتصادی امیدوار است که به‌زودی این مسئله حل شود.

فریال مستوفی اما به نکته دیگری نیز اشاره دارد. او فعالان اقتصادی، دولت و سرمایه‌گذاران را به مذاکرات مناسب و حل مشکلات در فضای بین‌المللی توصیه می‌کند. او می‌گوید: ما از این پس در فضاهای بین‌المللی، در سمینارها و نشست‌های اقتصادی بیشتری حضور خواهیم داشت و به لحاظ بازار مهمی که در کشورمان فراهم شده است، علاقه‌مندان و به دنبال آن هم به دلیل اتفاقات و تحریم‌هایی که در سال‌های اخیر داشتیم تنش‌هایی هم پیش‌بینی می‌شود اما ما به‌عنوان فعالان اقتصادی ضرورت دارد در هر فضای بین‌المللی راه مذاکره و گفت‌وگو را در پیش بگیریم و مسئله‌های‌مان را حل کنیم. فریال مستوفی همچنین از مشکلات زیاد سرمایه‌گذاران داخلی گلایه دارد و معتقد است با موانع زیادی که برای آنها وجود دارد به سختی می‌توان نظر سرمایه‌گذار خارجی را جلب کرد. همچنین به گفته وی دولت درحوزه اقتصاد شعارهای زیادی می‌دهد اما کار عملیاتی‌اش ناچیز است.

بانک‌ها و چندین اشتباه

آماده نبودن بانک‌ها تنها در اجرای برجام نیست. نظری که رئیس کمیسیون صنعت اتاق تهران در خصوص وضعیت بانک‌ها دارد. مهدی پورقاضی می‌گوید: بانک‌ها پیش از برجام هم سیاست‌های خوبی نداشتند. او به اشتباهات آنها اشاره کرده و ادامه می‌دهد: مثلا سپرده‌های‌شان را عموما در کارهایی مثل املاک، مسکن و... به کار گرفتند که بازگشتش بسیار کند است و این باعث شده که سرمایه‌های بانک‌ها افت پیدا کرده و این کار توانایی آنها را برای بانکداری کاهش داده است. به گفته این عضو اتاق تهران، بانک‌ها با این کار شروع به دادن بهره‌های بالا کردند و معمولاً کسانی که بهره بالا می‌گیرند، کارهایی انجام می‌دهند که ریسک‌شان بالاست و نتوانستند بدهی‌شان را بپردازند. پور قاضی می‌گوید: این اتفاق منابع بانک‌ها را ضعیف‌تر کرد، درحالی‌که اگر این‌طور نمی‌شد و منابع بانک‌ها به یک میزان ضعیف نمی‌شد بازهم میزان سرمایه بانک‌ها با کار برای بانک‌های حتی درجه ۳ بین‌المللی ضعیف بود. به گفته وی، بانک‌های خصوصی اگر چه آماده هستند، اما ضعف منابع مشکل بزرگی بر سر راه آنهاست. او معتقد است بانک‌ها همچنان در حال تکراراین اشتباه هستند. به گفته رئیس کمیسیون صنعت اتاق تهران، نه‌تنها سیستم‌های بانکی در ایران به روز نیستند که مدیران صنعتی هم ازروش‌های بین‌المللی عقب افتاده‌اند. پور قاضی نیز مانند دیگر همتایانش ورود بانک‌های خارجی را در حل این مشکلات مؤثر می‌داندو او نیز مانند رئیس اتاق ایران حل مشکلات سیستم بانکی و هماهنگ شدن با بانک‌های خارجی را در زمان کوتاه امکان‌پذیر می‌داند. اما مهدی جهانگیری که خود تجربه شرکت سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی و گردشگری و بانک گردشگری را در تجربه دارد. به‌گونه دیگری به وضعیت بانک‌ها و سیستم ارتباطی شان در برجام نگاه می‌کند ورود بانک‌ها به فضای بین‌المللی را یک مسابقه تعبیر می‌کند. نایب رئیس اتاق تهران معتقد است با لغو تحریم‌ها بانک‌ها برای منافع خودشان هم که شده در این دوی ماراتن شرکت خواهند کرد. او می‌گوید: به نظر من نباید دغدغه‌ای برای آمادگی یا عدم آمادگی بانک‌ها داشته باشیم، خیلی از این بانک‌ها در دوران تحریم از یک توان حداقلی برای دور زدن تحریم‌ها استفاده کردند. او معتقد است، سیستم بانکی مشکلی از این بابت ندارد. همه آماده‌اند و باید فضای رقابت فراهم شود. بانکی که آماده نیست حذف و بانکی که آماده است بهتر عرض اندام کرده و مشتریان را جذب خواهد کرد. به اعتقاد وی، نباید برای همه بانک‌ها یک جور قضاوت کرد.

به گزارش «فرصت امروز» و براساس اقدامات بانک مرکزی، بانک مسقط به‌عنوان نخستین بانک خارجی از روز اجرایی شدن برجام برای معاملات بانکی آماده به کار است. عضو بانکی و مالی گروه مذاکره‌کننده هسته‌ای ایران در نشست یاد شده در اتاق تهران به فعالان اقتصادی اطمینان داد که به‌زودی کار با بانک‌های دیگر را هم در برنامه دارد. عبدالرسول دری اصفهانی تمایل به کار این بانک را با بانک‌های معدود، پرهیز از اشتباه و آماده شدن برای کار با بانک‌های بزرگ عنوان کرد. این در حالی است که بانک‌های خصوصی پاسارگاد، پارسیان و سامان به گفته خودشان ارتباط کارگزاری با برخی بانک‌های خارجی را آغاز کرده‌اند و از بانک مرکزی انتظار سرعت عمل بیشتری داشتند. به نظر می‌رسد گزارش‌های روزهای آغازین برجام می‌تواند مستنداتی بر چگونگی سیستم‌های بانکی و ارتباطات آنها با فضای بین‌المللی باشد.

اصناف

کسادی تالارهای پذیرایی با تغییر سبک زندگی مردم

ساناز کلاهدوز

خسرو ابراهیمی‌نیا، رئیس اتحادیه تالارهای پذیرایی و تجهیز مجالس «تهاجم فرهنگی در میان جوانان» را مهم‌ترین دلیل برای ایجاد تغییر در شیوه برگزاری مجالس دانسته و می‌گوید همین موضوع سبب کسادی بازار کار هم صنفانش شده است. با او درباره مشکلات شغلی‌اش گفت‌وگویی داشته‌ایم که در ادامه می‌خوانید:

اهم مشکلاتی صنف شما چیست؟

با توجه به اینکه شکل کاری تالارهای پذیرایی به‌گونه‌ای است که با آرزوهای مردم ارتباط دارد، مشکلات آن هم بیشتر خواهد بود که در اغلب مواقع با مشکلات سایر صنوف تفاوت بسیاری دارد، زیرا هنگامی که خانواده‌ای به یک تالار پذیرایی مراجعه می‌کنند، به دنبال برگزاری یک شب به یاد ماندنی هستند که باید تمام سعی خود را داشته باشیم تا بهترین شرایط برای آنها ایجاد شود.

یکی از مشکلات جدی که تالارها دارند این است که کالایی برای فروش ندارند که اگر امروز به فروش نرفت هیچ نگرانی نداشته باشند، زیرا اگر یک تالار پذیرایی یک شب مراسمی برگزار نکند به معنی این است که یک شب را از دست داده که امکان جبران آن وجود ندارد و این به این معنی است که ممکن است در یک ماه چندین شب را خالی باشد و از دست بدهد اما این در حالی است که باید هرروز به قول معروف چراغ‌های تالار روشن و همه پرسنل حاضر باشند تا در صورت مراجعه مشتری به تالار، همه شرایط و امکانات آماده ارائه باشد که این موضوع موجب افزایش هزینه‌ها می‌شود، درحالی‌که شاید در آن ماه درآمد طبق انتظار و متناسب با هزینه‌ها نباشد.

با توجه به شرایط فعلی و تغییر الگوی جوانان برای برگزاری مراسم، صنف شما هم با مشکل جدی مواجه شده است؟

بله. متأسفانه در حال حاضر در ایامی هستیم که همه واحدهای ما انتظار رونق بازار را دارند اما جوانان ما به دلیل تهاجم فرهنگی که از کشورهای دیگر، فضاهای مجازی و... آمده است، مراسم خود را در باغات دور از شهر برگزار می‌کنند که این عاملی برای ایجاد رکود و کسادی در کار صنف ما است و تمام تلاش صنف هم این است که با همکاری نیروی انتظامی و اماکن از ادامه این موضوع جلوگیری کنیم.

از سوی دیگر یکی از مشکلات صنف ما با وزارت نیرو و سازمان آب است، زیرا ما خواستار این هستیم که نگاه به صنف ما تجاری نباشد و کمی بیشتر مراعات حال واحدهای ما را بکنند زیرا یک تالار پذیرایی امکان تغییر شغل خود را ندارد و مجبور است با هر شرایطی به شغل خود ادامه دهد. از طرفی چاپ آگهی‌های واحدهای فاقد مجوز در روزنامه‌ها ضربه جدی به فعالیت صنف ما می‌زند و اگر روزنامه‌ها جلوی این اقدامات را بگیرند، کمک جدی به ما کرده‌اند.

در روزهای اخیر اطلاعیه‌ای از اتاق اصناف برای اتحادیه صنوف درباره عدم چاپ آگهی از واحدهای فاقد مجوز در روزنامه‌ها ارسال شد، نظر شما در این باره چیست؟

از نظر من اقدام بجا و درستی است اما اجرای آن مدت زمان زیادی زمان می‌برد و اجرای آن به سرعت انجام نخواهد شد، در صورتی که اگر این اقدام به سرعت انجام شود و سر و سامانی به این بخش بدهند، موجب ایجاد آرامش در جامعه خواهد شد.

شرکت ملی گاز ایران
شرکت گاز استان بوشهر

آگهی مناقصه عمومی
یک مرحله ای (۹۴/۴۲)
نوبت دوم

شرکت گاز استان بوشهر در نظر دارد انجام خدمات ذیل را براساس مشخصات و شرایط کلی مندرج در جدول و از طریق برگزاری مناقصه عمومی به شرکت واجد شرایط واگذار نماید.

۱	نام و نشانی مناقصه گزار	شرکت گاز استان بوشهر- بوشهر- فلکه قدس- بلوار رئیسعلی دلواری - نرسیده به چهارراه کشتیرانی
۲	شرح خدمات	ترمیم آسفالت مسیر انشعابات و شبکه گاز در شهر برازجان به مساحت تقریبی ۴۳۰۰۰ متر مربع بصورت پراکنده
۳	نوع مناقصه	یک مرحله ای
۴	مکان توزیع و تحویل اسناد	امور حقوقی و قراردادهای شرکت گاز استان بوشهر
۵	آخرین مهلت اعلام آمادگی و ارسال اسناد مناقصه گران	تا ساعت ۱۵ روز یکشنبه ۱۳۹۴/۱۱/۱۱
۶	اولین روز توزیع اسناد	از ساعت ۱۰ روز شنبه ۱۳۹۴/۱۱/۱۷
۷	آخرین روز توزیع اسناد	تاساعت ۱۴ روز دوشنبه ۱۳۹۴/۱۱/۱۹
۸	مکان و زمان تحویل پیشنهادها	دبیرخانه رمز محرمانه شرکت گاز استان بوشهر- تا ساعت ۱۳ روز دوشنبه ۱۳۹۴/۱۲/۳
۹	محل و زمان گشایش پیشنهادها	سالن کنفرانس شرکت گاز استان بوشهر- روز ۱۳۹۴/۱۲/۳
۱۰	برآورداولیه	۲۳/۴۵۸/۰۰۰/۰۰۰ ریال
۱۱	نوع ومیزان تضمین شرکت در مناقصه	ضمانتنامه معتبر بانکی ۷۶/۸۷۴/۰۰۰ ریال
۱۲	رتبه بندی	۱-گواهینامه صلاحیت پیمانکاری در رشته راه و ترابری از معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی ۲- ارائه تائیدیه صلاحیت انجام کار از نظر ایمنی از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی
۱۳	ارائه صورتهای مالی حسابرسی شده الزامی می باشد.	

از کلیه شرکتها/ پیمانکاران واجد شرایط دعوت می شود ضمن اعلام آمادگی کتبی جهت شرکت در مناقصه از طریق نمابر ذیل، فرم مدارک لازم و شرایط پذیرش شرکت کنندگان در مناقصات را که در شبکه اطلاع رسانی این شرکت به آدرس www.nigc-boushehr.ir موجود می باشد را با دقت تکمیل و به همراه مدارک مربوطه(به همراه CD مدارک) بلافاصله پس از چاپ آگهی نوبت اول و دوم به آدرس: بوشهر- فلکه قدس – بلوار رئیسعلی دلواری – نرسیده به چهارراه کشتیرانی- امور حقوقی و قراردادها ارسال و یا توسط نماینده آن شرکت تحویل نمایند تا پس از بررسی اسناد و مدارک واصله در چارچوب ضوابط و مقررات داخلی از شرکت های واجد شرایط جهت دریافت اسناد و مدارک مناقصه دعوت بعمل آید. شناسه ملی بهمراه فرمهای ارزیابی کیفی پیمانکاران الزامی می باشد.
تلفن:۰۷۷۳۳۳۳۷۶۰۳ - ۰۷۷۳۱۶۶۴۲۹۱
فکس جهت اعلام آمادگی :۰۷۷-۳۳۳۳۰۹۶۴ شماره تائیدیه فاکس :۰۷۷-۳۱۶۶۴۱۱۵

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۴/۱۰/۲۴
تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۴/۱۰/۲۶
۱۲۷۳
روابط عمومی شرکت گاز استان بوشهر

عمران

بازار مسکن خرداد ۹۵ از رکود خارج می‌شود

رئیس اتحادیه صنف مشاوران املاک کشور با اعلام اینکه تا پایان سال ۹۴ اتفاق خاصی در بخش مسکن نمی‌افتد و بازار مسکن ثبات دارد، گفت: با توجه به زمان نقل و انتقالات در خرداد و تیر؛ رونق به بازار مسکن بازمی‌گردد. به گزارش تسنیم، حسام عقبایی گفت: ارائه تسهیلات بانکی در شرایط فعلی یکی از عوامل محرک در رونق بازار مسکن است، ولی با توجه به اینکه تسهیلات وام مسکن فقط ۲۰درصد ارزش قیمت مسکن است، در شهرهای بزرگ اثر بخش نیست.

وی گفت: ارائه تسهیلات بانکی باید با رویکرد عدالت اجتماعی صورت گیرد زیرا در هر نقطه از کشور قیمت زمین و مسکن متفاوت است. عقبایی با بیان اینکه ارائه تسهیلات نیازمند رویکرد بومی‌سازی است، گفت: باید روش‌های ارائه تسهیلات مسکن از سایر تسهیلات جدا شود. وی افزود: هزینه دریافت تسهیلات بانکی در کشور بالا است و یک شخص برای دریافت وام ۶۰میلیون تومان باید یک ششم تسهیلات را برای خرید اوراق امتیاز تسهیلات مسکن پرداخت کند. رئیس اتحادیه صنف مشاوران املاک تصریح کرد: کارمزد برای فروش اقساط مسکن باید کاهش یابد تا هزینه دریافت تسهیلات به حداقل برسد.

وی ادامه داد: با توجه به مسائل اقتصادی و سیاسی تا پایان سال ۹۴اتفاق خاصی در بخش مسکن نمی‌افتد و بازار مسکن ثبات دارد. عقبایی افزود: در زمستان شاهد کاهش ۱۰درصدی اجاره بها بودیم و با توجه به زمان نقل و انتقالات در خرداد و تیر؛ رونق به بازار مسکن باز می‌گردد.

شهرداری‌ها به ساختمان‌های فاقد مبحث ۱۹ مجوز پایان کار ندهند

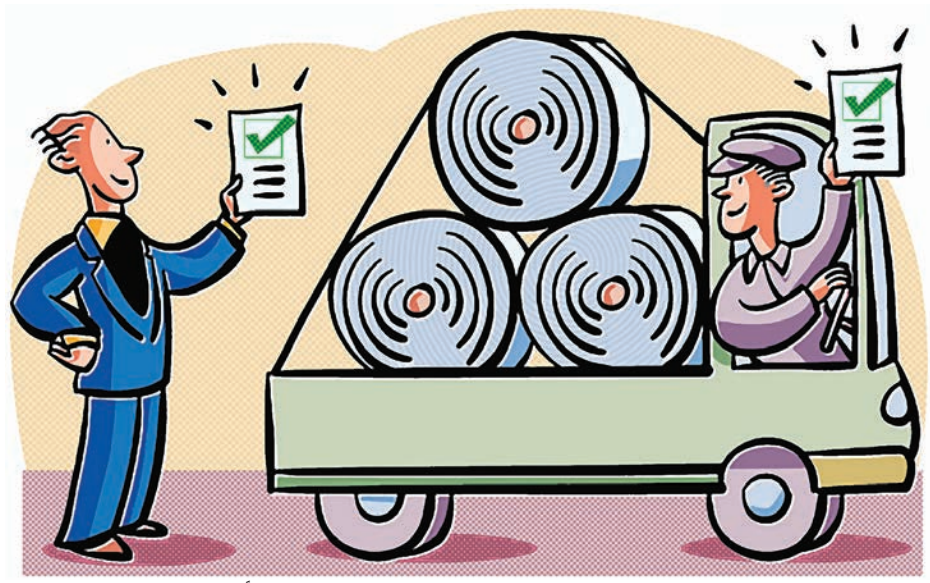
رئیس سازمان نظام مهندسی کشور از شهرداری‌ها خواست براساس قانون عمل کرده و به ساختمان‌های فاقد مبحث ۱۹ (مربوط به نحوه استفاده از انرژی) مجوز پایان کار ندهند.

به گزارش ایرنا، اکبر ترکان اظهار کرد: مبحث ۱۹ چندین سال است که تصویب شده و سازندگان ساختمان‌ها مکلف به اجرای آن هستند اما در ساختمان‌ها این مبحث رعایت نمی‌شود. براساس مبحث ۱۹ دیوارها، سقف و کف ساختمان‌ها باید عایق‌بندی و پنجره‌ها دوجداره شوند که در صورت رعایت این اصول مصرف انرژی تا یک سوم کاهش می‌یابد. وی گفت: نتیجه صدور مجوز به ساختمان‌های فاقد مبحث ۱۹ مصرف بیش از حد انرژی و تولید کربن است. مشاور رئیس‌جمهوری افزود: در سال ۱۳۹۳ در تهران ۱۷۰ میلیارد مترمکعب گاز طبیعی مصرف شده که از این میزان ۶۰ میلیارد مترمکعب در بخش خانگی و تجاری و مابقی در نیروگاه‌ها، پتروشیمی‌ها و صنایع استفاده شده است. رئیس سازمان نظام مهندسی کشور اظهار کرد: تهران دارای پنج ماه سرد و هفت ماه گرم است که در ماه‌های سرد روزانه ۸۰ میلیون مترمکعب گاز مصرف می‌شود، اما در سال ۱۳۹۳ این میزان مصرف به ۹۹ میلیون مترمکعب رسید. وی ادامه داد: در بخش حمل‌ونقل روزانه ۲۵ میلیون لیتر فرآورده نفتی شامل بنزین و گازوییل مصرف می‌شود که معادل ۲۵ میلیون مترمکعب گاز طبیعی است.

تحریم‌ها می‌رود، سرمایه‌گذاران می‌آیند

مذاکرات چند ماهه حمل‌ونقل در آستانه به بار نشستن

جواد هاشمی



آلمان، فرانسه، انگلیس، ایتالیا، صربستان، هلند، دانمارک و اسلوونی تنها بخشی از فهرست بلندبالای ملاقات‌ها و مذاکرات وزارت راه و شهرسازی ایران در طول چند ماه اخیر را تشکیل می‌دهند، مذاکراتی که تحت تأثیر به ثمر نشستن گفت‌وگوهای هسته‌ای ایران و شش کشور قدرتمند جهان آغاز شد و برای نهایی شدن چشم به روزی بست که برجام به اجرای نهایی خواهد رسید؛ روزی که سرانجام بعد از بیش از دو سال انتظار و پیگیری از راه می‌رسد.

براساس اعلام سازمان انرژی اتمی، ایران تقریباً تمام مراحل عملی مورد نظر در مسیر اجرای برجام را نهایی کرده تا با رسیدن آخرین گزارش بازرسان آژانس بین‌المللی انرژی هسته‌ای و تأیید نهایی آن، تمام تحریم‌های وضع شده علیه ایران در طول ۱۰ سال گذشته برداشته شوند، موضوعی که می‌تواند با عملکرد مناسب فعالان اقتصادی به یک پیروزی مهم در مسیر رشد و توسعه کشور بدل شود.

در بین تمام عرصه‌های اقتصادی کشور، شاید بتوان بخش حمل‌ونقل را جزو صنایعی دانست که بیشترین ضربه و محدودیت را از محل تحریم‌های گذشته تحمل کرده و حالا نیز با لغو قطعی تمام محدودیت‌ها این امید را دارد که بیشترین سود را ببرد؛ موضوعی که به خوبی از رفتارهای اخیر وزارت راه و شهرسازی قابل درک است.

عباس آخوندی، وزیر راه جزو نخستین وزرایی بود که با سفر به فرانسه آن هم چند هفته قبل از نهایی شدن مذاکرات هسته‌ای، عزم جدی خود را برای ایجاد تغییر در روند حرکتی حمل‌ونقل آغاز کرد تا در ماه‌های پس از امضای برجام نیز ساختمان دادمان به یکی از اصلی‌ترین محل‌های رفت‌وآمد سرمایه‌گذاران خارجی بدل شود، رفت‌وآمدهایی که نقطه اشتراک تمام آنها انتظار برای اجرای قطعی برجام بوده است.

از طرح‌های گسترده ریلی تا نیاز مبرم به هواپیما

محدودیت جدی در تأمین منابع اعتباری لازم شاید اصلی‌ترین معضلی بوده که صنعت حمل‌ونقل ایران در طول سال‌های گذشته با آن دست و پنجه نرم کرده است. طرح‌هایی که برای تکمیل آنها براساس اعلام وزارت راه به بیش از ۱۰۰ هزار میلیارد تومان اعتبار نیاز است.

طرح‌های گسترده ریلی که شامل ساخت خطوط جدید، احیا و بازسازی خطوط قدیمی و واردات واگن نوساز می‌شود از یک سو و نیاز کشور به توسعه شبکه آزادراهی به دو برابر آنچه در حال حاضر در دسترس قرار دارد تنها بخشی از این نیازهاست. اگر به این دو محور نیاز مبرم دریاهای کشور به جذب سرمایه‌گذاران جدید برای تبدیل شدن به قدرت دریایی منطقه در افق ۱۴۰۴ را نیز اضافه کنیم شرایط ویژه صنعت حمل‌ونقل در لزوم جذب سرمایه‌گذاران خارجی جدید بیشتر به چشم می‌آید.

البته بومی‌سازی و نگاه ویژه به قدرت گرفتن بخش‌خصوصی داخلی نیز هدف بسیار مهم دیگری است که در برنامه‌های وزارت راه با قدرت پیگیری می‌شود. تا جایی که آخوندی رسماً اعلام کرده یکی از عمده‌ترین شرط‌های نهایی شدن قراردادها با طرف‌های خارجی، تهیه و تنظیم قرارداد شراکت یا مشارکت دادن بخش‌خصوصی داخلی است تا در آینده موجبات انتقال فناوری‌های نوین به کشور فراهم شود.

در کنار نیاز مبرم به سرمایه‌گذاری در عرصه‌های زیرساختی، بهبود اوضاع صنعت هوایی ایران از اصلی‌ترین مسائلی است که لغو تحریم‌ها دریچه‌ای بزرگ از تحول به روی آن خواهد گشود. زمینگیری حدود ۴۰ درصد از هواپیماهای مسافرتی کشور در کنار وضعیت نه چندان خوشایند پرنده‌هایی که هنوز پرواز می‌کنند باعث شده وزارت راه از برنامه‌ریزی برای خرید ۴۰۰ هواپیمای جدید سخن بگوید و در این بین لغو تحریم‌ها و باز شدن امکان مذاکره مستقیم با غول‌هایی مانند ایرباس و بویینگ قطعاً شرایط را نسبت به گذشته به‌طوری جدی متحول خواهد کرد.

بکر بودن بازار حمل‌ونقل ایران و امکان رقابت گسترده‌ای که بر سر این بازار بسیار مهم وجود دارد وزارت راه را نیز به‌طور جدی امیدوار کرده بخش قابل توجهی از نیاز به تأمین منابع مالی از این طریق برطرف شود. امیر امینی، معاون برنامه‌ریزی و اقتصاد حمل‌ونقل وزارت راه و شهرسازی در گفت‌وگو با «فرصت امروز» به برگزاری همایش معرفی فرصت‌های سرمایه‌گذاری در ایران اشاره کرده و معتقد است فضای پس از تحریم‌ها به بسیاری از سرمایه‌گذاران اجازه خواهد داد شانس خود را در ایران امتحان کنند.

به گفته وی، ایران در همایش اخیر سرمایه‌گذاری ۱۱۸ طرح عمرانی خود را پیشنهاد کرده که اعتبار تقریبی آنها برای سرمایه‌گذاری ۹۸ هزار میلیارد تومان تخمین زده می‌شود.

امینی تأکید کرد: این طرح‌ها به هیچ عنوان به معنی تمام بستر موجود برای سرمایه‌گذاری در عرصه حمل‌ونقل ایران به حساب نمی‌آید. برگزاری این همایش یک آغاز بود تا ایران شرایط مطلوب خود را نشان داده و شرکت‌های بین‌المللی که به شکل عملی پیگیر ورود به ایران هستند را شناسایی کند.

برگزاری همایش مهر ماه تهران باعث شد بسیاری از کشورها برنامه‌های خود برای حضور در اقتصاد حمل‌ونقل ایران را به شکلی شفاف ارائه کنند و دیدارهای صورت گرفته به شکلی دقیق و هدفمند پیگیری شود.

ورود بزرگ‌ترین شرکت مدیریت هتلداری اروپا و مشهورترین شرکت مشاوره فرودگاهی به فرودگاه امام، مذاکره با زیمنس برای استفاده از توان آن در صنعت ریلی و ایرباس برای خرید پرنده‌های جدید تنها بخشی از این برنامه‌ها را به نمایش می‌گذارد؛ مذاکراتی که شرط نتیجه‌بخش شدن آنها لغو تحریم‌هایی بود که می‌توان زمان نهایی شدن آنها را در صحبت‌های اصغر فخریه کاشان، قائم مقام وزیر راه و شهرسازی در دیدار با مقامات اسلوونیایی پیدا کرد. فخریه کاشان گفته «از شنبه تحریم‌های ایران رفع می‌شود و شما می‌توانید بدون هیچ دغدغه‌ای در زمینه‌های مورد نظر خود سرمایه‌گذاری کنید.»

حمل و نقل

مقررات آسان شود، بدون اتکا به دولت سرمایه‌گذاری می‌کنیم

دبیر انجمن شرکت‌های هواپیمایی با انتقاد از مقررات سختگیرانه سازمان هواپیمایی برای ورود سرمایه‌گذاران گفت: طبق قانون حداقل سرمایه برای اخذ مجوز تاسیس ایرلاین با تمام فعالیت‌های مجاز ۱۶۴میلیون دلار است که ۲۵درصد این مبلغ به‌عنوان ضمانت باید در بانک‌ها سپرده‌گذاری شود.

مقصود اسعدی سامانی در گفت و گو با ایلنا با بیان اینکه غالب ناوگان هوایی کشور توسط بخش خصوصی بدون اتکا به منابع دولتی تامین شده است، اظهار کرد: در آینده هم اگر مقررات سختگیرانه سازمان هواپیمایی مانع نشود، بخش خصوصی می‌تواند بدون استفاده از اعتبارات دولتی و بدون تکیه بر دولت در این صنعت سرمایه‌گذاری کند.

وی با تاکید بر اینکه در صنعت حمل‌ونقل هوایی راهکارهای دیگری هم بدون استفاده از منابع دولتی، برای تامین هواپیما وجود دارد، گفت: اجاره هواپیما، اجاره به شرط تملیک، استفاده از فاینانس و تامین منابع مالی از طریق منابع بانکی و موسسات مالی از راه‌های تامین هواپیما بدون اتکا به اعتبارات دولتی است. دبیر انجمن شرکت‌های هواپیمایی با اشاره به قوانین و مقررات سختگیرانه سازمان هواپیمایی برای تاسیس ایرلاین و ورود سرمایه‌گذاران به این حوزه، گفت: دستورالعمل تاسیس و دستورالعمل‌های عملیاتی شدن شرکت‌های هواپیمایی، مصوب سازمان هواپیمایی برای احراز توانایی مالی متقاضیان ورود به این حوزه، محدودیت‌هایی را ایجاد کرده که از ورود سرمایه به این صنعت جلوگیری می‌کند.

سامانی با بیان اینکه دادن ضمانت و سپرده‌گذاری برای تاسیس شرکت هواپیمایی باید معادل ۲۵درصد میزان سرمایه‌گذاری باشد، ادامه داد: طبق قوانین و مقررات موجود حداقل سرمایه برای اخذ مجوز تاسیس ایرلاین با تمام فعالیت‌های مجاز هوایی باید حداقل ۱۶۴میلیون دلار باشد که ۲۵درصد این سرمایه را باید به‌عنوان ضمانت در بانک‌ها سپرده‌گذاری کند، یعنی ۴۵میلیون دلار ضمانت به بانک بدهد که در این شرایط هیچ سرمایه‌گذاری نمی‌تواند از پس این مقررات سنگین برآید. دبیر انجمن شرکت‌های هواپیمایی افزود: معتقدم برای افزایش حضور بخش خصوصی، باید مقررات سرمایه‌گذاری در این صنعت تسهیل شود. وی با بیان اینکه مذاکرات برای فاینانس با شرکت‌ها و کشورهای خارجی را شروع کرده‌ایم، گفت: ساختار مذاکرات با فاینانسرها بستگی به شرایط شرکت‌ها دارد اما عرف جهانی این است که ۲۰درصد از هزینه خرید هواپیما سهم آورده ایرلاین‌ها باشد و این مبلغ از سوی شرکت‌های هواپیمایی تامین می‌شود و ۸۰درصد هزینه خرید را هم فاینانسرها باید تامین کنند. سامانی تاکید کرد: نرخ سود شرکت‌های خارجی بسیار پایین است و ارزی بودن این تسهیلات هم نمی‌تواند ریسک تلقی شود چراکه سرمایه‌گذاران خارجی این ریسک‌ها را بیمه می‌کنند.

جزییات طرح نوروزی سازمان هواپیمایی

رئیس سازمان هواپیمایی کشوری با اشاره به جزییات طرح نوروزی این سازمان، گفت: وظیفه این سازمان کنترل بازار است اما قیمت‌گذاری را ایرلاین‌ها انجام می‌دهند.

علی عابدزاده در گفت‌وگو با مهر درباره کنترل بازار برای عید نوروز با توجه به آزادسازی نرخ بلیت هواپیما، گفت: وظیفه سازمان هواپیمایی اجرای قانون است که آزادسازی نرخ بلیت هواپیما هم در این راستا به اجرا رسید و شرکت‌های هواپیمایی هم از طریق انجمنی که دارند نرخ زمان‌های پیک سفر در برخی مواقع سال را بایکدیگر هماهنگ می‌کنند.

وی با اشاره به اینکه سازمان هواپیمایی نمی‌تواند دخالتی در قیمت‌گذاری داشته باشد، اظهارداشت: وظیفه سازمان این است که بازار را کنترل کند تا نرخ‌ها در حدی تعیین شود که رقابت سالم میان ایرلاین‌ها وجود داشته باشد تا شرکت‌ها برای از میدان به در کردن رقبا، قیمت‌ها را خیلی کاهش یا افزایش ندهند که در حق دیگر ایرلاین‌ها یا مسافران اجحاف شود. معاون وزیر راه و شهرسازی ادامه داد: اینکه در زمان‌های پیک چه نرخ‌هایی برای بلیت هواپیما تعیین شود را ایرلاین‌ها با هماهنگی یکدیگر تعیین می‌کنند که این نرخ‌گذاری با توجه به خدماتی که ارائه می‌شود، انجام می‌گیرد.

عابدزاده با تاکید بر اینکه آزادسازی نرخ بلیت انجام گرفته و ما دخالتی در قیمت‌گذاری ایرلاین‌ها نداریم، اظهار داشت: اما از اختیارات سازمان این است که از رقابت‌های مضر جلوگیری کند و این موضوع براساس قانون، برعهده ما است.

معاون وزیر راه و شهرسازی با اعلام اینکه در هر صورت بازار تعیین‌کننده قیمت‌ها خواهد بود، گفت: شرکت‌های هواپیمایی برای نرخ بلیت هواپیما تصمیم می‌گیرند اما در نهایت بازار تعیین‌کننده نرخ بلیت در زمان‌های پیک مانند نوروز است. وی با بیان اینکه موضوعی که ما به دنبال آن هستیم ایجاد بازار رقابتی است، افزود: دولت به دنبال این است تا با ایجاد شرایط رقابتی برای ایرلاین‌ها، بازار قیمت‌ها را تعیین کند و هر ایرلاینی به نسبت خدماتی که ارائه می‌دهد، بلیت خود را به فروش برساند.

جلوگیری به‌موقع از دریاخواری در جزیره «هندورابی»

نماینده تام‌الاختیار وزیر راه و شهرسازی در شورای حفظ حقوق بیت‌المال در اراضی و منابع طبیعی گفت: متأسفانه برخی از دستگاه‌های شهری تخلفات سنگین در حوزه ساخت‌وساز و برج‌سازی را با جریمه نقدی رفع و رجوع می‌کنند، درحالی‌که از نظر دکتر آخوندی، تخلفی که بشود با پول آن را تعدیل کرد، دیگر جای بررسی ندارد.

به گزارش پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، حسین معصوم در خصوص آخرین اقدامات شورای حفظ حقوق بیت‌المال در اراضی و منابع طبیعی اظهار کرد: باید سازوکاری ایجاد شود که اصلاً نیازی به تخریب نباشد و مردم رأسا به این حد از بلوغ فکری و شهروندی برسند که هیچگونه ساخت‌وساز بی‌مجوزی را انجام ندهند. من شخصاً از تخریب متنفرم؛ معتقدم که به جای تخریب باید کاری شود که اصلاً تخلف انجام نشود و اگر هم انجام شد، در همان مراحل اولیه ساخت‌وساز متوقف و به سمت قانونی شدن پیش برود.

نماینده تام‌الاختیار وزیر راه و شهرسازی در شورای حفظ حقوق بیت‌المال در اراضی و منابع طبیعی با اشاره به فعالیت این شورا در استان مازندران برای جلوگیری از افزایش بی‌رویه ساخت‌وساز در سواحل شمالی کشور گفت: با دادستان و مدیرکل دادگستری استان مازندران جلساتی را برگزار کرده و توانسته‌ایم احکام قطعی تخریب برخی از سازه‌های ساحلی را اخذ کنیم.

وی با بیان اینکه قوه قضاییه به خوبی در موضوع حفظ اراضی ملی از دست زمین‌خواران ورود کرده و پرونده‌ها را تا کسب نتیجه نهایی پیگیری می‌کند، افزود: آیت‌الله آملی لاریجانی نیز بر این موضوع در نشست شورای حفظ بیت‌المال تأکید داشت که به نظر من غیراز راهکار قضایی، اطلاع‌رسانی قوی و دقیق در این زمینه نیز در دستیابی به نتیجه مطلوب اثرگذار است.

مشاور وزیر راه و شهرسازی ادامه داد: ما در حال حاضر در پی ابلاغ مصوبه شورای عالی امنیت ملی مبنی بر لزوم حفظ حقوق بیت‌المال در اراضی بندری، تفاهم‌نامه‌ای با سازمان بنادر و دریانوردی امضا کرده‌ایم که براساس آن کلیه زمین‌های بندری متعلق به دولت که خارج از چارچوب ضوابط قانونی واگذار شده‌اند را به بیت‌المال برگردانیم. ضمن اینکه کارگروه این تفاهم‌نامه در سازمان بنادر و دریانوردی ایجاد شده است. این اقدام (امضای تفاهم‌نامه شورای حفظ بیت‌المال و سازمان بنادر) کاملاً به موقع بود و ما اجرای این تفاهم‌نامه را از استان‌های هرمزگان و مازندران آغاز کرده‌ایم. این حقوقدان برجسته دستگاه قضایی خاطرنشان کرد: جلسات شورای حفظ حقوق بیت‌المال را در هرمزگان برگزار کردیم و در نهایت دستور توقف چند پروژه غیرقانونی را که استحصال اراضی دولتی را در پی داشت، صادر کردیم. نمونه آن جلوگیری از ادامه فعالیت ساخت‌وساز یک پروژه در هندورابی و کیش است.

گفتنی است جزیره هندورابی در ۲۸ کیلومتری جزیره کیش واقع است که در بهمن ۸۹ و با ابلاغ قانون الحاق این جزیره به منطقه آزاد کیش از سوی رئیس‌جمهور وقت، به یکی از مناطق زیرمجموعه این سازمان تبدیل شد.

عضو شورای حفظ حقوق بیت‌المال در اراضی و منابع طبیعی با انتقاد از رواج دیدگاهی که می‌گوید می‌توان مابه‌ازای تخلفات، جریمه نقدی اخذ کرد، گفت: شورای حفظ حقوق بیت‌المال برای بازگرداندن اموال مردم به بیت‌المال در پرونده‌ها ورود می‌کند نه برای اخذ مابه‌ازای جریمه نقدی. متأسفانه برخی از دستگاه‌های شهری تخلفات سنگین در حوزه ساخت‌وساز و برج‌سازی را با جریمه نقدی رفع و رجوع می‌کنند، درحالی‌که از نظر دکتر آخوندی تخلفی که بشود با پول آن را تعدیل کرد، دیگر جای بررسی ندارد. اگر عملی ممنوع است دیگر نباید با دریافت پول و جریمه از آن چشم‌پوشی کرد. ضمن اینکه رعایت کامل قانون، نوعی حمایت از سرمایه‌گذار هم است.

وزارت راه و شهرسازی
شرکت راه آهن جمهوری اسلامی ایران (سهامی خاص)

فراخوان مناقصه شماره: ۳۳/۹۴/۱۹

اداره کل ارتباطات و علائم الکتریکی راه آهن جمهوری اسلامی ایران در نظر دارد مناقصه «خرید ۲ قلم کابل مدار خط» را طبق شرایط مندرج در اسناد به شرکت های دارای واگذار نماید.
متقاضیان میتوانند به منظور شرکت در ارزیابی کیفی و خرید اسناد ارزیابی، از تاریخ انتشار آگهی لغایت چهارشنبه مورخ ۹۴/۱۰/۳۰ با در دست داشتن معرفی نامه معتبر به آدرس: تهران - میدان آرژانتین - خیابان آفریقا - ساختمان مرکزی راه آهن ج.ا.ا - طبقه پانزدهم - اداره کل ارتباطات و علائم الکتریکی - امور قراردادها مراجعه نمایند. مهلت تحویل اسناد ارزیابی تا ساعت ۱۲ روز چهارشنبه مورخ ۹۴/۱۱/۱۴ به آدرس فوق الذکر می باشد. قیمت خرید اسناد ارزیابی کیفی ۳۰۰/۰۰۰ (سیصد هزار) ریال به حساب شماره ۴۰۰۱۰۶۴۰۰۴۰۰۵۷۴۷ نزد خزانه بانک مرکزی ایران به نام راه آهن جمهوری اسلامی ایران قابل پرداخت در کلیه شعب بانک ملی می باشد. متعاقبا از شرکتهایی که حائز حداقل امتیاز ارزیابی کیفی باشند برای شرکت در مناقصه دعوت به عمل می آید. در ضمن تضمین شرکت در مناقصه ۳۴۵/۰۰۰/۰۰۰ ریال و دریافت اسناد ارزیابی کیفی از سایت پایگاه ملی مناقصات به نشانی http://iets.mporg.ir رایگان می باشد.
۳۳۳۰ م.الف

اداره کل ارتباطات و علائم الکتریکی راه آهن جمهوری اسلامی ایران

بین‌الملل

کشف آلایندگی بالای خودروهای رنو

مقامات محیط‌زیست فرانسه اعلام کردند آلایندگی موتورهای دیزلی رنو بالاتر از میزان مجاز بوده با این همه برخلاف رسوایی فولکس‌واگن، نرم‌افزار غیرقانونی در خودروهای این شرکت پیدا نشده است.

به گزارش ایسنا، سگولن رویال، وزیر محیط‌زیست فرانسه با دریافت گزارش نتایج تست‌های آلایندگی خودروهای داخلی و خارجی این خبر را اعلام کرد. بررسی‌های صورت گرفته، بالا بودن میزان آلایندگی دی‌اکسیدکربن و اکسیدنیتروژن خودروهای رنو و همچنین شماری از خودروسازان خارجی را نشان داده است. ارزش سهام رنو در پی انتشار این خبر بیش از ۱۰،۲۸درصد سقوط کرد، در حالی‌که در نخستین روز اعلام خبر بازرسی دولت از پایگاه‌های این خودروساز که در ارتباط با تحقیقات آلایندگی انجام گرفت، ۲۰درصد سقوط کرده بود.

براساس گزارش خبرگزاری فرانسه، تحلیلگران برآورد کرده‌اند با ریزش اخیر سهام، بیش از چهارمیلیارد یورو (۴،۴میلیارد دلار) از ارزش سهام رنو کاسته شده است. مطرح شدن احتمال تخلف، این نگرانی را به‌وجود آورد که رسوایی آلایندگی فولکس واگن به کشور فرانسه گسترش پیدا کرده است. این خودروساز آلمانی اقرار کرده ۱۱میلیون دستگاه از خودروهای دیزلی که در سراسر جهان فروخته، مجهز به نرم‌افزار غیرقانونی بوده‌اند که برای نشان دادن آلایندگی کمتر از میزان واقعی آن طراحی و به‌کار گرفته شده است.

اما چنین نرم‌افزاری در خودروهای رنو پیدا نشد و امانوئل ماکرون، وزیر اقتصاد فرانسه در واکنش به این رویداد اعلام کرد، رنو از هیچ نظر قابل مقایسه با فولکس واگن نیست. هر دو وزیر فرانسوی نسبت به رنو که دولت ۱۹،۷درصد در آن سهم دارد، ابراز اطمینان کرده‌اند.

خبر بازرسی از پایگاه‌های رنو که هفته گذشته انجام گرفته بود، نخستین بار از سوی رهبران اتحادیه کارگری اعلام شد. این بازرسی از واحد کنترل موتور رنو انجام گرفت که به گفته مقامات اتحادیه، نشان داد مربوط به تحقیقات رسوایی آلایندگی فولکس واگن بوده است.

بازرسان رایانه‌های شخصی متعلق به مدیران رنو را با خود برده‌اند با این همه وزیر محیط‌زیست فرانسه اعلام کرده این بازرسی‌ها ارتباطی با تست‌های مربوط به رسوایی فولکس‌واگن نداشته است.

رنو بازرسی‌های انجام گرفته را کم اهمیت شمرد و اعلام کرد بازرسی‌های مذکور بخشی از تحقیقات برای تایید عدم وجود نرم‌افزار تقلب در تست‌های آلایندگی در خودروهای این شرکت بوده‌اند.

کدام خودروساز زودتر به ایران می‌رسد؟

شیر پاریسی یا جنتلمن آلمانی

عسل داداشلو

ایسنا

خبرهایی از حضور مدیران عالی‌رتبه بنز در ایران جهت امضای تفاهم‌نامه و نهایی شدن قرارداد ایران‌خودرو با پژو به گوش می‌رسد.

قرارداد ایران‌خودرو با پژو به‌عنوان نمونه مطرحی از قراردادهای خودرویی است که به‌زودی به امضا می‌رسد، این جوینت ونچر شراکتی با سهم مساوی ۵۰-۵۰ است. آورده فرانسوی‌ها حدود ۲۵۰میلیون یورو بوده و چهار مدل از محصولات پژو قرار است که در سایت‌های ایران‌خودرو به تولید برسند. همچنین در قالب این قرارداد بر بازاریابی و فروش تاکید شده و کارشناسان فنی و کیفی پژو برای آموزش و نظارت بر تولید در ایران حضور خواهند داشت. اما در این قرارداد سرمایه‌گذاری در قطعه‌سازی که مهم‌ترین حلقه برای رسیدن به توسعه است، صورت نخواهد گرفت اما پژویی‌ها متعهد شده‌اند که بر کیفیت قطعات تولیدی داخلی نظارت صددرصد داشته باشند.

اقتصاد ایران بی‌صبرانه منتظر برداشته شدن این تحریم‌های بین‌المللی بود. صنعت خودروی ایران نیز به‌عنوان دومین صنعت بزرگ کشور، از مدت‌ها پیش چانه‌زنی خود را برای ورود سرمایه‌گذاران خارجی آغاز کرده تا با برداشته شدن تحریم‌ها قراردادهای خودرویی به امضا برسد. اما سابقه نشان داده که خودروسازان ما نتوانسته‌اند در قراردادها آنگونه که باید از شرکای خود بهره ببرند و نادیده گرفتن ارتباط با قطعه سازان در قرارداد پژو نشان می‌دهد که گرچه این قرارداد بسیار بهتر از قرارداد پیشین است، اما باز هم صرفا خودروسازان را به سود رسانده و خبری از توسعه نیست. حالا پرسش اینجاست که آیا صنعت ایران می‌تواند با چنین قراردادهایی راه توسعه را پیدا کند؟

فربد زاوه، کارشناس صنعت خودرو، در پاسخ به این پرسش به «فرصت امروز» می‌گوید: «اگر قرار باشد بازار مهندسی شده باشد، حاصل این قراردادها سودی خواهد بود که هیچ نفعی برای مردم و صنعت ایجاد نخواهد کرد. این موضوع بحث سیاست کلانی است که از سوی دولت در پیش گرفته می‌شود و قراردادها معلولی از آن است. مثلا درباره قرارداد پژو با ایران خودرو، به واسطه حضور رنو در ایران قرارداد بهتری را نسبت به ۱۵ سال قبل امضا خواهند کرد که این قرارداد شامل بخشی از سرمایه‌گذاری پژو در ایران است اما به اعتقاد من رقابت در بازار اتفاق نخواهد افتاد.»

او می‌افزاید: «رقابت در امضای قراردادها از سوی شرکای خارجی به واسطه بازار نیست بلکه به واسطه نفوذ دولت در ایران خودرو و سایپا است که شرکای خارجی در تلاشند تا با این دو خودروساز قرارداد امضا کنند. این شرکت‌ها مطمئن هستند که به محض تغییر بازار دولت قوانینی را به نفع این دو خودروساز وضع خواهد کرد که برای آنها سود ایجاد کند. اما اگر بازار ایران یک بازار آزاد باشد شاید پژو اصلا نتواند در ایران خودرو بفروشد و بازار ایران برای فولکس واگن سودآورتر باشد.»

این کارشناس صنعت خودرو با بیان اینکه به واسطه بازار مهندسی شده این قراردادها برای طرف خارجی سودآورتر خواهد بود، تصریح می‌کند: «موضوع توسعه همان انتفاع است. به اعتقاد من به واسطه رفتاری که دولت با بازار دارد این قراردادها انتفاعی در پی نخواهند داشت که البته نمی‌توان ایرادی هم به خودروسازان گرفت زیرا آنها بنگاه‌های اقتصادی هستند که به دنبال سودشان می‌روند اما انتفاع را باید دولت در بازار ایجاد کند. بنابراین تا روزی که حلقه اول که همان رفتار دولت است تغییر نکند ما به سمت صنعتی شدن نخواهیم رفت و این قراردادها نمی‌توانند اتفاقی که در صنعت خودروی چین، کره‌جنوبی و جدیدا در هند رخ داده است را در ایران نیز به وجود بیاورند.»

بهرام شهریاری، کارشناس صنعت خودرو نیز در این زمینه در گفت و گو با «فرصت امروز» بیان می‌کند: «بازار ایران با احتساب بازارهای منطقه، نیم‌میلیارد نفر تخمین زده می‌شود، طمع این بازار است که شرکای خارجی را به سمت ما می‌کشاند اما متاسفانه خودروسازان ما از هول حلیم در دیگ افتاده و برای خروج از مخمصه‌ای که امروز با آن درگیر هستند، با همان تفکر دولتی به پیش می‌روند و به جای اینکه نهایت استفاده را با نگاه توسعه‌ای از این شراکت ببرند صرفا به فکر فروش هستند.»

او ادامه می‌دهد: «شرکای خارجی باید دانش روز خود را به ایران بیاورند و در مقیاس اقتصادی تولید کنند تا هزینه‌ها را کاهش دهند اما متاسفانه همچنان مسیر گذشته طی می‌شود و صرفا به فکر آوردن یک محصول جدید در بازار ایران هستند. به اعتقاد من دولت باید خودرو را به‌عنوان یکی از شاخص‌های توسعه در نظر بگیرد و زیرساخت‌های بازار را تغییر دهد تا ما شاهد توسعه باشیم.»

در شرایط بازار آزاد و رقابتی، طبیعتا شرکای خارجی با وسواس بیشتری حرکت خواهند کرد اما نتیجه قراردادها هر آنچه که باشد صنایع را به سمت توسعه سوق می‌دهند زیرا برای ماندگاری نیاز به رقابت و توسعه است. اما در شرایط فعلی که بازار به گفته کارشناسان از سوی دولت مهندسی می‌شود، بنز برای بستن قرارداد با شرکتی مانند ایران‌خودرو دیزل که امروز در تامین حقوق کارکنان خود نیز با مشکل مواجه است دلیلی به غیراز استفاده از نفوذ دولت ندارد و این بیراه‌های است که باز هم صنعت خودروی ایران را عقب نگه می‌دارد و طبعا این قراردادها در درازمدت دردی از صنعت خودروی ایران دوا نمی‌کنند. اما در هر صورت شرکای خارجی برای استفاده از همین نفوذ برای گرفتن بلیت تهران عجله دارند.

خبر

عضو هیات نمایندگان اتاق تهران:

خودروسازان آمریکایی می‌توانند به ایران بیایند

عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران گفت: امروز هیچ منعی برای ورود خودروسازان آمریکایی به بازار ایران وجود ندارد و چنانچه با شرایط کشورمان آمادگی همکاری داشته باشند، مشکلی نیست. به گزارش شبکه خبری اتاق تهران، «محمدرضا نجفی‌منش» افزود: ممنوعیت واردات کالای آمریکایی برای کالاهای مصرفی است و سرمایه‌ای را شامل نمی‌شود. به گفته وی، بهمن ماه امسال برنامه سفر به فرانسه برای رئیس‌جمهوری پیش‌بینی شده است و احتمال می‌رود قراردادهای مربوط به پژو و رنو بین دو طرف امضا شود. عضو هیات‌مدیره انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو افزود: بیشتر خودروهای تولید کشور ما، حاصل همکاری ایران با دو شرکت خودروساز فرانسوی است.

به گفته نجفی‌منش، شرکت‌های یاد شده نسبت به دیگر خودروسازان خارجی در ایران آمادگی بیشتری دارند زیرا زیرساخت‌ها در کشور وجود دارد و آنها می‌توانند همکاری‌های مناسبی در ایران داشته باشند. وی اضافه کرد: شرکت‌های خودروسازی پژو و رنو قرار است با پنج مدل تازه خودرو وارد ایران شوند، در عین حال هر خودروسازی که به ایران بیاید، باید ۴۰درصد ساخت داخل و ۳۰درصد صادرات داشته باشد و ایران از این امر استقبال می‌کند. عضو هیات نمایندگان اتاق تهران تصریح کرد: خودروسازانی که فقط به فروش خودرو در ایران می‌اندیشند، نمی‌توانند آینده‌ای را ترسیم کنند، بنابراین باید خودرو در داخل تولید شود، زیرا به این ترتیب، ارزان‌تر تمام می‌شود و فضای رقابتی کمتری هم خواهد داشت. بر پایه برنامه جامع اقدام مشترک (برجام) که بیست و سوم تیرماه بین جمهوری اسلامی ایران و گروه ۵+۱ (انگلیس، فرانسه، آمریکا، روسیه و چین به همراه آلمان) با حضور اتحادیه اروپا نهایی شد، در ازای کاهش برخی فعالیت‌های اتمی تهران، تحریم‌های هسته‌ای علیه این کشور لغو خواهد شد. زمان اجرای عملی این برنامه به‌زودی فرامی‌رسد.

گفت‌وگو

بررسی نقش قراردادهای خودرویی در توسعه

جوینت ونچر قرارداد منصفانه‌ای نیست

«جوینت ونچر یک ساختار غیرحقوقی است که ریسک زیادی در جرزنی طرف خارجی ایجاد نمی‌کند.» این نکته‌ای است که حسن کریمی‌سنجری، کارشناس صنعت خودرو درباره قراردادهای جوینت ونچر میان خودروسازان ایرانی با شرکای خارجی می‌گوید. «فرصت امروز» هفته گذشته گفت‌وگویی را با این کارشناس درباره دلایل توسعه‌نیافتگی صنعت خودروی ایران منتشر کرد، در ادامه با توجه به آغاز اجرایی شدن برجام و برداشته شدن تحریم‌های بین‌المللی، با او درباره چگونگی سرمایه‌گذاران خارجی در ایران به گفت‌وگو نشسته‌ایم.

عکس: آرزو بیات | فرصت امروز

در بخش اول گفت‌وگو در خصوص چرایی توسعه‌نیافتگی صنعت خودروی ایران صحبت کردیم. امروز چطور؟ با توجه به رفع موانع تجارت با دنیا، شرایط را چگونه می‌بینید؟

در شرایط جدید فرصت جدیدی هم برای در مسیر توسعه قرار گرفتن این صنعت به‌وجود آمده است. این روزها بیشتر شرکت‌های بزرگ خودروسازی نگاهشان به بازار ایران و شراکت با صنعت خودروسازی ایران است. می‌توان گفت ویژگی‌های مهم بازار خودرو در ایران دقیقا بر دو هدف استراتژیک این شرکت‌های بزرگ یعنی «توسعه بازار» و «توسعه محصول»، منطبق شده است. برای همین بسیار مهم است که متولیان صنعت خودروسازی به این ویژگی‌ها و اهمیتی که برای طرف‌های خارجی دارد اشراف داشته باشند و این بازار را مجانی در اختیار آنها قرار ندهند. در واقع این روزها انعقاد «قراردادهای پایدار» به نحوی که علاوه بر تضمین ورود ما به زنجیره ارزش خودروسازی، ریسک عمل نکردن شرکت‌های بزرگ به تعهداتشان را بالا ببرد، بیش از گذشته اهمیت پیدا کرده است.

این ویژگی مهم بازار ایران که به آن اشاره شد، چیست؟

بازار خودرو در ایران چیزی بین ۲۰ تا ۲۵میلیارد دلار ارزش دارد. تازه این، قیمت بخش فعال بازار است، درحالی‌که شرکت‌های بزرگ خودروسازی بلدند چگونه «مشتریان بالقوه» خودرو را تبدیل به «مشتریان فعال» کنند، در آن صورت این بازار بسیار بیش از رقمی که گفتم ارزش دارد. این در شرایطی است که بازارهای مهم شرکت‌های بزرگ خودروسازی به‌ویژه در مناطق توسعه‌یافته و حتی در برخی از کشورهای در حال توسعه یا کمتر توسعه‌یافته به مرز اشباع رسیده‌اند. پیش‌بینی می‌شود از سال ۲۰۲۰ به بعد، بازار خودرو در دنیا با افت شدید تقاضا مواجه شود. برای همین این شرکت‌ها به‌دنبال توسعه بازارهای جدید برای سرمایه‌گذاری و تضمین فروش محصولات خود هستند. بنابراین برای آنها خیلی مهم است که بتوانند سهم بیشتری از این بازار ۲۵ میلیاردی به‌دست آورند. به‌طور مثال شرکتی مثل پژو که عملا سال‌ها با کمترین هزینه حدود ۳۰درصد بازار ایران را برای خود کرده بود برای به‌دست آوردن درصد کمتر از این، مجبور به سرمایه‌گذاری‌های فراوانی در چین شد. ایجاد یک مرکز تحقیقات برای موتورهای سواری که دانش فنی طراحی و تولید موتور را از طریق این شرکت به چین منتقل می‌کرد و همچنین سرمایه‌گذاری نزدیک به ۸۵۰میلیون دلار از جمله هزینه‌هایی بود که شراکت با Dongfeng چین برای پژو و گروه PSA آب خورد.

در مورد چین صحبت کردید. مدل سرمایه‌گذاری شرکت‌های بزرگ خودروسازی در این کشور چگونه بوده است؟

تولید انبوه خودرو در چین تقریبا از سال ۱۹۵۳ و با تولید کامیون‌های فول CKDوارداتی از شوروی در شرکت FAW شروع شد. تاریخ خودروسازی این کشور حدودا معادل ایران است. اصولا صنعت خودرو در چین، کره جنوبی، ترکیه و ایران تقریبا از یک زمان شروع شده. شرکت‌های بزرگی در خودروسازی این کشور سرمایه‌گذاری کردند مثل نیسان، تویوتا، سیتروئن و جی‌ام که هر کدام در توسعه صنعت خودروسازی چین نقش مهمی بازی کردند. البته چین بازار خود را مجانی در اختیار این شرکت‌ها قرار نداد. چینی‌ها در تمامی مدل‌های مشارکت، بر سرمایه‌گذاری متوازن طرف‌های خارجی روی تمامی بخش‌های خودروسازی خود از جمله سرمایه‌گذاری در ایجاد سایت‌های تحقیق و توسعه و همچنین ارتقای توان قطعه‌سازی تاکید داشته‌اند. یعنی مشارکت تنها به تولید و فروش خودرو خلاصه نشده است. دو تا از مدل‌های تاثیرگذار شراکت در خودروسازی چین عبارتند از ائتلاف Toyota-Faw و ائتلاف Dongfeng-Nissan. شرکت تویوتا در حق صنعت خودروسازی چین واقعا برادری کرد. علاوه بر سرمایه‌گذاری‌های نقدی که این شرکت ژاپنی برای ساخت کارخانه و خط تولید مشترک با شرکت افای دابلیو به چین وارد کرد شاید بتوان گفت سخاوتمندانه‌ترین خدمت این شرکت به صنعت چین استقرار، آموزش و نشر سیستم تولید تویوتا یعنی سیستم TPS است که به‌عنوان یکی از مهم‌ترین سرمایه‌های این شرکت در کنار پیاده‌سازی Just-in-Time برای نخستین بار در چین اتفاق افتاد. یکی دیگر از اقدامات اساسی تویوتا، سرمایه‌گذاری مستقیم این شرکت ژاپنی در صنعت قطعه‌سازی چین است آن هم برای تولید قطعات مدل‌هایی از تویوتا که در ژاپن تولید می‌شد و این یعنی کمک به شرکت چینی برای ورود به زنجیره تامین جهانی تویوتا.

در توسعه صنعت خودروسازی، چه سهمی برای تامین‌کنندگان قطعات وجود دارد؟ اصولا نقش زنجیره تامین در توسعه صنعت خودرو ایران چیست؟

قطعه‌سازی یکی از شالوده‌هایی است که وابستگی شدیدی به صنعت خودرو دارد؛ یعنی بدون خودروسازی نمی‌توان قطعه‌ساز شد. مثلا همین ترکیه آنقدر که در قطعه‌سازی معروف است درخودروسازی معروف نیست. اما دست کم ۱۰ کارخانه بزرگ تولید خودرو در این کشور فعال هستند. این یعنی، صنعت قطعه‌سازی بدون خودروسازی امکان توسعه ندارد. البته شکل قطعه‌سازی در دنیا با گذشته تفاوت‌های زیادی کرده. امروز قطعه‌سازی به‌صورت یونیت تقریبا به دشواری امکان مشارکت در تجارت خودرو را دارد، به‌همین دلیل هلدینگ‌های بزرگ قطعه‌سازی دردنیا تحت عنوان Global Automotive Supplier شکل گرفتند. برای همین در تمام سرمایه‌گذاری‌های مشترک حتما سهمی از شراکت را به سرمایه‌گذاری روی تولید قطعات با کیفیت اختصاص می‌دهند. به این شکل که طرف خارجی حتما باید تضمین دهد که دانش فنی تولید بخشی از ماژول‌ها و قطعات مهم خودرو به‌ویژه آنهایی که در پلتفرم وجود دارند مثل قوای محرکه و سیستم تعلیق را به کشور مقصد وارد می‌کند و سرمایه‌گذاری‌های مشترکی برای ایجاد سایت‌های تولید قطعات مهم صورت پذیرد. نکته مهم سهیم کردن کشور مقصد در زنجیره تامین طرف خارجی از طریق صادرات قطعات است مثل مدلی که تویوتا برای FAW قائل شد.

ولی ترکیه یک کشور صاحب برند در خودروسازی نیست. آیا مدل خودروسازی این کشور می‌تواند با اهداف استراتژیک ما همخوانی داشته باشد؟

دو استراتژی متفاوت در مسیر توسعه صنعت خودروسازی از طریق مشارکت وجود دارد؛ اولی «توسعه اقتصادی» و دیگری «توسعه تکنولوژیک» است. ما باید ابتدا تکلیف‌مان را با این دو استراتژی روشن کنیم. آیا هدف از توسعه خودروسازی، افزایش سودآوری و به‌نوعی تاثیرگذاری این توسعه در رشد درآمدهای ملی است یا اینکه می‌خواهیم به هر قیمتی در خودروسازی صاحب برند شویم و پلتفرم اختصاصی داشته باشیم. ترکیه روش اول را انتخاب کرد. یعنی خود را در زنجیره ارزش خودروسازان بزرگ و صاحب برند دنیا سهیم کرد و نتیجه گرفت. در سال ۲۰۱۴ حدود ۶۰درصد خودروهای تولید شده خودروسازان بزرگ درخاک ترکیه به کشورهای خودشان صادر شده است. آلمان، فرانسه و ایتالیا سه مقصد اصلی صادرات خودروی ترکیه هستند. در واقع مشارکت سودآور دو طرفه در تجارت خودرو، نتیجه اتخاذ استراتژی اول توسط ترکیه بوده است. در مورد مسیر دوم باید بگویم ما امروز دیگر نمی‌توانیم صاحب برند شویم، اینکه در بخش نخست گفت‌وگو عرض کردم که سال‌های طلایی را از دست داده‌ایم بیراه نگفتم. این را با توجه به تحولاتی که در بازار و ساختار خودرو افتاده عرض می‌کنم. مطمئن باشید که بازار خودرو در شرایط تعادلی دیگر به هیچ برند جدیدی اعتماد نخواهد کرد. از طرفی تحولات جدیدی در ساختار خودرو در حال شکل‌گیری است که یکی از آنها استفاده از «مگاپلت فرم» به‌جای پلتفرم در خودروهای آتی است. تولید خودرو با ساختار جدید کاهش قیمت تمام شده را به‌دنبال خواهد داشت به‌طوری‌که عرصه رقابت در بازارهای آتی خودرو بسیار فشرده‌تر خواهد شد.

درست متوجه شدم. یعنی منظور شما این است که بدون سرمایه‌گذاری روی پلتفرم هم می‌توان توسعه یافت؟

دقیقا، مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی به‌تازگی گزارشی را درباره آسیب‌شناسی صنعت خودرو منتشر کرد که در آن به موارد لازم‌الاجرا برای توسعه صنعت خودرو اشاره شد، در آنجا نخستین موضوعی که ذکر شده توانمندی درساخت پلتفرم و آخرین آن پیوستن به زنجیره تولید و توزیع جهانی خودرو است. درحالی‌که پرداختن به این دو موضوع درکنار هم با توجه به تحولاتی که در ترکیب تجارت خودروی دنیا اتفاق افتاده غیرممکن است. پس ما باید ابتدا مشخص کنیم کدام یک از این اهداف برایمان مهم‌تر است. از نقطه نظر کارشناسی، پیوستن به زنجیره تولید و توزیع جهانی خودرو برای ما مهم‌تر از داشتن پلتفرم اختصاصی است. اگرما بتوانیم به جای تمرکز روی داشتن پلتفرم‌های تازه به زنجیره توزیع و تولید خودرو بپیوندیم به همه اهداف توسعه خواهیم رسید.

چگونه می‌توان به زنجیره توزیع و تولید خودرو پیوست؟

تنها از طریق مشارکت در «زنجیره ارزش جهانی خودرو» یا آن چیزی که من اسمش را «تجارت خودرو» گذاشته‌ام، چیزی فراتر از صنعت خودروسازی. آن هم با تکیه بر مزیت‌های‌مان؛ مشارکتی که به سرمایه‌گذاری متوازن طرف‌های خارجی روی همه ابعاد صنعت خودروسازی منجر شود.

با این حساب آیا ورود شرکای خارجی به‌صورت جوینت ونچر می‌تواند مشارکت منصفانه‌ای باشد؟

نحوه مشارکت به ویژگی‌های شرکت طرف مذاکره و خواسته‌های دو طرف بستگی دارد. همان‌طور که در بخش نخست گفت‌وگو عرض کردم قبل از مشارکت باید استراتژی صنعت خودرو در جایی مثل اتاق فکر تدوین بشود. چینی‌ها و ترک‌ها با استراتژی مشخص به سراغ طرف‌های خارجی رفتند. مثلا Full Line برای چینی‌ها یک استراتژی مهم بود. برای آنها مهم بود که طرف خارجی خط تولیدی را احداث کند که تنوع‌پذیر باشد و امکان تولید همه کلاس‌های خودرویی از حیث ابعاد و قیمت را داشته باشد ضمن اینکه هیچ دو مدلی در این خط رقیب یکدیگر نباشند. آیا استراتژی ما از مشارکت مشخص است؟ صنعت خودروی ما امروز از بیماری‌های متعدد ساختاری رنج می‌برد. در یک قرارداد جوینت ونچر، طرف خارجی از همه مزایای ما به‌راحتی و با صرف هزینه نابرابر استفاده می‌کند اما در هیچ یک از مشکلات ما شریک نمی‌شود. ضمن آنکه جوینت ونچر یک ساختار غیرحقوقی است که ریسک زیادی در جرزنی طرف خارجی ایجاد نمی‌کند. مگر همان‌طور که قبلا اشاره کردم ترکیبی از جوینت ونچرهای مختلف که منجر به یک ائتلاف برای ایجاد نوعی سرمایه‌گذاری متوازن روی همه بخش‌های یک خودروساز از تحقیق و توسعه گرفته تا تولید مشترک قطعه تشکیل شود.

... و حرف آخر

با وجود همه مصائبی که خواسته یا ناخواسته بر این صنعت رفته و باوجود فرصت سوزی‌های گذشته در صنعت خودروسازی ایران اما هنوز زمان برای در مسیر توسعه قرار گرفتن باقی است به شرطی که بدانیم در این روزهای سرنوشت‌ساز و پای میز مذاکره با طرف‌های خارجی، کدام یک از ارزش‌های‌مان را معامله می‌کنیم.

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: ۸۸۸۹۵۴۳۴
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۴۹۳۱۶۶
سامانه پیامکی: ۵۰۰۰۱۲۴۳
آدرس: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، بعد از مشاهیر، پلاک ۴۹

شنبه | ۲۶ دی ۱۳۹۴ | شماره ۴۲۰ | صفحه ۸
ایمیل: INFO@FORSATNET.IR سایت: WWW.FORSATNET.IR

گودبرداری غیراصولی یک کنیسه را تخریب کرد

کنیسه هموطنان کلیمی براثر گودبرداری غیراصولی فرو ریخت. کهن صدق، نائب رئیس انجمن کلیمان روز جمعه در گفت‌وگو با خبرنگار ایرنا در مورد گودبرداری غیراصولی ساختمان مجاور کنیسه کلیمیان اظهارکرد: این ساختمان دارای قدمت ۶۰ ساله بود که درحال بازسازی و تعمیرات غیراصولی رستوران، بر اثر شکاف ایجاد شده در دیوارهای آن فروریخت و علت اصلی توسط کارشناسان در دست بررسی است.

کهن صدق با حضور درمحل حادثه با اشاره به اینکه هم‌اکنون با تلاش نیروهای سازمان آتش‌نشانی رفع خطر شده است، افزود: حادثه فروریختن ساختمان در حالی رخ داد که ۱۶ نفر از شهروندان کلیمی داخل سالن کوچک‌تری در حال عبادت بودند. به گفته او، افراد محبوس شده در این سالن با همکاری ماموران آتش‌نشانی نجات یافتند و خوشبختانه به هیچ یک از افراد کوچک‌ترین صدمه‌ای وارد نشد و هیچ گونه تلفات جانی دربرنداشت. تعدادی از تورات مقدس و کتاب‌های گرانقدر نیز به کمک افراد و مردم از آنجا به طور سالم خارج شد. در ادامه، نائب رئیس انجمن ضمن تشکر از شهرداری، آتش‌نشانی و اورژانس و کلیه کسانی که در این کار همکاری کردند، خواستار همکاری شهرداری برای بازسازی و مرمت هرچه سریع‌تر این ساختمان شد.

سیدحسن خمینی: همه مردم باید در سرنوشت جامعه سهیم شوند

حجت‌الاسلام‌والمسلمین سیدحسن خمینی در دیدار جمعی از جوانان اصلاح‌طلب و اعتدالی استان گیلان در حرم مطهر امام خمینی(ره) با اشاره به موضوع گسست نسلی در جامعه گفت: اگر نسل‌های جدید تصمیم بگیرند که اشتباهات نسل‌های قبل را تکرار کنند، گسست میان نسل‌ها پدید می‌آید، در حالی که ما باید با عبرت از اشتباهات گذشتگان، مسیر صحیح را انتخاب کنیم.

یادگار امام(ره) با اشاره به اینکه در دوران معاصر در اثر ورود ابزارهای ارتباطی جدید، گسست نسلی به ۵ تا ۱۰ سال رسیده است، یادآور شد: چند دهه قبل ابزارهای رسانه‌ای فعلی وجود نداشت و اخبار صرفا به واسطه چند خبرگزاری مطرح مخابره می‌شد، اما امروز با توجه به ابزارهای گوناگون بشری و از جمله رسانه‌ها، ذائقه و بعضا راهکارهای نسل‌های جدید نیز متفاوت از گذشته است که امر مبارکی است، اما آنچه به‌عنوان یک چالش این دوران مطرح می‌شود، گسست نسلی و درس نگرفتن از شکست‌ها و پیروزی‌های نسل‌های پیشین است که باید مراقب آن باشیم.

سیدحسن خمینی با تاکید بر همراهی و اعتماد میان نسل‌ها تصریح کرد: بخش‌های مدیریتی میانسال و پا به سن گذاشته باید نسل جوان را باور کند و از سوی دیگر این نسل‌ها نیز به خرد و تجربه نسل قبل اعتماد کنند که در این صورت از گسست نسلی عبور خواهیم کرد. او لازمه ایجاد اعتماد میان نسلی را تمرین این امر در حلقه‌های کاری و اجتماعی کوچک ذکر کرد تا به تدریج در امور کلان تحقق یابد.

سیدحسن خمینی، با اشاره به سخنان برخی حضار درخصوص مشکلات کشور، راه حل این مشکلات را اعتماد به مردم دانست و تاکید کرد: حل مشکلات مردم فقط به دست خود آنان ممکن است.

تولیت آستان مقدس امام راحل با اشاره به تجربه کمونیسم شوروی که یک حزب فکر می‌کرد می‌تواند به جای تمام مردم بیندیشد و مردم مجری آن افکار باشند، تاکید کرد: اینکه یک گروه یا طایفه، ولو با نیت خیر، تصور کند می‌تواند به تنهایی مشکلات را حل کند صحیح نیست و حتی اگر در یک بازه زمانی کوتاه این شیوه جواب دهد در بلندمدت پاسخگو نخواهد بود. سیدحسن خمینی با تاکید بر حضور همه بخش‌های جامعه در عرصه حل مشکلات کشور ادامه داد: راهی جز سهیم شدن همه مردم و گروه‌ها در سرنوشت جامعه و پیشرفت آن و تن دادن به لوازم این حضور وجود ندارد.

او با اشاره به فرمایشات اخیر رهبر معظم انقلاب مبنی بر ضرورت حضور همه مردم در انتخابات آتی گفت: این بیان زیبای رهبر معظم لوازمی دارد که از جمله آن ایجاد امکان آمدن همه به این عرصه است. یادگار امام(ره) با بیان این مطلب که مردمسالاری دینی نیازمند تمرین است و این‌گونه نیست که هرکس دم از دموکراسی می‌زند هنگام روی کارآمدن پایبند به آن باشد، گفت: شرایط و چارچوب‌ها باید به‌گونه‌ای باشد که اگر کسی وارد کار شد نتواند از قواعد مردمسالاری تخطی کند.

سیدحسن خمینی با تاکید بر وجود امید در جامعه یادآور شد: اگر خدا را یاری کنیم او نیز ما را نصرت خواهد کرد و باور کنیم که این وعده‌ای کاذب نیست، چراکه در آیات قرآن نیز تاکید شده است «ان تنصروا الله ینصرکم و یثبت اقدامکم»؛ لذا در کارها نباید تعجیل کنیم، بلکه باید با تحمل شرایط امید به خدا را از دست ندهیم تا او کرامت خود را بر ما نازل کند. او همچنین در این دیدار به سابقه تاریخی خطه گیلان و مردم آن اشاره کرد و دورانی چون حکومت آل‌بویه، مشروطه، مبارزه با استبداد صغیر، نهضت جنگل و دفاع مقدس را از نقاط پرافتخار تاریخ آن ذکر کرد و گفت: مقاومت مرحوم میرزا کوچک خان جنگلی با سرنوشت مظلومانه و افتخارآمیزش یکی از نقاط ارزشمند تاریخ ایران است که میرزا را به یکی از نمادهای پرافتخار تاریخ ایران تبدیل کرده است.

در ابتدای این دیدار، جمعی از جوانان اصلاح‌طلب و اعتدال‌گرا و یکی از بانوان استان گیلان به بیان دیدگاه‌ها و نظرات خود در مورد شرایط کشور پرداختند. تاکید بر اهمیت جایگاه بیت امام(ره) در کشور و ایستادگی آن در مقابل افراط‌گرایی، بیان مشکلات اقتصادی جامعه، ضرورت جوان‌گرایی در کشور، تاکید بر برگزاری پرشور انتخابات از جمله محورهای سخنان حضار بود.

پنهان‌کاری راه‌حل آسیب‌های اجتماعی نیست

شهیندخت مولاوردی با اشاره به آغاز کمپین «شهروند سالم» که با هدف تبلیغات سلامت محور در سطح شهر تهران در حال اجراست، گفت: اطلاع‌رسانی برای پیشگیری از بیماری‌های غیرواگیر، با هدف تبلیغ تغذیه سالم و آگاهی‌رسانی در زمینه اعتیاد و ایدز و سرطان، حرکت انسانی، ارزشمند و کم سابقه است و حدود ۴۰۰ بیلبورد فضای تبلیغی شهر تهران به آن اختصاص یافته است.

معاون رئیس‌جمهور در امور زنان و خانواده ادامه داد: امید است این کمپین آغاز اقدامات بعدی در فرهنگ‌سازی و ارتقای فرهنگ عمومی و سلامت و بهداشت مردم باشد و رفتاری معقول و واقع‌بینانه در این زمینه در پیش گرفته شود. آگاهی و دانستن حق مردم است و در فرآیند توانمندسازی یکی از مراحل و مهم‌ترین مرحله، آگاهی است تا جایی که آگاهی را کلید توانمندسازی دانسته‌اند.

مولاوردی تاکید کرد: نگفتن و پنهان‌کاری و سرپوش گذاشتن، راه‌حل اعتیاد و ایدز و دیگر آسیب‌های اجتماعی نیست. باید اجازه دهیم مردم بدانند و خود تصمیم بگیرند.

مذاکرات آتی سوریه بدون پیش‌شرط برگزار می‌شود

تارنمای وزارت امور خارجه آمریکا به نقل از نشست مطبوعاتی «جان کربی» سخنگوی این وزارتخانه نوشت: در پی تماس تلفنی باراک اوباما با پوتین رئیس‌جمهوری روسیه، وزیر امور خارجه آمریکا با لاوروف وزیر امور خارجه روسیه تلفنی گفت و گو کرد. وزیران خارجه دو کشور در مورد سوریه توافق کردند که مذاکرات تحت سرپرستی سازمان ملل میان طرف‌های سوری باید طبق برنامه روز ۲۵ ژانویه (۵ بهمن) در ژنو سوئیس و بدون هیچ پیش شرطی برگزار شود. وزیران امور خارجه آمریکا و روسیه همچنین توافق کردند که باید پیش از این مذاکرات گام‌هایی برداشته شود تا نشست آتی میان تمام طرف‌های سوری سازنده باشد.

سوریه بیش از پنج سال است که درگیر بحران حضور گروه‌های مسلح و تروریستی نظیر داعش است که از سوی غرب و همپیمانان منطقه‌ای آمریکا حمایت می‌شوند. فعالیت‌های تروریستی گروه‌های یادشده علیه دولت قانونی سوریه تاکنون سبب مرگ هزاران تن از مردم این کشور و آوارگی میلیون‌ها تن شده است.

مصارف خانگی و تجاری متهم اصلی آلایندگی هستند

هوای پایتخت همچنان ناسالم است

محمد رستگاری، معاون نظارت و پایش اداره حفاظت محیط‌زیست استان تهران با بیان اینکه میانگین شاخص کیفیت هوا در پایتخت ۱۳۰ است، گفت: در این شرایط هوا برای گروه‌های حساس جامعه ناسالم ارزیابی می‌شود.

همچنین اکبر ترکان، دبیر شورای هماهنگی مناطق آزاد و ویژه اقتصادی و مشاور ارشد رئیس‌جمهور به ورود ایران به ۱۰ کشور پرآلاینده جهان اشاره کرد و گفت: قطعا نباید نسبت به این موضوع بی‌تفاوت بود. ممکن است در مجامع بین‌المللی مطرح کنند هر کشوری که بیشتر تولید آلودگی می‌کند، باید هزینه آن را بپردازد؛ آن وقت ما باید خرج آلودگی را هم بدهیم. بی‌اعتنایی به این عوارض، هزینه دارد و یک روز گرفتارمان می‌کند.

ما باید در وضعیت اقتصاد، مصرف انرژی‌مان را شبیه ترکیه کنیم که این مسئله نیاز به پیش‌زمینه‌های بسیاری دارد. یک بخش از این موضوع حمل‌ونقل است که اتفاقا رسانه‌ها و مدیران بیش از همه به آن توجه دارند. الان تمرکز اصلی روی حمل‌ونقل است؛ اما حمل‌ونقل بزرگ‌ترین بخش آلاینده نیست بلکه مصارف خانگی و تجاری بزرگ‌ترین آلاینده‌های تهران و کلانشهرها هستند یعنی آلودگی گازهایی که مبنای مصرف خانگی هستند، سه برابر سوخت خودروهای بنزینی و دیزلی‌اند.

اخبار انتخاباتی

با نزدیک‌شدن به ایام انتخابات مجلس شورای اسلامی و مجلس خبرگان رهبری در اسفند ماه ۱۳۹۴، پایگاه اطلاع‌رسانی KHAMENEI.IR صفحه ویژه‌ای شامل دیدگاه‌های رهبر انقلاب اسلامی درباره انتخابات راه‌اندازی کرد. صفحه ویژه «تا انتخابات»، آخرین و جدیدترین مواضع و بیانات رهبر انقلاب اسلامی درباره انتخابات و همچنین دیدگاه‌های ایشان در این خصوص را در قالب‌های مختلف به مخاطبان ارائه خواهد کرد و در ایام انتخابات به‌صورت منظم به روز خواهد شد.

حسینعلی امیری، سخنگوی وزارت کشور گفت: صلاحیت همه داوطلبان انتخابات مجلس شورای اسلامی استان بوشهر احراز شد. استان تهران و اصفهان هم که به ترتیب بیشترین ثبت نامی‌های انتخابات مجلس را داشتند به ترتیب بیشترین آمار صلاحیت‌های احراز نشده را به خود اختصاص دادند. او همچنین از آمار تعداد نمایندگان فعلی و ادوار که صلاحیت‌شان احراز نشده خودداری کرد اما گفت: صلاحیت تعدادی از نمایندگان فعلی مجلس از تهران و سایر استان‌ها احراز نشده است. فرمانداری‌های سراسر کشور اسامی افراد احراز صلاحیت شده و احراز صلاحیت نشده را به‌صورت مکتوب به داوطلبان ارائه کرده‌اند البته طبق قانون علت احراز نشدن صلاحیت داوطلبان نیز به‌صورت کتبی و محرمانه به آنان اطلاع داده شده است. امیری از احراز صلاحیت ۱۰هزار و ۹۵۴ نفر از داوطلبان انتخابات مجلس از جانب هیأت‌های اجرایی در مرحله اول بررسی صلاحیت‌ها خبر داد و گفت: از مجموع ۱۲هزار و ۱۲۳ ثبت نامی برای مجلس شورای اسلامی ۵۸۰ نفر در ایام ثبت نام و ۲۹۶ نفر هم در زمان بررسی صلاحیت‌ها با اختیار خودشان از ادامه ورود به عرصه انتخابات انصراف دادند و البته صلاحیت ۸۱۴ نفر هم در زمان بررسی صلاحیت‌ها احراز نشد. مجموع انصرافی‌ها و احراز صلاحیت نشده‌ها به‌هزار و ۶۹۰ نفر و تعداد احراز صلاحیت شده نیز به ۱۰هزار و ۹۵۴ نفر رسید.

سیاست

انتقال ۱۰ زندانی یمنی از گوانتانامو به عمان

کاخ سفید اعلام کرد در راستای برنامه‌های خود برای تعطیلی زندان گوانتانامو، ۱۰ زندانی یمنی این زندان را به عمان منتقل کرده است. به گزارش رویترز، ۱۰ زندانی یمنی که در زندان بدنام آمریکا در خلیج گوانتانامو به سر می‌بردند به عمان منتقل شدند و با این اقدام شمار زندانیان در این منطقه به کمتر از ۱۰۰ تن رسیده است. انتقال این افراد به عمان به‌عنوان انتقال بزرگ‌ترین گروه زندانیان گوانتانامو به خارج به شمار می‌آید. زندانیان یمنی بیش از ۱۰ سال بدون هیچ‌گونه محاکمه یا تفهیم اتهامی در زندان گوانتانامو به سر می‌بردند. جاش ارنست، سخنگوی کاخ سفید پس از بازگشت باراک اوباما رئیس‌جمهوری آمریکا از ایالت لویزیانا به واشنگتن در جمع خبرنگاران اعلام کرد: این اقدامی چشمگیر در جهت بستن این زندان است. ما به اقدامات خود برای کاهش شمار زندانیان از طریق انتقال ایمن و مسئولانه به جهت بستن زندان ادامه می‌دهیم. این اقدام مرحله مهمی در راه بستن کامل گوانتانامو است. تنها چیزی که اکنون ما به آن نیاز داریم یافتن مکانی مناسب و فراهم شدن شرایط مناسب است. تمام تلاش خود را برای کاهش زندانیان حاضر در گوانتانامو با انتقال امن آنها انجام می‌دهیم تا در نهایت به تعطیلی زندان برسیم. دولت آمریکا طرحی را به کنگره و ملت ارائه خواهد داد که در رابطه با تعطیلی کامل گوانتانامو است.

از زمان روی کار آمدن باراک اوباما که وعده داده بود زندان گوانتانامو را می‌بندد، تعداد زندانیان در این بازداشتگاه از ۲۴۲ نفر به ۹۳ زندانی کاهش یافته است. از سوی دیگر مقامات عمان اعلام کرده‌اند که افراد یمنی وارد این کشور شده‌اند و به دلایل انسان‌دوستانه تا زمانی‌که شرایط یمن به آنها اجازه بازگشت بدهد در عمان می‌مانند. عمان پیش از این نیز گروه‌هایی از زندانیان گوانتانامو را پذیرفته بود.

تیتر اخبار

- وزیر خارجه عربستان در دیدار با همتای آمریکایی خود در لندن درباره مهم‌ترین مسائل خاورمیانه به‌ویژه بحران سوریه بحث و گفت‌وگو کرد.
- نیروهای امنیتی لبنان یک عضو برجسته مرتبط با القاعده را بازداشت کردند که دست به چند عملیات خرابکارانه در این کشور زده بود.

شی جینگ پینگ، رئیس‌جمهور چین در رأس هیأتی بلندپایه هفته آینده در سفری دو روزه به دعوت همتای ایرانی خود به تهران می‌آید

جامعه

تصادف زنجیره‌ای دراتوبان بهشت زهرا

سیدجلال ملکی، سخنگوی سازمان آتش نشانی و خدمات ایمنی از وقوع یک مورد تصادف زنجیره‌ای در اتوبان بهشت زهرا (س) خبر داد و گفت: در این حادثه پنج شهروند مصدوم و با بالگرد به بیمارستان منتقل شدند. ملکی درباره جزییات این حادثه گفت: ساعت ۱۰:۵۳ دقیقه روز جمعه برخورد چند دستگاه خودرو در بزرگراه هاشمی بالاتر از اتوبان امام علی(ع) (جاده بهشت زهرا (س)) به سامانه آتش‌نشانی شهر تهران اعلام شد و مأموران دو ایستگاه به محل حادثه اعزام شدند. با حضور آتش‌نشانان در محل حادثه مشاهده شد سه دستگاه خودروی پژو ۴۰۵، سمند و هیوندای شاسی بلند با دلایل نامشخصی به‌شدت با یکدیگر برخورد کرده و پنج سرنشین این خودروها که چهار خانم و یک آقا بودند مصدوم شده‌اند.

سخنگوی سازمان آتش‌نشانی شهر تهران افزود: به دلیل ترافیک ایجاد شده هلی‌کوپتر امداد به محل حادثه اعزام شد و به همراه یک خودروی اورژانس مصدومین به مراکز درمانی منتقل شدند. نشت بنزین از خودروها شدید بود که آتش‌نشانان توانستند پس از ایمن‌سازی‌های لازم، محل حادثه را تحویل عوامل پلیس راهور دهند. در ساعت ۱۱:۵۵ دقیقه عملیات رسیدگی به این حادثه به اتمام رسید.

تیتر اخبار

- تعدادی از اراذل و اوباش شرق تهران که شب پنجشنبه در محدوده نارمک اقدام به عربده‌کشی و ایجاد مزاحمت برای شهروندان کرده بودند، دستگیر شدند.
- رسانه‌های برزیلی از وقوع انفجار در انبار محل نگهداری مواد شیمیایی در این کشور خبر دادند.

مصطفی پرویزی مقدم، معاون حفاظت و امور اراضی استان تهران از کاهش سالانه وسعت پارک‌های جنگلی تهران خبر داد

فرهنگ

آخرین خبرها از فراخواندن تهیه‌کنندگان سینما به دادگاه

در پی دعوت جمعی از تهیه‌کنندگان سینمای ایران در جلسه‌ای به دادسرای فرهنگ و رسانه در روز شنبه، حبیب ایل بیگی، معاون ارزشیابی و نظارت سازمان سینمایی اعلام کرد: حجت‌الله ایوبی، رئیس سازمان سینمایی در پی این خبر پیگیر موضوع شده و در گفت‌وگو با مسئولان قضایی کشور به‌عنوان نهاد صیانت‌کننده از عرصه فرهنگ و هنر از کم و کیف این موضوع مطلع شد. او یادآور شد: رئیس سازمان سینمایی برای حل مسئله پیش آمده پیگیر امور است و در این راستا تعامل بسیار موثری با مسئولان محترم قضایی کشور انجام شده است. با توجه به تعامل بسیار خوب بین سازمان سینمایی و قوه محترم قضاییه این مسئله از سوی رئیس سازمان پیگیری شد. هیچ تردیدی در عزم راسخ قوه قضاییه بر حفظ کرامت و صیانت از هنرمندان کشور به‌عنوان سرمایه‌های بی‌بدیل اجتماعی وجود ندارد. دعوت یاد شده تنها جهت بررسی، آگاهی بخشی و صیانت از اهالی سینماست و بر خلاف آنچه در رسانه‌ها آمده جنبه سلبی و احضاریه ندارد. در هفته‌های گذشته در دفتر اینجانب با حضور مدیر کل تبلیغات وزارت ارشاد و دبیر شورای عالی تهیه‌کنندگان، رئیس کانون پخش‌کنندگان فیلم، محمدرضا فرجی مدیرکل سینمای حرفه‌ای و مشاور حقوقی سازمان جلسه‌ای را در این باره داشتیم و نامه‌های رسیده درباره پخش آگهی از شبکه‌های ماهواره‌ای را بررسی کردیم و نقطه نظرات در این جلسه مورد ارزیابی قرار گرفت. تهیه‌کنندگان و پخش‌کنندگان از این ماجرا اعلام برائت کرده و خواستار برخورد با این شبکه‌های ماهواره‌ای شدند که اقدام به پخش تبلیغات آثارشان می‌کنند. پخش آگهی از شبکه‌های ماهواره‌ای و نیت‌هایی که بعضا بدخواهان کشور برای هدف قرار دادن سینما دارند مشخص است. او با اشاره به برگزاری جلسه مشترک بین مسئولان قضایی و تهیه‌کنندگان و حضور خود در این جلسه گفت: اینجانب نیز با توجه به تاکید سازمان سینمایی برای رفع این مسئله در جلسه یاد شده حضور خواهم داشت.

تیتر اخبار

- برایان بدفورد، بازیگر سینما و تئاتر و صداپیشه رابین‌هوود در سن ۸۰ سالگی به دلیل ابتلا به سرطان درگذشت.
- الن ریکمن، بازیگر بریتانیایی فیلم‌هایی چون جان سخت و هری پاتر (در نقش پروفسور اسنیپ) درگذشت.

لئوناردو دی‌کاپریو می‌گوید از موفقیت جدیدترین فیلم خود «بازگشته» بسیار غافلگیر شده و از قدرشناسی از این فیلم که یک سال از عمر او را به خود اختصاص داده، احساس خوشایندی دارد

ورزش

محرومیت رئال و اتلتیکو از خرید بازیکن

پس از محروم شدن بارسلونا از خرید بازیکن در سال ۲۰۱۵، فیفا از فدراسیون فوتبال اسپانیا درخواست کرده بود تا تمام اسناد و مدارک مربوط به انتقال بازیکنان زیر ۱۸ سال خارجی به باشگاه‌های اسپانیایی را در اختیار نمایندگانش قرار دهد و در نتیجه بررسی‌های صورت گرفته، تخلف رئال و اتلتیکو محرز شد. علاوه بر رئال و اتلتیکو، فدراسیون فوتبال اسپانیا نیز از سوی کمیته انضباطی فیفا با جریمه روبه‌رو خواهد شد.

باشگاه اتلتیکو مادرید به همین منظور علاوه بر محرومیت از خرید و ثبت بازیکن، با جریمه‌ای ۸۲۱هزار یورویی و رئال مادرید نیز با جریمه‌ای ۳۲۸هزار یورویی مواجه شده‌اند. طبق تحقیقات فیفا مشخص شده است که باشگاه اتلتیکو بین سال‌های ۲۰۰۷ تا ۲۰۱۴ و رئال‌مادرید نیز بین سال‌های ۲۰۰۵ تا ۲۰۱۴ مرتکب تخلف شده‌اند.

هر دو باشگاه سه ماه فرصت دارند تا به این رأی اعتراض کنند. محرومیت این دو باشگاه شامل نقل و انتقالات زمستانی ۲۰۱۶ نمی‌شود.

نشریه آ.اس پیش از هر رسانه دیگری این خبر را اعلام کرد و کمی بعد دیگر رسانه‌های معتبر اسپانیایی نیز تایید کردند که فیفا پس از یک سال تحقیق در مورد شیوه جذب بازیکن زیر ۱۸ سال از سوی رئال و اتلتیکو، تشخیص داده که این دو باشگاه نیز قوانین را رعایت نکرده‌اند و باید با جریمه مواجه شوند.

تیتر اخبار

- تمرینات تیم فوتبال استقلال از روز شنبه برای حضور در ادامه رقابت‌های لیگ برتر آغاز خواهد شد.
- مسعود اوزیل، بازیکن میانی تیم فوتبال آرسنال با پشت سر گذاشتن توماس مولر به‌عنوان بازیکن سال فوتبال آلمان برگزیده شد.

خواکین گازمن، خطرناک‌ترین مجرم جهان که به تازگی دستگیر شده است در پی خرید باشگاه چلسی از رومن آبراموویچ بوده است

کافه تبلیغات

فرهنگ‌سازی تبلیغاتی برای تغییر رفتار شهروندان

نرگس فرجی

چندی پیش فیلمی تبلیغاتی درباره فرهنگ‌سازی نوعی رفتار اجتماعی در کانال‌های تلگرام میان مخاطبان این رسانه پیام‌رسان دست به دست می‌شد. در فیلم تبلیغاتی مورد نظر، کارمندان شهرداری یکی از کشورهای اروپایی به محل مترو رفته بودند و در آن برنامه‌ای را برای مسافران اجرا می‌کردند. در آن برنامه کارمندان تکه آشغالی را روی زمین می‌گذاشتند و عکس‌العمل مسافران را مورد سنجش و ارزیابی قرار می‌دادند. صحنه فیلمبرداری آنقدر طبیعی بود که هیچ مسافری احساس نمی‌کرد کارمندان شهرداری برای آنها برنامه‌ای تدارک دیده‌اند. بسیاری از مسافران بی‌تفاوت از کنار آن تکه آشغال عبور می‌کردند و برای‌شان مهم نبود که فضای عمومی آلوده شده است. در میان این عبور و مرورها یکی از مسافران اقدام به برداشتن تکه آشغال می‌کرد و آن را در نزدیک‌ترین سطح زباله می‌انداخت. در این لحظه کارمندان از فضایی مخفی که در آن قرار گرفته بودند، خارج شده و شروع به شادی و پرتاب گل می‌کردند. فردی که آشغال را در سطل زباله انداخته بود و سایر مسافران نسبت به این اقدام متعجب شده و هاج و واج به شادی کردن کارمندان شهرداری نگاه می‌کردند. کارمندان به سمت فرد مورد نظر می‌روند و تاج گلی را به گردن او می‌اندازند و قدردانی مفصلی را بابت اقدامی که انجام داده به عمل می‌آورند. در واقع آنها صحنه یک جشن بزرگ را برای فردی که عمل درست را انجام داده بازسازی می‌کنند. عملکرد کارمندان باعث می‌شود که تمامی افراد حاضر در مترو متوجه رفتار درست شوند و به نوعی پیام تبلیغاتی بدون هیچ مانعی به مخاطبان هدفش برسد. این اقدام تبلیغاتی مطمئنا تاثیری قوی در جهت تغییر رفتار شهروندان می‌گذارد. تاثیری که مدت‌ها باقی خواهد ماند.

ابتکار تبلیغاتی شهرداری مشهد

این نوع نحوه انتقال پیام شاید یکی از بهترین شیوه‌هایی باشد که بسیاری از کشورهای مختلف درصدد اجرای آن هستند و نمونه‌های خلاقانه زیادی نیز در این باره وجود دارد.

نمونه‌هایی که در تمامی آنها تلاش شده برخی رفتارهای نامناسب از سوی شهروندان تغییر کند. در کشور ما نیز از این دست اقدامات صورت گرفته و شهرداری برخی شهرهای مختلف برنامه‌های تبلیغاتی متنوعی را اجرا کرده‌اند. شهرداری مشهد یکی از سازمان‌هایی است که چندی پیش شیوه تبلیغاتی جالبی را در جهت تغییر رفتار شهروندانش اجرا کرده‌است. شهرداری مشهد در روزهای آلوده سال، طرح‌آگهی را در ایستگاه‌های اتوبوس اجرایی کرده‌است. آلودگی که آنقدر آزاردهنده شده بود که تک تک شهروندان به فکر چاره بودند. این مسئله گاهی در قالب طرح‌های تبلیغاتی مختلف نمود پیدا می‌کند. شهرداری مشهد از چهره شخصیت‌های معروف ورزشی برای انتقال پیام تبلیغاتی فرهنگی خود استفاده کرده است. این آگهی تبلیغاتی به‌گونه‌ای طراحی شده که انگار بازیکنان تیم ملی فوتبال منتظر اتوبوس هستند. نکته جالب طرح آگهی شهرداری مشهد این است که بازیکنان با همان لباس‌های ورزشی به تصویر کشیده شده‌اند و همراه با تصویر شعار با مضمون «استفاده از وسایل نقلیه عمومی، نیازمند یک عزم ملی» به‌کار رفته است.

تناسب شعار و تصویر در آگهی تبلیغاتی

آگهی تبلیغات شهرداری مشهد از جنبه‌های مختلفی قابل توجه است. این طرح تبلیغاتی دقیقا در زمانی اکران شده که شهروندان بسیاری از شهرهای ایران درگیر موضوع و مسئله آلودگی بوده‌اند. مسئله‌ای که شهرداری مشهد درباره آن شعار نداده و مستقیم مطرح کرده است. علاوه براین موارد این سازمان دقیقا از رسانه‌ای استفاده کرده که شهروندان برای رهایی از آلودگی و استفاده نکردن از وسیله نقلیه شخصی به آن پناه می‌برند. سازمان با این‌کار طرح تبلیغاتی را به زور به خورد شهروندان نداده و دریافت آن را به عهده آنها گذاشته است.

همچنین پیام این طرح تبلیغاتی ساده است و گروه مخاطبان بسیاری را می‌تواند پوشش دهد. حال اگر این سازمان اقدام تبلیغاتی خود را در قالب یک کمپین طرح‌ریزی می‌کرد و آن را در رسانه‌های بیشتری پوشش می‌داد به نظر اثربخشی حرکت خود را بالاتر می‌برد. با این توصیفات جای چنین تبلیغاتی در کشورمان خالی است و به نظر ارگان‌های مربوطه باید وقت و هزینه بیشتری به این موضوع اختصاص دهند تا بسیاری از رفتارهای اجتماعی تغییر کند.

گزارش اختصاصی «فرصت امروز» از نخستین جشنواره ملی تبلیغات

حرفه‌ای‌ها از موانع بلوغ تبلیغات می‌گویند

هدی رضایی

عکس: آرزو بیات / فرصت امروز

«با برداشته شدن تحریم‌ها و عبور تدریجی از دوره رکود و آغاز رونق اقتصادی، شاهد رونق تبلیغات در ایران خواهیم بود. بر این اساس لازم است تا اهتمام لازم برای کارآمدسازی تبلیغات و رهنمون‌سازی آن به سمت تعالی و اثربخشی با رویکرد خلاقیت و ارائه آثار فاخر بکار گرفته شود. تاکنون جشنواره‌ای که بتواند خلا داوری جامع تبلیغات را به عهده گیرد خالی بود، جشنواره‌ای که اهداف مهم آن، تعریف معیارهای رسانه برتر تبلیغاتی و ارائه الگوهای برتر در حوزه‌های مختلف تبلیغات باشد.» سخنان بالا بخشی از صحبت‌های هوشمند سفیدی، رئیس «جشنواره ملی تبلیغات» در سخنرانی افتتاحیه نخستین دوره این جشنواره در سالن‌های همایش‌های صدا و سیماست که با شعار تبلیغات خلاق و اثربخش برگزار شد و طی آن از پیشکسوتانی مانند استاد کامران کاتوزیان، سیدکاظم نورهاشمی، محسن میرزایی و امرالله فرهادی که در پایه‌گذاری و توسعه این صنعت نقش برجسته‌ای داشتند، تقدیر به عمل آمد.

تلاش در جهت بین‌المللی شدن در داوری

هوشمند سپیدی با اظهار خرسندی از شکل‌گیری تعامل بین دو عنصر اصلی صنعت تبلیغات شامل شرکت‌های تبلیغاتی و روابط عمومی‌ها گفت: این تعامل به درک انتظارات متقابل و ارتقای فعالیت‌های تبلیغاتی و روابط عمومی و نیز اهتمام بیشتر شرکت‌های تبلیغاتی برای ارائه خدمات کیفی‌تر به روابط عمومی‌ها خواهد انجامید. او در پایان سخنان خود با اعلام اینکه از سال آینده کلیه گروه‌های تبلیغات در قالب جشنواره تبلیغات مورد داوری قرار خواهند گرفت، از رویکرد به سمت بین‌المللی شدن خبر داد و گفت: تلاش می‌کنیم در آینده نزدیک، کشور ما مرجع مهم داوری تبلیغات در منطقه باشد.

صنعتی که مرهون کالاهای داخلی است

در ادامه پیشکسوتان این عرصه روی سن آمدند و حول موضوعات مختلف در عرصه تبلیغات گفت‌وگو کردند. یکی از این سخنرانان محسن میرزایی بود که با ۸۰ سال سن تجربه ارزشمندی در این حوزه داشته و نویسنده کتاب تاریخ تبلیغات ایران است. محسن میرزایی با اشاره به اینکه نزدیک ۶۰ سال در این حرفه مشغول به کار است و تجربیات ۶۰ ساله را نمی‌توان در ۱۰ دقیقه ارائه کرد، در خصوص کتاب تالیف خود و «تحولات تبلیغات در ایران: از آغاز تا بلوغ» توضیحاتی داد. این کتاب تاریخچه تبلیغات ایران است. قسمت اول این کتاب نشان‌دهنده این است که تبلیغات چگونه در ایران شروع شد و وقایع تبلیغاتی را طبق زمان در دوره ناصری، مظفری، مشروطیت، جنگ جهانی اول، فاصله بین دو جنگ، جنگ جهانی دوم و اشغال ایران به رشته تحریر درآورده است. نخستین حرکت‌ها در مورد تبلیغات از زمان اشغال ایران شکل گرفت و در این دوره تبلیغات نوین شکل گرفت. همچنین اواخر دهه ۲۰ آگهی‌های سازمان‌های تبلیغاتی آغاز شد و نخستین شرکت‌های تبلیغاتی به راه افتادند. در واقع هنگامی که تکلیف سیاسی ایران روشن شد، ضرورت ایجاد شرکت‌های آگهی‌دهنده و آژانس‌ها به‌وجود آمد. پس از آن رقابت به‌وجود آمد و این رقابت سبب رشد بیشتر شد. تبلیغات ایران مرهون کالاهای داخلی و بومی است و کالاهای خارجی هرگز سبب رشد تبلیغات در ایران نشد.

تبلیغاتی که در خواب بود

او اضافه کرد: در کتابی که به نگارش درآمده، نمونه آگهی‌ها در بازه زمانی ۱۰۰ سال را می‌بینید، تحول گرافیک، خط، طرز نگارش و شیوه‌های تبلیغاتی کاملا قابل مقایسه است. نکته قابل ذکر اینکه تنها آگهی‌های خوب در این کتاب گذاشته نشده و حتی آگهی‌های بد و نامربوط را گذاشتیم تا دیده شود. با اینکه ۵۰سال گذشته اما باید گفت هنوز اول خطیم و نمی‌توان انتظار اقتصادی شکوفا بدون تبلیغات را داشت. از تبلیغات کنونی ایران راضی نیستم، ما رشد نکردیم و نیاز داریم که دروازه‌های تجارت جهانی به روی ما باز شود. عده‌ای از شرکت‌ها در این دوران سعی کردند کمپین‌های خوبی ارائه دهند، اما باید یادآور شد که بهترین کمپین‌ها زمانی شکل می‌گیرد که رقابت وجود داشته و تعداد آژانس‌های تبلیغاتی زیاد باشد. وقتی آژانس به معنای واقعی نباشد، صنعت تبلیغات رشد نمی‌کند بنابراین استعداد و شکوفایی نخواهیم داشت. مقامات مسئول، پیشکسوتان و دانشگاه‌ها باید فکری به حال این امر کنند. تمام دوران امیرکبیر تا مصدق که دوره سلطنت شش پادشاه است، تبلیغات در خواب بوده و دوباره احیا شده است. اگر می‌خواهیم این صنعت به معنای واقعی خود شکل بگیرد، باید دولت و دست اندرکاران دست به دست هم دهند تا اوضاع بهتر شود.

نبود زمینه فرهنگی و دانش کافی

دکتر عبدالله گیویان یکی دیگر از پیشکسوتان در عرصه تبلیغات بود که در خصوص «تبلیغات خلاق و اثربخش» سخنرانی کرد. او در این‌باره گفت: تبلیغات در کشور ما با توجه به تاریخچه‌ای که به آن اشاره شد سیر متوازنی را طی نکرده است. ما امکان رسیدن به تبلیغات خلاق و موثر را بنا به دلایلی نداریم. این دلایل می‌تواند اولا نبود زمینه فرهنگی باشد، به طوری که همه باید درک مشترکی داشته باشند اما بنا به دلایل عدیده این درک وجود ندارد. دوما به دلیل نبود دانش بافتاری در خصوص تبلیغات است، معمولا تبلیغات به نمودهای عینی و بیرونی‌اش محدود می‌شود. در حالی‌که تبلیغات را باید فرآیندی دانست که پیش از عملی شدن ایده درباره آن فکر و سرمایه‌گذاری کرد. مشکل این است که سیاست‌گذاران و کارفرمایان ما و کسانی که اهل تبلیغات هستند، در یک مورد به‌خصوص

> **در دهه ۱۹۳۰ برندینگ فقط معطوف به ویژگی‌های محصول بود، در دهه ۷۰ تغییری ایجاد شد و مزایای آن ویژگی محور فعالیت قرار گرفت و دهه ۹۰ تجربیات مصرف‌کننده مورد توجه قرار گرفت و در دهه اول ۲۰۰۰ هویت حاصل شده از مصرف، محور فعالیت‌های برندینگ شد**

تبلیغاتی هم با یکدیگر اشتراک نظر ندارند و این به دلیل ضعف دانش فنی است.

عدم خلاقیت در ایده‌پردازی

وی با اشاره به پژوهشی در خصوص تبلیغات بانک‌ها در ایران، برخی دلایل عدم اثر بخشی تبلیغات بانک‌ها را در نوع و محتوای تبلیغاتی و دوم از منظر برندینگ دانست. به گفته وی در مورد نوع و محتوای تبلیغاتی مشکلاتی از قبیل موارد زیر وجود دارد: ۱- عدم خلاقیت در ایده‌پردازی و محتوای تبلیغاتی (به این معنا که بعضی تبلیغات فاقد جهت‌گیری استراتژیک هستند)، ۲- استفاده از لحن و ادبیات یکسان (همه آنها تبلیغ خود را در قالب یک اتفاق حماسی مطرح می‌کنند)، ۳- کپی برداری محض (بسیاری از تبلیغات بانک‌ها کپی برداری شده از تبلیغات بانک‌های کشورهای خارجی است و کلمات و استوری بورد و حتی زوایای دوربین کپی برداری شده است. بومی‌سازی ما فقط در محدودیت‌های اجتماعی و تغییر زبان با تبلیغات مشابه خارجی تفاوت دارد).

تبلیغ یا اثر هنری؟

او مشکل بانک‌ها از منظر برندینگ را نیز موارد زیر برشمرد: ۱) اکثر بانک‌ها هویت مشخصی ندارند (تبلیغات را از ارتباطات و ارتباطات را از فرهنگ جدا می‌کنند)، ۲- عدم ثبات در عناصر هویت برند (برای مثال گوینده تمام بانک‌ها یکی است، در حالی‌که صدای تبلیغ و گوینده باید منحصر به همان بانک باشد، بهتر بود مثلا صدای گوینده آگهی یک بانک تنها به‌عنوان صدای برند همان بانک مورد استفاده قرار گیرد. این بی‌توجهی از جانب کیست؟ (این یک سوء تفاهم ملی در برندینگ است)، ۳- شعارهای کم اثر و ضعیف (آیا در شعار شرکت‌ها استراتژی فعالیت‌ها دیده می‌شود یا خیر)، ۴- تبلیغ برای تبلیغ (به‌گونه‌ای که بانک‌ها فکر می‌کنند که اگر تبلیغ نکنند وجود خارجی ندارند)، ۵- تبلیغ یا اثرهنری (صرفا مجموعه‌ای از زیبایی‌ها را در تبلیغات خود منعکس می‌کنند).

پس ماندگی در محتوا و فهم تبلیغات

گیویان با اشاره به اینکه تبلیغات بانک‌ها چندین دهه عقب‌تر از سیر تبلیغات است افزود: در دهه ۱۹۳۰ برندینگ فقط معطوف به ویژگی‌های محصول بود، در دهه ۷۰ تغییری ایجاد شد و مزایای آن ویژگی محور فعالیت قرار گرفت و دهه ۹۰ تجربیات مصرف‌کننده مورد توجه قرار گرفت و در دهه اول ۲۰۰۰ هویت حاصل شده از مصرف، محور فعالیت‌های برندینگ شد. در بسیاری از کانال‌های تبلیغاتی که ما می‌بینیم، از جمله تبلیغات بانک‌ها، بخش عمده‌ای از تبلیغات عمدتا روی ویژگی‌ها یا مزایای محصول متمرکز است. یعنی در واقع چندین دهه عقب‌تر از آنچه هستیم که در دانش کنونی تبلیغات وجود دارد. این پس‌ماندگی در محتوا و فهم تبلیغات به‌جای اینکه تبدیل به یک دانش بافتاری شود، در کشور ما با آب و لعاب دادن و شعار و لحن حماسی جبران می‌شود. آن چیزی که در شرایط فعلی، به رونق این صنعت امید می‌دهد این است که اهالی تبلیغات کشور، دانش خودشان را در حد رقابت با کالاها و رقبایی که وارد بازار می‌شوند، به آن سطح برسانند. در غیراین صورت ما با موتور پیکان‌مان که تنها ظاهر آن را شبیه به اتومبیل‌های مدرن‌تر کرده‌ایم، خواهان وارد شدن به پیست اتومبیل‌رانی فرمول یک هستیم! این اتفاق تبلیغات ما را از اثربخشی و خلاقیت دور می‌کند بنابراین نیاز به بالا بردن سطح دانش در این عرصه حس می‌شود.

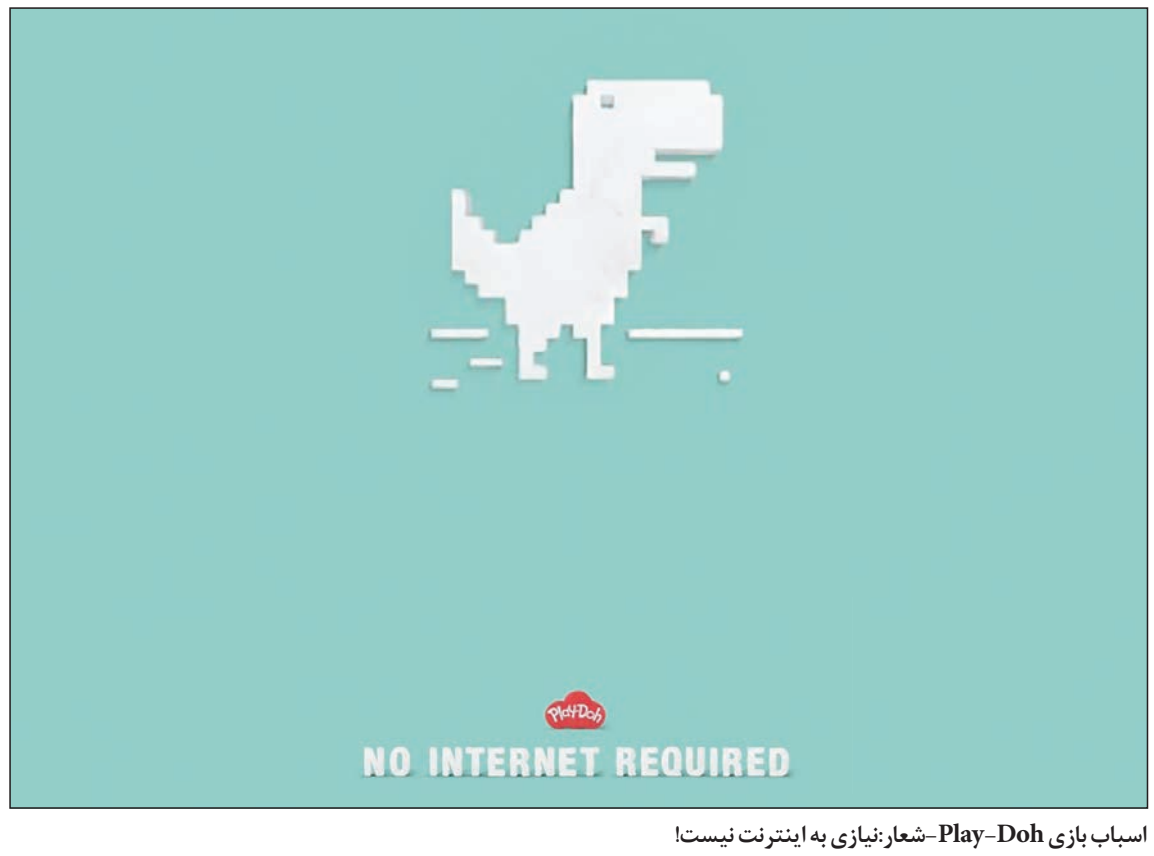
دوره مرگ وفاداری

در انتها احمد روستا، پدر علم بازاریابی ایران در مورد «ارتباطات بازاریابی یکپارچه با نگاهی نو» صحبت کرد. روستا مهم‌ترین چالش بازاریابی، تبلیغات و روابط عمومی در ایران را بدفهمی، کج فهمی، نافهمی و استفاده نادرست از بعضی مفاهیم، واژه‌ها و ادبیات و معانی دانست که باعث ترویج ادبیات غلط و هرج و مرج فرهنگی می‌شود و قطعا شاهد نگرانی‌هایی در این زمینه خواهیم بود. وی افزود: من همینجا تقاضا دارم که با همدلی و همپذیری برای این چالش و چالش‌های دیگر و تهدیدهای دیگری چاره‌اندیشی کنیم. او صحبت‌های خود در مورد تبلیغات را با نتایج تحقیقات بریتانیا ادامه داد و جزییاتی را در این‌باره بیان کرد: به ازای هزینه کردن هر یک یورو در تبلیغات، شش یورو برای اقتصاد بریتانیا درآمد ایجاد شده است. دیگر اینکه هزینه تبلیغ بیش از آنچه نتیجه رشد اقتصادی باشد، موجب و عامل رشد اقتصادی است. باید اضافه کنم که در دوره کنونی ما شاهد مرگ وفاداری به برند، محصول و انسان‌ها و... هستیم. تمام جوامع بشری با این پدیده مواجه شده‌اند. طبق تحقیقی وفاداری به برندها در حال نزول است و ۶۶ درصد خریداران برندهای خود را تغییر داده‌اند. ما با مشتریان ماندگار روبه‌رو هستیم نه وفادار. ماندگاری دلیل وفاداری نیست. اگر با معیارهای روز حرکت نکنیم و نیازها را برآورده نسازیم، مشتریان احتمالی را از دست خواهیم داد. جالب است بدانید میزان پذیرش برند در سال ۲۰۱۲ نسبت به ۲۰۱۱ در بعضی کشورهای اروپایی کاهش پیدا کرده است. امروز قاعده جدیدی به جای ۸۰-۲۰ به نام قاعده ۷۵-۲۰-۵ به‌وجود آمده که بیان می‌دارد که ۷۵درصد برندها اعتبار و خوشنامی خود را از دست داده‌اند، ۲۰درصد برندها هنوز اعتبار و خوشنامی گذشته را دارند و فقط ۵درصد برندها محبوب‌هستند.

چالش‌های ارتباطات و تبلیغات

او در بخش دیگری از سخنان خود مهم‌ترین چالش‌های ارتباطات، تبلیغات و بازاریابی را برشمرد و گفت: این چالش‌ها شامل دشواری در جذب و جلب توجه مخاطبان به تبلیغات، فاصله و شکاف تحول (تحول سریع اتفاق می‌افتد و عقب ماندن از تحول تبعات زیادی خواهد داشت)، نسل جدید مخاطبان، رقابتی شدن صنعت با ورود احتمالی شرکت‌های خارجی، گرانی تبلیغات و کاهش آثار آن، انحصاری بودن رسانه، اقتصادی شدن جامعه و سهم‌خواهی گروه‌های رسمی و غیررسمی، چند تخصصی نبودن بعضی از آژانس‌ها و شرکت‌های تبلیغاتی، کم توجهی به آثار رسانه‌های اجتماعی و بی‌تفاوتی متولیان و مسئولان عرصه تبلیغات است. اینها دردهایی است که با استفاده از رفتارشناسی بازار و تحلیل درست آن، درنظر گرفتن جذابیت رقابتی در کنار مزیت رقابتی و درک درست مفاهیم و ارائه پیام شفاف باید برای درمان آنها چاره‌جویی کرد.

تبلیغات خلاق



اسباب بازی Play-Doh-شعار:نیازی به اینترنت نیست!

ایستگاه تبلیغات

عذرخواهی برند تایلندی درباره تولید آگهی تبلیغاتی نژادپرستانه

یک شرکت تایلندی بابت ساخت یک آگهی تبلیغاتی برای یک محصول سفیدکننده پوست عذرخواهی کرد که با نمایش یک زن سیاهپوست، سیاهپوستان را بازنده نشان می‌دهد. شرکت «Seoul Secret» روز جمعه آگهی تبلیغاتی خود را از یوتیوب پایین کشید. در این آگهی دو زن به تصویر کشیده می‌شوند. ناگهان رنگ پوست یکی از آنها تیره می‌شود که بیشتر از همه حاکی از پریشانی آشکار او است. در ادامه این شعار را می‌بینیم: «برای برنده شدن فقط رنگ پوست شما باید سفید شود.»

به گزارش ام‌بی‌ای نیوز، این نخستین بار نیست که چنین اتفاقی در تایلند رخ می‌دهد. در این کشور، چهره روشن جایگاه اجتماعی فرد را بالا می‌برد اما شرکت Seoul Secret هرگونه نیت نژادپرستانه را تکذیب می‌کند. به گفته مقامات این شرکت، Seoul Secret به هیچ وجه قصد انتقال یک پیام تبعیض‌آمیز یا نژادپرستانه را ندارد. هدف از انجام اقدام فوق رساندن این پیام است که در راستای بهسازی و اصلاح خود باید روی شخصیت، ظاهر، مهارت‌ها و توانایی‌های حرفه‌ای کار کرد.

بازاریابی مجانی

روش‌هایی برای شرح ساده محصولات علمی یا مرتبط با فناوری در کمپین‌های بازاریابی

زبانی ساده برای بازاریابی محصولات پیچیده

هدی رضایی

هنگامی که مالک یک کسب وکار مرتبط با فناوری یا در زمینه‌های علمی هستید، چالش بزرگی برای معرفی آن به عموم پیش روی شماست. درحالی‌که بیشتر بازار هدف و مصرف کنندگان شما ممکن است اصطلاحات مرتبط با آن و واژگان و زبان آن را بشناسند، اما برای بعضی دیگر نیز ممکن است درک آن سخت باشد. مهم است که شما قادر به شرح محصول خود برای اکثریت مصرف‌کنندگان خود و دیگر مشتریان بالقوه در بازار باشید. با گام‌های زیر می‌توانید این کار را برای خود تسهیل کنید.

۱- از زبان علمی قابل فهم استفاده کنید

برای بعضی از افراد، واژه علم قابل درک و فهم، می‌تواند ضد و نقیض باشد. اگرچه روش‌های زیادی برای درک علوم پیچیده در محصول مورد نظر شما یا نوآوری به‌کار رفته در آن وجود دارد و آن را برای میانگین مخاطبان شما قابل فهم می‌سازد. ایروبیوتیک یکی از شرکت‌های در زمینه پاکسازی هواست که با این مسئله دست به گریبان است. این شرکت از تکنولوژی پیشرفته و قدرت پروبیوتیک‌ها به‌عنوان روشی برای محافظت و پاکسازی هوای داخل خانه و جلوگیری از آلودگی استفاده می‌کند. آلودگی پشت این تکنولوژی بسیار پیچیده است، اما شرکت از محتوای بازاریابی مخاطب پسند و محتوای مناسب وب‌سایت برای آموزش مشتریان استفاده کرده است و با زبانی ساده، علم به‌کاررفته در این محصول را به سادگی به مخاطب ارائه کرده است.

علاوه بر ساده‌سازی روشی که پروبیوتیک‌ها برای کاهش آلرژی‌های موجود در محیط به کار گرفته‌اند، شرکت عمدتا بر نتایج و بازدهی این محصول در زمینه سلامت تمرکز و درک آن را برای مشتریان ساده کرده که اثر این محصول را در خانه و زندگی خود ببینند. هر چیزی که در تبلیغ آنها دیده می‌شود، آشکار و دقیق با ویژگی‌های بصری برای فهم بهتر است و به مشتری اجازه می‌دهد تا دریابد که در ازای چه مزیت‌هایی پول برای خرید محصول داده است.

از شعارهای طولانی بپرهیزید

برای شرکت‌ها سخت است که از شعار مدنظر خود به واسطه ثقیل بودن برای مشتری استفاده نکنند، اما مهم است که از اسناد علمی و محتوایی در وبسایت‌تان استفاده کنید که برای مخاطب قابل درک باشد. یک قانون طلایی برای آن این است که محتوایی تولید کنید که زبان آن به‌گونه‌ای باشد که حتی دانش‌آموزان ابتدایی نیز آن را بفهمند. اگر خواستار شرح علم موجود در محصول‌تان هستید، باید در سندهایی جداگانه به محتوای علمی آن بپردازید و آن را برای افراد علاقه‌مند کنار بگذارید. اما در صفحه اول وبسایت‌تان یا محتوای کمپین‌های بازاریابی خود هرگز از واژگان پیچیده علمی استفاده نکنید و تا جایی که می‌شود آنها را ساده کنید. اگر کسی شناختی از محصول شما ندارد، سعی کنید درک اولیه او را با پیش‌زمینه‌هایی علمی پر نکنید.

داستان بگویید

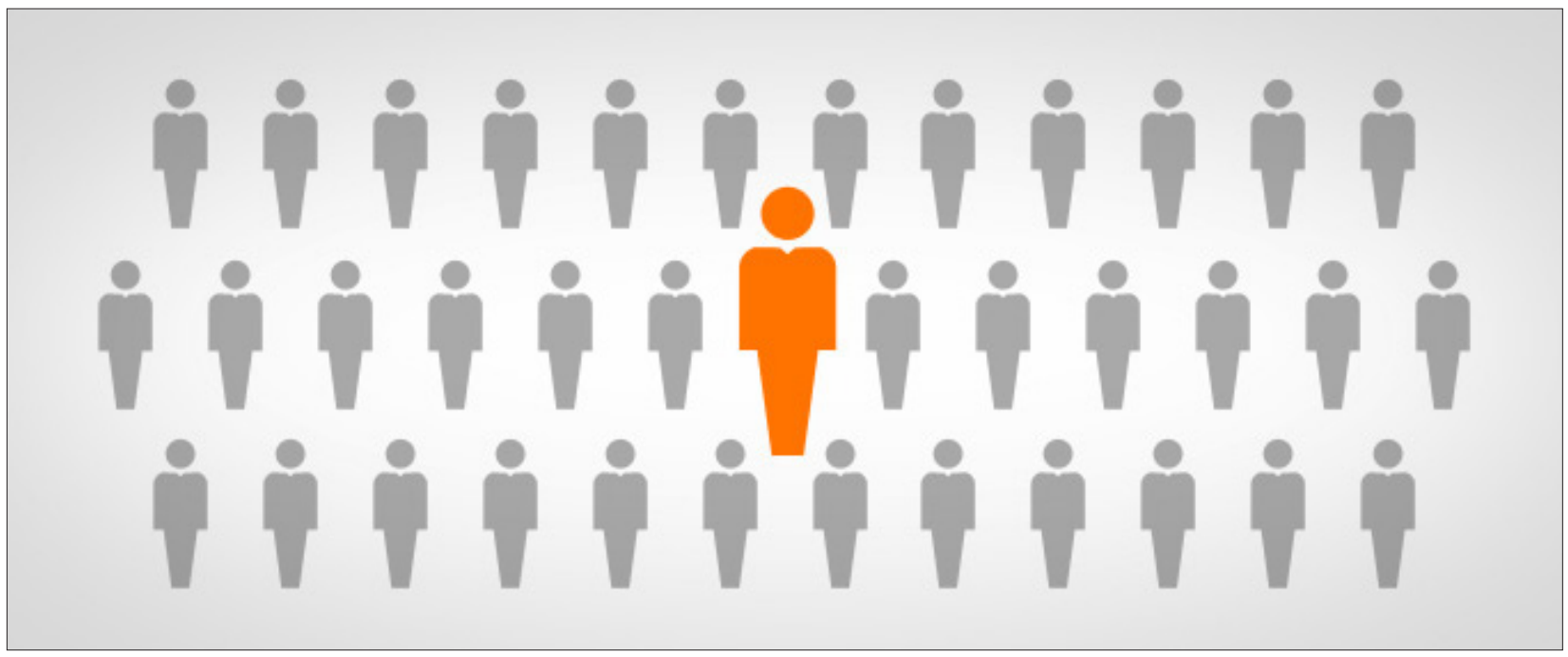
اگر شما خواهان این هستید که محصول علمی یا مرتبط با فناوری خود را به بهترین روش توصیف کنید می‌توانید با خلق یک داستان آن را به صورت شیرین و شیوا بیان کنید. از یک داستان جذاب و یک راوی استفاده کنید. شاید گاهی بهترین روش برای ایجاد یک محتوای علمی استفاده از داستان و مسئله‌ای مرتبط با آن معضل باشد که گریبانگیر مخاطب است و نشان دهد که محصول شما چگونه می‌تواند این معضل را برطرف کند.

بگذارید ویدئو جای شما حرف بزند

گاهی اوقات هنگامی که ایده‌های پیچیده بازاریابی بخواهد به درک مصرف‌کننده برسد، چگونگی این فرآیند را به جای شرح علمی می‌توانید با تصویر نشان دهید. ویدئوها می‌توانند داستانی دراز را در چند فریم نشان دهند. با این تصاویر به مشتریان نشان دهید که محصول شما حقیقتا چه کار می‌کند. این یک ابزار بازاریابی مناسب برای هر مسئله است. این روشی است که شرکت اکسی‌کلین از آن بهره برده است. با اینکه محصولی که این شرکت تولید می‌کرد از پیچیدگی بسیار زیاد برخوردار نبود، اما این شرکت با استفاده از خلق محتوای ویدئویی برای نمایش تأثیر محصول خود و رفع معضل مخاطب استفاده کرده بود.

از اینفوگرافیک‌ها استفاده کنید

اینفوگرافیک‌ها، ابزارهایی قدرتمند برای اهداف بازاریابی هستند. با استفاده از آمار، اشکال و تصاویر و درصدها اینفوگرافیک‌هایی بسازید تا حرفه‌ای‌تان را در مورد محصول در قالب تصویر زده باشید و ارزش آن را به شیوه‌ای مؤثر و مثبت به مخاطب یادآور شوید. اینفوگرافیک‌ها می‌توانند ابزاری مؤثر در بازاریابی و نمایش در وب‌سایت شما باشند.



برندهای فردی بزرگ چگونه جایگاه‌سازی می‌کنند؟

راه‌های گریز از مرگ برند شخصی

محمد قاضی‌زاده
کارشناس ارشد برند و بازاریابی

در شماره ماه مه سال ۲۰۰۵ مجله معروف مدرسه کسب‌وکار هاروارد (Harvard Business Review) به مقاله بسیار جالبی برخورد کردم که به‌شدت مرا تحت تاثیر قرار داد. عنوان این مقاله انشعاب و گریز از منحنی عمر محصول (Product Lifecycle) بود. عنوان این نوشته آنقدر اغواکننده بود که نمی‌توانستم از خواندن آن صرف نظر کنم. نویسنده آن، آقای دکتر مون که اتفاقا استاد بازاریابی همان مدرسه کسب‌وکار هاروارد بود، در آن مقاله سه استراتژی را برای فرار از رسیدن به مرحله افول در منحنی عمر محصولات و به‌طور کلی تن ندادن به طی مراحل تئوری منحنی عمر محصولات آقای تئودور لویت، معرفی کرده بود.

جایگاه‌سازی معکوس

یعنی محو کردن ویژگی‌های «لا یتغیر» و به‌ظاهر «مقدس» یک محصول از آن و تعریف ویژگی‌های جدید برای آن

با به‌کارگیری این استراتژی بازاریابان ویژگی‌ها و مشخصاتی که باقی رقبایشان در صنعت «غیر قابل حذف» و «لایتغیر» می‌پندارند، از روی محصول‌شان برمی‌دارند. زمانی که محصول به همان محصول اولیه، ساده و بدون ویژگی خاص بازگشت، یک یا چند ویژگی یا مزیت ناملموس و غیرعملکردی را که به دقت انتخاب شده‌اند به آن محصول می‌افزایند و چون جایگاه رقابتی جدیدی یافته‌اند راه‌شان را در بازار از دیگران متمایز می‌کنند و دوباره نیز به مرحله رشد باز می‌گردند. به‌طور مثال به ایکیا توجه کنید: زمانی که در بازار مبلمان که بالغ هم شده است، همه به فکر دادن خدمات پس از فروش عجیب و غریب، مشاوران فروش حرفه‌ای، خاص بودن و یکتا بودن محصول بودند، این شرکت همه این ویژگی‌ها و مزایا را کنار زد. دیگر از فروشنده در فروشگاه‌هایش خبری نبود، تنوع مدل‌ها بسیار محدود بود، سیستم حمل و تحویل به عهده خود خریدار بود، عمر محصولات خیلی بالا نبود و سرهم کردن محصولات هم بر عهده خود خریدار بود. این برند از این استراتژی بهره گرفته و اقدام به جایگاه‌سازی معکوس کرده بود و تنها دو ویژگی را به برندش افزوده بود: «محیط فوق‌العاده برای خرید» و «خدمات فروشگاهی عالی و بی‌نظیر». باقی داستان موفقیت ایکیا را همه می‌دانند.

جایگاه‌سازی انشعابی

بردن محصول به یک گروه محصول کاملا متفاوت

محصولات تعلق‌شان به یک گروه محصول خاص را از طریق طراحی (بسته‌بندی و محصول)، کانال توزیع، برنامه‌های ترویجی و قیمت به مصرف‌کنندگان نشان می‌دهند. با از بین بردن این عوامل یک شرکت می‌تواند ذهنیت مصرف‌کنندگان را نسبت به محصولش عوض کند و با عوض کردن گروه محصولی آن محصول چون جایگاه رقابتی‌اش تغییر می‌کند، می‌تواند دوباره به مرحله رشد بازگردد. به این مثال توجه کنید: سواچ را در صنعت ساعت‌سازی دیگر همه می‌شناسند. این شرکت از این استراتژی در سال ۱۹۸۳ استفاده کرد. پیش از سواچ در صنعت ساعت‌سازی، ساعت‌های سوییسی به مثابه جواهرات بودند. محصولاتی بسیار بادوام، جدی و گران‌قیمت که خیلی محتاطانه و خاص تبلیغ می‌شدند. مصرف‌کننده یکی از آنها را می‌خرید و تا آخر عمر به‌همراه داشت. سواچ از راه رسید و ساعت را به‌عنوان کالایی سرگرم‌کننده و براساس مد روز باز تعریف کرد. ساعت‌های سواچ بامزه، غیررسمی و ارزان‌قیمت بودند که خیلی هم برای‌شان تبلیغ می‌شد و از تبلیغ برای آن ابایی وجود نداشت و آنها روند را تغییر دادند. حال می‌توانستید چند مدل مختلف ساعت را بخرید و با لباس‌های مختلف‌تان ست کنید. سواچ از صنعت خودش (که ساعت در آن جزو جواهرات گران محسوب می‌شد) خارج شد و وارد صنعت بدلی‌جات و اکسسوری‌های مد شد که بازاری متفاوت و به‌شدت در حال رشد بود.

جایگاه‌سازی پنهان

آشنا کردن و مانوس کردن مصرف‌کنندگان ناراضی، به یک ویژگی یا پیشنهاد جدید آن محصول به‌وسیله مخفی کردن و پوشاندن ذات و اصل آن محصول

شرکت‌هایی که این استراتژی را پی می‌گیرند سعی می‌کنند با چراغ‌های خاموش گروه محصولی محصول‌شان را تغییر دهند و مصرف‌کنندگان‌شان را آرام با جایگاه جدیدشان آشنا سازند. این استراتژی اغلب زمانی مناسب است که جایگاه یک گروه محصولی به هر دلیلی خدشه‌دار شده یا به‌دلایل مختلف طیفی از مخاطبان بالقوه‌اش را از دست داده باشد. به مثال پلی‌استیشن شرکت سونی توجه کنید: سونی در بازار کنسول‌های بازی با برند پلی‌استیشن معروف است. این شرکت همانند دیگر شرکت‌های سازنده بازی درگیر این مشکل بود که مصرف‌کنندگان آن محدود به آقایان و آن‌هم صرفا نوجوانان و جوانانی بود که دهه دوم و سوم عمرشان را سپری می‌کردند و این تصور در بازار وجود داشت که این محصول صرفا برای آقایان است. این شرکت با به‌کارگیری این استراتژی در سال ۲۰۰۳ محصولی را به‌عنوان محصول مکمل این کنسول بازی به بازار معرفی کرد که «آی توی» نام داشت. یک دوربین ویدئویی و یک نرم‌افزار که به این کنسول متصل می‌شد، استفاده‌کننده را به دل بازی می‌برد، یعنی مصرف‌کننده می‌توانست جلوی تلویزیون و این دوربین بایستد و با سرگرمی‌هایی که در آن بازی برایش تعریف شده بود ارتباط برقرار کند و حرکات فیزیکی‌اش را به دل بازی ببرد. مثلا با تکان دادن دستش، تنیسوری که در آن بازی بود به توپ ضربه می‌زد و... این اتفاق موفقیتی بزرگ برای سونی بود و علاوه بر اینکه توانست ۲٫۵ میلیون از این دستگاه را در ماه بفروشد، توانست مادرها و پدرها، دخترها و پسرها، پیر و جوان را به پای این دستگاه بکشاند. سونی توانست جایگاه جدیدی تعریف کند و دوباره وارد رشد شود و مخاطبان جدیدی پیدا کند.

پس از خواندن این مقاله و گذشت این سال‌ها و دیدن و خواندن اتفاقاتی عجیب در تغییر جایگاه یا جایگاه‌سازی افراد معروف کشورهای مختلف، به‌ذهنم رسیدکه این نظریه را می‌توان با کمی اصلاح و تغییرات به حیطه برندسازی شخصی نیز وارد کرد. پس شروع به مطالعه زندگی حرفه‌ای نمونه‌های موفق کردم.

همه ما در طول دوران حیات‌مان با نمونه‌های زیادی از نام‌های معروف (برندهای شخصی) ستاره‌های سینما، سیاست‌مداران، خوانندگان، ورزشکاران و غیره مواجه شده‌ایم که با پایان عمر حرفه‌ای‌شان در آن حوزه از آن کناره‌گیری کرده‌اند (به زبان تئوری منحنی عمر، دچار افول و نابودی شده‌اند) یا در برهه‌ای از زمان به علل مختلف دچار آسیب دیدن شهرت و وجهه خود شده‌اند و زودتر از اینکه برند شخصی‌شان به بلوغ برسد از اذهان پاک شده‌اند. برخی اما مسیر دیگری را پیش گرفته‌اند و هر بار که برند شخصی‌شان در دوره بلوغ گیر کرده یا به افول نزدیک شده است، از دام افتادن در روند معروف معرفی، رشد، بلوغ و افول فرار کرده و دوباره به برند شخصی‌شان حیات بخشیده و رشدی دوباره برای آن رغم زده‌اند. این تعداد قلیل هستند. آنهایی که حال یا به‌درستی یا براساس اصول برندسازی و روابط عمومی برند شخصی‌شان را ساخته و مدیریت کرده بودند یا در هر برهه‌ای از زمان براساس تحقیق و تحلیل از جایگاه‌شان در ذهن مخاطبان به‌درستی آگاه شده بودند، در این زمینه بسیار موفق عمل کرده‌اند.

نگارنده پس از بررسی تعداد زیادی از این افراد و بررسی روند حرفه‌ای‌شان و نیز مراجعه به تحقیقات صورت گرفته در مورد آنها، سه استراتژی‌ای را که آنها برای رسیدن به این موفقیت به‌کار بسته بودند در این نوشته معرفی خواهد کرد.

جایگاه‌سازی انتقالی/پلی اتلون (Polyathlon Repositioning)

براساس این استراتژی یک شخصیت شناخته شده (در دوران معرفی و رشدش)، شخصیت‌اش را حول یک یا چند ویژگی محدود شخصیتی می‌سازد و این ویژگی‌ها به او این اجازه را می‌دهد که در صورت نزدیک شدن برندش به مرحله افول یا حتی وارد جنگ و رقابت شدن با سایر برندهای شخصی معروف آن حوزه، حوزه فعالیتش را به حوزه‌های دیگر تغییر دهد. به مثال‌های ذیر توجه کنید.

همه ما در طول دوران حیات‌مان با نمونه‌های زیادی از نام‌های معروف (برندهای شخصی) ستاره‌های سینما، سیاست‌مداران، خوانندگان، ورزشکاران و غیره مواجه شده‌ایم که با پایان عمر حرفه‌ای‌شان در آن حوزه از آن کناره‌گیری کرده‌اند (به زبان تئوری منحنی عمر، دچار افول و نابودی شده‌اند)

* **آرنولد شوارتزنگر:** او را همه می‌شناسیم. این شخصیت و برند معروف سال‌ها در اوج باقی ماند و بیش از اکثر شخصیت‌های معروف هم حوزه و مشابهش، ثروت آفرید و عمر برند شخصی‌اش را طولانی‌تر کرد. او ورزشکار رشته پرورش اندام بود که قهرمان این حوزه محسوب می‌شد و می‌توانست همانند دیگر قهرمانان این رشته که غالبا برای عموم ناشناخته‌اند، در آن حوزه بماند و پس از پایان عمر حرفه‌ای‌اش از اذهان پاک شود. اما او با آگاهی از جایگاهی که در ذهن معدودی از افراد به‌عنوان یک فرد تنومند و قدرتمند ساخته بود، برند شخصی‌اش را حول همین جایگاه به سینما کشاند. او به نمادی از قدرت و تنومندی در سینما بدل شد. پس از حضور شخصیت‌های مختلف با همان ویژگی و جایگاه در سینما همچون سیلوستر استالونه، آرنولد که حال از لحاظ فیزیکی نیز امکان حضور در هر نقشی را نداشت تصمیم گرفت برای بار دوم حوزه فعالیت برند شخصی‌اش را عوض کند و دوباره تئوری منحنی عمر را به چالش بکشد. این بار نیز او از همان جایگاهی که در ذهن مخاطبان ساخته بود (یعنی فردی قدرتمند) استفاده کرد و با علم به اینکه مردم قدرت را به‌عنوان یکی از مشخصه‌های اصلی یک سیاستمدار می‌دانند (چه فیزیکی، چه نظامی و چه سیاسی) و با دانش نسبت به محبوبیتش به حوزه سیاست وارد شد و سمت فرماندار کالیفرنیا را به چنگ آورد. شاید برند شخصی او و هم‌اکنون همانند برند شخصی بسیاری از ورزشکاران پرورش اندام می‌توانست تنها در آن حوزه و در یک بازه زمانی کوتاه شناخته شده باشد.

* **مایلی سایروس:** هنرپیشه سریال‌ها و فیلم‌های نوجوانان که پس از بزرگ شدن از لحاظ سنی دیگر شانس ماندن در آن حوزه را کمتر داشت و بنابر ویژگی‌هایی که برای برند شخصی‌اش ساخته بود و ممکن بود با بازی نکردن در شخصیت معروف مایلی استیوارت (هانا مونتانا) آن شهرت را از دست بدهد، برند شخصی‌اش را به مرتبط‌ترین حوزه با جایگاهی که از خود در ذهن مخاطبان ساخته بود کشاند. بلی به حوزه موسیقی برای نوجوانان و جوانان و با این کار به برند شخصی‌اش عمری دوباره بخشید. (جهت اطلاع: این هنرپیشه در سریال معروف هانا مونتانا سال‌ها نقش دختر مدرسه‌ای را بازی می‌کرد که زندگی دوگانه داشت. روزها با نام مایلی استیوارت دختر مدرسه‌ای بود و شب‌ها با نام هانا مونتانا یک خواننده پاپ.)

از این دست افراد می‌توان به رونالد ریگان، رئیس‌جمهور آمریکا که پیش از رسیدن به این سمت در ۵۲ فیلم سینمایی بازی کرده بود، سلنا گومز هنرپیشه سابق و ستاره موسیقی فعلی و در ایران به رامبد جوان هنرپیشه سابق تلویزیون، هنرپیشه سینما و مجری تلویزیون (هر سه حول محور شخصیتی طناز و سرگرم‌کننده)، رسول خادم قهرمان کشتی و سیاست‌مدار و محمدعلی فردین قهرمان کشتی و ستاره سینما نیز اشاره کرد.

جایگاه‌سازی تناسخی (Reincarnation Repositioning)

براساس این استراتژی شخصیت‌های معروف یک حوزه (اغلب در مرحله بلوغ)، برای فرار از تله منحنی عمر برند شخصی‌شان و با آگاهی از ذهنیات مردم نسبت به ویژگی‌ها، رفتارها و به‌طور کلی جایگاهی که از آنها در ذهن دارند، یک یا چند ویژگی را به محصولاتی اما با همان برند شخصی‌شان منتقل می‌کنند. به مثال‌های ذیر توجه کنید:

* **مایکل جردن/Air Jordan:** اسطوره بسکتبال جهان می‌توانست همانند بسیاری دیگر از ورزشکاران این حوزه پس از بازنشستگی حرفه‌ای به مربیگری و شاید حتی خداحافظی از ورزش فکر کند و دوران افول برندش را به نظاره بنشیند اما با تحلیلی که از بازرترین ویژگی‌ها و جایگاهش در اذهان مردم داشت به این نتیجه رسید که مردم او را براساس فیزیک بدنی و آن قدرت پرش فوق‌العاده‌اش می‌شناسند. پس بر همین اساس و به همراهی کمپانی نایکی محصول کفش Air Jordan را به بازار عرضه کرد و به موفقیتی بی‌نظیر دست یافت. این کفش وعده پرشی فوق‌العاده را به خریداران می‌داد.

* **ویکتوریا بکام:** این ستاره موسیقی پاپ گروه Spice Girls پس از فروپاشی این گروه و براساس تصویری که از خود به‌عنوان بانویی شیک و خوش‌پوش ساخته بود سراغ صنعت مد رفت و ابتدا به‌عنوان مدل و در نهایت هم براساس استراتژی ذکر شده در بالا، برند شخص‌اش را به حوزه کالایی مد برد. برند شخصی او در این حوزه میلیون‌ها پوند ثروت برایش خلق کرد و او را به یکی از قدرتمندترین و ثروتمندترین زنان دنیا بدل کرد. او می‌توانست مثل چهار عضو دیگر آن گروه موسیقی که نام‌شان در اذهان نمانده، فراموش شود.

از دیگر افرادی که این استراتژی را اخذ کردند می‌توان به جورج فورمن قهرمان بوکس سنگین‌وزن جهان اشاره کرد که به علت تاکید همیشگی‌اش بر اینکه تغذیه سالم به او قدرت می‌دهد با معرفی یک کباب‌پز بدون نیاز به روغن با نام شخصی‌اش میلیون‌ها دلار ثروت آفرید. در میان شخصیت‌های ایرانی این استراتژی تاکنون چندان مرسوم نبوده، اما شاید بتوان به محمدرضا گلزار اشاره کرد که اخیرا نامش را وارد حوزه پوشاک و مد کرده است.

جایگاه‌سازی موازی (Parallel Positioning)

این استراتژی که پیاده‌سازی آن نیاز به هوشمندی، سعی و تلاش زیادی دارد، حضور و جایگاه‌سازی در دو حوزه مختلف است. این استراتژی نیاز به ساختن جایگاهی هوشمندانه در دو حوزه دارد و می‌تواند علاوه بر جلوگیری از افول برند شخصی در یک حوزه، هم‌افزایی بالایی در افزوده شدن به ارزش و شهرت برند شخصی فرد ایفا کند. شاید به‌دلیل تلاش بالایی که اخذ این استراتژی طلب می‌کند و نیز سخت به‌نظر رسیدن تعریف جایگاه برای مخاطبان در دو حوزه افراد کمتری سراغ این استراتژی رفته‌اند. براساس این استراتژی باید فرد دو جایگاه تا حدودی مرتبط ولی در نوع خود متمایز را در کنار هم ایجاد کند. به نمونه‌های زیر توجه کنید:

* **باربارا استرانسید:** او را با صدای زیبایش در زمانی که کارش را در حوزه موسیقی تازه آغاز کرده بود می‌شناختند و همین شهرت اندک کافی بود تا به ایفای نقش در تئاترهای موزیکال روی آورد. همین علاقه و اخذ این استراتژی او را براساس همین جایگاه به سینما کشاند، اما او هر دو حوزه را در کنار هم ادامه داد. تلاش بی‌وقفه‌اش در حفظ و ارتقای برند شخصی‌اش در دو حوزه او را به یکی از پرافتخارترین هنرمندان همه دوران‌ها تبدیل کرد. او در سینما دو بار اسکار برد و در موسیقی هم ۹ بار جایزه گرمی را از آن خود کرد.

از دیگر نمونه‌هایی که این استراتژی را به‌کار بسته‌اند می‌توان به جنیفر لوپز (خواننده و هنرپیشه اهل آمریکای لاتین) اشاره کرد. در ایران افراد کمی را بالاخص پس از پیروزی انقلاب اسلامی به‌یاد می‌آورم اما شاید بتوان به تلاش‌های چهره‌هایی همچون پیمان قاسم‌خانی (نویسنده و هنرپیشه سینما) و بهرام رادان (هنرپیشه، خواننده و مدل) اشاره کرد.

هر سه استراتژی ذکر شده در بالا بر پایه یک محور واحد شکل گرفته‌اند و آن جایگاه‌سازی درست برای برند شخصی است. این جایگاه‌سازی می‌تواند در مورد استراتژی‌های فوق به شخصیت‌سازی برای برند شخصی ترجمه شود و در این راستا می‌توان از مدل‌های جهانی همچون مدل خانم جنیفر آکر برای شکل‌دهی و تحقیقات بازار راجع به ویژگی‌های شخصیتی رفتاری که یک برند شخصی می‌تواند حول خود در اذهان شکل دهد نیز بهره برد. به‌طورکلی نگارنده معتقد است در به‌کارگیری سه استراتژی فوق و فرار از منحنی عمر برند شخصی یا باید از ابتدا و در مرحله معرفی برند شخصی به آن نیز همچون یک برند کالایی/خدماتی نگریست و برای آن جایگاه و... در نظر گرفت یا باید در هر مرحله از فعالیت حرفه‌ای در یک حوزه با تحقیقات بازار (چه از طرق مرسوم و چه از طریق شبکه‌های اجتماعی)، جایگاه و تصویر یک برند شخصی در اذهان مخاطبان را سنجید و پایش کرد. در هر دو صورت نگرش علمی به این حوزه می‌تواند برای برند شخصی افراد علاوه بر ثروت‌آفرینی مستقیم از طرق ذکر شده و غیرمستقیم از طریق سفیر یک برند بودن (brand ambassador)، شهرت بیشتر و نیز عمر طولانی‌تری بیافرینند.

تریبون

توصیه‌هایی کاربردی برای مدیران روابط عمومی (۴۳)

برگزاری نظرسنجی

ترجمه: علی آل‌علی

رسانه‌های خبری در عین حال که وظیفه انتشار اخبار به طور کامل را دارند، وظیفه سرگرم کردن خوانندگان و بینندگان خود را نیز دارند. از طرف دیگر شرکت‌های بزرگ نیاز به اطلاعات دقیق در مورد سلیقه مصرف‌کنندگان، کیفیت محصولات، انتظارات خریداران و... دارند. معمولا دسترسی به این اطلاعات از طریق رسانه‌های خبری مخصوصا تلویزیون کار آسانی نیست. برای حل این مشکل یک راهکار خلاقانه وجود دارد که در عین جلب مخاطب برای رسانه‌ها، اطلاعات مورد نیاز شرکت‌ها را نیز فراهم می‌آورد.

برگزاری نظرسنجی یکی از بهترین ایده‌ها برای جلب منافع هر دو گروه خبرگزاری‌ها و شرکت‌هاست. انجام نظرسنجی در تلویزیون (به‌عنوان یک رسانه خبری) علاوه بر افزایش تعداد مخاطبان و در نتیجه اعتبار آن خبرگزاری، اطلاعات مورد نیاز شرکت‌های مختلف را نیز فراهم می‌کند.

ایده

«نسکافه» پرفروش‌ترین برند قهوه در انگلستان است. برای مدت‌ها این شرکت یکسری تبلیغات بر محور نقش قهوه «نسکافه» در ایجاد ارتباط و آشنایی افراد با یکدیگر را در دستور تولید خود قرار داده بود. به‌دلیل سازگاری تبلیغات شرکت با فرهنگ کشورهای مختلف این نوع از تبلیغات برای برند نسکافه موفقیت نسبی را به همراه داشتند. در بریتانیا مانند هر کشور دیگری دعوت از یک شخص برای نوشیدن قهوه به‌طور مشترک معانی مختلفی را در بر دارد. به‌عنوان مثال نوشیدن قهوه می‌تواند بهانه مناسبی برای آشنایی بیشتر با افراد باشد. شرکت نسکافه با توجه با همین موضوع اقدام به برگزاری یک نظرسنجی عمومی به طور گسترده کرد، مضمون اصلی نظرسنجی این بود که دعوت به نوشیدن یک فنجان قهوه «نسکافه» چه معنایی برای شما دارد؟ پاسخ‌های داده شده به این سوال بسیار قابل توجه بودند. در عین حال که عده‌ای دعوت برای صرف قهوه را به معنای آشنایی بیشتر با دیگران می‌دانستند عده‌ای دیگر آن را صرفا به معنای گذراندن وقت آزاد خود قلمداد می‌کردند. برگزاری این نظرسنجی علاوه بر اینکه سود بسیار مناسبی برای رسانه‌ها دربرداشت به شرکت نسکافه نیز کمک کرد تا دیدگاه مناسبی نسبت به انگیزه مصرف‌کنندگان از نوشیدن قهوه شرکتش به‌دست بیاورد.

آنچه در عمل باید انجام دهیم

-اجرای یک نظرسنجی به طور دقیق اهمیت بسیار زیادی دارد، اگر خودتان قادر به انجام آن نیستید از یک آژانس معتبر برای برگزاری نظرسنجی کمک بگیرید.

-برای نظرسنجی خود سوالی بحث‌برانگیز انتخاب کنید تا مردم به شرکت در آن متمایل شوند. در غیراین صورت رسانه‌ها از نظرسنجی شما استقبال چندانی نخواهند کرد.

-سوال نظرسنجی را به‌گونه‌ای طراحی کنید که بتوان از پاسخ‌های آن اطلاعات مورد نیاز را استخراج کرد.

از میان خبرها

آیفون 6S، سریع‌ترین گوشی دنیا

آیفون 6s شرکت اپل شاید هواداران قدیمی موبایل‌های این شرکت را چندان راضی نکرده باشد اما در ابعاد فنی گام بلندی برای این شرکت به شمار می‌رود و حالا در یک تحقیق، به‌عنوان سریع‌ترین گوشی سال ۲۰۱۵ انتخاب شده است. اپل در تبلیغات این گوشی هوشمند مدعی شده بود که این مدل جدید، در زمینه سرعت، شبیه یک انفجار است و حالا این ادعا ثابت هم شده است. براساس گزارشی که سایت ای‌ان‌توتو ارائه داده، آیفون 6s با فاصله‌ای بسیار زیاد در صدر جدول سریع‌ترین گوشی‌های هوشمند سال گذشته قرار دارد. آیفون 6s در تحقیقی که این سایت انجام داده، ۱۳۲ هزار و ۶۲۰ امتیاز گرفته که ۴۱ درصدبالاتر بیشتر از نزدیک‌ترین رقیبش است.

در رده دوم جدول سریع‌ترین گوشی‌های سال، هوآوی میت ۸ قرار دارد که ۹۲ هزار و ۷۴۶ امتیاز کسب کرده است. میتزو پرو ۵، گلسکی نوت ۵ سامسونگ، گلکسی اس ۶ اچ سامسونگ و آیفون سیکس پلاس اپل در رده‌های بعدی قرار دارند. دلیل سرعت بالای این گوشی، وجود چیپ جدید ای۹ است. مدل‌های سیکس اس اپل بیش از ۵۰درصد سریع‌تر از مدل‌های خانواده ۵ هستند. ای‌ان‌توتو یکی از سایت‌های معتبر است که در زمینه گوشی‌ها تحقیق و نظرسنجی می‌کند. طرز کار این سایت این است که بخش‌های خاصی از گوشی‌ها را بررسی می‌کند و بعد نظر کلی می‌دهد. مهم‌ترین امتیازی که این سایت به محصولات می‌دهد، نظر مخاطبانش است.

برای مطالعه ۳۷۷ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت forsatnet.ir مراجعه و روی همین بخش کلیک کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: مدیر کسب وکاری در حوزه تولید محصولات کشاورزی هستم. همان‌طور که می‌دانید، محصولات تولیدی کسب وکارم در حوزه محصولات صنعتی قرار می‌گیرد و در این باره باید بازاریابانم تخصص لازم را در این حوزه داشته باشند. لطفا راهنمایی بفرمایید برای بازاریابی محصولات صنعتی چه فاکتورهایی را لحاظ کنیم تا در میان رقبا جایگاه خوبی را به‌دست بیاوریم؟

بازاریابی صنعتی

پاسخ کارشناس: تدوین استراتژی موفق برای هر کسب‌وکاری با شناخت کامل آن و محصولاتی که به بازار ارائه می‌دهد، شروع می‌شود. حال در تدوین استراتژی بازاریابی محصولات صنعتی سه فاکتور مهم وجود دارد که بازاریابان با بررسی آن می‌توانند، عملکردی موفقیت‌آمیز در بازار داشته باشند، فاکتورهایی مانند **یک:** بررسی عواملی که مانع از دست‌یابی به فروش موفق شده است. اگر مشتریان درک درستی از محصولات و عملکرد کسب‌وکار نداشته باشند و علل تمایز آن را به نسبت سایر رقبا ندانند، به سمت کسب وکار گرایش پیدا نخواهند کرد و این موضوع باعث شکست کسب‌وکار خواهد شد. **دو:** کسب‌وکار باید عوامل متمایزکننده خود را از مابقی شرکای بازار تفکیک و یک مجموعه به مشتریان اعلام کند. **سه:** یافتن عوامل انگیزشی؛ عواملی که باعث ترغیب مخاطب به سمت کسب‌وکار مورد نظر خواهد شد. کسب‌وکارهای حوزه صنعتی با بررسی دقیق این سه فاکتور می‌توانند، موقعیت خوبی را در بازار به‌دست آورند.

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.

نقدی بر مدیریت منابع انسانی یک برند معتبر آژانس گردشگری

نظام بی‌نظام!

سعید شفیعا
مشاور و مجری طرح‌های برندسازی درون سازمانی

بدون شک در بازار پر تنش و حساس گردشگری که تامین‌کنندگان مشخصی مدیریت قیمت‌های بازار را برعهده دارند، بقا و توسعه سهم بازار کار ساده‌ای نیست. این مهم زمانی پیچیده‌تر می‌شود که مجوز آژانس بند ب باشد و عملا چیزی بیش از فروش بسته‌های آماده شده گردشگری لازم باشد. این گونه از آژانس‌ها تحت نظارت مستقیم سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری هستند و وظیفه اصلی آنها برگزاری انواع تورهای داخلی و خارجی، رزرو هتل، اخذ ویزا و سایر فعالیت‌های مرتبط با صنعت گردشگری است. شایان ذکر است این گونه دفاتر حق برگزاری تور در مسیر عربستان (حج)، سوریه و عراق را ندارند. اینجاست که مقوله خلاقیت، ارتباطات بین سازمانی و ایجاد تجربه‌ای ویژه در مشتریان می‌تواند زمینه متمایز شدن بنگاه کسب‌وکار را فراهم کند. جایی که یک پروژه برندسازی و یکپارچه‌سازی پیام‌های مطلوب سازمان به سمت مشتریان بالقوه می‌تواند بازاری نسبتا مطمئن‌تر و شاید جهت‌دارتر را خلق کند. نمونه مورد بررسی این هفته مربوط به یک آژانس گردشگری دارای مجوز بند ب است که به واسطه معروف شدن در یک نوع خاص از تورهای گردشگری بسته‌های ویژه‌ای تولید می‌کند و مشتریان خاص خود را داراست.

این نمونه برند به دلیل اینکه از یک بستر خانوادگی و براساس تجربیات کسب شده در طول دوره توسعه بنگاه کسب‌وکار به سمت بلوغ سازمانی رفته است در این نوشته مورد توجه قرار گرفته است. نکته مطلوب این بررسی این است که هر چند سیستم مشخص و مستحکم مدیریت منابع انسانی در این سازمان وجود ندارد اما روابط عاطفی و احساسی مدیر ارشد سازمان در کارکنان قوام و استحکام سازمانی را ایجاد کرده است. هر چند که این گونه از مدیریت بسیار شکننده و قائم به فرد است و عملا کارکنان به جای درک یک برند منسجم و دارای هویت خود را با مدیری منصف و با هویت درگیر می‌بینند که این نکته جای نقد و بررسی دارد. اما دلیل تاکید بر این کیس این است که بنگاه‌های برند شده با الگوی کسب‌وکار خانوادگی، خواسته یا ناخواسته از چنین نظامی پیروی می‌کنند. نظام بی‌نظامی همراه با دلسوزی‌های مدیر-مالک در کنار وجود روابط پیچیده فامیلی و دوستی که زمینه گره خوردن منافع مالی به روابط دوستی را رقم زده است. عملا کسب‌وکارهایی که براساس سرمایه اجتماعی و تعاملات خانوادگی شکل می‌گیرند، در دوره‌های مختلف براساس درک و درایت مدیران پوست‌اندازی می‌کنند.

نگاه به مدیریت منابع انسانی

یکی از نکات مهمی که سازمان‌های گردشگری امروز بازار ایران به آن متکی هستند در تماس بودن مستمر و تصمیم‌گیری‌های لحظه‌ای است. مدیر ارشد گاهی کارهایی می‌کند که در دوره‌های کوتاه ضرر و زیان‌هایی به همراه دارد اما تجربه وی باعث می‌شود که سودهای کلانی در آینده به همراه خود داشته باشد. مقوله مدیریت منابع انسانی هم‌الگویی از این سبک برخورد و تصمیم‌گیری است.

سازمان مورد نظر در سال تاسیس با همکاری چهار عضو یک خانواده شروع به کار کرد. این شروع باعث شد کارها براساس سرمایه اجتماعی درون خانوادگی به شکل خوبی پیش رود. در این میان دوستان هر یک از اعضای خانواده به‌صورت معرفی و خواست هر طرف از این رابطه به سازمان اضافه شدند. هیچ الگو و ساختاری برای ورود نیروهای جدید تعریف نشده بود و صرفا تمایل به داشتن دوست همکلاسی یا فامیل نزدیک باعث شد سیستم کاری سازمان به سرعت شکل بگیرد. مشکلی که در مرحله اول به چشم خورد، عدم توزیع کارها، رودربایستی‌های بین فردی، دخالت در کارهای یکدیگر و ورود موضوعات خارج کار به داخل کسب‌وکار بود.

در این مرحله بود که مدیران تصمیم به تقسیم کار شفاف‌تر اما غیراصولی گرفتند. بخش‌بندی‌ها از نظر گروه‌بندی شغلی صورت گرفت. برای هر بخش یک مسئول تعیین شد و تخصص‌های مختلف، رفتارها و استانداردهای خود را بروز دادند. در این دوره زمانی بود که ورود افراد جدید غیردوست یا فامیل به سازمان براساس نیازهای تخصصی کلید خورد. ورود این افراد به سازمان و کارایی ایجاد شده تصادفی در برخی بخش‌ها باعث شد که مدیران دوباره به فکر فرو روند.

در مرحله بعد محور سه نفره اصلی مدیریت تصمیم به انتخاب مشاور گرفتند و فرآیندها و سیستم مدیریتی خود را بازمهندسی نکردند. مسائل بسیاری بروز پیدا کرد و روابط دوستی و خانوادگی دچار مسائل و مشکلات زیادی شد. اما این دوره مهاجرتی باعث استقرار نظامی نسبتا رو به نظم (نه منظم) شد. نظامی که به هر حال راه خود را پیدا می‌کند و امکان تشخیص مشکلات را داراست. نکته‌ای که قابل توجه است، اینکه سیکل رشد و توسعه کسب‌وکار با استقرار سیستم منابع انسانی هیچ همخوانی ندارد. به بیانی توسعه کسب‌وکار حباب‌گونه یا به بیانی جهشی صرفا به واسطه ارتباطات سازمان با خارج از کشور و تعاملات نزدیک با سایر آژانس‌های شهر تهران بود. رشد ناگهانی سازمان و چهار برابر شدن سود در یک سال، مدیران سازمان را به فکر استقرار سیستم‌های مدیریت مورد نیاز انداخت که سیستم مدیریت منابع انسانی یکی از این موارد است. بنابراین در این نمونه موفق در بازار برند گردشگری ایران، موضوع مدیریت منابع انسانی یک گام از توسعه سازمانی عقب‌تر است که این مهم در بسیاری از سازمان‌های خدماتی ایران مشاهده شده است.

مدیریت منابع انسانی در نقش پدری دلسوز

همان‌طور که مشخص است، مدیریت منابع انسانی یک اقدام مدیریتی است و نه احساسی صرف. نمی‌توان این را تاسف دانست یا از آن به عیب سیستماتیک یک برند یاد کرد ولی هر چه هست برند مورد بررسی در پیشرفته‌ترین حالت نقش پدری دلسوز را بازی می‌کند که مرکزیت آن به جای یک برند، یک فرد یا در نهایت چند فرد است. اینجا تصمیمات براساس لحظه و حالت روانی مدیر ارشد اتخاذ می‌شود. مدیر ارشد مرد همه‌کاره سازمان است که افراد معتمد خود را در سازمان هدایت می‌کند. سایرین یا به مدیر ارشد چسبندگی پیدا می‌کنند یا به مدیران زیردست یا در انزوا به بیکاری و بی‌مسئولیتی ادامه می‌دهند!

بله این توصیف یک برند معتبر شهر تهران در بخش آژانس‌های گردشگری بند ب است! بهترین رویه‌هایی که توسط مشاوران توصیه شده است مورد توجه قرار می‌گیرد اما صرفا توجه! هر چند اگر به ذات این کسب‌وکار توجه شود، شاید این رفتار نوعی عکس‌العمل طبیعی محیطی در درون نظام مدیریتی است؛ بازار پرتنش و نیازمند انعطاف، مدیریت اقتضایی و پر تغییر و نظام بی‌نظام مدیریت منابع انسانی. شاید اینجا مصداق عبارت نظم در بی‌نظمی تعبیر شود. شاید بد نباشد زیرسیستم‌های مدیریت منابع انسانی به تفکیک مورد بررسی قرار گیرند.

مدیریت منابع انسانی یک اقدام مدیریتی است و نه احساسی صرف. نمی‌توان این را تاسف دانست یا از آن به عیب سیستماتیک یک برند یاد کرد ولی هر چه هست برند مورد بررسی در پیشرفته‌ترین حالت نقش پدری دلسوز را بازی می‌کند که مرکزیت آن به جای یک برند، یک فرد یا در نهایت چند فرد است

نگاهی به زیرسیستم‌های مدیریت منابع انسانی

- تجزیه و تحلیل شغل

شغل‌ها براساس نظر مشاوران و مستندات تولید شده تقسیم شده است. تجزیه و تحلیل‌ها به‌صورت منظم انجام شده و مکتوبات موجود قابل دفاع است اما آنچه عمل می‌شود آن چیزی است که شرایط به مشاغل تحمیل می‌کند. رفتارها و روندهای کاری پیش‌بینی‌پذیر فرض شده‌اند اما پویایی کار به سبکی است که اگر کارها و وظایف جدید ایجاد شده در لحظه مورد توجه قرار نگیرد، حجم زیادی از کارها باقی خواهد ماند. جایی که کارها مانند یک چرخه به هم وابسته متوقف می‌شوند و عملا بار کاری بر دوش کسانی می‌ماند که حس مالکیت به برند دارند. این حس مالکیت یا به واسطه مالکیت مستقیم است یا به واسطه اثرپذیری از برند سازمان.

- استخدام و انتخاب

هر چند برنامه مشخصی برای استخدام و انتخاب کارکنان وجود دارد و اساسا بر مبنای آن کارها پیش می‌رود اما موضوعات روانشناختی و رفتاری بیشتر مورد توجه قرار دارد. این مهم به واسطه اتفاقات ناخواسته و ناگوار گذشته در مدیران ارشد سازمان ایجاد شده است. بنابراین داوطلب شغل پس از طی یک سیکل حداقل دو مرحله‌ای مصاحبه، یک دوره کار موقت دوماهه را تجربه می‌کند که بازتاب آن زمینه ادامه همکاری را فراهم می‌سازد.

-پرداخت حقوق و مزایا

توافقات اولیه موجود در این سازمان نسبتا شفاف و عادلانه است. با توجه به اینکه مشاغل موجود در سازمان دارای طبقه‌بندی‌های مشخصی است و این طبقه‌ها مهارت‌های ارتباطی و تعاملی مشخصی را طلب می‌کند، موضوع مهارت‌ها و قابلیت‌های فردی در کنار سابقه کاری تعیین‌کننده حقوق است. اختصاص درصدی از فروش و مشوق‌های مرتبط به کارایی فردی باعث شده تا کارکنان بخش فروش به‌شدت انگیزه‌مند باشند و ورودی‌های سازمان به بهترین نحو دریافت شود. سایر بخش‌ها به دلیل تماس نسبتا کمتر یا چالشی نبودن کارها الگوی نرمال حقوق تعریف شده و ثابت را دریافت می‌کنند.

-آموزش و توسعه

این برند در مورد آموزش و توسعه بیشتر از هر چیز به مدیران ارشد خود وابسته است. از آنجا که مدیران این برند در سال‌های گذشته خود در سمت‌های سازمانی متفاوت سوابق درخشانی داشته‌اند، توسط کارکنان به‌عنوان یک مرجع دانشی پذیرفته شده‌اند. این موضوع باعث شده تا در کنار انجام امور آموزشی کارکنان، ایجاد زمینه رهبری و هدایت کارکنان از جنبه‌های روانی و عاطفی مهیا شود. لذا آموزش و توسعه کارکنان ابزاری برای اتصال آنها به مدیریت ارشد و چسبندگی سازمانی است.

- رفاه کارکنان

یکی از اقدامات خوب این بنگاه کسب‌وکار، فرستادن کارکنان به سفرهایی است که توسط خود آنها به فروش می‌رسد. این اقدام در برنامه‌های برندسازی داخلی یک الزام است، زیرا تا زمانی که کارکنان از خدمات خود آگاه نشده و تجربه مطلوب را کسب نکرده باشند، نمی‌توانند اطلاعات کامل و جامعی به مشتری ارائه دهند. جای توجه است که این آژانس برای کارکنان و خانواده‌های آنها شرایط مسافرت به مقاصد غیرتخصصی خود را هم فراهم کرده است. لذا حضور در آژانس مسافرتی فرصتی است تا برنامه‌های رفاهی متنوع و مناسبی عاید کارکنان و خانواده‌های آنها کند.

جمع‌بندی

همان‌طور که ملاحظه شد، بازار متنوع، پرتلاطم، پر تغییر و در عین حال کشش‌پذیر گردشگری ایران الزامات خود را به نظام‌های مدیریتی برندهای گردشگری تحمیل کرده است. نکته‌ای که هر چند از سیستم فکری مدیران ارشد سازمانی نیز بی‌تاثیر نبوده است. مدیرانی که بدون دید علمی و صرفا به واسطه تجربیات خود اقدام به تاسیس کسب‌وکار می‌کنند. با استفاده از روابط خود به نفوذ در بازار می‌پردازند و پس از به دست آوردن سهم بالایی از بازار مدنظر، تازه به فکر بازمهندسی کارها و اقدامات خود می‌افتند. اقداماتی که پس از بازطراحی و بازمهندسی باز هم به‌گونه‌ای دیگر انجام می‌شود. اینجا آنچه شفاف است، برند شدن در بازار از الگوی دیگری پیروی کرده است. نقد بزرگی به این سبک از برند شدن وارد است. یا بازار گردشگری و مشتریان آن حق انتخاب‌های زیادی نداشته‌اند، یا شفافیت و در دسترس‌پذیری اطلاعات به‌گونه‌ای نبوده تا گزینه‌های مختلف توسط مشتریان بررسی شود و قاعده بقای اصلح و مرگ ضعیف‌ها پیاده شود یا بازار موجود فرصت نظام‌مندی و استقرار الگوهای پذیرفته شده مدیریتی را به این سازمان‌ها نمی‌دهد. برند شدن در بازار گردشگری آژانس‌های بند ب، گویا بیش از آنکه به مبانی مدیریت منابع انسانی وابسته باشد به مبانی ارتباطات، روابط عمومی و درک نظام قدرت موجود در بازار وابسته است.

ارتباط با نویسنده:
Info@internalbranding.ir

مدیریت امروز

به جای چاق شدن، بهره‌وری را افزایش دهیم

عطیه عظیمی

رشدی که فقط حجم را بزرگ کند و سبب افزایش بهره‌وری کل نشود، رشد نیست بلکه فقط چربی است که باید آن را آب کرد. موسسات و سازمان‌ها و دستگاه‌های اجرایی با هر ماموریت، رسالت، اهداف و چشم‌اندازی که دارند در نهایت در یک قلمرو ملی یا بین‌المللی عمل می‌کنند و ملزم به پاسخگویی به مشتریان، ارباب‌رجوع و ذی‌نفعان هستند. شرکتی که هدفش کسب سود و رضایت مشتری است یا سازمانی که هدفش اجرای دقیق و کامل وظایف محوله از سوی قانون و کمک به تحقق اهداف توسعه و تعالی کشور است، هردو باید در برابر مشتری پاسخگو باشند. بنابراین ارزیابی عملکرد و بررسی کیفیت و اثربخشی مدیریت و عملکرد مدیران در راستای استقرار مدیریت عملکرد نقش تعیین‌کننده‌ای در تحقق برنامه‌های دستگاه‌ها در سطح کلان دارد.

ارائه خدمات و تولید محصولات متعدد با کیفیت مناسب، حساسیت کافی را برای تحقق اهداف ایجاد کرده است. درصورتی که ارزیابی عملکرد با دیدگاه فرآیندی و به‌طور صحیح و مستمر در دستگاه‌ها صورت گیرد، منجر به کارایی و اثربخشی دستگاه و به تبع آن موجب ارتقا و پاسخگویی دستگاه‌های اجرایی می‌شود. بهره‌وری در بسیاری از کشورهای صنعتی عبارت است از به حداکثر رساندن استفاده از منابع، نیروی انسانی، تسهیلات و مواردی مشابه به طریق علمی و کاهش هزینه‌های تولید، گسترش بازارها، افزایش اشتغال و کوشش برای افزایش دستمزدهای واقعی و بهبود معیارهای زندگی آنگونه که به سود کارکنان و مدیریت و مردم باشد. برای اینکه به موفقیت دست‌یابیم و سیستمی که طراحی شده، اثربخشی لازم را داشته باشد، باید در مسیر خاصی حرکت کرد. سنجش و اندازه‌گیری جزء لاینفک فرآیند بهره‌وری است. در فرآیند چرخه بهره‌وری برای شروع برنامه بهره‌وری ابتدا باید پس از تعریف صحیح شاخص‌ها به اندازه‌گیری آن پرداخت.

باید دقت داشت معیاری که برای سنجش انتخاب می‌شود امکان پیاده‌سازی داشته و قابل اندازه‌گیری باشد. حال در مقابل افزایش بهره‌وری با افزایش اندازه سازمان روبه‌رو هستیم اگر به بررسی اندازه سازمان بپردازیم تعداد کل کارکنان به‌طور قابل توجهی با دیگر معیارهای عمومی اندازه سازمان مرتبط است. لذا این معیار می‌تواند شاخص صحیحی برای سنجش اندازه در سازمان به شمار آید. وقتی سازمانی کارکنان عملیاتی بیشتری استخدام می‌کند تا از مزایای اقتصادی حاصل از تخصص‌گرایی آنها بهره‌مند شود، در نتیجه تفکیک افقی افزایش خواهد یافت و برای ایجاد هماهنگی بین واحدهای مختلف، تفکیک عمودی درون سازمان افزایش خواهد یافت و در نتیجه موجب خواهد شد که سازمان از نظر جغرافیایی گسترش پیدا کند و باعث گستردگی و پیچیدگی بیشتر سازمان خواهد شد و چون مدیر نمی‌تواند به‌طور مستقیم برهمه فعالیت‌های سازمان نظارت کند، به‌جای اعمال کنترل مستقیم به اجرای قوانین و مقررات رسمی مبادرت خواهد ورزید و درنهایت چون مدیریت عالی از سطوح عملیاتی دورتر می‌شود، برای تصمیم‌گیری معقول و آگاهانه از سیستم تصمیم‌گیری غیرمتمرکز به جای متمرکز استفاده می‌شود.

هیچ‌گونه بهبودی بدون اندازه‌گیری وجود نخواهد داشت و هر سازمان باید برای مبادرت به ایجاد هرگونه بهبودی جهت دستیابی به بهره‌وری ابتدا عملکرد جاری خود را مشخص کند و در صورت مشخص نبودن، با توجه به اینکه مبنا یا شاخصی در دست ندارد، باوجود تلاش‌های زیاد در جهت بهبود نمی‌توان تشخیص داد که بهبودی صورت گرفته است یا نه.

آیا می‌دانستید

سازمان سایبری

آیا می‌دانستید سازمان سایبری که با نام سازمان الکترونیک یا دولت الکترونیک نیز شناخته می‌شود به معنی استفاده از تمامی اطلاعات در دسترس و تکنولوژی ارتباطات برای ارائه خدمات توسط سازمان و در دسترس درآوردن اطلاعات عمومی است؟ مزایای بسیاری هم برای سازمان‌ها و هم ذی‌نفعان در استفاده از این ابزارهای جدید نهفته است.

یکی از اصلی‌ترین آنها بدون شک این است که تمامی خدمات در تمامی ساعت روز بدون ارتباط به اینکه در چه منطقه‌ای درخواست شده‌اند، در دسترس هستند.

مزیت بعدی کاهش هزینه‌ها هم برای ذی‌نفع که دیگر نیاز به حضور در سازمان ندارد و هم برای سازمان که می‌تواند با هر موضوعی متناسب با منابع و امکاناتش بدون نیاز به حضور فیزیکی افراد مورد نظر سروکار داشته باشد، است.

از نگاه کارشناسان

دلایل افزایش شاخص‌های بورسی

تسنیم - طی دو سال گذشته موضوعاتی چون مذاکرات هسته‌ای، توافق ژنو، توافق وین و موضوعات مربوط به برجام و لغو تحریم‌ها، انتظاراتی را در سهامداران بورس و مردم برای افزایش شاخص کل بورس ایجاد کرده بود، ولی سهامداران در بیشترین روزها طی این دو سال شاهد ریزش شاخص‌ها بودند چنان که شاخص کل بورس در دو سال گذشته بیش از ۲۸ هزار واحد افت کرده است. در این میان مسئولان بورس در روزهای اخیر دلیل افزایش اخیر شاخص کل بورس را برجام اعلام کردند.

روح‌الله حسینی‌مقدم، معاون بورس اوراق بهادار تهران درباره افزایش شاخص‌های بورس در روزهای گذشته گفت: اخبار توافق هسته‌ای و نزدیک شدن به زمان اجرای برجام باعث شده است که شاخص‌های بازار بورس رشد کند. حسینی‌مقدم با اشاره به اینکه برای ترسیم چشم‌انداز آینده بورس، باید به انتظار نشست، گفت: برخی متغیرهای بازار بورس اقتصادی است و برخی اجتماعی و سیاسی است مثلاً جنس توافق هسته‌ای سیاسی و ارزیابی اثرات آن برای سرمایه‌گذاران مهم است که برخی اثرات آن را در کوتاه‌مدت و عده‌ای دیگر در میان مدت ارزیابی می‌کنند. معاون بورس اوراق بهادار تهران با تأکید بر اینکه بازار بورس جایگاه ویژه‌ای در اقتصاد کشور پیدا کرده است، تصریح کرد: اگر تصمیم سازان کلان کشور توجهی به خواست بازار نداشته باشند، ابهام و نبود شفافیت باعث گریز سرمایه‌گذاران از بازار می‌شود. حسینی‌مقدم افزود: اگر بتوان رابطه بلندمدتی را با صنایع کشور برقرار و فرمول‌های قابل پیش‌بینی را طراحی کرد، می‌توانیم به اقتصاد کشور و رونق بازار سهام کمک کنیم. وی ادامه داد: اگر عدم شفافیت به بازار سهام تزریق شود، حقوق سهامداران رعایت نخواهد شد زیرا این بازار کاملاً حرفه‌ای است و سرمایه‌گذاران مختلف باید از تمامی ابزارها و نهادهای مختلف استفاده کنند تا بتوانند بالاترین سود را کسب کنند. معاون بورس اوراق بهادار ادامه داد: هر کسی که بخواهد می‌تواند با هر سرمایه‌ای در بازار سهام سرمایه‌گذاری کند اما لازمه حضور در این بازار مشورت و کسب آگاهی است.

بهروز خدارحمی، دبیر کل کانون نهادهای سرمایه‌گذاری کشور گفت: آنچه در بازار سهام در چند ماه گذشته اتفاق افتاد نشان می‌دهد که بازار بورس نسبت به اخبار واکسینه شده بود اما در روزهای اخیر به علت نزدیک شدن به زمان اجرای برجام، بازار بورس واکنش مثبتی داشته است. خدارحمی با تأکید بر اینکه با رشد شاخص‌های چند روز گذشته نباید باعث شود افراد بدون اطلاع لازم در بازار بورس سرمایه‌گذاری کنند، تصریح کرد: کسانی که تخصص لازم را ندارند حتماً برای ورود به این بازار باید مشورت کنند و ابتدا به سراغ صندوق‌های سرمایه‌گذاری بروند. دبیر کل کانون نهادهای سرمایه‌گذاری کشور ادامه داد: در شرایط کنونی و با توجه به کاهش قیمت نفت دولت باید به سمت استفاده از درآمدهای مالیاتی پیش برود و پرداخت مالیات زمانی خوشایند است که عدالت مالیاتی رعایت شود و دیگر اینکه درباره نحوه هزینه‌کرد مالیات‌ها اطلاع‌رسانی شود.

شاهین چراغی، کارگزار بورس نیز گفت: آن اندازه‌ای که نگاه ما به متغیرهای بیرونی بوده است به متغیرهای دولتی یا قانونی نگاه نداشته‌ایم. اگر بخواهیم مردم را به بازار بورس بیاوریم و در قالب صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشارکت کنند باید از سال‌های گذشته عبرت بگیریم. چراغی ادامه داد: با توجه به اینکه قانون بودجه ۹۵ در دست تدوین است باید به قانون بورس توجه ویژه شود زیرا در سال‌های گذشته بابت تصمیم‌گیری‌های اشتباه درباره بورس، بهای سنگینی پرداخت شده است و کاهش ارزش سهام زیان‌های هنگفتی به سرمایه‌گذاران زده است.

حسن قالیباف اصل، مدیرعامل بورس تهران نیز در ادامه گفت: بهترین بازار برای سرمایه‌گذاری در هر کشوری بازار بورس است و شاخص‌های بورس وضع اقتصاد کشور را نشان می‌دهد به‌طوری که اگر وضع اقتصاد مناسب باشد شاخص‌ها رشد می‌کند و تصمیماتی که در اقتصاد کلان گرفته می‌شود روی حرکت شاخص‌ها تأثیر می‌گذارد. مدیرعامل بورس تهران ادامه داد: در حال حاضر بازار سهام جایگاه مناسبی دارد و نقش اصلی آن نیز تأمین مالی است به‌طوری که هم دولت و هم بنگاه‌های اقتصادی می‌توانند نیازهای کوتاه‌مدت یا میان مدت خود را از این بازار تأمین کنند.

پس از ۲ سال رکود سنگین رخ داد

رنگ شادی در سبد سرمایه‌گذاری سهامداران

سیدمحمد صدرالغروی

بورس تهران هفته گذشته و با حاکم شدن جو خوش‌بینی ناشی از فرارسیدن زمان اجرایی شدن لغو تحریم‌های بین‌المللی، روند رو به رشدی به خود گرفت و با تشدید تقاضا و رشد قیمت‌ها، رکوردهای جدیدی ثبت کرد. از سوی دیگر نزدیک شدن به زمان لغو تحریم‌های بین‌المللی موجب شد تا صنایع وابسته به لغو تحریم‌ها همچون صنعت حمل‌ونقل، بانکداری و خودرو مورد توجه و اقبال فعالان بازار سهام قرار گیرند و اسباب رشد شاخص کل را فراهم کنند. این اخبار در کنار زمزمه‌هایی برای کاهش نرخ سود بانکی و همچنین افزایش نرخ دلار موجب شد تا بورس تهران اندکی از رکود دو ساله خود فاصله گرفته و بعد از مدت‌ها، روزهای مثبت و خوبی را تجربه کند. در عین حال و به نقل از خبرگزاری‌ها، دبیر انجمن کارفرمایی صنعت پتروشیمی، نرخ خوراک گاز پتروشیمی‌ها را بین ۸ تا ۸,۵ سنت تخمین زده است که با توجه به قیمت قبلی آن یعنی ۱۳ سنت، می‌تواند به رشد سودآوری شرکت‌های پتروشیمی که اتفاقا در کف قیمتی خود قرار گرفته‌اند منجر شود. نکته حائز اهمیت دیگر اینکه شرکت‌های پتروشیمی دارای ارزش بازار بالایی بوده و در رشد شاخص کل می‌توانند نقش بسزایی را ایفا کنند. البته در کنار این موارد نگرانی‌هایی همچون کاهش قیمت جهانی نفت و تنش‌های دیپلماتیک منطقه، همچنان بر سر بورس تهران سایه انداخته و موجب شده است تا سهامداران محتاطانه به دادوستد سهم بپردازند، اما با این حال خوش‌بینی‌های ایجاد شده در بورس تهران و افزایش مشارکت حقیقی‌ها در خرید سهم و همچنین ارزندگی سهام شرکت‌ها موجب شده است تا ارزش و حجم معاملات رشد یافته و نقدینگی قابل توجهی وارد بازار شود که در صورت تداوم روند مثبت و جلب اعتمادها، نقدینگی بیشتری نیز وارد بازار سهام خواهد شد.

سمیه سیهانی | فرصت امروز

خودرویی‌ها در صدر صنایع بورسی

در پایان معاملات هفته منتهی به ۲۳ دی ماه ۱۳۹۴، شاخص کل با ۸۸۴ واحد افزایش، به رقم ۶۳۵۱۷ واحد رسید. شاخص بازار اول با ۶۶۶ واحد افزایش به رقم ۴۳۶۶۳ واحد بالغ شد و شاخص بازار دوم با ۱۶۵۵ واحد افزایش عدد ۱۴۳۴۸۲ واحد را تجربه کرد و به ترتیب با ۱,۵۵ درصد و ۱,۱۷ درصد افزایش مواجه شدند. در پنج روز کاری هفته گذشته، ارزش کل معاملات سهام و حق تقدم به ۱۰۷۸۵ میلیارد ریال بالغ شد که ۴۰ درصد کاهش یافته است. در ضمن تعداد ۵۴۲۹ میلیون سهم و حق تقدم در ۳۴۹ هزار دفعه مورد معامله قرار گرفت و به ترتیب ۲۱ درصد کاهش و ۳۱ درصد افزایش را تجربه کرد. همچنین ارزش معاملات نرمال به ۱۰۷۸۵ میلیارد ریال رسید و حجم معاملات نرمال با ۵۴۲۹ میلیون سهم به ترتیب با ۶۰ درصد و ۵۳,۶ درصد افزایش همراه شدند. براین اساس تعداد ۷۶۱۵۴۷ برگه اوراق مشارکت به ارزش ۷۶۶میلیارد ریال معامله شد که به ترتیب ۲۶۰ درصد و ۲۵۹ درصد افزایش را نشان می‌دهد. طی هفته گذشته خودرو و ساخت قطعات با ۱۰,۶ درصد، محصولات کاغذی با ۹,۴۵درصد، ساخت محصولات فلزی با ۹,۱۶درصد، سایر واسطه‌گری‌های مالی با ۷,۹۴درصد، حمل ونقل، انبارداری و ارتباطات با ۷,۵۹ درصد و خدمات فنی و مهندسی با ۷,۳۶ درصد بیشترین تغییر مثبت در شاخص صنایع را نسبت به سایر گروه‌ها به خود اختصاص دادند.

بیمه‌ای‌ها در صدر صنایع فرابورسی

در هفته چهل و سوم سال جاری درحالی‌که حجم و ارزش معاملات بازار فرابورس تقویت شد، ارزش بازار با ۱,۴درصد رشد به رقم ۸۰۳ میلیارد و ۳۹۵ میلیون ریال رسید. معاملات هفته گذشته بازار فرابورس در شرایطی به پایان رسید که روز چهارشنبه عرضه اولیه شرکت یک هزار و ۵۵۰ میلیارد ریالی بیمه اتکایی امین به قیمت هر سهم یک هزار و ۶۵۰ ریال در بازار دوم انجام شد. در مجموع، یک هزار و ۶۲۲ میلیون ورقه بهادار به ارزش ۷ هزار و ۴۵۳ میلیارد ریال دادوستد در فرابورس به ثبت رسیدکه رشد ۱۰ درصدی حجم و ۱۹ درصدی ارزش را نشان می‌دهد. حجم و ارزش معاملات هفتگی در بازار اول با رشد ۱۴ و ۸۰ درصدی همراه شد و ۱۳۵ میلیون ورقه بهادار به ارزش ۴۵۹ میلیارد ریال دادوستد در آن انجام شد؛ این در حالی است که در بازار دوم ۷۷۰ میلیون ورقه بهادار به ارزش یک هزار و ۹۱۸ میلیارد ریال مبادله شد که این وضعیت حاکی از افت ۷ درصدی حجم و ۳۸ درصدی ارزش معاملات است. بیشترین حجم معاملات روزانه در هفته‌ای که گذشت به میزان ۵۱۸ میلیون ورقه بهادار در روز شنبه انجام شد و بیشترین ارزش معاملات با رقم ۲ هزار و ۱۸۸ میلیارد ریال مربوط به یکشنبه بود. همچنین در بازار پایه ۶۸۶ میلیون ورقه بهادار به ارزش ۹۶۰ میلیارد ریال مورد معامله قرار گرفت و بازار ابزارهای نوین مالی شاهد دادوستد ۳۰ میلیون ورقه بهادار به میزان ۳ هزار و ۴۶۶ میلیارد ریال بود. در هفته معاملاتی منتهی به ۲۳ دی‌ماه، گروه بیمه و بازنشستگی با سهم ۱۵ درصدی از معاملات به صدر صنایع پیشرو رسید و گروه خودرو و فلزات اساسی به ترتیب با سهم ۱۳ و ۱۰ درصدی در جایگاه دوم و سوم قرار گرفتند.

ارزش بازار فرابورس ایران در روز پایانی معاملات هفتگی با رشد ۱,۴ درصدی به رقم ۸۰۳ هزار و ۳۹۵ میلیارد ریال رسید و آیفکس نیز با ۱,۳ درصد افزایش نسبت به چهارشنبه هفته قبل عدد ۷۱۱ واحد را نشان داد. گفتنی است در ابتدای هفته گذشته، پذیره‌نویسی ۶۵۰ هزار اوراق اجاره دانا پترو ریگ کیش به ارزش ۶۵۰ میلیارد ریال در مدت یک روز در بازار سوم انجام شد.

نگاه

رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار مطرح کرد

اجرای برجام فرصتی مناسب برای بازار سرمایه

سنا - عضو شورای عالی بورس با اشاره به نزدیک شدن به زمان اجرای برجام عنوان کرد، مهم‌ترین اثر اجرایی شدن برجام این است که ظرفیت مناسبی برای بازار سرمایه ایجاد می‌کند. محمد فطانت‌فرد، رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار با بیان مطلب فوق درباره تصمیمات سازمان بورس در دوران پساتحریم گفت: سلسله برنامه‌هایی در بخش جذب سرمایه‌گذاری خارجی با ارائه مجوز به نهادهای مالی خارجی برای سرمایه‌گذاری ارائه شده است. وی با اشاره به سرمایه‌گذارانی که راغب به سرمایه‌گذاری در ایران هستند، اظهار داشت: برای سرمایه‌گذاری سرمایه‌گذاران اعم از ایرانیان خارج از کشور و سرمایه‌گذاران خارجی فرم‌ها و نرم‌افزارهایی طراحی و تدوین شده است که فرآیند سرمایه‌گذاری خارجی به صورت آنلاین در بازار اولیه و ثانویه ایجاد شود. سخنگوی سازمان بورس در ادامه به سیاست‌های اقتصاد مقاومتی اشاره کرد و گفت: با ادامه سیاست‌های اقتصاد مقاومتی در مراحل پیش‌رو می‌توان از ظرفیت‌های برجام استفاده مناسبی کرد. وی با بیان اینکه سهم بازار سرمایه در کلیت اقتصاد در سال‌های گذشته روند شتابانی گرفته، گفت: اوج روند فعلی بازار سرمایه به آغاز واگذاری شرکت‌های دولتی در قالب اصل ۴۴ برمی‌گردد اما هنوز تا رسیدن به نقطه مطلوب فاصله وجود دارد که در این مسیر باید موانع به کمک اصلاح برخی از قوانین برداشته شود.

فطانت‌فرد خاطرنشان کرد: در وضعیت فعلی جمع دارایی شرکت‌های بورسی بیش از ۸۰۰ هزار میلیارد تومان است و اگرچه گفته می‌شود سیستم بانکی بار تأمین مالی شرکت‌ها را به عهده دارد اما در مورد تأمین مالی شرکت‌های بورسی فقط ۴۰ هزار میلیارد تومان معادل ۵ درصد از کل این مبلغ به شرکت‌های بورسی اختصاص پیدا کرده است و مابقی این مبلغ در اختیار شرکت‌های غیربورسی قرار گرفته است. رئیس هیأت‌مدیره سازمان بورس در ادامه این گفت‌وگو به انتظاری که از بازار سرمایه برای تأمین مالی می‌رود، اشاره کرد و گفت: افزایش سهم بازار سرمایه در تأمین مالی و راه‌اندازی بازار صکوک یک مطالبه بحق است که در سنوات گذشته پایه‌ریزی‌های خوبی برای آن انجام شده و امیدواریم در دو سه سال آینده هم‌سنگ بازار سرمایه، بازار صکوک داشته باشیم که تأمین مالی بلندمدت دولت، بخش‌خصوصی و شرکت‌های بورسی در همه ابعاد از طریق بازار سرمایه صورت بگیرد. وی تصریح کرد: اصلاح قانون بازار بعد از ۱۰ سال با حفظ شاکله کلی با کمک نمایندگان مجلس می‌تواند سهم تأمین مالی از طریق بازار سرمایه را افزایش دهد.

فطانت‌فرد درباره حمایت قانون از بازار سرمایه اظهار داشت: در بحث قانون‌گذاری در برنامه ششم بخش‌هایی به‌عنوان فرامین اصلی در لایحه به مجلس ارائه می‌شود اما در برخی موارد مانند بازار صکوک و تقویت بازار سرمایه در تأمین مالی که نیاز به توضیحات دارد باید از کمک کمیسیون اقتصادی مجلس و نمایندگان استفاده شود. سخنگوی سازمان بورس در ادامه افزود: در بخش قانون‌گذاری، در قانون رفع موانع تولید چند اصل و ماده به بازار سرمایه مرتبط می‌شود، از جمله پوشش نوسان نرخ ارز که یکی از مطالبات بسیار مهم در برهه کنونی برای سرمایه‌گذاران خارجی است که سال‌هاست مغفول مانده بود. فطانت با بیان اینکه تاکنون در کشور پوشش نوسان نرخ ارز، بیمه ارز و ریال نداشتیم، گفت: در شورای عالی بورس کلیت طرح استفاده از معاملات آتی برای پوشش نوسان نرخ ارز با حضور رئیس بانک مرکزی تصویب شد اما راه‌اندازی بازار مشتق ارز نیاز به حمایت کمیسیون اقتصادی مجلس و تک‌تک نمایندگان مجلس دارد. وی با اشاره به این نکته که بازار مشتقه ارز بعد از هماهنگی با بانک مرکزی در راستای تبصره ۳ ماده۲۰ قانون رفع موانع تولید امکان اجرایی شدن پیدا کرد، گفت: بعد از راه‌اندازی بازار مشتقه ارز در اسرع وقت، نوسان نرخ ارز و ریال پوشش داشته می‌شود و به این ترتیب مطالبات صادرکنندگان، وارد کنندگان، تولیدکنندگان و استفاده‌کنندگان از صندوق ذخیره ارزی که سال‌ها منتظر آن بودند محقق می‌شود. در ادامه این گفت‌وگو رئیس سازمان بورس به قانون افشای صورت‌های مالی بنگاه‌های اقتصادی دولتی، شبه‌دولتی و تمامی موسساتی که به هر نحوی فعالیت اقتصادی می‌کنند، اشاره کرد و گفت: ماده۶ سیاست‌های اجرایی اصل ۴۴ قانون اساسی تمامی نهادها و ارگان‌ها و موسساتی را که به هر نحوی فعالیت اقتصادی می‌کنند، موظف می‌کند که اطلاعات صورت مالی خود را به سازمان بورس ارائه کنند اما از آنجایی که این قانون ضمانت اجرایی نداشت، پیشنهاداتی از طرف مجلس برای ضمانت اجرایی آن ارائه شد تا کسانی که از قانون تبعیت نمی‌کنند از ابزار ضمانت استفاده و آنها ملزم به رعایت قانون شوند. فطانت در پایان به حل یکی از مشکلات لاینحل اقتصادی کشور به دست نمایندگان مجلس اشاره کرد و گفت: قوانین شرکت‌های سهامی عام حداقل مربوط به یک صد سال پیش است، اگر حتی برنامه‌ای برای اصلاح کل قانون تجارت وجود ندارد پیشنهاد ما این است که مشخصا این اصلاحات درخصوص شرکت‌های سهامی عام انجام بگیرد.

بورس انرژی

معامله ۳۰۰۰ تن نفتای سبک پالایش نفت بندرعباس

در جریان معاملات آخرین روز هفته (چهارشنبه ۲۳ دی ۹۴)، در بازار فیزیکی بورس انرژی ایران کالاهای گاز پروپان صنعتی، برش سنگین، گاز بوتان صنعتی و گاز مایع صنعتی پتروشیمی بندر امام، نفتای سبک پالایش نفت بندرعباس و میعانات‌گازی پالایش گاز ایلام و پارس جنوبی و در رینگ بین‌الملل نفت‌کوره ۳۸۰ سانتی استوک شرکت ملی نفت ایران مورد عرضه قرار گرفتند. کل معاملات صورت گرفته روی کالاهای بازار فیزیکی معادل ۶۹۶۰ تن به ارزشی قریب به ۴۸ میلیارد و ۲۳۰ میلیون ریال بود. از نکات قابل توجه معاملات این روز بورس انرژی، می‌توان به از سرگیری عرضه میعانات گازی پالایش گاز ایلام و پارس جنوبی و معامله ۳۰۰۰ تن نفتای سبک پالایش نفت بندرعباس در رینگ داخلی بورس انرژی ایران اشاره کرد. چهارشنبه در تابلوی سلف موازی استاندارد برق بازار مشتقه نیز ۳۹۵ قرارداد در قالب ۱۱ معامله و معادل ۹۴۸۰ مگاوات ساعت به ارزشی در حدود ۳ میلیارد و ۲۶۶ میلیون ریال معامله شد. همچنین در آغاز جلسه معاملاتی این روز نمادهای بار پیک، کم‌باری، میان‌باری و بارپایه ۲۳ بهمن ۹۴ گشایش یافته و در پایان نمادهای بار پیک، کم‌باری، میان‌باری و بارپایه روزانه ۲۷ دی ۹۴ و ۲۸ دی ۹۴ و ۲۹ دی ۹۴ متوقف شدند. همچنین طی جلسه معاملاتی این روز در تابلوی سلف موازی استاندارد نفت کوره بورس انرژی ایران، در مجموع پنج نماد فعال، دو قرارداد با ارزشی قریب به ۱۹ میلیون ریال مورد معامله قرار گرفت. در مجموع ارزش کل معاملات روز پایانی هفته بورس انرژی ایران به ۵۱ میلیارد و ۵۱۶ میلیون ریال بالغ شد. شایان ذکر است در جلسه معاملاتی روز کاری آتی (شنبه ۲۶ دی‌ماه ۹۴)، در بازار فیزیکی بورس انرژی ایران، کالاهای هگزان، حلال ۴۰۲، حلال ۴۰۴، آیزوریسایکل و آیزوفید پالایش نفت تبریز و متانول پتروشیمی زاگرس در رینگ داخلی و در رینگ بین‌الملل گاز مایع پالایش نفت آبادان به مقصد افغانستان و پاکستان عرضه خواهند شد. عرضه‌های فوق در کنار معاملات مستمر قراردادهای سلف موازی استاندارد برق و نفت کوره در بازار مشتقه بازار روز آتی بورس انرژی را رقم خواهند زد.

بورس بین‌الملل

بازارهای آسیایی در بحران

بازارهای آسیایی در پی افت قیمت نفت به زیر ۳۱ دلار در هر بشکه، با کاهش شاخص‌ها همراه شدند درحالی‌که بازار چین شاهد افت قیمت فلزات صنعتی بود، دلار استرالیا روند نزولی را به ثبت رساند و ین ژاپن نیز افزایش قیمت را از آن خود کرد. شاخص آسیا پاسیفیک با کاهش ۰,۵ درصدی روبه‌رو شد درحالی‌که قیمت سهام شرکت‌های خدمات مالی و بانکی بیشترین تأثیر منفی را در این متغیر داشتند. در این بین، شاخص شانگهای در پی کاهش قیمت سهام بانک‌ها به روند نزولی خود ادامه داد. شاخص آتی اس‌اند پی کاهش ۰,۸ درصدی را از آن خود کرد. در بازارهای کالایی نیز، قیمت نفت WTI با کاهش ۲,۱ درصدی همراه شد درحالی‌که قیمت مس به روند افزایشی خود ادامه داد.

نگرانی‌ها در خصوص سرایت بحران چین به دیگر اقتصادهای دنیا موجب شده است تا صف‌های فروش سنگین در بازارهای سرمایه ایجاد شود و سهامداران با فروش سهام خود به فکر انباشت نقدینگی باشند، درحالی‌که این رفتارهای سرمایه‌گذاری موجب شده است کشورهای تولیدکننده کالاهای اساسی، از استرالیا تا کانادا و هنگ‌کنگ، همگی با بحران روبه‌رو شوند. در این بازارها، شاخص شرکت‌های چینی موجود در بورس هنگ کنگ با کاهش ۲,۱ درصدی همراه شد درحالی‌که شانگهای چین سقوط ۲,۳ درصدی را شاهد بود. در این بین، بانک‌ها از پذیرش سهام شرکت‌های موجود در تابلوی بورس شن‌ژن و شرکت‌های با سرمایه متوسط سر باز می‌زنند و مایل به خرید سهام این قبیل شرکت‌ها نیستند. در بازار ژاپن، شاخص تاپیکس با افت ۰,۶ درصدی روبه‌رو شد، اس‌اندپی استرالیا نیز ۰,۳ درصد کاهش داشت، کاسپی کره جنوبی ۱,۲ درصد منفی شد، شاخص اصلی بورس نیوزیلند ۰,۸ درصد سقوط کرد و بورس تایوان با افزایش ۰,۵ درصدی شاخص اصلی معاملات‌راخاتمه‌داد.

گفت‌وگوی «فرصت امروز» با وحید شریف‌پور، تحلیلگر ارشد بازار سرمایه و مشاور سرمایه‌گذاری در بورس

قوانین و مقررات، مانع ورود سرمایه‌گذاران خارجی به بازار سرمایه

مهلا فرازمند

بازار سرمایه در هفته گذشته روزهای پرهیجانی را پشت سر گذاشت. پس از ماه‌های متمادی رخوت و رکود در بازار سرمایه که موجب عقب‌نشینی و سقوط شاخص کل شد سرانجام روندی صعودی در بازار شکل گرفت، اگر چه برخی کارشناسان اعتقاد دارند به دلیل مشکلات موجود اقتصادی در عرصه جهانی و ضعف تقاضا در بازارهای نفت و فلزات، صعود فعلی بازار سرمایه را نمی‌توان بر پایه محکمی استوار دانست. این روند موجب شده است تا نقش بازار سرمایه در تأمین سرمایه بیش از پیش کاهش یافته و فشار بیشتری به بانک‌ها وارد سازد؛ روندی که در صورت تداوم رکود بورس می‌تواند بانک‌ها را با فشارهای بیشتری برای تأمین اعتبار مواجه سازد. با وحید شریف‌پور، تحلیلگر ارشد بازار سرمایه و مشاور سرمایه‌گذاری در بورس در این باره به گفت‌وگو نشستیم.

عکس: آرزو بیات | فرصت امروز

حضور ایران در بازارهای بین‌المللی چه تأثیری بر بازار سرمایه خواهد داشت؟

پس از اجرایی شدن برجام نخستین بازاری که به بازارهای بین‌المللی باز می‌شود، بازار سرمایه ایران است و نخستین بازاری که به همین سرعت دچار مشکل خواهد شد، همین بازار سرمایه خواهد بود به دلیل اینکه قوانین و مقررات بسیار زیادی در بازار سرمایه ایران حاکم است و این قوانین هنوز با قوانین بین‌المللی منطبق نشده است و این نخستین مانع برای ورود سرمایه‌گذاران خارجی به بازار سرمایه ایران است. البته برای جذب سرمایه‌گذار خارجی نیاز به این چالش‌ها حس می‌شود و شاید لزوم حضور سرمایه‌گذار خارجی در بازاری که در حال حاضر تقریبا ۹۹ درصد آن را سرمایه‌گذار داخلی تشکیل می‌دهد سبب تغییرات مثبتی در حوزه قانون‌گذاری این بازار شود. ما نیاز داریم روش‌های استاندارد شفافیت اطلاعات، شفافیت سرمایه‌گذاری و شفافیت در روش‌های سرمایه‌گذاری را که در دنیا مرسوم است در بازار سرمایه ایران نهادینه کنیم، همچنین قوانین و مقررات بین‌المللی در حوزه بازار سرمایه مثل قوانین پولشویی را که ما از آنها عقب و غافل هستیم مدنظر قرار دهیم. در این زمینه لازم است که سیستم بانکی ایران بعد از دوران تحریم، نرم‌افزارهای تخصصی موردنیاز این حوزه را به سرعت راه‌اندازی کند و بتواند خود را با استانداردهای جهانی به‌روزرسانی کند.

بازار سرمایه برای جذب سرمایه‌گذاری خارجی با چه اشکالاتی مواجه است؟

فقدان اطلاعات منسجم و قابل جمع‌بندی درباره اغلب صنایع، نبود اطلاعات کافی روشن و دسته‌بندی شده درخصوص قوانین و مقررات و ساده‌سازی برای سرمایه‌گذاران خارجی می‌تواند جذب سرمایه‌گذار خارجی به بازار ایران را در آینده طولانی‌تر کند. بخش‌هایی که سرمایه‌گذاران خارجی در حوزه بازار سرمایه علاقه‌مند به همکاری هستند بیمه، همکاری مشترک در حوزه بانکداری، همکاری مشترک با کارگزاری‌ها و تأسیس و تشکیل صندوق‌های سرمایه‌گذاری مشترک با درآمد ثابت، سهام و صندوق تأمین سرمایه برای پروژه‌های مختلف است.

حضور سرمایه‌گذاران خارجی در بازار سرمایه ایران دو فایده مهم دارد، اول اینکه باعث جذب نقدینگی تازه در بازار سرمایه شده، دوم اینکه باعث سرعت رشد تغییرات و استانداردسازی قوانین اجرایی خودمان در سطح قابل قبول بین‌المللی خواهد شد همانطور که پیش‌تر عرض کردم این تغییرات لازمه حضور آنهاست و ما چاره‌ای جز پیشرفت در این زمینه نداریم. درواقع ما امکان تجربه همکاری با خارجی‌ها را خواهیم داشت و این تجربه کمک می‌کند تا اشکالات کار را ببینیم به‌ویژه اینکه خارجی‌ها با تجربه فعالیت در بازارهای جهانی به ایران می‌آیند و تأثیرات این حضور در میان‌مدت خودش را نشان خواهد داد.

یکی از مهم‌ترین دستاوردهای توافق هسته‌ای، استقبال سرمایه‌گذاران خارجی به منظور ورود به بخش‌های مختلف اقتصادی کشور است. ایران همواره به دلیل برخورداری از منابع فراوان و بستر خوب سرمایه‌گذاری و همچنین وجود خلأ در بسیاری از صنایع مورد توجه سرمایه‌گذاران خارجی بوده و حال با حصول توافق هسته‌ای، شاهد گشوده شدن دروازه‌های کشور به روی سرمایه‌های خارجی خواهیم بود. از سوی دیگر، نبود بازارهایی با پتانسیل رشد در دیگر نقاط دنیا هم کمک بزرگی به ایران است، زیرا کشور ما آخرین بازار بزرگی است که برای سرمایه‌گذاری بکر مانده و ما باید از این فرصت به بهترین نحو استفاده کنیم. یکی از بزرگ‌ترین مشکلات سرمایه‌گذاران بزرگ حقیقی و حقوقی خارجی که مانع سرمایه‌گذاری آنان در ایران می‌شود این است که در بازارهای دیگر دنیا بانک‌های بین‌المللی معتبری وجود دارند که نقش امین و ضامن را برای سهامداران اجرا می‌کنند. آنها وظایف مختلفی از جمله نگهداری امانتی سهام، دریافت سود شرکت‌ها با اطلاع‌رسانی در رابطه با سهام و غیره را برای سهامدار برعهده دارند. ازاین‌رو، ریسک سرمایه‌گذاری برای سرمایه‌گذارانی که به سپرده‌گذاری‌های محلی آشنایی ندارند، کاهش پیدا می‌کند. البته با لغو تحریم‌ها و حضور بانک‌های بین‌المللی در ایران، می‌توان با این نهادهای مالی در این زمینه قراردادهای مربوطه را بست تا مشکلات برطرف شود.

بازار سرمایه نسبت به لغو تحریم‌ها واکنش مثبت داشته، آیا این واکنش بادوام است یا عوامل دیگر اقتصادی آن‌را خنثی می‌کند؟

توافق ایران و ۵+۱ معجزه‌ای برای اقتصاد در پی ندارد و تنها چیزی که می‌توان از آن انتظار داشت بازگشت اقتصاد از نظر منابع و امکانات به شرایط مشابه چند سال قبل است. اقتصاد ایران به‌زودی از یک سردرگمی رها خواهد شد و تکلیف سرمایه‌گذاران و تولیدکنندگان و مردم تعیین و شفاف خواهد شد که این یک اثر مثبت مهم برای مذاکرات برشمرده می‌شود. به‌زودی سرمایه‌گذاران تصمیم می‌گیرند که آیا به اقتصاد ایران وارد شوند یا خیر و وظیفه ما اکنون این است که شرایط مساعدی برای حضور آنها در اقتصاد مهیا کنیم. در کوتاه‌مدت می‌توان منتظر آن بود که تفاهم کلی ایران و شش قدرت بزرگ جهانی رشد قیمت‌ها را کنترل کند، چراکه نرخ ارز تا حدی کاهش خواهد یافت و واسطه‌های وارداتی با لغو تحریم‌ها از روند مبادلات بین‌المللی حذف خواهند شد و این امر بر قیمت‌های داخل نیز به مرور اثر می‌گذارد.

اما در بلندمدت برای شاخص‌های تورم، رشد اقتصادی، اشتغال و... با تقویت سرمایه‌گذاری و رشد تولید و افزایش صادرات بهبود بیشتری را شاهد خواهیم بود که بخشی از آثار فوق به احتمال قوی تا اواخر سال ۹۵ نمایان خواهد شد.

چگونه می‌توان ساختار تأمین مالی کشور را از بانک‌محور بودن به بازارمحور بودن تغییر داد؟

در کشور ما روش‌های مختلفی برای تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و بزرگ وجود دارد که در این میان می‌توان از سرمایه‌گذاری‌های خود دولت، تأمین مالی از طریق سرمایه‌گذاری خارجی، بازار پول و همچنین بازار سرمایه نام برد. سالیان سال روش اول یعنی همان تأمین مالی از طریق منابع دولتی جایگاه اول را بین روش‌های مختلف داشت ولی اخیرا به‌دلیل کاهش درآمدهای دولت ناشی از افت قیمت نفت، فلزات جهانی و همچنین مواد معدنی و تکیه کشور بر روش‌های خام‌فروشی در صادرات، دیگر مثل گذشته این روال اشتباه تأمین مالی میسر و در دسترس نیست. همچنین به‌دلیل سیاست‌های اصل ۴۴ و لزوم خصوصی‌سازی دیگر سرمایه‌گذاری جدیدی از سوی منابع دولتی نباید انجام گیرد.

روش بعدی تأمین مالی بنگاه‌ها از طریق سرمایه‌گذاری خارجی است. حدود یک دهه است که به‌دلیل تحریم‌های یک‌جانبه کشورهای غربی و آمریکا، سرمایه‌گذاری خارجی خاصی در کشورمان صورت نگرفته است و پولی از این طریق وارد کشور نشده اما دو روش دیگر یعنی تأمین مالی از طریق بانک‌ها و بازار سرمایه هم طی این سال‌ها روال و تقسیم کار درستی نداشتند. طی سال‌های اخیر بیشتر فشار تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و بزرگ روی دوش بانک‌های کشور بوده و نتیجه این موضوع فقط معوقات بانکی و افزایش مطالبات مشکوک‌الوصول بود، حال بگذریم که تسهیلات دستوری هم ضربات بزرگی بر پیکر نظام بانکی کشور وارد کرده است و دیگر بانک‌ها نمی‌توانند مثل گذشته نقش پررنگی در تأمین مالی بنگاه‌ها بازی کنند. البته بنا بر عقیده نگارنده بهتر است بانک‌ها فقط در تأمین مالی بنگاه‌های کوچک دخیل باشند و همچنین تأمین سرمایه در گردش شرکت‌ها را بر عهده بگیرند. البته این نکته را هم باید متذکر شویم که بانک‌ها اگر بخواهند با بانک‌های بین‌المللی ارتباط برقرار کنند طبق قوانین از سال ۲۰۱۹ دیگر نباید بنگاهداری کنند و فقط باید به وظایف بانکداری تجاری بپردازند و بنگاه‌های بزرگ از طریق پذیرش در بازار سرمایه کشور از طریق روش‌های نوین و متنوع این بازار در تأمین مالی بهره‌مند شوند. این موضوع نیاز به فرهنگ‌سازی و اطلاع‌رسانی در سطح وسیع فعالان اقتصادی کشور دارد تا آنها از پتانسیل‌های بازار سرمایه و بازار بدهی در تأمین مالی باخبر شوند. در حال حاضر اوراق مشارکت در بازار بدهی برای فعالان تا حدودی آشناست ولی هنوز پتانسیل‌های فراوان بازار سرمایه در قالب‌های مختلف در بازار اولیه و ثانویه به اندازه کافی برای فعالان عرصه اقتصاد واکاوی نشده است. در شرکت‌های کوچک و نوپا که هنوز از توانایی لازم برای بهره‌گیری از منابع و وام‌های بانک‌ها برخوردار نیستند استفاده از منابع داخلی شرکت به‌دلیل ارزان و کم‌ریسک بودن اولویت دارد ولی در زمانی‌که کفاف توسعه فعالیت‌های عملیاتی را ندهد استفاده از افزایش سرمایه و عدم تقسیم سود در مجامع روش‌های جایگزین مناسبی برای بنگاه‌های جوان است. انواع روش‌های تأمین مالی داخلی شامل سرمایه و سهام، سود انباشته، سود سهام پرداختنی، اندوخته‌های قانونی و احتیاطی، فروش دارایی‌ها، وام دریافتی از شرکا و حساب جاری شرکا است که برای ادامه فعالیت‌های عملیاتی با کمترین هزینه سرمایه مورد استفاده قرار می‌گیرد، معمولا مدیران و سهامداران بنگاه‌های اقتصادی که در سال‌های اولیه فعالیت خود قرار دارند با مشکل اخذ وام و اعتبار مواجه هستند، تأمین مالی داخلی را به دلیل کم هزینه‌ترین بودن به سایر روش‌های تأمین مالی ترجیح می‌دهند. ولی عدم تقسیم سود برای سال‌های متمادی برای سرمایه‌گذارانی که به قصد سودآوری در بنگاه سرمایه‌گذاری کرده‌اند نه‌تنها نارضایتی آنان را به همراه خواهد داشت بلکه انگیزه آنان را نیز برای حفظ سرمایه در بنگاه کاهش می‌دهد. بنابراین مدیران در بلندمدت به سوی تأمین مالی خارج از بنگاه متمایل می‌شوند.

مسئولان بارها بر تأمین سرمایه از طریق بازار سرمایه تأکید کرده‌اند. بازار سرمایه چه امکاناتی در این رابطه دارد؟

بنگاه‌های اقتصادی به دو طریق می‌توانند از طریق بازار سرمایه تأمین مالی کنند، انتشار سهام جدید و جذب منابع سرمایه‌گذاران از طریق مشارکت در سهام یا انتشار اوراق بدهی (اوراق مشارکت، اوراق صکوک، گواهی سپرده خاص و ...). به‌رغم افزایش روزافزون نقش بازار سرمایه در تأمین مالی بنگاه‌های اقتصادی اما هنوز هم از بسیاری از قابلیت‌های موجود و ممکن، حتی در چارچوب قانون تجارت فعلی، استفاده نشده است.

یکی از ابزارهای ناشناخته در تأمین مالی، اوراق مشارکت قابل تبدیل به سهام یا قابل معاوضه با سهام است. با توجه به مفاد «سیاست‌های پولی و اعتباری نظام بانکی کشور در سال ۱۳۹۰» مبنی بر اینکه «نرخ سود علی‌الحساب اوراق مشارکت حداکثر یک درصد بالاتر از نرخ سود علی‌الحساب سپرده‌های متناظر خواهد بود» و عدم جذابیت احتمالی اوراق فوق با نرخ‌های مزبور برای سرمایه‌گذاران، با افزودن گزینه‌های دیگر به اوراق مشارکت و افزایش حق انتخاب خریداران، فروش اوراق مزبور در نرخ‌های موجود تسهیل خواهد شد.

از طرفی دیگر، برخورداری از یک سود تضمین شده بدون ریسک از یک‌سو و امکان بهره‌مندی از مزایای احتمالی افزایش قیمت سهام تا سررسید از سوی دیگر، اوراق مشارکت قابل تبدیل به سهام یا قابل معاوضه با سهام را دارای ویژگی «تدافعی - تهاجمی» کرده و خواست طیف گسترده‌ای از سرمایه‌گذاران را تأمین خواهد کرد. اوراق مشارکت قابل تبدیل به سهم معمولا نرخ سود کمتری نسبت به اوراق مشارکت غیرقابل تبدیل دارد. در همین حال، بدیهی است دارنده اوراق مشارکت اجباری به تبدیل نداشته و در صورت پایین بودن قیمت سهام در تاریخ سررسید و عدم جذابیت تبدیل و به تبع آن عدم درخواست تبدیل توسط دارندگان اوراق مشارکت، افزایش سرمایه فقط معادل تقاضاهای تبدیل انجام خواهد گرفت. خاصیت اصلی اوراق مشارکت قابل تبدیل، پایین بودن ریسک آن به علت خاصیت برخورداری از درآمد ثابت و تضمین شده از یک طرف و قابلیت افزایش بازدهی ناشی از افزایش قیمت سهام از طرف دیگر است.

یک روش افزایش سرمایه دیگر هم داریم که در آن افزایش سرمایه به قیمت بازار با در نظر گرفتن تخفیف قابل ملاحظه است. با توجه به مفاد ماده ۱۶۰ قانون تجارت چنانچه ناشر اقدام به افزایش سرمایه از طریق سلب حق‌تقدم خرید سهام کرده و عواید حاصله از اضافه ارزش سهام فروخته شده به اندوخته‌ها منتقل شود، امکان تعیین قیمت سهام جدید به قیمت بازار وجود خواهد داشت (در چنین حالتی قیمت پذیره‌نویسی براساس شرایط تبدیل در بدو انتشار اوراق مشارکت پایین‌تر از قیمت بازار در نظر گرفته می‌شود، این تخفیف باید علاوه بر جبران نوسانات احتمالی قیمت سهام و عدم قابلیت نقدشوندگی سهام در فاصله بین پذیره‌نویسی و ثبت افزایش سرمایه و صدور سهام جدید، به‌عنوان یک امتیاز مشوق خرید سهام جدید توسط دارندگان اوراق مشارکت هم باشد). بدیهی است، در این روش انتقال اضافه ارزش ناشی از فروش سهام به بیش از قیمت اسمی باید حتما به اندوخته‌ها منتقل شده و سهامداران قدیم و جدید از آن منتفع شوند. در نهایت یکی از روش‌هایی که اخیرا در کشور ما امکان تأمین مالی از طریق آن برای بنگاه‌های اقتصادی فراهم آمده انتشار اوراق صکوک اجاره است. به‌طور کلی در اوراق اجاره حق استفاده از منافع دارایی یا مجموعه‌ای از دارایی‌ها در قبال اجاره‌بها از نهاد واسط (به‌عنوان یک شرکت کاغذی تأسیس شده توسط سازمان بورس و اوراق بهادار) به شخص دیگری (شخصی که دارایی را در اختیار داشته و آن را به صورت صوری فروخته است) واگذار می‌شود. مدت قرارداد اجاره مشخص است و می‌توان اجاره‌بها را در ابتدا یا انتهای دوره، با سررسیدهای فصلی یا سالانه پرداخت کرد. در این روش، بانی (شرکتی که وجوه حاصل از فروش اوراق را دریافت می‌کند) دارایی مورد استفاده خود را به شخص دیگری فروخته و مجددا آن را اجاره می‌کند. بنابراین شرکت می‌تواند دارایی خود را (شامل زمین، ساختمان و تأسیسات، ماشین‌آلات و تجهیزات، ناوگان حمل‌ونقل، مشروط بر اینکه مالکیت آن به صورت مشاع نباشد و امکان واگذاری به غیررا داشته باشد) مبنای انتشار اوراق اجاره قرار داده و تأمین مالی کند. با استفاده از این ابزار معادل قیمت فروش دارایی (که کماکان در اختیار شرکت قرارداشته و مورد استفاده است)، وجه نقد جمع‌آوری می‌شود، ضمن اینکه طبق قانون «توسعه ابزارها و نهادهای مالی جدید» درآمد فروش دارایی به نهاد واسط، معاف از مالیات است.

عمق بازار

مستعدترین روزهای هفته برای رشد بازار

فرشید شجاع
کارشناس و تحلیلگر بازار سرمایه

بازار سرمایه کشور در هفته گذشته تلاطم نسبتا زیادی را تجربه کرد. با شروع معاملات در این هفته، شاخص کل چند واحد صعود را تجربه کرده و پس از چند دقیقه در مسیر نزولی قرار گرفت. نزول شاخص کل دو روز به درازا کشیده شد و پس از آن در روز میانی هفته، شاخص کل تغییر روند داد. صعود شاخص کل در روز دوشنبه، بیش از نیمی از نزول دو روز ابتدایی را پوشش داده و شرایط را نسبتا متعادل کرد. مسیر رو به بالای شاخص کل در روز سه‌شنبه نیز محفوظ ماند اما این روز پایانی معاملات بود که حماسه‌ساز شد. بازار در روز چهارشنبه با حاکمیت رنگ سبز سپری شده و شاخص کل در این جلسه ۶۷۵ واحد رشد کرد. بدین ترتیب، شاخص کل بازار بورس اوراق بهادار تهران در هفته معاملاتی گذشته با رشدی بیش از ۸۵۰واحد به کار خود پایان داد. ارزش کل معاملات در روزهای این هفته رفتاری نامتعادل از خود نشان داد و پراکندگی زیادی داشت. ارزش کل معاملات در روزهای ابتدایی هفته روندی نزولی داشت و پس از آن با افزایشی محسوس دو روز نوسانی را سپری کرده و در روز پایانی باری دیگر افزایش یافت. شرایط ارزش میانگین معاملات نه‌تنها بهتر از ارزش کل نبود، بلکه پیچیده‌تر از آن بود. روند تغییرات این فاکتور مهم بی‌نظم تلقی می‌شود اما با این وجود این بی‌نظمی توانست به کمک بازار آمده و معامله‌گران را دلگرم کند.

شاید منطقی‌ترین دلیل برای رشدهای اخیر بازار شرایط سیاسی موجود کشور تلقی شود. در روزهای اخیر صحبت‌های زیادی از اجرایی شدن برجام شنیده‌ایم و همین موضوع توانسته کمک زیادی به صعود بازار کند. معامله‌گران حقیقی با پویایی چشمگیری پا به عرضه گذاشتند و با معاملات پرهیجان خود شرایط مرده‌وار گذشته را تغییر دادند. در دو هفته معاملاتی اخیر، نویدهای نزدیک بودن زمان اجرایی شدن برجام بازار را لبریز از هیجان کرده و رنگ نویی به معاملات زده است. لذا به نظر می‌رسد موج هیجانی بازار در این هفته به انتهای خود رسیده و شرایط بازار به آنچه بود بازگردد. با توجه به آنچه نقل شد، روزهای ابتدای هفته جدید را می‌توان به‌عنوان مستعدترین روزهای این هفته تلقی کرد. می‌توان انتظار داشت شاخص کل در این دو روز رشدی بیش از ۱۰۰۰ واحد را تجربه کرده و بدین ترتیب به خط روند مقاومتی نزولی خود برسد. آزمون بزرگ شاخص کل و بازار روزهای دوشنبه و سه‌شنبه به وقوع خواهد پیوست، آن زمان که شاخص کل بخواهد نسبت به مقاومت موجود خود واکنشی به نمایش بگذارد. این واکنش می‌تواند مانند دفعه پیشین در یک سایه بلند خلاصه شده یا با شکست این مقاومت شرایط جدیدی را در بازار احساس کنیم. با توجه به شرایط حاضر و عدم رغبت دولت به صعودی شدن بازار، کمبود نقدینگی و احتمال طولانی شدن برداشتن تحریم‌ها، منطقی‌ترین سناریو آن است که این صعود نیز با رسیدن به مقاومت به نزولی دیگر تبدیل شود. بدین ترتیب انتظار می‌رود بازار تا زمان قرائت بیانیه مشترک ایران و طرف غربی سبز بماند.

دریچه

آماری جالب از خریداران و فروشندگان سهام از ابتدای سال

محمدمهدی نوری
کارشناس و تحلیلگر بازار سرمایه

یکی از نکات بسیار مناسب که معمولا خریداران و فروشندگان حرفه‌ای در بورس به آن توجه می‌کنند، آمار تعداد خریدار و فروشنده است. در این مطلب سعی کرده‌ایم آماری کامل در مورد خریدار و فروشندگان از ابتدای سال ارائه دهیم.

فروردین‌ماه به‌طور میانگین در هر روز کاری ۲۱۸۷۸ نفر اقدام به خرید کرده‌اند. این در حالی‌است که در همین ماه میانگین تعداد فروشندگان ۱۹.۷۷۹ نفر بوده که نسبت به تعداد خریداران کمتر است. به عبارتی دیگر سهام بیشتر از حالت تراکمی خارج شده و بین سهامداران خرد پخش شده است. در ماه اردیبهشت میانگین تعداد خریداران روزانه در بورس به ۱۳۲۰۱ نفر و تعداد فروشندگان نیز به ۱۳۴۰۱ نفر روزانه رسیده است که تقریبا با هم برابر هستند. در خردادماه تعداد خریداران به صورت روزانه با کاهش زیاد به میانگین ۹۰۹۶ کد معاملاتی در روز رسیده است، اما تعداد فروشندگان نیز به‌طور همزمان کاهش پیدا کرده و به عدد ۸۶۵۰ رسیده است. در خردادماه معاملات بسیار کم‌رمق بود. تیرماه وضعیت معاملات اندکی تغییر کرد. در این ماه تعداد خریداران به صورت میانگین روزانه به ۱۵۸۳۵ نفر رسید، اما تعداد فروشندگان نیز با ثبت میانگین ۱۳۲۹۷ کد معاملاتی در روز، همچنان علائم خروج نقدینگی را حفظ کرد. مردادماه کماکان همین وضعیت ادامه داشت و میانگین تعداد خریدار روزانه ۱۲۴۹۸ نفر بود. تعداد فروشندگان نیز به صورت روزانه ۱۱۸۸۴ نفر رسید. در ماه شهریور روند رکود دوباره شدت گرفت به‌طوری‌که تعداد خریداران در این ماه به‌طور میانگین به روزانه ۸۶۴۳ نفر رسید و روزانه ۷۶۵۵ کد معاملاتی نیز به‌طور میانگین اقدام به فروش کردند. مهرماه نیز همین روند ادامه داشت. در این ماه میانگین خریداران روزانه ۹۳۰۷ نفر بودند و فروشندگان نیز به ۸۵۲۷ نفر رسید. در آبان‌ماه نیز تعداد خریداران به ۹۰۰۷ نفر رسید. این در حالی بود که تعداد فروشندگان نیز به ۸۱۴۳ نفر رسید. روند رکود در آذرماه نیز ادامه داشت. تعداد میانگین خریداران در این ماه به ۸۸۲۵ نفر روزانه و فروشندگان به ۷۶۱۱ نفر رسید. در دی‌ماه که در حال حاضر در آخرین روزهای آن به سر می‌بریم، کمی از رکود کاسته شده است به‌طوری‌که تعداد خریداران در روزهای این ماه به ۱۳۹۷۴ نفر و فروشندگان نیز به ۱۳۲۸۲ نفر رسیده‌اند که نسبت به ماه‌های گذشته وضعیت نسبتا بهتری را شاهد هستیم. اگرچه همچنان خروج نقدینگی به وضوح دیده می‌شود.

گزارش ۲

ناکامی بورس نفت

فرحناز یارمحمدی
کارشناس بازار سرمایه

در اوایل دهه ۸۰ ایده تأسیس بورس نفت جهت انجام معاملات آن طی فرآیندی مشترک بین‌وزارتخانه‌های نفت و اقتصاد شکل گرفت و در مرحله اول نیز در اواخر بهمن ۸۶ مبادلات فرآورده‌های نفت و پتروشیمی در بازار سرمایه آغاز شد، بدین ترتیب شورای عالی بورس در جلسه ۳۰ خردادماه سال ۹۰ راه خود را از ایجاد بورس نفت به سمت ایجاد بورس انرژی کج کرد تا چهارمین بورس کشور جهت معاملات برق، نفت، محصولات پتروشیمی و فرآورده‌های نفتی تأسیس شود.

بر این اساس، سال گذشته بود که بعد از سال‌ها انتظار، با عرضه ۲ هزار و ۹۲۰ بشکه پای نفت خام به بورس با هدف قیمت‌گذاری با استفاده از مکانیزم عرضه و تقاضا، باز شد. اما طولی نکشید که معاملات این محصول با شکست همراه شد و برای دفعات بعدی نیز به دلیل قیمت‌گذاری دستوری و جلوگیری از ایجاد رقابت قیمت آن باعث بی‌مشتری ماندن عرضه نفت خام شد. این در حالی است که این محصول از نظر حجم معاملات، بیشترین سهم را در بازارهای جهانی کالا دارد و ایران نیز در بین کشورهای عضو اوپک از جایگاه ویژه‌ای برخوردار است.

نکته مهمی که در این رابطه، بعد از عرضه نخستین محموله وجود دارد این است که وزارت نفت به‌تدریج نه‌تنها تخفیفی به مشتریان بورس انرژی نداد، بلکه قیمت هر بشکه نفت خام را از ۳۰۶ هزار تومان به ۳۴۰ هزار تومان رساند که این افزایش مبنای مشخصی هم نداشت. به این ترتیب بسیاری از پالایشگاه‌های کوچک که این محصول را از بورس انرژی می‌خریدند، ترجیح دادند به میعانات گازی روی بیاورند و از مصرف نفت انصراف بدهند. با توجه به همین بی‌میلی خریدار و عرضه‌کننده هم بالاخره پیش‌بینی‌ها محقق شد و معاملات نفتی در بورس انرژی به کمای کامل رفت.

واقعیت این است که وزارت نفت به طور مشهود هیچ رغبتی به عرضه نفت در بورس ندارد و برای این تصمیم هم انگیزه‌های متفاوتی وجود دارد، ازجمله اینکه وزارت نفت مایل به ریسک روی منافع خود نیست چراکه وقتی می‌تواند نفت را به هر مشتری به هر قیمت توافقی بفروشد چرا آن را باید درقالب بورس به فروش برساند.

در صورت شکل گرفتن فروش نفت در بورس امکان عدم تسهیم عادلانه بین پالایشگاه‌ها نیز وجود دارد یعنی با توجه به عرضه محدود توازنی که درحال حاضر بین پالایشگاه‌ها در دریافت نفت خام به وجود آمده از بین می‌رود و بعضی از پالایشگاه‌ها ناچار به تولید کمتر از ظرفیت می‌شوند و پالایشگاه‌های جدید هم برای آغاز فعالیت با نگرانی به‌عنوان نبود نفت کافی روبه‌رو می‌شوند در نتیجه وزارت نفت فعلا ترجیح می‌دهد تا اطلاع ثانوی نبض بازار و شاهراه تقسیم نفت را در اختیار خود نگه دارد.

براساس این گزارش، در حال حاضر با اینکه در بورس انرژی فرآورده‌های جانبی نفت در حال معامله است اما خبری از قراردادها و عرضه نفت خام در این بازار نیست. درحالی‌که در ماده ۱۳ قانون خروج غیرتورمی از رکود استفاده از سازوکارهای بورس و انرژی در خریدوفروش نفت خام در اولویت قرار گرفته، اما تاکنون هیچگونه تصمیمی در رابطه با عرضه این محصول با سازوکارهای مشخص در بورس اتخاذ نشده است و گویا بسیاری از مسئولان چشم خود را بر مزایای استفاده از سازوکاری استاندارد و فوایدی که در پی خواهد داشت، بسته‌اند.

باشگاه سرمایه‌گذاران ۷

سرمایه‌گذاری از نوع سنتی

سرمایه‌گذاری در بازار ادویه به شکل سنتی و مدرن انجام می‌شود. شیوه سنتی همان فله‌فروشی و حضور در دکان‌های سنتی است. اهمیت این سرمایه‌گذاری در این است که واحدهای مدرن سرمایه‌گذار که به فرآوری ادویه و بسته‌بندی آن می‌پردازند، معمولا ادویه مورد نیاز خود را از همین واردکنندگان عمده تامین می‌کنند. همین امر هم نوعی از سرمایه‌گذاری و در نتیجه کار و تجارت و درآمدزایی را رقم زده است و قدمتش به ده‌ها سال پیش برمی‌گردد. اما سرمایه مورد نیاز برای این کار بسیار متفاوت است زیرا قیمت انواع ادویه از ۷هزار تومان تا ۶۰هزار تومان متغیر است و به این موضوع بستگی دارد که سرمایه‌گذار قصد داشته باشد چه نوع ادویه و به چه میزان را وارد کشور یا خریداری کند. هزینه‌های دیگری نیز وجود دارد اعم از قیمت سرقفلی مغازه و همچنین فروش و اجاره‌بهای مغازه. به‌ویژه وقتی کسی بخواهد در مرکز بورس حضور داشته باشد که در مورد ادویه، بازار بزرگ تهران بورس اصلی این ماده خوراکی است. در همین راستا سراغ یکی از قدیمی‌های بازار ادویه رفته‌ایم تا از چند و چون سرمایه‌گذاری در این حوزه بگوید.

سنتی‌ها هم بازار خود را دارند

مهدی وزیرنظام از تاجران قدیمی ادویه در پله نوروزخان واقع در بازار بزرگ تهران با بیان اینکه ادویه تولید داخل و ادویه وارداتی در کیسه‌های ۵۰ تا ۱۰۰کیلویی وارد بازار می‌شود، می‌گوید: معمولا ما در هر خرید، ۳ تا ۵ تن ادویه خریداری می‌کنیم و برای اینکه از کیفیت و مرغوبیت ادویه مطمئن باشیم، خودمان آن را آسیاب می‌کنیم. وی با اشاره به اینکه کارخانه‌های فرآوری و بسته‌بندی ادویه هم معمولا از بازار و به همین شکل انواع ادویه را خریداری می‌کنند، اظهار می‌دارد: فعالیت بازار سنتی و بازار مدرن ادویه منافاتی با یکدیگر ندارد. قاعدتا برندهایی که اقدام به فرآوری و بسته‌بندی ادویه می‌کنند، مشتریان خاص خود را دارند و ما هم مشتریان خود را داریم و هم نسل قدیمی و هم نسل جدید جزء مشتریان ما هستند.

نگاه منفی قدیمی‌ها به سرمایه‌گذاری

وزیرنظام نگاهی منفی به سرمایه‌گذاری در این بازار دارد. به همین دلیل در پاسخ به این پرسش که آیا ورود به بازار ادویه در شرایط فعلی صرفه اقتصادی دارد یا خیر، می‌گوید: برای ورود به بازار هزینه ابتدایی مربوط به سرقفلی مغازه است. سرقفلی هر مغازه هم هر متر بین ۱۵۰میلیون تا ۲۰۰میلیون تومان است. وزیر نظام در مورد فرصت سرمایه‌گذاری در بازار سنتی ادویه اظهار می‌دارد: اگر کسی بخواهد در بازار بزرگ تهران مغازه تهیه کند، سرقفلی‌اش بالا است و در خارج از فضای بازار هم باید یا به قیمت گزافی مغازه خریداری یا اجاره کند. وی همچنین می‌گوید: در حال حاضر صرف نمی‌کند

که کسی قدم در این راه بگذارد مگر اینکه از گذشته در این کار بوده باشد. در واقع اگر فردی بخواهد سرقفلی بخرد و جنس تهیه کند، بهتر است که سرمایه خود را در بانک بگذارد و سود بگیرد. وزیرنظام تصریح می‌کند: با توجه به شرایط اقتصادی و رکود حاکم بر اقتصاد، اگر خود من مغازه‌ام را بفروشم و پول آن را در بانک بگذارم، بیشتر از تجارت ادویه سود به دست می‌آورم. اما من به دلیل علاقه‌ای که به این کار دارم و سابقه ۶۰ ساله در این زمینه، ترجیح می‌دهم که در این تجارت باقی بمانم. وی در ادامه می‌گوید: ۶۰ سال پیش که من این کار را شروع کردم، سرقفلی و قیمت اجناس تا این اندازه بالا نبود، اما هم‌اکنون اگر کسی بخواهد این کار را شروع کند، باید هزینه‌های سنگینی را پرداخت کند و اصلا به‌صرفه نیست.

نوسان قیمت‌ها

این تاجر ادویه در مورد قیمت‌ها و نرخ‌های فعلی در بازار ادویه می‌گوید: در حال حاضر قیمت چوب زردچوبه حدود ۷هزار تومان، فلفل سیاه حدود ۴۰هزار تومان، چوب دارچین ۹۸۰۰تومان، زنجبیل ۱۶هزار تومان، میخک ۴۰هزار تومان و انواع هل سبز از حدود ۴۰هزار تا ۶۰هزار تومان است. وی با بیان اینکه ادویه خورشت از چند قلم تشکیل شده است، اظهار می‌دارد: در برخی اقلام زردچوبه ۷هزار تومانی، فلفل سیاه ۴۰هزار تومانی، فلفل قرمز ۸هزار تومانی، میخک ۴۰هزار تومانی، دارچین ۱۰هزار تومانی و... با هم ترکیب می‌شود و قیمت آن به ۱۰هزار تا ۱۲هزار تومان می‌رسد. البته یک نوع ادویه هم که شامل اقلام گران قیمتی نمی‌شود، قیمت آن ۷ تا ۸هزار تومان است. قیمت ادویه کاری هم که ترکیب ۳۰ قلم محصول است، بین ۱۰هزار تا ۱۴هزار تومان است.

وی در مورد دلیل تفاوت کیفیت ادویه‌های موجود در بازار اظهار می‌دارد: این تفاوت کیفیت به دلیل ورود این ادویه‌ها از کشورهای مختلف و همچنین تفاوت در وضعیت زمین‌هایی است که ادویه در آن کشت یافته است. وزیرنظام با ذکر مثالی در این رابطه می‌گوید: مثلا زردچوبه چهار نوع است و از کشورهای هند، پاکستان، چین و برمه وارد کشور می‌شود که البته زردچوبه هندی هم چند نوع است، زیرا چوب زردچوبه به‌صورت ریشه و زیر خاک است و کشت آن نیاز به زمین بزرگی دارد. وضعیت زمین‌ها هم فرق می‌کند و از همین رو نوع زردچوبه‌ها تفاوت دارد و برخی پررنگ‌تر و برخی کم‌رنگ‌تر است. وی با بیان اینکه تلاش تاجران ادویه این است که ادویه‌های صددرصد خالص را در اختیار مشتریان قرار دهند، تاکید می‌کند که وجود ادویه‌های غیرخالص در بازار انکارناپذیر است.

گزارش «فرصت امروز» از بازار ادویه

۲۲۰هزار تن؛ مصرف سالانه ادویه در ایران

المیرا اکرمی

بازار هر کالایی ابتدا به ساکن با دو مسئله روبه‌رو است؛ یا کالایش از درون مرزهای کشور تامین می‌شود یا وارداتی است. اگر وارداتی باشد یا بسته‌بندی وارد می‌شود یا به‌صورت فله‌ای. بنابراین گاه بازاری حجم وسیعی از کالا و خدماتش را از درون مرزها تامین می‌کند، گاه بازاری بیشترین تکیه‌اش بر واردات است و چشمش به بیرون مرزهاست. ادویه از آن دست کالاهایی است که بیشترین تکیه را بر واردات دارد. چون در ایران تنها حجم بسیار اندکی آن هم تنها حدود پنج قلم ادویه به‌صورت انبوه تولید می‌شود. در دنیا اما اقلام مختلف ادویه اعم از زردچوبه، فلفل، دارچین، زنجبیل و... تولید می‌شود و کشورهایی مانند هندوستان، اندونزی، سنگاپور و مالزی در تولید این محصولات پیشرو هستند. این در حالی است که در ایران پنج نوع ادویه و به میزان ۵۰هزار تن تولید می‌شود. از طرفی مصرف سالانه ادویه در کشورمان ۲۲۰هزار تن است که ۱۷۰هزار تن آن از طریق واردات تامین می‌شود. ۱۷۰هزار تنی که به دو صورت فله‌ای و بسته‌بندی‌شده در بازار به‌فروش می‌رسد. نوع فله‌ای همان شیوه سنتی خریدوفروش ادویه است و نوع بسته‌بندی در سال‌های اخیر رواج یافته که نوعی سرمایه‌گذاری برای فروش مدرن‌تر ادویه‌جات است. در هر صورت مسئله مهم نیاز بازار داخلی به ادویه است و حتی می‌توان گفت بیش از ۲۲میلیون خانوار ایرانی مصرف‌کننده این موادغذایی هستند. کارخانجات، صنایع تولیدکننده موادغذایی و حتی ارگان‌های پزشکی نیز از دیگر مصرف‌کنندگان بزرگ این نوع از موادغذایی هستند. بنابراین فرصت‌های سرمایه‌گذاری در این حوزه وجود دارد. کمااینکه ما نیز در این گزارش به چند و چون بازار ادویه در ایران می‌پردازیم و شیوه‌ها و هزینه‌های سرمایه‌گذاری برای ورود به این بازار را در گفت‌وگو با کسبه سنتی بازار و مسئولان یکی از برندهای فرآوری ادویه بررسی می‌کنیم.

منکر تقلب در بازار ادویه نیستیم

اما وقتی سراغ بازار تند و تیزی مانند ادویه می‌رویم در نگاه نخست حتما باید سره و ناسره‌اش را بررسی کنیم. به‌ویژه اینکه مسئله‌ای به نام تقلب در بازار ادویه ردپایی قوی دارد و ردیابی آن هم کار مشتریان نیست. این مسئله را با مسئولان صنفی این حوزه در میان نهاده‌ایم. رئیس اتحادیه عطاران و سقط‌فروشان و رئیس اتحادیه گیاهان دارویی منکر وجود تقلب در بازار ادویه نیستند و معتقدند از آنجا که ممکن است در ادویه آسیاب شده تقلبی وجود داشته باشد و موادی در آن افزوده شود که کیفیت را کاهش دهد، اگر مردم سعی کنند که فلفل، زردچوبه و سایر اقلام ادویه را به‌صورت چوب و آسیاب نشده از بازار خریداری کنند، بسیار بهتر است.

فقط ۵ادویه در ایران تولید می‌شود

علیرضا رضایی قهرودی، رئیس اتحادیه عطاران و سقط‌فروشان با اشاره به تولید پنج نوع ادویه در ایران می‌گوید: زیره سبز و زیره سیاه در کرمان، فلفل قرمز در سبزوار و گرگان، سماق در تبریز و گلپر در شهرهای شمالی کشورمان کشت و تولید می‌شود. وی با بیان اینکه سالانه ۵۰هزار تن ادویه در کشور تولید می‌شود، اظهار می‌دارد: مصرف داخلی سالانه ادویه در کشور ۲۲۰هزار تن است که ۱۷۰هزار تن آن از طریق واردات تامین می‌شود. به گفته رضایی قهرودی، ادویه وارداتی شامل زنجبیل، هل، زردچوبه، دارچین و فلفل سیاه است. رئیس اتحادیه عطاران و سقط‌فروشان در مورد این موضوع که گفته می‌شود در بازار ادویه بعضا تقلباتی وجود دارد، می‌گوید: شاید به جرات بتوان گفت حدود ۵۰درصد ادویه موجود در بازار تقلبی بوده و دارای ناخالصی است.

مهم‌ترین بازیگران بازار ایران

در همین ارتباط و در مورد اوضاع کلی بازار ادویه و میزان تولید در ایران، جلیل مغازه‌ای، رئیس اتحادیه گیاهان دارویی نیز با بیان اینکه بسیاری از اقلام ادویه اصلا در ایران به عمل نمی‌آید، اظهار می‌دارد: ادویه از کشورهایی مانند هند، اندونزی، سنگاپور و مالزی وارد کشور می‌شود. وی با اشاره به اینکه در سالی که محصول خوبی داشته باشیم حدود ۲۰هزار تن زیره سبز در کشور تولید می‌شود، تصریح می‌کند: سالانه بخش قابل توجهی از زیره سبز تولیدی، به خارج از کشور صادر می‌شود که میزان صادرات بستگی به وضعیت بازار دارد. مغازه‌ای در ادامه می‌افزاید: البته در سال‌هایی که میزان بارندگی کم است، میزان تولید زیره سبز هم کاهش می‌یابد و حتی ممکن است به ۸هزار تا ۱۰هزار تن کاهش بیابد. اما باز هم بخش عمده‌ای از این محصول صادر می‌شود.

وی با بیان اینکه به دلیل کاهش شدید تولید زیره سیاه و مصرف بالای آن، صادرات آن ممنوع است، می‌گوید: در سال‌های اخیر میزان تولید زیره سبز به ۱۰تن کاهش یافته و علت این است که این محصول در سطح بالایی کشت نمی‌شود. مغازه‌ای با اشاره به اینکه زیره سیاه بیشتر در کرمان و زیره سبز در مشهد، سبزوار، قم و تبریز کشت و تولید می‌شود، عنوان می‌کند: زیره سبز عمدتا به کشورهای اروپایی صادر می‌شود و در این کشورها زیره سبز در تولید دارو هم مورد استفاده قرار می‌گیرد.

مغازه‌ای همچنین در مورد وجود تقلب در بازار ادویه می‌گوید: از آنجا که ممکن است در ادویه آسیاب شده تقلبی وجود داشته باشد و موادی در آن افزوده شود که کیفیت را کاهش دهد، اگر مردم سعی کنند که فلفل، زردچوبه و سایر اقلام ادویه را به‌صورت چوب و آسیاب نشده از بازار خریداری کنند، بسیار بهتر است. در پایان خاطر نشان می‌کند: به غیراز مواردی که گفته شد، تقلب دیگری در بازار ادویه نمی‌تواند وجود داشته باشد.

فرصتی که دیده نشده است

آنچه در حوزه صادرات ادویه قابل بحث است، صادرات فله‌ای زیره به کشورهای خواهان این محصول ایرانی است. تاکنون هم اقدامی برای سرمایه‌گذاری در حوزه بسته‌بندی این مواد نشده است، بلکه همانند زعفران، پسته و انجیر ایرانی در گونی، کارتن موز و به شکل‌های تاسف‌بار دیگر صادر می‌شود. در حالی که صادرات در قامت بسته‌بندی هم ارزش افزوده بسیار بیشتر را رقم می‌زند و هم ارزآوری بیشتری را نصیب فعالان تجاری این حوزه می‌کند. مهم‌تر اینکه فرصتی مغتنم برای استخدام نیروی انسانی بیشتر و اشتغال‌زایی پایدار است.

سرمایه‌گذاری

فرآوری ادویه؛ فرصت تجارت و کسب سود

در بخش گزارش بازار ادویه در ایران به وارداتی بودن بخش اعظم این مواد خوراکی پرداختیم. بخشی که بیش از ۱۷۰هزار تن در طول سال است. اما شیوه خریدوفروش این میزان تنها در حالت سنتی و حضور در دکان‌ها و حجره‌های بازارهای سنتی نیست. امروز در قفسه‌های فروشگاه‌های زنجیره‌ای، سوپرمارکت‌ها و سایر فروشگاه‌های سطح شهر شاهد حضور ادویه در قامت بسته‌بندی‌هایی هستیم که طی فرآوری ادویه خام وارداتی تولید می‌شوند. معمولا در این کارخانه‌ها، انواع ادویه‌ها به‌صورت چوب وارد می‌شود و پس از طی کردن مراحل مربوط به فرآوری و بسته‌بندی، وارد شبکه فروش می‌شود. اما زمانی یک سرمایه‌گذار می‌تواند از توجیه اقتصادی سرمایه‌گذاری در این صنعت مطمئن شود که برای آن طرح توجیهی تهیه شود. هرچند به نظر می‌رسد در شرایط اقتصادی فعلی، راه‌اندازی واحد فرآوری و بسته‌بندی ادویه آن هم در مقیاس کوچک، اقدام اشتباهی است. در این رابطه و در مورد میزان سرمایه لازم برای ورود به بازار ادویه‌جات فرآوری‌شده گفت‌وگویی داشته‌ایم با الهه الهی، مسئول فنی شرکت سبزی ایران و تولیدکننده ادویه فرآوری شده با برند ترخینه. این مقام مسئول در مورد دستگاه‌های مورد نیاز برای بسته‌بندی و فرآوری ادویه می‌گوید: ادویه‌هایی که چوب آنها وارد کشور می‌شود، مانند چوب دارچین و چوب زردچوبه حتما باید آسیاب شود و این آسیاب کردن در چند مرحله انجام می‌شود.

وی با اشاره به اینکه برای فرآوری و بسته‌بندی ادویه به آسیاب‌های مختلفی اعم از سوزنی و چکشی و دستگاه بسته‌بندی ساشه و در مورد ادویه‌های میکس به دستگاه بلندر نیاز است، اظهار می‌کند: پس از آسیاب شدن، ادویه به قسمت بسته‌بندی می‌رود که دستگاه‌های بسته‌بندی هم اتوماتیک هستند و معمولا در ظروف پت، این بسته‌بندی انجام می‌شود. وی در ادامه می‌افزاید: به‌طورکلی در حال حاضر کارخانه‌های فرآوری و بسته‌بندی ادویه باید آسیاب صنعتی خریداری کنند که این نوع آسیاب در ایران تولید می‌شود و موجود است و نیازی به واردات آن وجود ندارد. البته می‌توان به‌طورکلی این موضوع را مطرح کرد که هیچ‌کدام از دستگاه‌های مربوط به فرآوری و بسته‌بندی ادویه وارداتی نیست. اما از آنجایی که نوآوری از جمله مواردی است که یک برند را زنده نگه می‌دارد، برند ترخینه هم با تولید ادویه‌هایی با کاربردهای جدید سعی در حفظ بازار دارد.

بدون طرح توجیهی وارد بازار نشوید

وی درخصوص این موضوع که چگونه یک سرمایه‌گذار این موضوع را ارزیابی کند که راه‌اندازی واحد فرآوری و بسته‌بندی ادویه به‌صرفه است یا خیر، می‌گوید: این موارد باید در طرح توجیهی که برای کار تهیه و تدوین می‌شود، لحاظ شده و به‌نوعی تمام آیتم‌ها در نظر گرفته شود.

الهی در ادامه خاطرنشان می‌کند: در طرح توجیهی این موارد در نظر گرفته می‌شود که اگر فردی قصد داشته باشد کارخانه ادویه ایجاد کند، باید چه متراژی را در نظر بگیرد، اگر زمین، ملک شخصی باشد چه هزینه‌هایی دارد و اگر استیجاری باشد، وضعیت هزینه‌ها به چه صورت خواهد بود، چه تعداد دستگاه باید خریداری شود و به چه میزان پول باید صرف هزینه‌های آب و برق و غیره شود. در این شرایط طرح توجیهی مشخص می‌کند که آیا راه‌اندازی واحد فرآوری و بسته‌بندی ادویه برای یک سرمایه‌گذار به‌صرفه است یا خیر. وی با تاکید بر اینکه سود کار تولیدی بستگی به تیراژ و مقدار دارد، عنوان می‌کند: به‌عنوان مثال اگر یک کارخانه روزانه ۱۰کیلو ادویه فرآوری و بسته‌بندی کند، اصلا به سود و صرفه اقتصادی دست نخواهد یافت، زیرا قیمت تمام شده محصول این کارخانه نسبت به کارخانه‌ای که تولید بالایی دارد، فاصله زیادی خواهد داشت.

سود در تیراژ است

اما شیوه‌های سوددهی یک واحد فرآوری ادویه در بازار به چه صورت است. الهی در این باره می‌گوید: سوددهی یک کارخانه فرآوری ادویه تنها در تیراژ بالای تولید است وگرنه کارخانه‌های نوپا و کوچک فرآوری و بسته‌بندی ادویه ممکن است که در مدت‌زمان کوتاهی تعطیل شوند زیرا سود در تیراژ و تولید بالاست و هرچه کارخانه بزرگ‌تر و تولیدات آن بیشتر باشد، قیمت تمام‌شده پایین‌تر می‌آید و سود بیشتری نصیب تولیدکننده می‌شود. وی همچنین اضافه می‌کند: بنابراین در شرایط اقتصادی فعلی راه‌اندازی واحد فرآوری و بسته‌بندی ادویه در مقیاس کوچک، اقدام اشتباهی است. الهی در ادامه سخنانش و با اشاره به اینکه فرآوری و بسته‌بندی ادویه در فضای کوچک امکان‌پذیر نیست و حداقل باید یک‌هزار متر به این امر اختصاص بیابد، اظهار می‌دارد: آسیاب کردن ادویه گرد و خاک بسیار شدیدی را ایجاد می‌کند و علاوه بر بزرگی فضا، باید تهویه بسیار قوی و انبار مناسب و به دور از رطوبت هم داشته باشد. الهی در ادامه تاکید می‌کند: اتفاقا ادویه‌ها جزو آن دسته از موادغذایی هستند که رطوبت در آنها بسیار تاثیرگذار است. یعنی اگر تهویه و محل انبار درست و اصولی نباشد، ادویه رطوبت جذب می‌کند و در نهایت کپک می‌زند. وی در مورد تعداد نیروی انسانی مورد نیاز برای واحد فرآوری و بسته‌بندی ادویه می‌گوید: تعداد نیروی انسانی بستگی به این موضوع دارد که یک کارخانه چند دستگاه در اختیار داشته باشد و معمولا به ازای هر یک دستگاه باید دو نیروی انسانی در نظر گرفته شود. البته بنا به وسعت و میزان تولید کارخانه به چند کارگر انبار و کارگر جابه‌جایی هم نیاز است.

۵۰۰میلیون تومان؛ حداقل میزان سرمایه‌گذاری

الهی در پاسخ به این پرسش که یک سرمایه‌گذار باید چه میزان سرمایه‌گذاری برای راه‌اندازی کارخانه فرآوری و بسته‌بندی ادویه انجام دهد، اظهار می‌دارد: به فرض اینکه ملک این سرمایه‌گذار، شخصی باشد و در یک سوله یک‌هزار متری که متراژ حداقل است، آغاز به کار کند و با احتساب نیروی انسانی مورد نیاز برای بخش اداری و حداقل ۱۵ کارگر و مدیر، در مجموع به حدود۲۰پرسنل نیاز داشته باشد، باید سرمایه‌گذاری ۵۰۰میلیون تومانی انجام دهد. این مسئول فنی در مورد این موضوع که سرمایه‌گذاری در این صنعت پس از گذشت چه مدت‌زمانی به بازدهی می‌رسد، می‌گوید: این موضوع به شرایط بازار بستگی دارد. اما درمجموع اگر واحد تولیدی سعی و تلاش لازم را انجام دهد، بتواند در بازار دوام بیاورد، به‌خوبی بازاریابی کند، محصولات خود را به‌خوبی معرفی کند، تبلیغات خوبی داشته باشد، محصولات باکیفیتی تولید کند، مشتریان خوش‌حساب و پشتوانه مالی نسبی داشته باشد و موفق به دریافت تسهیلات شود، ممکن است پس از یک تا دو سال به سوددهی نسبی برسد.

نوآوری نکنید، از گردونه بازار حذف می‌شوید

الهی در ادامه می‌افزاید: در حال حاضر تنوع محصولات بسیار زیاد است و کارخانه‌ای که جدیدا وارد این عرصه می‌شود، باید ادویه‌های خاص با بسته‌بندی خاص ارائه دهد، زیرا اگر یک کارخانه نوپا بخواهد همین ادویه‌های موجود در بازار را تولید کند، امکان دارد که در سال اول و دوم فعالیت، از گردونه حذف شود. وی در پاسخ به این پرسش که یک واحد فرآوری و بسته‌بندی ادویه برای اینکه به برند تبدیل شود، باید چه هزینه‌هایی را پرداخت کند، اظهار می‌دارد: قاعدتا باید هزینه‌های معنوی و مادی بسیاری را پرداخت کند. همان‌طور که تاکنون ترخینه هم هزینه‌های زیادی را پرداخت کرده است. هزینه‌های معنوی ترخینه این بوده که بیش از ۳۰ سال است در این شرایط اقتصادی در حال دست و پنجه نرم کردن است و بسیاری از مشکلات و سختی‌ها را پشت سر گذاشته و ناامید نشده است. هزینه تبلیغات و جلب رضایت‌مندی مشتری و اهمیت به کیفیت محصولات هم هزینه‌های مادی است که ترخینه برای تبدیل شدن به یک برند پرداخته است. الهی در ادامه می‌افزاید: شاید به ظاهر این‌گونه به نظر بیاید که تبلیغات نخستین موضوعی است که یک برند را می‌سازد اما اینطور نیست و در واقع تبلیغات، یک مکمل است. در حقیقت اصلی‌ترین موضوعی که یک محصول را تبدیل به برند می‌کند، کیفیت آن محصول است. حتی می‌توان این‌گونه گفت که رضایت‌مندی یک مشتری که دهان‌به‌دهان به مشتریان دیگری منتقل می‌شود، بسیار کارآمدتر از تبلیغی است که در رادیو و تلویزیون و سایر رسانه‌ها منتشر می‌شود.

بازار جهانی

نبض تند ادویه زیر پوست بازار جهانی

ترجمه: فهیمه خراسانی

میزان تقاضا برای ادویه‌جات در سطح جهان به‌شدت رو به افزایش است. به‌همین نسبت هم تولید ادویه‌ها و گیاهان خوراکی از این دست رشد بالایی را به خود می‌بینند.

مفهومی به نام ارگانیک نیز به این رشد کمک درخوری کرده است. کما اینکه توصیه‌های پزشکی برای مصرف ادویه و گیاهان دارویی موجب تمایل بسیاری از مصرف‌کنندگان به سوی این محصولات ارگانیک شده است، به‌طوری که این امر تغییر عادات غذایی و گرایش به سوی غذاهای سالم را در پی داشته است. همچنین تنوع زیادی که در میان این مواد خوراکی به چشم می‌خورد، موجب شده تا چاشنی بی‌بدیل میزهای غذا باشند. از طرفی تولید موادغذایی بدون این چاشنی‌ها هم تقریبا غیرممکن شده است. به همین دلیل در بسیاری از موادغذایی آماده، سس‌ها، نوشیدنی‌ها، نان‌ها، شیرینی‌ها و... از انواع مختلف این چاشنی‌ها استفاده می‌شود و ادویه‌جاتی مانند فلفل، زردچوبه، زنجبیل، گشنیز، دارچین، زیره، گل میخک، سیر، هل و... جزء لاینفک بسیاری از غذاها در سراسر جهان شده‌اند.

مصرف‌کنندگان بزرگ بازار

کشورهای آمریکای شمالی، اروپایی و آسیایی سهم بزرگی از بازار جهانی مصرف را به خود اختصاص داده‌اند. رشد جمعیت در آسیا، مخصوصا در کشورهای در حال توسعه مانند چین و هند و همچنین بالا رفتن آگاهی مردم نسبت به استانداردهای زندگی نیز از جمله دلایلی است که سهم مصرف آسیایی‌ها را در بازار ادویه جهانی بالا برده است. همچنین با ظاهر شدن محصولات فست‌فود، تنقلات و صنایع قنادی در آسیا، این بازار فرصت‌های قابل توجهی را در این مناطق به دست آورده است. اگرچه به طور سنتی مصرف ادویه‌جات در کشورهای آسیایی مانند هند همیشه رایج بوده، اما تغییرات جمعیتی در کشورهای غربی باعث رشد این بازار در این مناطق نیز شده است و افزایش تقاضا برای مواد ارگانیک نیز مکمل این امر شده است.

نمک جایگزین و فلفل محصولات غالب این بازار هستند که بیش از ۵۰درصد از سهم این بازار را به خود اختصاص داده‌اند.

استقبال از ادویه‌جات در سراسر جهان، حجم تجارت بازار جهانی ادویه‌جات را از ۱۰,۷میلیارد دلار در سال ۲۰۱۲ به ۱۲,۵میلیارد دلار در سال ۲۰۱۳ رساند و پیش‌بینی می‌شود که تا پایان سال

۲۰۱۹ این رشد به ۱۶,۶میلیارد دلار برسد. در سطح جهانی در سال ۲۰۱۲ اروپا و آسیا بزرگ‌ترین بازار این تجارت را هم در میزان حجم مصرفی و هم در ارزش مالی، به خود اختصاص داده بودند و انتظار می‌رود که همین شرایط را در سال‌های آینده نیز دنبال کنند. به‌عنوان مثال حجم مصرف ادویه در آسیا از ۴۰۹,۴میلیون کیلوگرم در سال ۲۰۰۸ به ۵۱۱,۱ کیلوگرم در سال ۲۰۱۲ رسید.

همچنین انتظار می‌رود بازار ادویه در اروپا تا سال ۲۰۱۹ به ارزشی بیش از ۵میلیارد و ۷۲۳هزار دلار برسد. البته در کشورهایی مانند انگلستان، ایالات متحده و اسپانیا مصرف سرانه ادویه پایین بوده و نرخ رشد سالانه کمتری داشته‌اند، اما با تغییر ذائقه مصرف‌کنندگان در این کشورها، انتظار می‌رود طی سال‌های آتی این وقفه چندان طول نکشد و مصرف ادویه به رشد بیشتری برسد. در این میان در کشورهای آسیایی مانند هند و چین در مقایسه با جمعیت زیاد آنها، مصرف سرانه‌شان پایین است.

به هر حال انتظار می‌رود بازار جهانی ادویه در فاصله سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۲۰ از ۱۲,۱۷۹میلیون دلار به ۱۶,۱۳۴میلیون دلار با نرخ رشد سالانه ۴,۹درصد افزایش یابد که در این میان جهانی شدن این محصولات و همچنین مزایای دارویی آنها منجر به چنین رشدی شده است.

بازیگران بازار

برخی تولیدکنندگان کلیدی این صنعت در سطح جهان عبارتند از: شرکت مک‌کورمیک در ایالات متحده، کمپانی بین‌المللی اولام در سنگاپور، کمپانی آریکا در ژاپن و شرکت موادغذایی آسوشیتد در انگلیس. همچنین از دیگر تولیدکنندگان معتبر ادویه در جهان می‌توان به شرکت‌هایی نظیر اورست، ام دی اچ، باریا، نستله، کنور و کرافت اشاره کرد.

قابل ذکر است که بازار ادویه در جهان گونه‌های مختلف و متنوعی را در بر می‌گیرد که البته در این میان فلفل بیشتر حجم مصرف و فروش را دارد. در میان مهم‌ترین تولیدکنندگان ادویه در جهان، آفریقا مقام نخست را دارد و بسیاری از محصولات این بازار، در کشورهای آفریقایی تولید می‌شوند. نیجریه، زنجبیل تولید می‌کند و وانیل در ماداگاسکار و آفریقای شرقی تولید می‌شود. همچنین فلفل مالاوی معروف است. مصر نیز یکی از تولیدکنندگان عمده گیاهان ادویه‌ای، خوراکی و دارویی است.

بیگانگی از کار چگونه شکل می‌گیرد؟

انگیزه شما از کار کردن چیست ؟

برای فرد کار هنگامی لذت‌آفرین است که خصلت آفرینندگی داشته باشد و محتوای زندگی او را تشکیل دهد، به‌گونه‌ای‌که با انجام آن احساس رضایت درونی کند. اما اگر انسان ناچار باشد صرفا برای تامین سوخت بدن کار کند و از انجام آن دچار شوق و لذت نشود، احساس بیگانگی از کار برای او به وجود می‌آید. هر زمانی که انسان از کار خود لذت نبرد و شوق خلاقیت و آفرینندگی نداشته باشد، در این حالت احساس می‌کند که کار می‌کند تا صرفا نیروی خود را در معرض فروش بگذارد، درنتیجه کار برای او جنبه یک عامل خارجی را پیدا می‌کند و او را از درون ارضا نمی‌کند. زمانی که انسان دچار کم‌کاری، تعارض و بیزاری از کار می‌شود به‌طوری‌که نهایتا به ترک خدمت او می‌انجامد، ممکن است این سوال پیش بیاید که چگونه این اتفاق روی داده است. «فرصت امروز» در گفت‌وگو با حبیب الله شاهرکنی، مدرس دانشگاه این موضوع را مورد بررسی قرار داده است.

کارشناسان عوامل متعددی را در به وجود آمدن بیگانگی از کار موثر می دانند. به نظر شما بیگانگی از کار چگونه شکل می‌گیرد؟

وقتی انسان به کار می‌پردازد، درواقع می‌خواهد کارایی حقیقی خود را به اثبات برساند. او در روند کار خود را می‌سازد و برایش زیستن، یعنی «کار کردن». به عبارت دیگر او نمی‌تواند احساس وجود کند مگر آنکه بتواند با انجام دادن کار توانایی خود را به اثبات برساند. این نتیجه کار است که انسان را نسبت به توانایی‌های خود آگاه می‌کند. به‌طوری‌که می‌توان گفت آگاهی وی از کار به دست می‌آید و وقتی این کار جنبه اجتماعی داشته باشد شعور اجتماعی برای فرد حاصل می‌شود.

گوهر آدمی که مجموعه‌ای است از روابط اجتماعی، غرایز، اخلاق، شیوه رفتار و طرق ارتباط با دیگران محصول وجود اجتماعی اوست که با فعالیت عملی فرد، با فعالیت او در خلق ارزش‌های مادی و معنوی و با خلق جهان به معنی واقعی شکل می گیرد.

با توجه به آنچه که اشاره کردید باید چه شرایطی به وجود بیاید تا یک فرد از کار خود لذت ببرد و چه زمانی این موضوع محقق می شود؟

برای فرد کار هنگامی لذت‌آفرین است که خصلت آفرینندگی داشته باشد و محتوای زندگی او را تشکیل دهد، به‌گونه‌ای‌که با انجام آن احساس رضایت درونی کند. اما اگر انسان ناچار باشد صرفا برای تامین سوخت بدن کار کند و از انجام آن دچار شوق و لذت نشود، احساس بیگانگی از کار برای او به وجود می‌آید.

اشاره کردید که برای فرد کار هنگامی لذت‌آفرین است که خصلت آفرینندگی داشته باشد و محتوای زندگی او را تشکیل دهد. به عقیده شما چه زمانی فرد احساس بیگانگی از کار می‌کند؟

هر وقت انسان از کار خود لذت نبرد و شوق خلاقیت و آفرینندگی نداشته باشد، در این حالت احساس می‌کند که کار می‌کند تا صرفا نیروی خود را در معرض فروش بگذارد، درنتیجه کار برای او جنبه یک عامل خارجی را پیدا می‌کند و او را از درون ارضا نمی‌کند. او در این حالت نمی‌تواند توانایی‌های خود را به‌طور واقعی و ارضاکننده به اثبات برساند، درنتیجه از کار خود احساس رضایت نمی‌کند و ناشاد است. در چنین شرایطی نیروی فکری و بدنی او به جای تکامل یافتن، رو به زوال می‌گذارد. جسمش احساس خستگی می‌کند و نیروی فکری‌اش دچار اختلال می‌شود، بنابراین، فرد خود را خارج از کارش احساس می‌کند، چون جنبه اجبار دارد و نه از روی میل و علاقه، انجام این کار نه برای ارضای نیازهای درونی که صرفا برای ارضای نیازهای خارجی است، در چنین شرایطی، نتیجه کار او امتداد خواست‌های درونی او نیستند، بلکه عناصر غریبه و مزاحمی هستند که هستی خود را بر انسان تحمیل کرده‌اند و وقتی انجام چنین کاری مطلق شود موجب جدایی و بیگانگی انسان از خواست‌های درونی‌اش می‌شود و به این ترتیب با خود بیگانه می‌شود که می‌توان این حالت را «از خود بیگانگی» نامید.

از این لحاظ، بیگانگی در صورتی پیش می‌آید که انگیزه کار نه «نیازهای درونی» بلکه «نیازهای بیرونی» او باشد. یعنی وقتی که انسان ناچار باشد برای ادامه حیات کار خود و در واقع «خویشتن خود را» مانند کالا بفروشد.

اگر بخواهیم کمی ملموس‌تر «بیگانگی از کار» را بیان کنیم چگونه می‌توانیم آن را شرح دهیم و چه عللی در آن موثر هستند؟

بنده سعی کرده‌ام علل «بیگانگی از کار» را در ۲۰مورد توضیح دهم که در ادامه می‌خواهم آنها را بگویم.

علت اول اینکه در وهله نخست انسان استعدادهایی دارد که بهره‌گیری صحیح از این استعدادها شوق کار کردن در او را تقویت می‌کند ولی متاسفانه در بسیاری از سازمان‌ها افراد، متناسب با استعداد و مهارت‌های خود به کار گماشته نمی‌شوند که نتیجه آن بی‌علاقگی فرد نسبت به کار محوله است.

علت دوم اینکه هرکسی که به کاری مشغول می‌شود، هدف اولیه او تامین نیازهای مادی زندگی است. چنانچه درآمد و مزایای حاصل از کار، نیازهای مادی فرد را تامین نکند و در مقابل کار انجام شده، حقوق و مزایای مناسب پرداخت نشود، از کار دلسرد می‌شود خصوصا اگر در یک سازمان، حقوق و مزایا نه براساس عدالت بلکه بر مبنای تبعیض بین افراد توزیع شود.

علت سوم اینکه هر فرد به لحاظ شئون اجتماعی دارای شخصیت قابل احترامی است و یکی از بالاترین عواملی که می‌تواند حس اعتمادبه‌نفس را در فرد برانگیزد، کاری است که انسان با انجام آن، احساس احترام و مفید بودن می‌کند. لذا تحقیر انسان‌ها در محیط کار به هر شکل ممکن، آنها را نسبت به سازمان و کار محوله بدبین می‌سازد.

علت چهارم اینکه شوق پیشرفت و ارتقا و داشتن غنای شغلی، تصویر خوشایندی از کار و سازمان برای فرد به وجود می‌آورد، چنانچه افراد ملزم به درجا زدن و توقف باشند، کم‌کم کار برای آنها یکنواخت و سازمان برای‌شان کابوس‌زا خواهد شد.

علت پنجم اینکه وجود دیوان‌سالاری عریض و طویل که موجب فاصله‌گیری بیش از حد مدیریت سازمان از سایر کارکنان می‌شود، احساس همدلی و دلسوزی کارکنان را خدشه‌دار می‌سازد و به ایجاد دو قطب متضاد در سازمان منجر خواهد شد.

علت ششم اینکه استفاده بیش از حد از نمادهای برتری مدیریتی همچون اتاق مجلل، اتومبیل گران‌قیمت، حقوق هنگفت، پذیرایی‌های بی‌حساب و کتاب و از این قبیل، در صورتی که سایر کارکنان از این مزایا برخوردار نباشند، آنها را نسبت به مدیریت بدبین و حساس می‌کند به‌طوری‌که آنان ثمره زحمات خود را توسط مدیریت سازمان به یغما رفته تصور خواهند کرد.

علت هفتم اینکه نظارت مستقیم و تحکم‌آمیز که به صورت عریان به کنترل افراد می‌پردازد باعث می‌شود که کارکنان، محیط‌کار را همچون زندانی بیابند که ساعات پایان کار، زمان آزادی آنهاست.

علت هشتم اینکه ساعات کار طولانی (فراتر از آنچه در قانون پذیرفته شده است) موجب خستگی بیش از حد کارکنان می‌شود و آنها را نسبت به کار دلزده می‌کند.

علت نهم اینکه مشارکت نداشتن کارکنان در تصمیم‌گیری‌ها و تحمیل تصمیمات از بالا، به‌خصوص اگر تصمیمی در مورد خود آنها باشد احساس شیءگونه بودن را در افراد به‌وجود می‌آورد.

علت دهم اینکه عدم رعایت ضوابط از قبل تعیین شده و سلیقه‌گرایی بیش از حد، طوری که تصمیمات را بیش از آنکه قاعده‌مند کند تابع هوا و هوس مدیران سازد، افراد را بلاتکلیف نگاه می‌دارد و ممکن است در قبال یک مسئله واحد، در زمان‌های متفاوت تصمیمات متفاوت اتخاذ شود.

علت یازدهم این است که امکان ندادن به کارکنان برای اشتباه کردن و یادگیری از اشتباهات به گونه‌ای که قدرت ریسک، نوآوری و بروز استعدادها از افراد سلب شود، آنها را به حالت محافظه‌کاری خواهد کشاند.

علت دوازدهم عدم انتخاب شایسته سرپرستان و گماردن افراد غیرمنطقی به شغل‌های سرپرستی این امکان را به‌وجود می‌آورد که سرپرست غیرشایسته به‌راحتی موجب دل‌زدگی افراد از کار شود.

علت سیزدهم این است که کتمان شایستگی‌های کارکنان به‌طوری‌که کارهای برجسته آنها همواره به نام «مدیر» مطرح شود و عدم تشویق افراد به خاطر فعالیت‌های ثمربخش آنها، افراد را از ارائه نوآوری و انجام کارهای فوق‌العاده دلسرد می‌کند.

علت چهاردهم این است که بی‌توجهی نسبت به پیشنهاداتی که کارکنان برای بهبود فعالیت‌ها و شرایط کاری سازمان ارائه می‌دهند آنها را از طرح پیشنهادات باز می‌دارد و آنها از اینکه در تعالی سازمان نقش داشته باشند ناامید خواهند شد.

علت پانزدهم این است که سهیم نبودن کارکنان در موفقیت و منفعت‌های سازمان موجب می‌شود که آنها درخصوص سود و زیان سازمان بی‌اعتنا باشند و برای‌شان موفقیت یا عدم موفقیت سازمان بی‌اهمیت باشد. علت شانزدهم این است که روزمرگی و عدم وجود چشم‌انداز روشنی از اهداف و برنامه‌های سازمان، افراد را نسبت به آینده سازمان سرخورده می‌کند.

علت هفدهم وجود تنش و اضطراب مداوم در محیط کار است که افراد را دچار فرسایش قوا و روحیه می‌کند. علت هجدهم این است که عدم وجود امنیت شغلی و تهدیدهای پی‌درپی ترک خدمت‌های فراوان، محیط سازمان را ناامن و کارایی و امید به آینده شغلی را تقلیل خواهد داد.

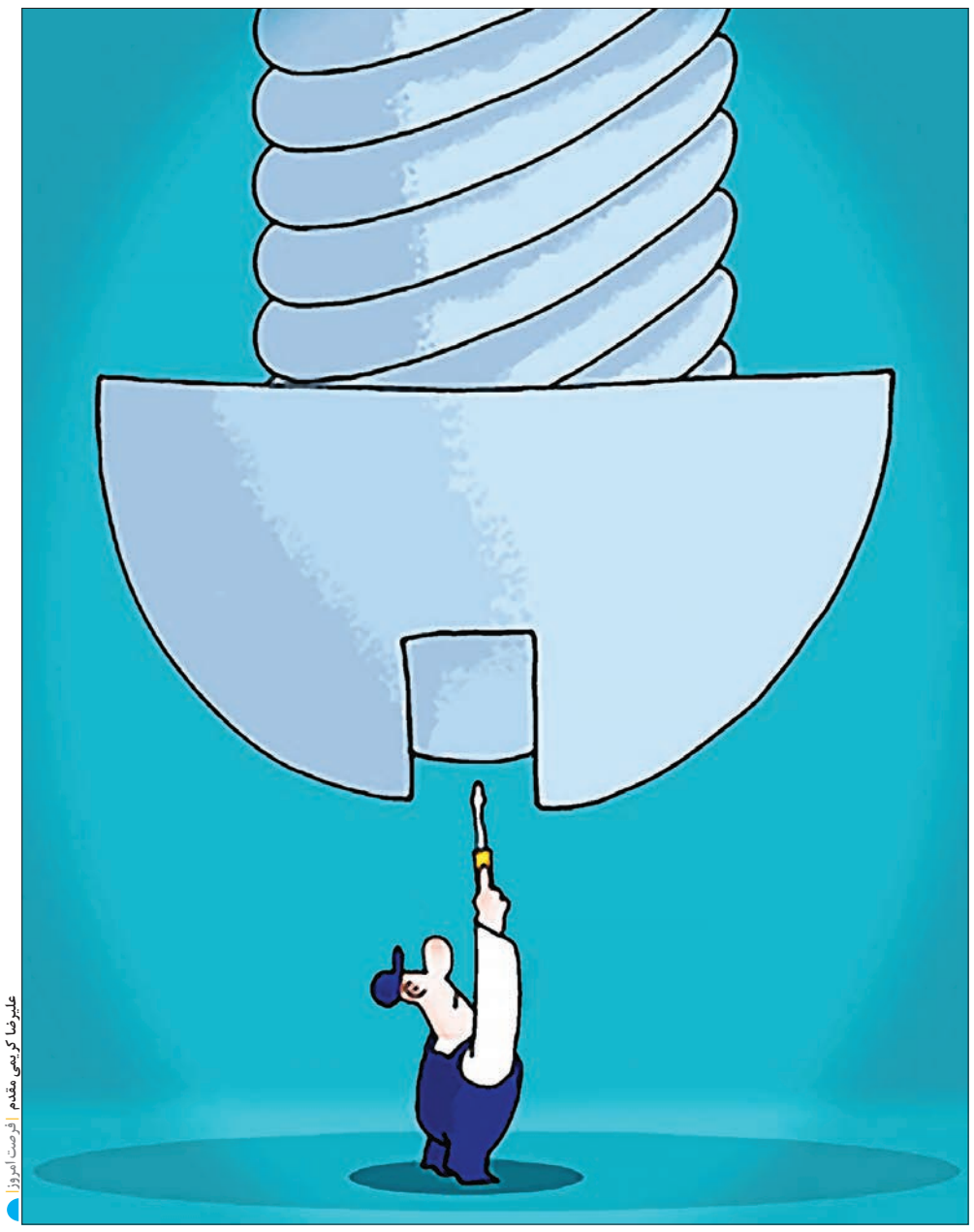
علت نوزدهم ملزم بودن افراد به انجام فعالیت‌های یک‌نواخت و بدون چالش و تکرار آنها به‌طور روزانه است که آنها را دچار رخوت و سستی می‌کند و از پویایی باز می‌دارد.

علت بیستم هم این است که عمل نکردن به تعهدات و وعده‌هایی که به کارکنان داده شده است موجب می‌شود افراد احساس کنند فریب خورده‌اند و در نتیجه وفاداری خود را نسبت به سازمان از دست بدهند.

این عوامل بیست‌گانه، شایع‌ترین عواملی است که افراد را نسبت به سازمان بیگانه می‌کند و اغلب موجب «از خود بیگانگی» کارکنان خواهد شد.

قاعدتا بیگانگی از کار و عدم رضایت شغلی تبعات و پیامدهایی را به دنبال دارد. به نظر شما بیگانگی از کار چه عواقبی را در پی دارد؟

وقتی بیگانگی از کار روی می‌دهد، کار به یک عامل خارجی تبدیل می‌شود و به‌وجود ذاتی فرد تعلق ندارد و آدمی هیچ نوع رضایت خاطر در کارش نمی‌یابد و کار جنبه اجباری و خسته‌کننده پیدا می‌کند بنابراین، فرد فقط در خارج از کارش خود را می‌یابد و وقتی سرکارش است خارج از خودش است. لذا به جای خرسندی احساس رنج می‌کند، نه‌تنها انرژی جسمی و ذهنی خود را آزادانه رشد نمی‌دهد، بلکه در عوض جسم خود را فرسوده و ذهن خود را زائل می‌سازد. او هنگامی آسایش دارد که کار نمی‌کند و هنگامی که کار می‌کند احساس آسایش ندارد. چون کارش از سر اختیار نیست، بلکه کاری اجباری است این کار به عنوان هدفی در خود پدیدار نمی‌شود، بلکه در خدمت دستمزد است. فعالیتی خودجوش و آزاد نیست، بلکه ابزاری است برای ادامه حیات جسمانی، این فعالیت بیانگر از دست دادن خویشتن خویش و جوهر وجودی خود برای حفظ وجود فیزیکی است. این کار به کس دیگری تعلق دارد و برای تامین خواست‌های دیگری انجام می‌شود. در نتیجه فرد نه به خود که به کار تعلق دارد، کاری که در خدمت اهداف فرد یا افراد دیگر است، کاری که مشوقی در او برنمی‌انگیزد.



علیرضا کریمی مقدم | فرصت امروز

آزموده

جلب رضایت کارمندان با ترفندهای روان‌شناسی‌سازمانی

ترجمه و گردآوری:رویا پاک سرشت

در طول سال‌های پس از جنگ‌های جهانی تلاش دولت‌های مختلف برای رشد و توسعه اقتصادی چند برابر گذشته شد. شکل‌گیری رشته روان‌شناسی صنعتی-سازمانی، در کشورهای غربی توجه سایر کشورهای در حال توسعه را نیز به سمت مفاهیمی چون رضایت شغلی، تنیدگی شغلی، فرسودگی شغلی، انگیزش، تعهد سازمانی و... افزایش داد، تا جایی که در سازمان‌های کنونی، تیم مدیریت و منابع انسانی، برای مسائل روان‌شناختی کارکنان، اهمیت زیادی قائلند. مدیران موفق نیز اغلب تلاش دارند با به روز کردن اطلاعات‌شان از تازه‌ترین تکنیک‌ها برای ارتقای سطح مجموعه تحت سرپرستی خود بهره گیرند.

رضایت شغلی چیست؟

ساده و کلی‌ترین تعریف از رضایت شغلی، شامل ارزیابی کلی کارکنان نسبت به کارشان است که به واسطه احساسات، رفتارها و نگرش شکل می‌گیرد. نظریه‌های متعددی در خصوص رضایت شغلی وجود دارد که بر پایه پژوهش‌های پر تعداد شکل گرفته‌اند. برخی نظریه‌های مرتبط با رضایت شغلی معتقدند برای افزایش رضایت شغلی بیش از هر عامل دیگری، نیاز به انگیزه شغلی وجود دارد. در نتیجه برای افزایش انگیزه و به تبع آن ارتقای رضایت شغلی راهکارهایی را پیشنهاد می‌دهند:

نظریه‌انتظار

براساس این نظریه مردم باور دارند که بین تلاش، عملکرد و نتیجه رابطه مستقیم وجود دارد. در نتیجه در قبال تلاش و عملکرد مثبت خود انتظار پاداش دارند. عدم توجه به این خصلت باعث افت رضایت کارکنان و فرسودگی شغلی خواهد شد

نظریه تعیین هدف

در این روش، برای کارمندان یک هدف تعیین می‌شود. برای مثال تولید تعداد مشخصی کالا، براساس تحقق این اهداف، کارمندان انگیزه لازم برای انجام وظایف خود را کسب و با رضایت بیشتری کار خواهند کرد. اما بر این نظریه ضعف‌هایی وارد است. گاه استفاده از روش تعیین هدف نتیجه معکوس داده و تمرکز بر هدفی مشخص، سایر بخش‌ها را تضعیف می‌کند

تبادل اجتماعی و نظریه برابری

براساس این نظریه، در هر سازمان سه نوع رابطه شغلی حاکم است: ۱. روابط توأم با تعهد اخلاقی و تعهد شغلی دوسویه ۲. رابطه براساس درخواست‌های سازمان از کارمند ۳. رابطه کاملا نابرابر که در این نوع رابطه تمامی خواست‌های کارمند به‌طور کامل نادیده گرفته می‌شود. بدیهی است که در رابطه نوع اول رضایت شغلی در بالاترین و در رابطه شغلی نوع آخر رضایت شغلی در پایین‌ترین سطح قرار دارد.

نظریه تئوری نیاز مک کلیلند

این نظریه از شناخته شده‌ترین نظریات در حوزه رضایت شغلی محسوب می‌شود و براساس آن انسان‌ها سه نیاز اصلی دارند، نیاز به قدرت، موفقیت و تعلق. هر فرد در بخشی از این نیازها ضعیف‌تر و در بخشی قوی‌تر است. سنجش کارکنان براساس این نیازها، کمک می‌کند افراد در جایگاه‌های مناسب خود استخدام شده و رضایت شغلی بالاتری داشته باشند

تئوری دو عاملی هرزبرگ

دیدگاه این تئوری بر دو فاکتور انگیزه و بهداشت تأکید دارد. درواقع این نظریه، انگیزه و بهداشت را دو عامل اساسی برای افزایش بهره‌وری و عملکرد می‌داند. اهمیت مواردی چون نظارت فنی، سیستم پاداش، سیاست‌های داخل سازمانی و... در این تئوری بسیار زیاد است.

نظریه مدل پنج عاملی (JCM)

تنوع مهارت‌ها، هویت شغلی، اهمیت شغلی، استقلال کاری و بازخورد شغلی پنج عامل اساسی هستند که بنا بر دیدگاه پنج عاملی عملکرد افراد را تحت تأثیر قرار می‌دهند و به ایجاد انگیزه کمک می‌کنند.

تئوری روانی توانمندسازی

در این نظریه مدیران به‌عنوان متولیان سازمان و افرادی لایق وظیفه دارند شیوه‌های توانمندسازی در سازمان را اجرا کنند، به اشتراک گذاشتن تجربیات و اطلاعات در سازمان، ایجاد استقلال و تشکیل تیم‌های شغلی از رایج‌ترین تکنیک‌های مدیران برای افزایش توانمندی‌های کارکنان هستند.

روش‌های افزایش انعطاف‌پذیری شغلی

پژوهش‌های جدید نشان می‌دهد هر اندازه انعطاف‌پذیری شغلی افزایش یابد، رضایت شغلی افراد نیز افزایش می‌یابد. بسیاری از سازمان‌های موفق در زمانبندی شغلی و حتی تزیین دفتر کار، از کارکنان سازمان نظرسنجی می‌کنند و تلاش دارند شیوه‌های رایج سنتی را دستخوش تغییرات منعطف و سازشکارانه سازند.

دیدگاه

چگونه می‌توان در آموزش و تربیت دانش‌آموزان موفق بود؟

راضیه طهماسبی
دبیر دبیرستان‌های تهران

امروزه یکی از موضوعات چالش‌برانگیز در حوزه آموزش و پرورش، به‌ویژه در ایران، کیفیت تدریس معلمان است. منظور از کیفیت تدریس، میزان موفقیت معلم در انتقال پیام‌های مرتبط با موضوعات درسی به دانش‌آموز است که بیش از هر چیز به روش تدریس بستگی دارد.

روش‌های تدریس تا آنجا در امر آموزش اهمیت دارند که برخی دانشمندان علوم تربیتی تسلط بر این روش‌ها و مهارت‌ها را مهم‌تر از دانش و اطلاعاتی می‌دانند که قرار است آموزش داده شوند. تدریس، امری ثابت و لایتغیر نیست بلکه بنابر تحولات در حوزه‌های مختلف، متحول می‌شود و از این منظر، ضرورت دارد که معلمان به‌صورت مداوم در روش تدریس خود بازنگری داشته و از روش‌های جدیدتر و موثرتر و متناسب‌تر با امکانات روز استفاده کنند.

گذشته از این، مفهوم «درجه آموزش‌پذیری» افراد نیز باید مورد توجه معلمان قرار بگیرد. همه دانش‌آموزان و دانشجویان فضای ذهنی و لایه‌های فکری و شخصیتی یکسانی ندارند که صرفا با یک روش بتوان آنها را تحت آموزش قرار داد. انعطاف در روش تدریس و استفاده از روش‌های متنوع میزان موفقیت در تعلیم و تربیت را بسیار افزایش می‌دهد.

برای آشنایی با انواع روش‌های تدریس در اینجا به مهم‌ترین آنها اشاره‌ای مختصر داریم:

سخنرانی؛ روشی است که معلم یا استاد از طریق آن مفاهیم و حقایق درس را به‌طور شفاهی ارائه می‌کند. البته مفهوم ارائه در اینجا بسیار وسیع‌تر از بیان شفاهی محض است. مباحثه؛ در این روش دانش‌آموز و دانشجو اغلب به طرح سوال می‌پردازد و معلم یا استاد پاسخ سوالات او را می‌دهد. در این روش، تاکید بیشتر بر یادگیری دانش‌آموز است و نه بر تدریس معلم. در این روش، همزمان دو بعد از آموزش تحقق می‌یابد: نخست، موضوع درس آموزش داده می‌شود و دوم، توانایی بالقوه دانش‌آموز تقویت می‌شود.

وانمود کردن؛ روشی است که در آن دانش‌آموز در موقعیتی قرار می‌گیرد و در آن موقعیت به ایفای نقش می‌پردازد و از این طریق مفهوم یا موضوعی را که با آن موقعیت مرتبط است درک می‌کند.

انجام دادن، نگاه کردن، یاد گرفتن؛ این روش حاصل تحقیقات موسسه آموزش ملی علوم رفتاری کاربردی ایالات متحده است که براساس آن دانش‌آموز در چارچوب اهداف یادگیری در گروه‌های کوچک به فعالیت‌های مشخص پرداخته و با دقت در نتایج یا پیامدهای آن فعالیت‌های مفاهیم مورد نظر را درک می‌کند. تدریس مبتنی به فناوری اطلاعات؛ در این روش، محیط آموزشی از محدوده مدرسه فراتر رفته و دانش‌آموزان در بازه زمانی و مکانی گسترده‌ای می‌توانند آموزش ببینند.

دریچه

از سوی انجمن مدیریت ایران

سومین همایش اقتصاد مقاومتی برگزار می‌شود

انجمن مدیریت ایران با همکاری دانشگاه خاتم سومین همایش علمی، کاربردی اقتصاد مقاومتی را برگزار می‌کند. براساس این گزارش، این همایش روز دوشنبه ۲۸ دی ماه از ساعت ۱۵:۳۰ الی ۱۸در محل دانشگاه خاتم به نشانی خیابان ملاصدرا، خیابان شیراز شمالی، خیابان حکیم اعظم، پلاک ۳۰ برگزار می‌شود. گفتنی است فیروزه خلعتبری، مشاور عالی دبیر مجمع تشخیص مصلحت نظام پیرامون الزامات و پیش‌نیازهای اقتصاد مقاومتی و رتبه‌بندی آنها در سومین همایش اقتصاد مقاومتی سخنرانی خواهد کرد. لازم به ذکر است حضور برای عموم رایگان و با اطلاع قبلی به دبیرخانه انجمن مقدور است.

فرصت امروز آخر
شماره ۴۴۰ www.forsatnet.ir صفحه ۱۶ تلفن مستقیم: ۸۶۰۷۳۲۸۳

نگاه آخر

اقتصاد جلیقه نجات

نیلوفر قدیری
کارشناس مسائل اروپا

این روزها جمعیت زمین بیش از هر زمان دیگری مشـغول رفت‌وآمد ونقل و انتقال است. نرخ افزایش جمعیت مهاجران از نرخ افزایش جمعیت ساکنان کره زمین پیشی گرفته‌اسـت. این را هم می‌شـود در اخبار و تصاویر نقاط مختلف دنیا دید و هم آماری که به تازگی سازمان ملل منتشر کرده آن را تایید می‌کند.

براساس آخرین آمار سازمان ملل، ۲۴۴میلیون نفر یعنی حدود ۳/۳درصد از جمعیت جهـان، اکنون در جایی غیر از محل تولدشـان زندگی می‌کننـد. این وضعیت جدید جمعیتی جهان، پیامدهای سیاسی- اجتماعی و ازهمه مهم‌تر اقتصادی جدی به دنبال دارد. اگرچه براسـاس آمارها بخش عمده مهاجران و پناهجویان جهان در ۲۰ کشـور جهـان متمرکز می‌شـوند، اما ایـن جابه‌جایی و موقعیت کشـورهای مبدا و مقصد بر اقتصاد کل جهان و البته مناطق مهم آن تاثیر می‌گذارد.

نشـانه‌هایی از این تاثیرات در کشورهایی مانند ترکیه که بیشترین شمار پناهجویان سـوریه‌ای را در ماه‌هـای اخیر در خـود جای داده، یا اروپا که ناگهان طی یک سـال گذشـته با سیلی بی‌سـابقه از مهاجران و پناهجویان روبه‌رو شده، قابل مشاهده است. در کشورهایی مانند آمریکا یا کانادا که اساسا کشور مهاجران خوانده می‌شوند، اقتصاد و سیاسـت و قوانین اجتماعی برپایه مهاجران بنا شده‌اسـت. بنابراین در این کشورها نمی‌تـوان اثراتی کوتاه مدت و آنی از ماجرای مهاجران و پناهجویان دید. اما ترکیه یا کشورهای اروپایی وضعیتی متفاوت دارند.

مثلا در ترکیه، قایق‌های سـبک و بـادی و جلیقه نجات، این روزها به متغیری مهم در بخش‌هـای تولیـد و اقتصاد تبدیل شده‌اسـت. کارگاه‌های زیرزمینـی برای تولید جلیقه‌های نجات ایجاد شـده کـه در برخی از آنها خود پناهجویان عمدتا سـوریه‌ای یا عراقی مشـغول به کار هسـتند. کوه جلیقه‌های نجات در سواحل ترکیه و آن سوی آب در سـواحل یونان، این روزها به نماد بحران انسـانی و مهم‌ترین خبر جهان یعنی پناهجویان تبدیل شـده اسـت. این نماد، خود نشـان از تاثیرات اقتصادی این تحول هم دارد.

نشـریه بلومبرگ هفته گذشـته از دوبرادر نروژی نوشت که در میانسالی، طی چند ماه میلیونر شده‌اند. آنها ۹۰ مرکز نگهداری از پناهجویان و اسکان مهاجران در نروژ و ۱۰ مرکز مشـابه در سوئد را اداره می‌کنند. در این مراکز علاوه بر اسکان، کار آموزش و ارائه خدمات بهداشـتی و اجتماعی هم صورت می‌گیرد. بودجه این مراکز را دولت و سازمان‌های غیردولتی و برخی نهادهای بین‌المللی تامین می‌کنند. اما بخشی از چرخه اقتصاد اروپا شده‌است.

در آلمـان، آنـگلا مرکل صدراعظم بـا حمایت از پذیرش مهاجـران و پناهجویان و تشـویق دیگر کشورهای اروپایی به این کار، به قهرمان انسان‌دوستی در جهان تبدیل شده‌است. اما این موضع‌گیری بدون حمایت بخش‌های سرمایه‌ای و اقتصادی آلمان و بدون فکر و حسـاب‌گری درباره پیامدهای اقتصادی چنین تصمیمی، ممکن نمی‌شد. آلمان در گذشـته و در جریان جنگ جهانی هم تجربه اسـتفاده از نیروی کار ارزان و جوان مهاجران در اقتصاد خود را دارد. اکنون یک بار دیگر آلمان به این نیروی محرک چشـم دوخته‌است. پیرشدن جمعیت و گرانی نیروی کار باتوجه به ادامه پس‌لرزه‌های بحـران اقتصادی جهان، مهاجران را بـه فرصتی برای اقتصاد آلمـان تبدیل می‌کند. اگرچه این فرصت به همراه خود تهدیدهایی همچون مناقشات اجتماعی که این روزها در شهرهای آلمان ایجاد شده، هم دارد.

۳۶۰

افزایش ۵برابری قیمت سیگار در فرانسه

از ۱۹۹۰ به بعد، قیمت سیگار در فرانسه از ۱/۵ یورو به ۷ یورو رسیده است

ترجمه: علی نساجی زواره
منبع: فیگارو

فروش سـیگار در سـال ۲۰۱۵ افزایش یافته که این افزایش برای نخستین بار بعد از سـال ۲۰۰۹ است. در عوض قیمت سیگار ثابت مانده است. در عرض ۱۵ سال چه تغییر و تحولی در فروش و قیمت سیگار رخ داده است.؟

مبارزه با دخانیات مؤثر بوده اسـت؟ طبق آمار روزنامه «دیمانش»، گویا درآمدهای مالیاتی حاصل از دخانیات در سال ۲۰۱۵، ۱/۸ درصد افزایش یافته است.

۲۰۰۴-۲۰۰۰: از سال ۲۰۰۰ به بعد سطح جهانی فروش سیگار به‌شدت کاهش یافت؛ درحالی‌که قیمت پاکت‌های سـیگار با شـیوه‌ای منظم افزایش یافـت. طبق ترازنامه سـالانه ۲۰۱۴ مرکز مطالعه مواد مخدر و اعتیاد فرانسـه (OFDT)، قیمت سـیگار از ۳/۲۰ یورو در سـال ۲۰۰۰ به ۴/۰۸ یورو در سـال ۲۰۰۳ رسـید. مابین سال‌های ۲۰۰۳ تا ۲۰۰۴ دوره‌ای متعادل بود. فروش سـیگار با کاهش شـدیدی مواجه شـد و از ۶۹/۶ میلیـارد نـخ به ۵۴/۹ میلیارد نخ سـیگار رسـید. در همین راسـتا قیمت سـیگارهای پر فروش به‌شدت افزایش یافت (نزدیک یک یورو) و قیمت ۴/۰۸یورویی آن به ۵ یورو در هر پاکت افزایش یافت. برای نخستین بار در این دوره بود که قیمت سیگار به‌شدت افزایش یافت و دلیلی مهم برای مبارزه علیه دخانیات ایجاد شد. طبق دسـتور اجرا شـده از سال ۲۰۰۱ به بعد، نوشـتن جمله‌هایی مانند «سیگار کشنده است» روی تمام پاکت‌های سـیگار در کشورهای عضو اتحادیه اروپا اجباری شد. در سـال ۲۰۰۳ «ژاک شـیراک» درحالی‌که نخستین «برنامه سـرطان» را کلید می‌زد «جنـگ با دخانیات» را اعـلام کرد. اعلانی که به نظر می‌رسـید، در کاهش فروش دخانیات سهیم باشد.

۲۰۰۹-۲۰۰۵: مابین این سـال‌ها فروش ثابت باقی ماند. قیمت نیز خیلی کم نوسـان داشت و افزایش ۳۵ سنتی گواه این مدعاست. به عبارتی دیگر، سال ۲۰۰۵ پایین‌ترین حد مصرف دخانیات از ۵۰ سال گذشته وجود داشت. از سال ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۳ دومین مرحله «برنامه سرطان» انجام گرفت.

۲۰۱۴-۲۰۱۰: از ۲۰۱۱ به بعد عکس‌های بازدارنده روی پاکت‌های سـیگار اضافه شد. قیمـت همچنـان افزایش می‌یافت و در این دوره افزایـش قیمت منظم بود و قیمت پاکت سـیگار در سـال ۲۰۱۰، ۵/۶۵ یورو بود که با افزایش قیمت، درسال ۲۰۱۴ به ۷ یورو نزدیک شـد. فروش کاهش یافت و در فاصله بین سال‌های ۲۰۱۳ و ۲۰۱۴ با کاهشـی معادل ۵/۳ درصد، ۴۵/۰۱ میلیارد نخ سیگار فروخته شد. طبق آمار روزنامه «دیمانش» در سال گذشته قیمت سیگار ثابت و فروش ۱ درصد افزایش داشته است. مرکـز مطالعه مواد مخدر و اعتیاد فرانسـه (OFDT) در ترازنامه سـالانه‌اش اعلام کرد: «افزایش قیمت سـیگار که در فرانسه رخ داده، گاهی با افزایش خرید سیگار در کشـورهای اطراف فرانسه که قیمت سیگار پایین‌تر اسـت، قابل توجیه است.»خرید توتون در کشـورهای بلژیک، لوکزامبورگ و آلمان که با فرانسه هم جوار هستند، در میزان جهانی سال ۲۰۱۳ و ۲۰۱۴ با کاهشی ۱۰ درصدی بسیار به چشم می‌خورد.

قـاب

درپی افزایش نگرانی‌ها از سقوط قیمت نفت به زیر ۳۰دلار برای هربشکه، بازار سهام آمریکا با کاهش شدید ارزش روبه‌رو شده است. متخصصان اقتصادی می‌گویند ترس از چشم‌انداز ضعیف اقتصاد جهانی با افت قیمت نفت بیشتر شده است.

مدرسه مدیریت

چگونه در منزل به مسائل کاری فکر نکنیم؟

شکیبا شاملو رضایی
منبع: JDN

جداسازی زندگی کاری و زندگی شخصی اهمیت زیادی دارد اما گاهی مشـکل به نظر می‌رسد. چگونه به آن فائق آییم؟

در پایان ساعت کاری، وسایل‌تان را مرتب می‌کنیـد و از دفتـر کار خـارج می‌شـوید. رایانه‌تان را خاموش می‌کنید و فرم اداری‌تان را بـا یک پیژامـه راحت تعویـض می‌کنید. متأسـفانه در کنار اینها کمتـر به فکر خالی کردن مغزتان هسـتید که حتی با بازگشـت به خانه، باز هم درگیر مسـائل مربوط به کار است.

تحقیقات جدیدی از یک اسـتراتژی ساده برای جداسـازی ذهنی شـما از شـغل‌تان، هنگامـی که بـه منـزل برمی‌گردیـد خبر می‌دهـد. فوت و فن آن چیسـت؟ نوشـتن دقیق و جزءبه‌جـزء اینکه چگونه کارهای به اتمام نرسـیده را در روز بعد به پایان خواهید رسانید.

در این تحقیق که توسط براندون اسمیت، پروفسـور دانشـگاه بال‌اسـتیت، از طـرف شـرکت تحقیقاتی دایجسـت صورت گرفته اسـت، نزدیک بـه ۱۰۰ نفر شـرکت‌کننده در بر داشـت. در آغاز ایـن مطالعه، هر یک از شـرکت‌کنندگان مشـخص کردنـد کـه شغل‌شـان چقدر در زندگی نقش مهمی ایفا می‌کند. سپس طی سـه روز، دو پرسشنامه را تکمیـل کردند. نخسـتین پرسشـنامه از آنها خواسـته بود اهدافی را که در شغل‌شان به آنها دسـت نیافته‌اند، اهدافـی که به آنها رسـیده‌اند و درجه اهمیت هر یک از اهداف را مشخص کنند. پرسشنامه دوم خواسته بود کـه آنها چـه مدتی را صـرف می‌کنند تا به اهداف و در کل به شغل‌شان فکر کنند.

پـروفسـور اسـمیـت از نیـمـی از شـرکت‌کنندگان درخواست کرده بود که برنامه‌ای برای مشـخص کـردن مکان، زمان و چگونگی رسـیدن به اهداف‌شـان طراحی کننـد. طی همین رونـد، برخی از آنها حتی اعلام کردند: «من تا سـاعت ۹ شب در دفتر کارم ماندم برای اینکه یک ایمیل به مشتری ارسال کنم...».

نیمی دیگر از شرکت‌کنندگان دستورالعمل برنامه‌ریـزی را دریافت نکـرده بودند. نتایج نشـان داد در میـان شـرکت‌کنندگانی که شـغل بیشـترین اهمیت را داشـت، تمرین برنامه‌ریزی کردن توانسـت مانع از آنها شود که به وظایف مهم و پایان‌نیافته‌شان در آخر روز فکر کنند.

اسمیت اظهار می‌دارد: «برنامه‌ریزی کردن برای وظایـف پایان‌نیافته در آخر روز، گزینه کم‌هزینـه‌ای اسـت، اما هم از نظـر زمانی و هم مالی مناسـب اسـت. علاوه بر این باعث می‌شود سلامت شغلی بهبود یافته و عملکرد کارکنان بیشتر شود.»

بـه عبارت دیگر، اگر شـما به کارهایی که به پایان نرسـانده‌اید مدام فکر نکنید، در روز بعد خلاق‌تـر خواهید بود زیـرا به مغز خود اسـتراحت داده‌اید. بدون اینکـه صحبتی از برنامـه خود به محـض ورود به محل کارتان به میان آمده باشد.

توجه داشـته باشـید که ایـن تمرین یک اکسـیر نیسـت! این مطالعه نشـان می‌دهد که تمرین برنامه‌ریزی مانع از این نمی‌شـود که شـرکت‌کنندگان به‌طورکلـی به کار فکر نکنند. بنابراین، افکارتان درباره همکار تنبل یا ارتقایی که به دسـت نیاورده‌اید همیشـه ممکن اسـت متعجب‌تـان کنـد. به‌هرحال برنامه‌ریـزی اتمام کارها، زمان و انرژی کمی می‌برد. شـما همیشـه می‌توانید این روند را متوقف کنید اگر کمکی به شـما نکرد. اما در بهترین حالت، یک کارمنـد بهتر و یک فرد آرام‌تر در زندگی روزانه‌تان خواهید بود.

دور دنیا

اختلاف اپل و دولت آمریکا بر سر دسترسی به اطلاعات کاربران

در جلسـه دولـت آمریکا با شـرکت‌های فنـاوری و نمایندگان برجسـته شـبکه‌های اجتماعی در هفته گذشـته، شـرکت اپل به مخالفت با درخواسـت دولـت آمریکا جهت ایجـاد «درب پشـتی» برای دسترسـی به اطلاعات کاربران پرداخت.

در این جلسـه که نمایندگان شرکت‌های گـوگل، مایکروسـافت، لینکدیـن، توییتر و دراپ‌باکس هم شرکت داشـتند، تام کوک، مدیراجرایـی اپل از پیشـنهاد دولت آمریکا برای ایجـاد یک درب پشـتی در تکنولوژی رمزگذاری شـبکه‌های اجتماعی انتقاد کرده است.

دولـت آمریکا در صدد اسـت شـبکه‌های اجتماعـی و شـرکت‌های فنـاوری را مجاب کنـد تا در صورت لـزوم اطلاعات کاربران را در اختیار این دولت قرار دهند.

براساس گزارش‌های رسیده از این جلسه، کوک به دولت آمریکا و شبکه‌های اجتماعی هشـدار داده اسـت تا تعـادل را بین حریم خصوصی و امنیت ملی حفظ کنند.

اختـلاف اپـل و دولـت آمریـکا بر سـر رمزگذاری و دسترسـی دولت بـه اطلاعات کاربران چیز جدیدی نیسـت. ماه سپتامبر، شـرکت اپل اعلام کرد که به دلیل سیسـتم رمزگذاری موجود در این شـرکت، نمی‌تواند براسـاس دسـتور دادگاه عمـل کـرده و پیامک‌هـای کاربـران را از طریق سـرویس iMessage بین گوشی‌های آیفون ردو بدل شده است، در دسترس دادگاه قرار دهد.

جیمز کومی، رئیس پلیـس فدرال آمریکا در سـال ۲۰۱۴ از سیسـتم رمزگذاری اپل انتقاد کرده بود.

«این موضوع که شخصی یک کمد درست کنـد که درش هیچ‌گاه باز نشـود، حتی اگر بحـث کودک‌ربایی یا حکـم دادگاه در میان باشد، از نظر من کاملا بدون معنی‌است.»

بـا این حال کوک در سـال ۲۰۱۵ در این مورد گفت: «برخی افـراد در آمریکا به امید این هسـتند که توانایی و امکان شـهروندان عادی جامعه در رمزگذاری اطلاعات‌شـان را زیر سـوال ببرنـد. ما فکر می‌کنیـم این کار بسـیار خطرناک اسـت. اگر یک کلید اضافه در زیر فرش برای پلیس‌هـا بگذارید، دزدها هم توان پیدا کردن آن را خواهند داشت.»

در پی حملات تروریسـتی پاریس، شرکت اپـل به همراه مایکروسـافت، توییتر، گوگل، فیس‌بوک و ۵۷ شـرکت فناوری دیگر بر آن شـدند تا از هر اقدامی برای تضعیف سیستم رمزگذاری جلوگیری کنند.

منبع: گاردین

جدول امروز

قیمت خودرو

قیمت خودرو بر اسـاس مراجعه خبرنگاران روزنامه فرصت امروز به بازار و بررسـی میدانی نمایشگاه های ماشین و همچنین بررسی بازار آزاد بر اسـاس تماس های روزانه با فروشـندگان و خریداران تعیین می شـود. متوسط قیمت خودرو برای هر مدل ملاک تعیین نهایی قیمت خودرو است.

شرکت سازنده	مدل خودرو	مشخصات خودرو	قیمت بازار آزاد (تومان)	قیمت نمایندگی (تومان)
بی‌ام دبلیو	بی‌ام‌دبلیو ۳۲۰	نیمه فول آپشن	۲۳۵,۰۰۰,۰۰۰	۲۶۹,۳۰۰,۰۰۰
تویوتا	تویوتا کمری GL	اتاق جدید GL	۱۴۲,۰۰۰,۰۰۰	۱۳۶,۴۰۰,۰۰۰
پورشه	پورشه کاین	۸ سیلندر	۱,۲۵۰,۰۰۰,۰۰۰	-
مرسدس بنز	بنز s۵۰۰	فول آپشن	۲,۶۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۱,۸۰۰,۰۰۰,۰۰۰
لکسوس	لکسوس CT۲۰۰H	هیبریدی	۲۰۰,۰۰۰,۰۰۰	۲۱۹,۶۰۰,۰۰۰
میتسوبیشی	میتسوبیشی ASX	مدل ۲۰۱۴	۱۳۸,۰۰۰,۰۰۰	۱۳۹,۶۰۰,۰۰۰

کیوسـک

سرمایه‌گذاری ۴میلیارد دلاری آمریکا در اتومبیل‌های خودران

دولـت آمریکا درصدد اسـت مبلغ ۴میلیارد دلار در طول ۱۰ سال برای حمایت از پروژه‌هایی که هدف آنها تسـریع بخشیدن بـه تولید و توسـعه اتومبیل‌های خودران اسـت، سرمایه‌گذاری کند.

طرح بودجه مالی سـال ۲۰۱۷ میلادی، توسط آنتونی فاکی، وزیر حمل‌ونقل آمریکا در تاریخ ۱۴ ژانویه در نمایشـگاه بین‌المللی اتومبیل دیترویت، مطرح شد.

وی درکنفرانس خبری در این نمایشـگاه گفت: «رسـیدن به بخش حمل‌ونقل تمیزتر و به روزتر مسـتلزم زیرساخت‌هایی اسـت که سبب کاهش ازدحام شود.»

وی افزود: «این کار تنها از طریق ایجاد خطوط جدیـد ایجاد نمی‌شـود، بلکه ما بایـد از خطوط موجـود و امکاناتی که داریم اسـتفاده بهینه‌تری کنیم. سازندگان اتومبیل‌های خودران راه منطقی این کار را به ما ارائه می‌دهند.»

فاکـس همچنین افـزود: طرح بودجـه «امکان آزمایـش اتومبیل‌های خـودران را در خیابان‌ها و ایالت‌های مختلـف و همچنین همکاری با صنایع بـرای اطمینـان از قابلیت‌های همـکاری موثر را می‌دهد.»

وی متذکر شـد کـه هدف «ادغـام تلاش‌های بخش خصوصی و عمومـی» جهت ایجاد نوآوری اسـت. وی می‌گوید: «به زبان سـاده، این (طرح) به این معنی اسـت که ما هر کاری که از دستمان بربیاید برای به روزکردن و پیشـرفت نوآوری‌های حمل‌ونقـل ایمـن، هوشـمند و پایـدار انجـام می‌دهیم.»

در پی سـخنان فاکس در نمایشـگاه، شـرکت جنرال موتـورز در بیانیه‌ای حمایت خود را از این طرح اعلام کرد.

«شـرکت جنرال‌موتـورز از همـکاری دولت و بخش صنعتی جهت به‌روز کردن اصولی وسـایل نقلیه، به دلیل داشتن هدف مشترک ایجاد امنیت و رضایت برای مشتری، حمایت می‌کند.»

نرم‌افزار مترجم زنده اسکایپ در دسترس همگان قرار می‌گیرد

شرکت مایکروسافت وعـده داده بود که ابزار ترجمـه زنده اسکایپ در دسترس عموم برای استفاده قرار خواهد گرفـت و حـالا این نرم‌افـزار به صـورت زنده روی دسکتاپ کاربران ویندوز قرار دارد.

مایکروسـافت مترجم اسـکایپ را سـال گذشته به‌عنوان راه‌حلی در مکالمه دو نفر و ترجمه مکالمات آنهـا معرفی کرد و در نهایت پیش نمایش آن در ماه دسامبر منتشر شد.

برای اسـتفاده از این نرم‌افزار ابتـدا باید مطمئن شـوید که آخریـن مـدل برنامه ویندوز دسـکتاپ را نصـب کرده‌ایـد. سـپس بایـد روی نـام فردی کـه می‌خواهید با او مکالمه داشـته باشـید کلیک کنید.

اگـر فردی که با او مایل به مکالمه هسـتید زبانی به غیر از زبان انگلیسی را در اطلاعات شخصی خود در اسـکایپ درج کرده باشد، مترجم زنده به صورت خودکار شروع به کار می‌کند.

مایکروسـافت می‌گوید در حال کار روی گسترش زبـان و ارائـه پشـتیبانی روی سیسـتم عامل‌های مربوطه در آینده است.

ایجـاد مترجـم همزمان در مکالمـات صوتی یک قـدم بزرگ در فنـاوری ترجمه کامپیوتر محسـوب می‌شود. این نوآوری در حال حاضر به صورت رایگان در دسـترس تمام کسـانی اسـت که به آن احتیاج دارند.

بدیهی است که مترجم اسکایپ هنوز با اشکالاتی روبـه‌رو اسـت و ایـن اشـکالات در آینـده نزدیک قابل برطرف شـدن نیسـتند، اما به هر حال ابزاری کارآمد برای کسانی اسـت که نیاز به استفاده از آن دارند.