روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شنبه
اول اسفند ماه
۱۳۹۴

Sat. 20 Feb 2016

۱۱ جمادی‌الاول ۱۴۳۷ - سال دوم

شماره ۴۴۹ - ۲۴+۲۰ صفحه - ۱۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

بررسی دلایل رشد منفی صنعت

سال آینده رونق به صنعت بازمی‌گردد؟

پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی هفته گذشته در گزارشی رسمی اعلام کرد رشد صنعت برای سومین فصل متوالی منفی شده و به نظر می‌رسد این رشد در پایان سال نیز همچنان علامت منفی را کنار خود داشته باشد، با این حال وزیر صنعت به بازگشت رونق به صنعت...

۳

تکمیل طرح توسعه فرودگاه امام با منطقه آزاد شدن آن

ایران جایگاه فرودگاهی خود را پس می‌گیرد

۶

تکاپوی انتخاباتی در کشور

سمیه سهیلی | فرصت امروز

۸

آغاز دور جدید لغو تحریم‌ها و برقراری ارتباط با ایران

۱۳

سرمقاله

تبلیغات انتخاباتی درس‌های فراموش‌شده

حمیدرضا اسلامی
عضو شورای سردبیری

درک قواعدی که حاصل تجارب بشری در طی قرون است علی‌الاصول نباید خیلی دشوار باشد، به‌ویژه آنکه در دهه‌های گذشته این قواعد ساختار آکادمیک و حرفه‌ای یافته و در کورس‌ها و دوره‌های متنوع و در سطوح مبتدی تا عالی بارها و بارها تکرار شده باشد. در عین حال این قواعد بارها و بارها در شرایط واقعی تجربه شده و درستی و قابلیت‌های آن آزموده شده باشد. اینکه انتخابات و تبلیغات انتخاباتی هم مبتنی بر اصول آزموده شده است و راه جداگانه‌ای ندارد امری است ثابت شده و نیاز به استدلال...

۱

مدیران

۱۰

نسخه امنیتی؛ آخرین تجویز برای درمان آفت‌های اقتصادی

اقتصاد و امنیت هر چند دو مفهوم و ساختار مستقل و مجزا به شمار می‌روند اما تاثیر بسیاری از هم می‌پذیرند. در این میان گاه آفت‌ها و بی‌ثباتی‌های اقتصادی نیاز به نسخه‌های امنیتی می‌یابد؛ نسخه‌هایی که البته اقتصاددانان تا حد ممکن از تجویز آن می‌پرهیزند. به گزارش ایرنا، استفاده دولت‌ها از ابزارهای گوناگون به‌ویژه برخوردهای امنیتی با عوامل برهم زننده نظم مطلوب اقتصادی از جمله مسائلی است که همواره محل بحث و تعارض دیدگاه کارشناسان اقتصادی و صاحبنظران سیاسی بوده است. در برابر دیدگاهی که بر نقش برتر و مسئولیت دولت برای تنظیم حرکت چرخ دنده‌های اقتصادی با بهره‌گیری از همه ابزارهای ممکن پای می‌فشرد، برخی می‌گویند روندهای اقتصادی خود باید به سمت توازن و تعادل میل یابد و در اقتصاد بازار، دولت تنها باید در مقام ناظر قرار گیرد.

از منظر نخست و با توجه به شرایط کنونی اقتصاد ایران، شماری می‌گویند دولت با وجود کاهش درآمدهای نفتی هنوز هم بزرگ‌ترین سرمایه‌دار و بازیگر اقتصادی محسوب می‌شود اما در شرایطی ویژه عده‌ای از دلال‌ها، واسطه‌گران یا در سطح کلان‌تر باندهای ارزی از طریق روش‌هایی چون احتکار سعی می‌کنند بازار را در دست گیرند و موجی از ناآرامی را به اقتصاد وارد کنند. زمانی هم رویدادی داخلی، منطقه‌ای یا بین‌المللی ممکن است بازار را به هم بریزد که در این حالت، دولت با امنیتی کردن فضای اقتصادی می‌تواند از هجوم تقاضاهای غیرعقلانی به بازار جلوگیری کند. نمونه دیگر، معطوف به بایسته‌های برخورد با کنشگران اقتصادی یا موسسه‌های مالی و نهادهای خاص است که مالیات نمی‌دهند یا زیر بار قوانین بالادستی نمی‌روند و حاضر به اجرای ابلاغیه و دستورالعمل‌های بانک مرکزی نیستند. در این میان گاه چاره‌ای جز استفاده از ابزارهای قانونی و امنیتی برای دستیابی به اهداف اقتصادی باقی نمی‌ماند. طرفداران این دیدگاه می‌گویند بازار کشورهای توسعه‌یافته هم تجربه رفتار امنیتی دولت را دارد. البته این امنیتی کردن بازار، بیشتر در تعطیلی بورس برای توقف ریزش سهام به دلیل رفتارهای غیرعقلانی سهامداران نمود یافته است. واقعیت این است که با ابزارهای امنیتی نمی‌توان به‌صورت درازمدت ثبات را بر بازار حاکم ساخت. بازار ارز ایران طی سال‌های گذشته بارها شاهد نوسانات شدید نرخ ارز بوده و در این میان رفتارهای سودجویانه برخی بنگاه‌ها این نوسان‌ها را تشدید کرده است. در این شرایط، رفتارهای امنیتی دولت برای مدتی کوتاه یعنی تا زمانی که دولت بتواند با افزایش عرضه، بازار را به تعادل برگرداند، آرامش نسبی را برقرار ساخته است. تنها بازار ارز نیست که در شرایط بحرانی، امنیتی می‌شود. پایان فروردین ماه امسال بود که معاون نظارتی بانک مرکزی از ارائه مجموعه تدابیر و اقدام‌هایی به شورای عالی امنیت ملی برای تصویب این شورا خبر داد تا بانک مرکزی را در ساماندهی و تقویت نظارت بر موسسه‌های اعتباری غیرمجاز یاری رساند. در مقابل کارشناسانی که تاکید دارند امنیتی کردن بازارها، پیامدهایی غیرقابل جبران برای روندهای اقتصادی در پی خواهد داشت، گروه دیگر به راهکارهای امنیتی برخی اقتصادهای برتر جهان استناد می‌کنند، چنانکه این اتفاق در جنبش «وال استریت» آمریکا رخ داد یا اینکه در مقاطعی مانند حادثه ۱۱سپتامبر کار به جایی رسید که دولت واشنگتن تصمیم به تعطیلی بورس گرفت.

در طول سال‌های جنگ هم کشورهای درگیر با بازار امنیتی مواجه می‌شوند، چراکه یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های مسئولان در شرایط بحرانی جنگ، جلوگیری از احتکار در بازار به‌ویژه بازار کالاهای اساسی است و این کنترل تنها به واسطه حضور قوه قاهره و برخوردهای انتظامی انجام می‌شود و دولت‌ها ناگزیرند بازار بحران‌زده را با ابزارهای امنیتی کنترل کنند.

همچنان که اشاره شد در شرایطی که یک رویداد سیاسی یا یک حادثه مهم جهانی رخ می‌دهد به طور قطع واکنش‌های اقتصادی زیادی در بازارها شکل می‌گیرد که گاه دولت‌ها تصمیم به تعطیلی بازار می‌گیرند تا رفتارهای هیجانی فروکش کند و اطلاعات صحیح به مردم برسد که بازار سرمایه آمریکا و چین طی سال‌های گذشته چند بار این شرایط را تجربه کرده‌اند. در زمینه ریشه‌یابی این رفتارهای هیجانی که منجر به التهاب بازار می‌شود، کارشناسان اتفاق نظر دارند که وقتی گردش صحیح اطلاعات وجود ندارد، هر اطلاعات غلطی سبب هجوم تقاضا به سمت بازار می‌شود و حضور دلال‌ها و واسطه‌گران، کاهش عرضه و نوسان‌های نرخ هر کدام می‌تواند نقشی در ایجاد التهاب بازار داشته باشند. این در حالی است که اگر مردم در فضای باثبات دسترسی آزاد به اطلاعات شفاف و صحیح داشته باشند، می‌توانند تصمیم عقلانی و منطقی بگیرند و بازار شاهد شوک و رفتارهای هیجانی و آنی نخواهد بود. با وجود آنچه گفته شد، در بسیاری از کشورها برخورد امنیتی آخرین راهکار اقتصادی است، چنانکه در ایران هم برای چاره‌جویی در زمینه موسسه‌های غیرمجاز مالی طی دو سال گذشته چند گزینه روی میز قرار گرفت و در نهایت با تمکین نکردن مدیران این موسسه‌ها و نگرانی‌ها بابت سپرده‌های مردمی، مسئله استفاده دولت از ابزارهای غیراقتصادی مطرح شد.

به صورت کلی اما در اقتصادهای پویا، توانمند و توسعه‌یافته این قواعد بازار است که چارچوب‌های فعالیت را مشخص و رفتار بنگاه‌ها و فعالان جامعه اقتصادی را تنظیم می‌کند و دولت در مقام ناظر سعی می‌کند تا حد امکان از دخالت مستقیم در روندهای بازار بپرهیزد. در چنین اقتصادی استفاده دولت از ابزارهای امنیتی کنترل و دخالت در بازار به‌عنوان استثنا و نه قاعده تلقی می‌شود و تنها در شرایط ویژه و برهه رخدادهای غیرقابل پیش‌بینی کاربرد می‌یابد.

سرمقاله

تبلیغات انتخاباتی، درس‌های فراموش شده

درک قواعدی که حاصل تجارب بشری در طی قرون است علی‌الاصول نباید خیلی دشوار باشد، به‌ویژه آنکه در دهه‌های گذشته این قواعد ساختار آکادمیک و حرفه‌ای یافته و در کورس‌ها و دوره‌های متنوع و در سطوح مبتدی تا عالی بارها و بارها تکرار شده باشد. در عین حال این قواعد بارها و بارها در شرایط واقعی تجربه شده و درستی و قابلیت‌های آن آزموده شده باشد. اینکه انتخابات و تبلیغات انتخاباتی هم مبتنی بر اصول آزموده شده است و راه جداگانه‌ای ندارد امری است ثابت شده و نیاز به استدلال ندارد. در تبلیغات برای آنکه کالای شما را بخرند باید روی ویژگی‌های ممیزه آن تکیه کنید. تا ابد نمی‌توان با صحبت کردن در مورد ضعف‌های کالای رقیب جنس نامرغوب خود را فروخت. این کار در برخی دوره‌های زمانی کوتاه و در میان هیجانات کاذب ممکن است اثری کوتاه مدت داشته باشد اما قابل تکرار نیست.

حرف‌های تکراری که مقبولیت خود را از دست داده نیز راه مناسبی برای جلب توجه خریداران رأی نامزدها نیست. در تبلیغات یک عمر نمی‌توان از زلف یار گفت.

با نگاهی به تبلیغات ارائه شده از سوی جریان‌های سیاسی، ضعف محتوا را می‌توان به عینه دید. این ادعا که ما برنامه‌های مشخصی برای اداره اقتصاد و فرهنگ داریم اما بروز آن فقط در چند شعار مبتذل(پیش پا افتاده) قابل رویت باشد، از دید مردمی که بخش عمده‌ای از آنها تحصیلات عالی دارند و از طریق رسانه‌های نوین با تمام دستاوردهای بشر در چهارگوشه دنیا آشنایند، پذیرفته نیست. در میان دو جریان عمده سیاسی کشور، متاسفانه نبود برنامه روشن مبتنی بر ارائه خود کمابیش مشهود است، اما طیف اصولگرا از این حیث مشکل بزرگ‌تری دارد. تقریبا در اغلب گفتارها و نوشتارهای این جریان تعریف خود بر مبنای نفی طرف مقابل دیده می‌شود. این بخش از جریانات سیاسی کشور که دوران دشواری را به لحاظ اقناع بدنه اجتماعی رأی دهنده می‌گذراند به جای پاسخگویی به سوال‌های روشن اجتماعی در زمینه حمایت بی‌دریغ از دولت سابق، سکوت در مقابل فساد مالی دوره گذشته و نیز مطالبات سیاسی انباشت شده، خود را با شعارهایی سرگرم ساخته است که قدرت رأی آوری چندانی ندارند.

بالا بردن سطح تندی شعارها علیه افراد و جریان‌های طرف مقابل تحقیقا هیچ رأیی به سبد این جریان اضافه نخواهد کرد. کمپانی‌های بزرگ برنامه‌های چندماهه و چندساله برای معرفی خود به مشتریان‌شان تدوین می‌کنند؛ فعالیت‌هایی که مبتنی بر پاسخگویی به نیاز مشتریان، معرفی توانمندی‌ها و مزیت‌های واقعی کالای ایشان است. در این میان ممکن است در عرصه مقایسه بین قابلیت‌های کالاها، گاه نیشی هم به رقبا بزنند. اما هیچ شرکت موفقی در دنیا استراتژی خود را بر مبنای بدگویی از کالای رقیب یا تعریف خود بر مبنای نفی طرف مقابل بنا ننهاده و این روش پیشاپیش محکوم به شکست است. استفاده از این روش در تبلیغات انتخاباتی کشورمان به جایی رسیده است که قرار گرفتن افراد در فهرست انتخاباتی هم به میزان مخالفت آنها با کالای رقیب بستگی دارد.

عواملی متعدد و در عین حال محلی به رأی آوردن کاندیداها در ایران کمک می‌کند. از این جهت نمی‌توان با یک حکم کلی از شکست مطلق یا پیروزی کامل یک جناح در کشورمان سخن گفت. اما قاعده علم به ما می‌گوید که دوران فروش کالا (به دست آوردن رأی مردم) از طریق نفی و خوار شمردن طرف مقابل یا خوار شمردن حساسیت‌های مشتریان(مردم) به سر آمده است.

آیت‌الله هاشمی رفسنجانی:

مشکلات تشخیص صلاحیت‌ها به جمهوریت نظام آسیب می‌زند

عضو مجلس خبرگان رهبری گفت: در تشخیص صلاحیت‌ها و رای‌گرفتن‌ها و رأی خواندن‌ها مشکلاتی پیش آمد که برخی به دولت و هیأت اجرایی و هیأت نظارت بازمی‌گردد که اگر خوب انجام شود، جمهوریت نظام حفظ می‌شود.

به گزارش ایلنا، آیت‌الله هاشمی رفسنجانی در حسینیه جماران با اشاره به سوره نصر خطاب به افرادی که در انتخابات از ایشان حمایت می‌کنند، گفت: از شما به خاطر هزینه و وقتی که گذاشتید متشکرم اما اشکال این بود که از من تعریف کردید، چراکه تعریف از من مشکلی را حل نمی‌کند.

رئیس مجمع تشخیص مصلحت نظام با اشاره به اینکه از ابتدای انقلاب انتخابات در این کشور برگزار شده است، گفت: ساختار نظام، ساختار خوبی است و نمونه بی‌نظیری در دنیاست، اما به این ساختار خوب عمل نمی‌شود. او افزود: حتی رهبری ما که جنبه اسلامیت نظام بر عهده اوست، در انتخاب دو مرحله‌ای برگزیده می‌شود؛ دلیل این کار آن است که توده مردم نمی‌توانند شرایط رهبری را تشخیص دهند و این کار از عهده مجتهد برمی‌آید. (کمیسیون ماده ۱۱۰ خبرگان رهبری ۱۰ نفر عضو دارد که این افراد جلسات سالانه با رهبر انقلاب برگزار می‌کنند و در مجلس خبرگان شهادت می‌دهند که رهبری صفات این مسئولیت را هنوز دارد و از سوی دیگر همه ما جز خدا فانی هستیم و به هر حال روزی می‌رسد که رهبری نباشد و وظیفه انتخاب رهبر برعهده خبرگان است).

آیت‌الله هاشمی رفسنجانی افزود: رئیس‌جمهور و مجلس را نیز مردم انتخاب می‌کنند و شورای شهر، شورای شهرستان و... نیز به همین ترتیب توسط مردم انتخاب می‌شوند، لذا از این جمهوری‌تر در دنیا پیدا نمی‌کنیم.

عضو مجلس خبرگان رهبری گفت: درباره بعد اسلامی نیز باید توجه کرد که همه قوانین در چارچوب قوانین اسلام باشد و اگر جمهوری اسلامی این‌طور بماند، در دنیا نمونه است.

نامزد دوره پنجم انتخابات مجلس خبرگان با اشاره به اینکه چندسالی است جمهوریت نظام مشکل پیدا کرده است، گفت: متاسفانه در تشخیص صلاحیت‌ها و رای‌گرفتن‌ها و رأی خواندن‌ها مشکلاتی پیش آمد که برخی به دولت و هیأت اجرایی بازمی‌گردد و برخی هم به هیأت نظارت که اگر خوب انجام شود، جمهوریت نظام حفظ می‌شود.

آیت‌الله هاشمی رفسنجانی ایران را کشور بی‌نظیری خواند که تمدن چندهزار ساله و منابع طبیعی غنی و جغرافیای منحصر به فردی دارد و گفت: اگر براساس قرآن امت میانه‌ای باشیم به دستورهای دین عمل کرده‌ایم و هرگونه افراط و تفریط، انحراف است.

او با اشاره به اینکه امیدوار بوده این دو انتخابات پایه‌های انقلاب را دوباره محکم کند، تاکید کرد: البته که در این سال‌ها اسلامیت نظام نیز آسیب‌دیده و بداخلاقی‌ها، تهمت‌زدن‌ها و فساد اقتصادی در کنار متزلزل شدن خانواده‌ها به دلیل مواد مخدر و مسائل دیگر سازگار با نظام اسلامی نیست و ان‌شاءالله نتیجه انتخابات طوری باشد که مردم دسته دسته به راه حق عمل کنند.

عضو مجلس خبرگان رهبری با اشاره به فراز دیگری سوره نصر گفت: وقتی که به قدرت رسیدید باید مرتب استغفار کنید؛ پیامبر نیز مرتب استغفار می‌کرد تا خود را از انحراف‌ها دور نگه دارد.

آیت‌الله هاشمی رفسنجانی گفت: دو سال قبل و در گام اول نسبتا موفق شدیم، اما مجلس و قوه‌قضاییه و صدا و سیما و سپاه و بسیج و شورای نگهبان در دست دولت نیست و اگر برنامه‌ای را دولت بنویسد، در نهایت تصمیم‌نهایی را مجلس می‌گیرد. او با اشاره به اینکه گام اول همان بود که بعد از ردصلاحیت در انتخابات سال ۹۲ از آقای دکتر روحانی حمایت شد، تاکید کرد: در این دو سال کارهای بزرگی انجام شده اما هنوز مسئله معیشت مردم باقی مانده که اگر این کارهای بزرگ انجام نمی‌شد امروز ایران نیز مثل ترکیه چند سال گذشته و ونزوئلا با تورم ماهانه روبه‌رو بود، اما در ایران نیز هنوز تورم ۱۰درصدی است یعنی قیمت‌ها هر سال ۱۰درصد افزایش پیدا می‌کند.

آیت‌الله هاشمی‌رفسنجانی گفت: ان‌شاءالله گام بعدی و گام دوم انتخابات پیش‌رو باشد، گرچه متاسفانه نیروهای زیادی به دلایلی که درست نیست، کنار گذاشته شده‌اند، اما اصلاح‌طلبان و نیروهای نزدیک به دولت نزدیک به دویست نفر را در سراسر کشور معرفی کردند. در خبرگان نیز بیش از ۶۰ نفر معرفی شدند که باوجود رد صلاحیت این افراد، امیدوارم مثل من که بعد از ردصلاحیت از آقای روحانی حمایت کردم، چهره‌های مشهور ردصلاحیت‌شده نیز کمک کنند تا این افراد گمنام بتوانند در انتخابات موفق شوند.

عضو مجلس خبرگان رهبری با اشاره به اینکه گروهی که خود را در خط ولایت می‌دانند، برخلاف بیانات رهبری دوست ندارند انتخابات با حضور گسترده مردم برگزار شود، گفت: انتخابات بسته به این است که مردم فوج فوج بیایند و به اعتدال رأی دهند و این کار عملی است.

رئیس مجمع تشخیص مصلحت نظام به مسئله‌ای فقهی اشاره و تصریح کرد: انتخابات هم حق است و هم تکلیف و حق هر انسانی آن است که در سرنوشت کشور خود دخالت کند و تکلیف او آن است که به سرنوشت خود توجه کند. او با اشاره به اینکه لیست منتشر شده به نام من، لیست من نیست، گفت: گروهی از نخبگان و خبرگان داخل و خارج مجلس خبرگان این لیست را تهیه کرده‌اند و از بنده و آقای روحانی خواستند سرلیست آن باشیم.

آیت‌الله هاشمی رفسنجانی در پایان با بیان اینکه مردم مرا می‌شناسند و موافق و مخالف می‌دانند که به من رأی بدهند یا ندهند و بنا نداشتم ستاد انتخاباتی داشته باشم، خاطرنشان کرد: اما آنچه هست ستادها راهی برای ارتباط با مردم است و تشکر می‌کنم از کسانی که بدون اینکه از من چیزی بخواهند، این کار را انجام دادند.

آب ۵

آمار وزارت نیرو درباره مصرف آب کشاورزی قابل مناقشه نیست

معـاون وزیر نیرو در امور آب و آبفا گفت: با توجه بـه اینکـه ۹۲ درصد مصـرف آب کشـور در حوزه کشـاورزی اسـت، بنابراین نیازمنـد انتخاب الگوی کشـت بهینه بـا دیـدگاه آب مجازی هسـتیم که تاکنون نیز توجه زیادی به این مسئله نشده است.

رحیم میدانی در گفت‌وگو با ایسـنا با بیان اینکه در پیشرفته‌ترین کشورها نیز ۷۰درصد آب در حوزه کشاورزی مصرف می‌شـود، اظهار کرد: اگر بگوییم کـه تنها ۶۰ درصد در حوزه کشـاورزی مصرف آب داریـم باید به دنبال این سـوال رفت که ۴۰ درصد باقی در کجا مصرف می‌شود. وی ادامه داد: این عدد برای حوزه بخش کشاورزی عجیب نیست و در همه دنیا بیشترین مصرف آب در حوزه کشاورزی است.

معـاون وزیر نیرو در امـور آب و آبفا تصریح کرد: بـه اعتقاد من نباید روی این موضوع مناقشـه کرد چراکه وزارت نیـرو اطلاعات را پیدا و اعلام می‌کند کـه ۸درصد در حوزه شـرب و صنعت و ۹۲ درصد در حوزه کشـاورزی آب مصرف می‌شود و برای این مسئله نیز نمی‌توان اعداد دیگری را اعلام کرد.

میدانی درخصـوص میزان بهـره‌وری آب در حوزه کشاورزی اظهار کرد: بهره‌وری آب در حوزه کشاورزی در کشورهای مشابه ایران نیز پایین است. چراکه میزان راندمان آبیاری به لحاظ کاشت محصولات مختلف در عدد پایینی قرار گرفته است بنابراین ما باید متناسب با اقلیم هر منطقه بتوانیم محصولات را با کمترین میزان مصرف آب اسـتحصال کنیم. به اعتقاد وی، کاشـت محصول مناسـب برای کشور هنوز در ایران رواج پیدا نکرده اسـت. باید محصولی در ایران کشـت شود که بیشترین ارزش افزوده را برای کشور ایجاد کند.

معاون وزیر نیرو با بیان اینکه ارزش تولید یک متر مکعب آب در کشور ما در گندم و پسته یکی نیست، اظهار کرد: ارزش تولید در پسته بالاتر است بنابراین ما باید یک الگوی کشت مناسب برای کشور انتخاب کنیم و با این رویکرد که از هر مترمکعب آب بیشترین ارزش افزوده را تولید کنیم برنامه‌ریزی‌های خود را مدون کنیم. وی با اشاره به مصوبه شـورای عالی آب گفت: در آینده یک گزارش به منظور توجه به آب مجازی در شـورا مطرح می‌شود چراکه این مسئله از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

شناسایی ۱۸ حوضه درگیر چالش آب

مشـاور وزیر نیرو با اعلام وجود ۱۸ حوضه دارای چالش منابع آب گفت: شـورای هماهنگی مدیریت منابع آب حوضه آبریز «بختگان» تشکیل شد.

به گزارش مهر، محمد حاج رسولی‌ها با اعلام تشکیل شـورای هماهنگی مدیریـت منابع آب حوضـه آبریز «بختگان» گفت: تاکنون جلسـات متعددی در شورای عالی آب تشـکیل شده و ۱۸ حوضه دارای چالش منابع آب در کشـور انتخاب شـده و امیدواریم در این مجمع بتوانیم راهکاری برای هر حوضه و چالش‌های هر یک از حوضه‌ها به فراخور آن پیدا کنیم. مشاور وزیر نیرو با تاکید بر اینکه تبیین مسائل، مشکلات و چالش‌های اصلی منابع آب حوضه آبریز بختگان و ارائه آخرین وضعیت منابع و مصارف آب سدهای مخزنی درودزن و ملاصدرا در سال جاری از جمله اهداف برگزاری این جلسـه بود، تشکیل شورای عالی آب را گامی مهم در برنامه‌ریزی یکپارچه و حل چالش‌های حوضه‌های آبریز دانست. حاج رسولی‌ها افزود: محورهای مختلفی از جمله اهمیت طرح‌های مرزی، وضعیت آبرسـانی به روسـتاها، تعادل‌بخشی و آب‌های زیرزمینی در این شـورا مطرح شده و تشکیل شوراهای حوضه‌های آبریز از تصمیم‌های شانزدهمین جلسه شورای عالی آب است. وی اسـتفاده از ظرفیت‌های دانشگاهی و بهره‌گیری از دانش علمـی و فنی در کنار تجربیات را سیاست مهمی در مدیریت یکپارچه حوضه‌ها دانست و ابراز امیدواری کرد با حضور دستگاه‌های مختلف بخش صنعت، محیط زیست، وزارت کشور، جهاد کشاورزی و نماینده صنف کشـاورزان مباحث رصد شود و معضلات حوضه‌های آبریز با برنامه‌ریزی منسجم مدیریت شود.

برق

پیشرفت ۷۰درصدی آمادگی نیروگاه‌ها برای تابستان

معـاون هماهنگـی تولید شـرکت مادرتخصصی مدیریـت تولیـد، انتقال و توزیع نیـروی برق ایران (توانیر) گفت: تاکنون ۹۰ درصد از تعمیرات اساسی نیروگاه‌ها و ۷۰ درصد کل تعمیرات و سرویس‌دهی نیروگاه‌ها برای برق‌رسانی تابستان آماده شده است.

عبدالرسـول پیشـاهنگ در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه بخشـی از تعمیرات نیروگاه‌ها مربوط به تعمیرات اساسـی و برخی دیگر مربوط به تعمیرات دوره‌ای می‌شـود، اظهار کرد: در تابسـتان گذشته نیروگاه‌ها با ۹۷ درصد آمادگی وارد مدار شـدند که این عدد بسیار مطلوب اسـت و امیدواریم که برای تابستان سال جاری نیز چنین آمادگی داشته باشیم.

وی با بیان اینکه در حال حاضر در سـطح کشـور ۷۴نیـروگاه وجـود دارد، عنـوان کـرد: از ۴۶۰ واحد نیروگاهی کشـور ۱۷۰ واحد نیروگاهی ساخت داخل کشور است و مابقی نیروگاه‌ها با تنوع‌های مختلف و در کشورهای دیگر ساخته شدند. معاون هماهنگی تولید شـرکت مادرتخصصی مدیریت تولید، انتقال و توزیع نیروی برق ایران (توانیر) در خصوص عمر نیروگاه‌های کشور گفت: عمر متوسط نیروگاه‌ها بین ۲۰ تا ۲۸ سال اسـت که در این زمان با کارهایی همچون سرویس و نگهداری در ارتقای بهره‌وری آنها گام برمی‌داریم.

بخش غیردولتی در رابطه با فرمول قیمت‌گذاری گاز برای نیروگاه‌ها اتفاق نظر ندارد

صادرات خصوصی برق، پشت سد تفاوت دیدگاه‌ها

لیلا مرگن
leilamargan2008@gmail.com

بخـش خصوصی بـا وجود اعـلام آمادگـی مکـرر وزارت نیـرو برای تفویـض اختیار به این بخش، هنـوز وارد چرخه صادرات برق نشده‌است. یکی از دلایل این مسئله، عدم شفافیت قیمت گاز تحویلی به نیروگاه‌ها برای تولید برق صادراتی است اما گویـا نه تنهـا دولت، بلکه بخـش خصوصی هم بر سـر قیمت‌گـذاری گاز تحویلی به نیروگاه‌های خصوصی، هنوز به اتفاق نظر نرسیده‌اند.

بحـث بر سـر قیمت‌گذاری گاز تحویلـی بـرای تولید برق بـه دنبال واگـذاری نیروگاه‌ها به بخش خصوصی در ماه‌های پایانـی سـال ۸۷ آغاز شـد و هنـوز هم بـه نتیجـه قطعی نرسیده‌اسـت. محمـد مهدی رحمتی، معـاون برنامه‌ریزی و نظارت بر منابع هیدروکربوری وزیر نفت، ۱۹ بهمن ماه اعلام کرد: برای نیروگاه‌هایی که قرار اسـت برق را صادر کنند و در نزدیـک مرز ترکیه یـا در این کشور احداث می‌شوند، قیمت گاز همانند بهای گاز صادراتی بـه این کشـور خواهـد بود یا نیروگاه‌هایـی که در کشـور یا مرز عـراق احداث می‌شـوند، متناسب با قیمت گاز صادراتی در قـرارداد با عـراق بهای گاز تعیین می‌شود.

بهمن مسـعودی، قائم مقام شرکت ماهتاب‌گستر به‌عنوان یکی از نیروگاه‌داران خصوصی که با وزارت نفت برای صادرات برق تفاهـم نامه امضـا کرده، قیمت‌گـذاری گاز تحویلی به نیروگاه‌های صادرکننده برق را براسـاس بهای گاز صادراتی به سایر کشورها منطقی می‌داند.

وی در گفت‌وگـو بـا «فرصت‌امـروز» می‌گویـد: در تفاهم‌نامه‌ای که بـا وزارت نفت امضا کرده‌ایم، قرار نیست نرخ گاز تحویلی به نیروگاه‌های خصوصی برای تولید برق صادراتی معادل بهـای سـوخت تحویلـی بـه کشور ترکیه باشد اما قرار است همخوانی مناسبی بین قیمت گاز صادراتی و تحویلی به نیروگاه‌ها وجود داشته باشد.

به گفته قائم مقام شـرکت ماهتاب گستر، کشوری مانند ترکیه گاز را به بهای ۳۰سنت از ایـران خریـداری کـرده و آن را بـه همیـن قیمـت به نیروگاه‌های خود می‌فروشـد تا آنهـا برق تولیـد کنند. در نتیجـه اگر قیمـت گاز برای ایران مشـابه ترکیـه در نظر گرفته شود، توان رقابت خود را از دست نخواهیم داد.

البته وی بر این نکته تاکید می‌کنـد: اگـر دولـت ترکیه بـرای سـوخت نیروگاه‌های خـود سوبسـیددر نظـر بگیـرد، نیروگاه‌هـای ایرانی دچـار مشـکل می‌شـوند. بنابرایـن وزارت نفـت در قیمت‌گذاری‌های خود باید به سیاست‌های کشورهای هدف صادرات برق، توجه کند.

بـا وجـود آنکه مسـعودی معتقد اسـت بـا دریافت گاز به قیمت‌هـای صادراتی برای بازار برق ایران مشـکلی پیش نمی‌آید اما وی به مسـئولان وزارت نفت گوشـزد می‌کند کـه در قیمت‌گـذاری گاز نیروگاه‌ها، باید به هزینه‌هایی که تولیدکننده ایرانی متقبل می‌شـوند هـم توجـه کند. زیرا هزینه سـرمایه‌گذاری و بهره‌بانکی در کشورهایی نظیر ترکیه کمتر از ایران است.

قائم مقـام شـرکت ماهتاب گسـتر می‌گویـد: اگـر ایـران نیروگاهی بـا راندمان ۵۷ درصد در مناطـق مرزی خـود ایجاد کند، دریافت گاز با قیمت‌هایی معـادل گاز صادراتی، مشـکلی برای رقابت‌پذیری برق ایران در بازارهای منطقه فراهم نمی‌کند.

صادرات برق با نرخ‌های وزارت نفت امکان‌پذیر نیست

برخـلاف نظـر قائـم مقام شرکت ماهتاب گستر، محمد علـی وحدتـی عضـو انجمن نیروگاه‌داران بخش خصوصی و مدیرعامـل شـرکت انرژی گسـترجم در گفت‌وگـو بـا «فرصت‌امروز» صادرات برق با قیمت‌های پیشنهادی وزارت نفت را غیرممکن می‌داند.

وی ادامـه می‌دهد: نمی‌دانم چـه تفاوتـی بیـن تولیـد محصـول در پتروشـیمی‌ها با نیروگاه‌ها وجود دارد که دولت توانسـته درباره نـرخ خوراک پتروشیمی‌ها به نتیجه برسد اما برای گاز تحویلی به نیروگاه‌ها به جمع‌بندی نمی‌رسد.

به گفته وحدتی، گاز تحویلی بـه پتروشـیمی‌ها تبدیـل به محصولات پتروشـیمی شده و اسـمش خوراک اسـت اما این گاز به‌عنوان سوخت نیروگاه‌ها، تبدیل به برق شـده و از طریق سیم‌ها صادر می‌شود. تنها تفاوت بین این دو صنعت، قیمت تمام شده تولید محصولات آنهاست. بنابراین، دولت نباید برای قیمت گاز تحویلی بـه این دو صنعت تفاوتی قائل شود.

وی اشـکالاتی را به نظرات وزارت نفـت وارد می‌دانـد. از جملـه اینکـه دولـت در قراردادهای گاز مکلف اسـت در تمام طول سال برای کشور هدف، سـوخت تامین کرده و در صـورت تخلف، مشـمول پرداخـت جریمـه بـه خاطر طرح دعـوای طرف مقابل در دادگاه می‌شـود. در حالی که دولت چهار ماه از سـال برای تحویـل گاز بـه نیروگاه‌های خصوصی، هیچ تعهدی ندارد.

مدیر عامـل شـرکت انرژی گسـترجم بر این باور است که بخش خصوصی در صادرات برق نقشی نداشته و تعیین قیمت گاز برای برق صادراتی مناقشه بین دو وزارتخانه نیرو و نفت اسـت. با این وجود پنج شـرکت بخش خصوصی با هدف متنوع‌سازی صـادرات گاز، اقـدام بـه انعقاد تفاهمنامه با وزارت نفت کرده‌اند.

سیاست وزارت نفت به منافع ملی لطمه می‌زند

اگرچـه مرکـز پژوهش‌های مجلس در گزارش منتشر شده در اردیبهشت ماه ۹۴، بر افزایش بازده نیروگاه‌ها و تعیین قیمت گاز تحویلـی براسـاس راندمان آنها تاکیـد دارد و صادرات برق در نیروگاه‌های با راندمان پایین ایـران را غیراقتصـادی معرفی می‌کند اما ملاک عمـل وزارت نفت در قیمت‌گذاری‌ها بهای گاز برای بـرق صادراتی، قراردادهای صادرات گاز است. علیرضا دائمی، معاون برنامه‌ریـزی و اقتصادی وزارت نیرو در واکنش به اظهارات محمد مهـدی رحمتی، معاون برنامه‌ریزی و نظـارت بر منابع هیدروکربـوری وزیر نفت درباره قیمت گاز تحویلی به نیروگاه‌های صادرکننده برق می‌گوید: وزارت نفـت باید پیشـنهادات خود را بـه دولت ارائه کنـد و جای این بحث‌ها در رسانه‌ها نیست.

وی در گفت‌وگـو بـا «فرصت‌امروز» بیـان می‌کند: صادرات برق یکـی از بندهای اصلی اقتصاد مقاومتی اسـت. وزارت نیرو تلاش کرده بخشی از نیازهـای برقی کشـورهای افغانستان، پاکسـتان، ترکیه، عراق و همسـایگان شمالی را تامیـن کند. صـادرات برق به کشـورهای منطقه در راستای تامین منافع ملی ایران اسـت و هر اقدامـی که این موضع را تضعیف کند، به صلاح کشـور نیست. دائمی با تاکید بر اینکه وزارت نفت و نیرو رقیب یکدیگر نیستند، وزارتخانه تابعه خود را مطیع تصمیمات دولت معرفی می‌کند. وی معتقد است: وزارت نفت باید پیشنهادات خود را در زمینه قیمـت گاز تحویلی به نیروگاه‌های صادرکننده برق به کمیسیون‌های اقتصادی دولت ارائه کنـد تا در آنجا به شـور گذاشته شـده و تصمیم نهایی گرفته شود.

وی ادامه می‌دهد: وزارت نیرو از محل برق صادراتی ۳هزار میلیارد تومان درآمد کسب می‌کند که اگر ایـن درآمد از محل صادرات برق قطع شود، دولت از محل‌های دیگری باید آن را تامین کند.

اختلاف نظر درباره دریافت مجوز صادرات

معاون برنامه‌ریزی و اقتصاد وزارت نیـرو دربـاره اقـدام بخش‌خصوصـی در امضـای تفاهم نامه با وزارت نفت برای صادرات برق می‌گوید: بخش خصوصـی قبـل از امضـای تفاهم‌نامـه باید از وزارت نیرو مجوز دریافت کند.

وی صادرات برق به کشورهای دیگر را به صادرات ماشین تشبیه کرده و هماهنگی با وزارت نیرو بـرای دریافـت مجـوز را لازمه ورود به فضای چانه‌زنی با وزارت نفت معرفـی می‌کند. اما بهمن مسـعودی، قائم مقام شـرکت ماهتاب گستر بیان می‌کند: در تفاهم‌نامه این شـرکت با وزارت نفـت، اخـذ مجوزها بـه عهده بخش‌خصوصی بـوده و تاکنون هیچ منع قانونی در زمینه تقدم یا تاخر دریافت مجوز قبل از امضای تفاهم‌نامه، مشاهده نکرده‌است.

وی اضافـه می‌کنـد: بخش خصوصی برای احداث نیروگاه‌ها بایـد مجوزهای متعـددی از سازمان حفاظت محیط زیست و سـایر نهادهـا دریافت کند. بنابراین نمی‌تواند ابتدا اقدام به اخذ مجوزها کـرده و بعد وارد مرحله امضای تفاهم‌نامه شود. محمد علی وحدتی عضو انجمن نیـروگاه‌داران بخش‌خصوصـی هـم درباره عـدم دریافت مجوز بخش‌خصوصـی از وزارت نیرو، بیان می‌کند: تفاهم‌نامه را بدون مجوز هم می‌توان امضا کرد. زیرا تا نزدیک شدن به مراحل اجرایی زمان زیادی لازم است اما وزارت نیرو بر این باور است که اگر کسی بخواهد از امکانات شبکه استفاده کرده و برق صادر کند، باید از این وزارتخانه مجوز دریافت کند که درخواستی منطقی است.

گزارش ۲

مسبب زمینگیر شدن صادرات قیر بخش دولتی است یا خصوصی؟

الهه ابراهیمی
ebrahimi1941@gmail.com

اساسی‌ترین مشکل صنعت قیر از دیـد فعـالان و تولیدکنندگان آن، نحوه فـروش و قیمت‌گذاری خـوراک اولیه تولید قیر اسـت؛ موضوعـی کـه از سـوی قائـم مقـام مدیرعامـل شـرکت ملی پالایش‌وپخش به‌شـدت رد شد. در حالـی که رئیس کمیسـیون قیـر اتحادیـه صادرکننـدگان فرآورده‌هـای نفتی بـه صراحت می‌گویـد آنچه موجـب به خاک سیاه نشسـتن صنعت قیر شده، سیاسـت‌گذاری نادرست پالایش و پخـش در تعیین نـرخ خوراک اولیـه و صـدور مجوزهای بی‌حد به واحدهای تولیدی است. شاهرخ خسـروانی، قائم مقام مدیرعامل شرکت ملی پالایش‌وپخش درباره بالا بـودن نرخ خـوراک صنعت قیر به «فرصـت امروز» می‌گوید: «این موضـوع صحت ندارد و این را به‌شدت رد می‌کنیم چرا که ما متناسب با فرمول مصوب شرکت پالایش و پخش توسـط شرکت پخش، ماهانه قیمت‌گذاری V.B می‌کنیم و حتی بر مبنای تغییرات بازار نیـز نرخ خـوراک به‌صورت هفتگی اعلام می‌شود.»

وی همچنیـن می‌گویـد: «عدم موفقیـت تولیدکنندگان در صـادرات قیر هیـچ ارتباطی به مـا نـدارد و باید نسـبت به حل مشـکلات در جـای دیگر اقدام شـود.» اما حسن تاجیک، رئیس کمیسـیون قیـر اتحادیه صادرکننـدگان فرآورده‌هـای نفتـی کـه سـابقه حضـور در شـرکت پالایـش و پخش را نیز دارد، با اشاره به اینکه مشکلات تولیدکنندگان بزرگ قیر فعالیت و شـیطنت‌های شـرکت‌های کوچـک در ایـن حوزه اسـت، به «فرصـت امـروز» می‌گوید: «متاسـفانه آنچـه قیر ایـران را به خاک سـیاه نشـانده اسـت، سیاست‌های اشتباه شرکت ملی پالایش و پخش است که قیمت V.B را بالاتر از قیمت استاندارد ارائـه می‌کند. این سیاسـت در کنـار سـایر مشـکلات موجب شـده تا بازار ۱,۵میلیارد دلاری قیـر را از دسـت بدهیم. این در حالی‌اسـت که قرار بود امسـال ۱۰درصد درآمدهای ارزی کشور در ایـن زمینه افزایـش یابد، اما بـا توجه به شـرایط پیش آمده تحقق آن دور از ذهن است.»

وی در تشـریح مشکلات دیگر صنعت قیـر به عرضـه محصول توسط شرکت‌های کوچک بیش از توان‌شان اشاره می‌کند و می‌افزاید: «شـرکت‌های کوچـک قیمـت قیر را بالاتـر از قیمت بین‌المللی خریداری می‌کنند و بعد از صدور مجوز، محصول خریداری شده را به دلیل گران بودن باطل می‌کنند. در این شرایط شرکت‌های کوچک با شیطنت تمام قیری که متعلق بـه شـرکت‌های اصلـی داخلی نیسـت با در دست داشتن مجوز بورس بـه فروش می‌رسـانند به همین دلیل شـرکت‌های بزرگ فعال در حوزه قیر به مشکل جدی برخورد کرده‌اند که موجب شـده حتی یکی از شـرکت‌های اصلی تولیدکننـده از پا درآید و موجب بدنامی قیر ایرانی نیز شود.»

تعیین قیمـت ماهانه خوراک قیر از سـوی شـرکت پالایش و پخش آن‌هـم در شـرایطی که قیمت نفت کاهش یافته اسـت، موجـب شـده خسـارت زیادی بـه تولیدکننـدگان وارد شـود. تاجیـک در این بـاره می‌گوید: «کارشناس شـرکت ملی پخش قیمت‌گذاری می‌کند اما شرکت پالایـش و شـرکت ملـی نفت قیمت را نهایی می‌کند. مشـکل اینجاسـت با کاهش قیمت نفت خـام و تعییـن یک ماهـه نرخ خـوراک کمپانی‌هـای بـزرگ زیـان‌ده می‌شـوند. از ایـن رو انتظار داریـم قیمت خوراک در ماه چندین بار تغییر کند.»

وی در پاسـخ به این پرسـش کـه آیا شـرکت پالایش و پخش قصد تغییر سیاسـت خود را برای حل مشکلات قیر ندارد، می‌گوید: «زمانی به دلیل اینکه پالایشگاه‌ها متعلـق بـه ایـن شـرکت بـود می‌توانستند در هر زمینه‌ای ورود کننـد اما امروز دیگـر نباید تنها مرجع تعیین‌کننده باشـد و باید از کارشناسـان و تولیدکنندگان فرآورده‌هـای مختلـف نفتی در تعییـن نرخ خـوراک نظرخواهی شود.»

در همیـن ارتبـاط محمـد ابراهیمـی، کارشـناس و تولیدکننده فعـال در حوزه قیر نیز موافق با نظر حسـن تاجیک در خصـوص قیمـت V.B بـه «فرصت امروز» می‌گوید: «آنچه موجب شـده صـادرات قیر در کشـور با مشـکل مواجه شود، سیاست‌های شـرکت پالایش و پخش اسـت که خوراک را بیش از قیمت واقعی به تولیدکنندگان ارائه می‌دهد و این مسئله موجب شـده تا قیر با قیمـت بالا تولید وصـادر شـود و در نتیجه قیر با کیفیـت ایرانی نتوانـد در کنار رقبای خارجی تخفیف معناداری بدهـد و در نتیجـه بازارهـای موجود را از دست بدهد.»

وی با اشاره به اینکه قیر ایرانی در تامین بازارهای منطقه و حتی کشـورهای دنیا سـهم و جایگاه خاصـی دارد، می‌گویـد: «ایران یک چهارم از سـهم قیر داخلی را برعهـده دارد و نمی‌توان آن را به راحتی حذف کرد اما با شناسایی مشـکلات داخلی از جمله قیمت خـوراک می‌تـوان این سـهم را کاهـش داد. در این میان حضور بیش از ۶۰ شـرکت تولیدکننده قیر و ورود آنهابه صادرات موجب شده کیفیت قیر کاهش یابد.»

ابراهیمی در ادامه صحبت‌های خود بـه سیاسـت‌گذاری وزارت صنعت در صدور مجـوز فعالیت برای شرکت‌های درخواست‌کننده واحدهای قیرسـاز اشاره می‌کند و می‌گوید: «چندیـن برابر V.B موجود در بازار پروانه بهره‌برداری و مجـوز صـادر شـده اسـت و این مسـئله موجب شـده دست بالای دسـت زیاد باشد. معتقدم آنچـه می‌تواند مشـکل کنونی را حل‌وفصل کنـد، ایجاد برندینگ در حوزه قیر اسـت تا شرکت‌های خارجـی نیـز بداننـد کـه برای خرید قیـر چه باید کنند و از چه شرکت‌هایی خرید کنند. این رویه در ترکیه وجود دارد.»

این کارشناس درباره تاثیرات لغو تحریـم و رونـق یافتن قیر ایرانـی در بازارهـای بین‌المللی نیـز می‌گوید: «برخی از تاثیرات مثبـت دوران پسـاتحریم در بخش نقل و انتقـال کالا و پول اسـت که به نوعی موجب شده تـا هزینه‌های صـادرات افزایش یابد. همچنین برخی از بازارهای هدف از جمله کشورهای اروپایی به دلیل ممنوعیت مبادله با ایران از دسـت رفته بود که در دوران پساتحریم می‌توان با برنامه‌ریزی به آن دسـت یافت. بدون شک لغـو تحریم‌هـا می‌تواند موجب رونق مجدد قیر باکیفیت ایرانی شـود به شـرط اینکـه بتوانیم مشکلات را مرتفع کنیم.»

وی معتقد است حداقل شش ماه زمان نیاز است تا بتوانیم در بخش بین‌المللی موفقیت‌های از دسـت رفته در حوزه قیر را احیا کنیم اما مشـکلات داخلی باید اولویت اصلی باشد.

شـاهرخ خسـروانی، قائـم مقـام مدیرعامل شـرکت ملی پالایش‌وپخـش ضمـن رد بـالا بـودن نـرخ خـوراک تولید قیر به «فرصـت امـروز» می‌گوید: «ایـن موضـوع صحت نـدارد و ایـن را به‌شـدت رد می‌کنیـم چرا که ما متناسـب بـا فرمول مصوب شـرکت پالایش و پخش توسـط شـرکت پخش، ماهانه قیمت‌گـذاری V.B می‌کنیم و حتی بر مبنای تغییرات بازار نیز نـرخ خوراک به‌صـورت هفتگی اعـلام می‌شـود.» وی همچنین می‌گویـد: «عـدم موفقیـت تولیدکننـدگان در صادرات قیر هیـچ ارتباطی به ما ندارد و باید نسبت به حل مشکلات در جای دیگر اقدام شود.»

نفت ۱

یک مقام وزارت نفت اعلام کرد

خرید کالاهای نفتی خارجی بدون مناقصه ممنوع شد

یک مقام مسئول با اشاره به درخواست خارجی‌ها برای صادرات کالاهای نفتی به ایران، گفت: واردات هرگونـه کالا و تجهیـزات خارجی بـدون برگزاری مناقصـه به صنایع نفت، گاز و پتروشـیمی کشـور ممنوع شـد. بـه گزارش ایرنـا، علی آقـا نجفی در نخسـتین همایش «آنالایزرهای فرآیندی؛ چالش‌ها و راهکارهـا» با تشـریح جایگاه ایـن تجهیزات در صنعـت نفت افـزود: اکنون نوعـی دوگانگی درباره سـاخت داخل شـکل گرفته اسـت. معـاون اداره کل سیاسـت‌گذاری و برنامه‌ریـزی سـاخت داخل و خودکفایـی وزارت نفـت اضافه کرد: از یک سـو سیاسـت‌های کلی اقتصاد مقاومتی بر اسـتفاده از توان داخلی تاکید دارد و از سـوی دیگر، براسـاس قانـون مناقصـات باید بهتریـن و بـا کیفیت‌ترین محصولات به کار گرفته شود.

آقانجفـی به تغییر شـرایط کشـور اشـاره کرد و گفت: در گذشـته زمانی که از یک شـرکت خارجی می‌خواسـتیم فناوری خود را به داخل کشور منتقل کند و کارشناسـان ایرانـی را آموزش دهد، کسـی اسـتقبال نمی‌کرد، اما امروز وضعیت دگرگون شـده اسـت. وی اضافه کـرد: امروز سـازنده‌های خارجی، پیشـنهادهای جذابی را ارائه کرده و تنها شرط‌شان این اسـت که تضمین بدهیم، حتما از آنها تجهیزات خریـداری کنیم. معاون اداره کل سیاسـت‌گذاری و برنامه‌ریزی سـاخت داخل و خودکفایی وزارت نفت ادامه داد: اما براساس قانون مناقصات چنین تضمینی را نمی‌توانیـم بدهیـم و بایـد مناقصه برگزار شـود. آقانجفی با بیان اینکه حتی شـرکت‌های داخلی نیز درباره موضوع‌هایی صحبت می‌کنند که در گذشـته سابقه نداشته اسـت، افزود: این شرکت‌ها با مراجعه بـه وزارت نفـت از ما می‌خواهند کـه زمینه را برای صـادرات محصولاتشـان فراهم کنیـم در حالی که در گذشـته این‌گونه نبود و شـرکت‌ها هدف‌گذاری صادراتی نداشتند.

وی اضافه کرد: در گذشـته شـرکت‌های داخلی دنبـال رانـت بودند، اما امـروز می‌خواهنـد که در بـازاری رقابتی فعالیت کنند. عباس شـعری مقدم، عضو هیات‌مدیره شـرکت ملی صنایع پتروشـیمی ایران نیز در این همایش گفت: صنعت پتروشـیمی به دلیل نقشـی کـه در جلوگیری از خام‌فروشـی، اشـتغال آفرینی و ایجاد ارزش افزوده دارد، به‌عنوان یک صنعت برتر در کشور شناخته می‌شود.

وی بـا بیـان اینکـه ایـن صنعـت می‌توانـد در پساتحریم به‌عنوان یک صنعت پیشرو فعالیت کند، افزود: شرکت‌های خارجی به‌شدت در سرمایه‌گذاری در صنعت پتروشیمی اسـتقبال کرده‌اند، به‌گونه‌ای که تقاضای حضور در این صنعت از سایر بخش‌های اقتصادی بیشتر بوده است.

سرپرست پایانه نفت و گاز سیری:

پایانه نفتی سیری آماده میزبانی نفتکش‌های اروپایی شد

سرپرسـت پایانه نفت و گاز سیری گفت: همزمان بـا لغـو تحریم‌هـای بین‌المللـی و احتمـال تردد کشـتی‌های نفتکـش خارجـی در پایانه‌های نفتی کشـور، هم‌اکنون پایانـه نفت و گاز سـیری آماده میزبانی نفتکش‌های اروپایی و آسیایی است.

حمیدرضـا کریمی در تشـریح آخریـن وضعیت توسعه پایانه‌های نفت و گاز سیری به‌عنوان دومین پایانه نفتی ایران پس از خارک در خلیج‌فارس، گفت: همزمان با لغو تحریم‌های بین‌المللی و احتمال تردد کشـتی‌های نفتکـش خارجـی در پایانه‌های نفتی کشـور، هم‌اکنون پایانـه نفت و گاز سـیری آماده میزبانی نفتکش‌های اروپایی و آسیایی است.

سرپرسـت پایانه نفت و گاز سـیری در شرکت نفت فـلات قاره ایـران با اعـلام اینکه بـا توجه به ایجاد زیرسـاخت‌های مناسـب، حتـی امکان پهلوگیـری و جداسـازی کشـتی‌های غول‌پیکـر نفت‌کـش VLCC بـا ظرفیـت بیـش از ۳۰۰ هـزار تـن در پایانه سـیری وجـود دارد، تصریح کرد: اسـکله‌های این پایانـه از آب‌خور ۳۲ متری برخـوردار بـوده و از ایـن رو محدودیتـی برای پهلوگیری کشـتی‌های نفتکش غول‌پیکر خارجی وجود ندارد.

این مقام مسئول با بیان اینکه هم‌اکنون ظرفیتی معادل ۴,۵میلیون بشـکه برای ذخیره‌سـازی انواع نفت خام در سـطح جزیره سیری فراهم شده است، اظهار داشـت: از ابتدای سـال‌جاری تاکنون به طور متوسـط ماهانه سه کشتی نفتکش در پایانه سیری پهلوگیری کرده‌اند و در مجموع سـالانه بین ۳۰ تا ۳۶ فروند کشـتی نفتکـش در این پایانـه اقدام به بارگیری نفت خام صادراتی کشور می‌کنند.

وی بـا بیـان اینکـه هم‌اکنـون در کنـار تـردد کشـتی‌های نفتکـش ایرانی، برخی از کشـتی‌های نفتکش چینی در پایانه نفتی سیری تردد می‌کنند، افزود: از نظـر عملیات دریایی و اجـرای طرح‌های عملیاتـی، هیچ‌گونـه مشـکلی بـرای پهلوگیری و جداسازی کشتی‌های نفتکش آسیایی و اروپایی در پایانه سیری وجود ندارد.

کریمـی از پایانه سـیری به‌عنـوان دومین پایانه بـزرگ نفتی کشـور در خلیج‌فارس پـس از پایانه خارک نام برد و افـزود: در حال حاضر، ظرفیتی به منظور پهلوگیری و جداسـازی ماهانه ۱۰ کشـتی نفتکش در پایانه نفت و گاز سیری وجود دارد.

صنعت غذا

دلالان و نبود الگوی کشت عاملان گرانی پیاز

قائم مقام خانه کشاورز، دلالان و نبود الگوی کشت را عامل گرانی پیاز در هفته‌های اخیر می‌داند و می‌گوید: اما میوه‌فروشان کمبود را دلیل این موضوع عنوان می‌کنند.

عنایت‌الله بیابانی، درباره عوامل گرانی پیاز به ایسنا گفت: کشاورزی و کشاورزان همیشه در معرض تهدیدات مختلفی از تغییرات اقلیمی و آب و هوایی تا دلالان و بازی‌های آنها با قیمت محصولات کشاورزی قرار دارند. وی افزود: سیب‌زمینی و پیاز دو محصولی است که به‌صورت روزانه مورد استفاده مردم قرار می‌گیرند و از سوی دلالان سیاست‌گذاری‌های بسیاری برای کنترل قیمت آن به نفع خودشان، صورت می‌گیرد. از سوی دیگر ساختار و الگوی کشت مناسبی در کشور نیز برای تولید این دو محصول وجود ندارد و نمی‌دانیم هر یک از محصولات را در چه فصلی، کجا و به چه میزان باید تولید کنیم تا در طول سال با نوسان تولید و قیمت آنها مواجه نشویم.

بیابانی با بیان اینکه در برخی مقاطع واردات سیب‌زمینی نیز صورت گرفته است، تاکید کرد: باید ساختار و الگویی مناسب برای تولید سیب‌زمینی و پیاز تعریف و تدوین شود و از سوی دیگر به‌گونه‌ای فرهنگ‌سازی کنیم که کشاورزان خود به این باور برسند که تولید چه محصولی در چه بازه زمانی برای آنها سود بهتر و بیشتری دارد. قائم مقام خانه کشاورز اظهار کرد: این مشکل ریشه‌ای در تولید و بازار سیب‌زمینی و پیاز با تقویت سیستم نظارتی، حل می‌شود و دستگاه‌های نظارتی باید در این زمینه کاری کنند که دست دلالان و واسطه‌های غیرضروری از بازار محصولات کشاورزی به نفع تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان قطع شود.

وی تصریح کرد: در حال حاضر، دلالان سیب‌زمینی بهاره را انبار می‌کنند و در هر زمانی که بخواهند و به تدریج آن را به‌گونه‌ای وارد بازار می‌کنند تا منافع‌شان تامین شود و قیمت آن را بتوانند در دامنه مورد رضایت خودشان کنترل کنند. در همین حال، حسین مهاجران، رئیس اتحادیه میوه و سبزی فروشان نیز در این باره اظهار کرد: به دلیل اینکه در سال گذشته پیازهای تولید شده از کشاورزان خریداری نشد و قیمت آن به دلیل عرضه بالا بسیار کاهش یافت، آنها اقدام به کاشت کمتر کردند و همین موضوع منجر به کمبود این محصول در سال جاری شد.

وی با بیان اینکه تا ۱۵ روز آینده قیمت‌ها متعادل می‌شود، افزود: خنکی هوا از دیگر عواملی بود که باعث شد پیاز در همه مناطق گرمسیری از جمله چابهار و بندرعباس به عمل نیاید و در حال حاضر قیمت هر کیلوگرم پیاز در میادین میوه و تره‌بار به ۴هزارتومان رسیده است.

رئیس سازمان حمایت اعلام کرد

کاهش عرضه دام باعث افزایش قیمت گوشت

رئیس سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان گفت: طبق اقدامات و کارشناسی‌های انجام شده سازمان، بحث صادرات و قاچاق دام زنده منجر به افزایش قیمت گوشت شده است.

سیدمحمود نوابی، معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت، در گفت‌وگو با ایسنا، درباره اینکه رئیس اتحادیه دامداران دلیل گرانی گوشت را وجود دلالان در بازار عنوان می‌کند، تاکید کرد: دوستان مقداری بدون مطالعه صحبت می‌کنند و بنده توصیه می‌کنم حتما قوانینی را که به آنها اختیاراتی داده مطالعه کنند. وی افزود: براساس قانون انتزاع موضوع تنظیم، تامین و نظارت بر بازار در اختیار وزیر جهاد کشاورزی و وزارتخانه تحت تصدی ایشان گذاشته شده و تمام کالاهای غذایی، لبنیاتی و گوشتی اعم از گوشت سفید و قرمز همه در اختیار وزارت جهاد کشاورزی است و سازمان حمایت به‌عنوان همکار وزارت جهاد کشاورزی در این زمینه فعالیت و خدمت‌رسانی می‌کند. رئیس سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان گفت: زمانی که کالا در بازار به میزان کافی تامین شود و کمبودی نداشته باشیم در آن زمان است که افزایش قیمت را می‌توان گرانفروشی دانست، اما مواقعی که کالایی در بازار تامین نمی‌شود و همین موضوع به کمبود و گرانی کالا منجر می‌شود نمی‌توان گرانی را «گرانفروشی» اطلاق کرد.

نوابی با بیان اینکه اگر به جای عرضه کافی گوشت، دام صادر شود شاهد گرانی خواهیم بود، تاکید کرد: زمانی‌که گوشت در بازار کم می‌شود، به دنبال عرضه کم و طبیعتا بالا رفتن تقاضا شاهد گرانی خواهیم بود.

این در حالی است که رئیس اتحادیه فروشندگان گوشت گوسفندی کاهش قیمت جهانی پوست و صادرات بیش از حد دام زنده را علت اصلی افزایش قیمت گوشت عنوان کرده است.

در همین حال، مدیرعامل اتحادیه سراسری دامداران کشور با بیان اینکه در حال حاضر گوشت مورد نیاز کشور تامین است، دلیل افزایش قیمت این محصول در روزهای اخیر را متاثر از افزایش تقاضا و سودجویی دلالان و واسطه‌گران عنوان کرد.

علیرضا عزیزاللهی، در گفت وگو با ایرنا درباره دلایل افزایش قیمت گوشت قرمز در روزهای اخیر افزود: افزایش و کاهش قیمت این محصول ارتباط چندانی با تولید و عرضه آن ندارد، زیرا این محصول به اندازه کافی در کشور تولید و بخش دیگر آن از طریق واردات تامین می‌شود.

صنعتگران در پساتحریم از دولت چه می‌خواهند؟

نیازمند برنامه‌ای بلندمدت و مدون هستیم

ساناز کلاهدوز
sanazkolahdooz@yahoo.com

پس از ۱۲ سال تحریم‌های ریز و درشت در کشور، بخش صنعت و تولید کشور یکی از بخش‌هایی است که بیشترین آسیب را از محدودیت‌ها، متحمل شد. اما با اجرای برجام و باز شدن راه‌های ارتباطی کاری و مالی با دنیا صنعتگران و تولیدکنندگان خواسته‌هایی از دولت و وزارت صنعت دارند که درباره این موضوع با «فرصت امروز» به گفت‌وگو پرداختند.

رضا چینی، مدیرعامل کارخانه آجر نماچین در گفت‌وگو با «فرصت امروز» درباره انتظارات صنعتگران و تولیدکنندگان از دولت و وزارت صنعت اظهار کرد: تدوین یک برنامه بلندمدت و مدون یکی از خواسته‌های اصلی صنعتگران کشور از دولت است. متاسفانه تا امروز برنامه‌های کوتاه‌مدت با ایجاد مشکلاتی در فعالیت‌های ما موجب تزلزل در روند کارهای ما شده است که نمی‌دانیم در این شرایط چه‌کار کنیم. اما اگر دولت همکاری‌های لازم را در این زمینه داشته باشد، می‌تواند کمک بسزایی به صنعتگران و تولیدکنندگان باشد.

او درباره محوریت این برنامه‌های بلندمدت می‌گوید: در همه زمینه‌ها باید برنامه‌ریزی بلندمدتی صورت گیرد، به‌عنوان مثال، تغییر برنامه‌های دولت برای همگامی با سند ۱۴۰۴ یکی از مباحثی است که باید به آن توجه ویژه‌ای صورت گیرد. به‌عنوان مثال، ما در یک سال یک‌میلیون واحد مسکونی می‌سازیم و در سال بعدی ۱۰۰ واحد که این تغییرات باعث ضربه به تولید کشور است. من معتقدم ما به این باور نرسیده‌ایم که می‌توانیم از رکود خارج شده و اقتصادی بدون تورم داشته باشیم.

چینی در ادامه در پاسخ به این سوال که آیا صنعت و تولید ما به نقطه مورد نظر در سال ۱۴۰۴ می‌رسد یا خیر؟ ادامه داد: ایران هرفعالیت نشدنی را انجام داده است و با حفظ شرایط موجود و با توجه به الگوی اقتصاد مقاومتی می‌توانیم به راحتی عقب‌ماندگی‌های‌مان را جبران و حتی پیشرفت چشمگیری داشته باشیم.

هموار شدن راه‌ها با اجرای برجام

غلامرضا محمدی‌پور، مدیرعامل شرکت امید فنر درباره خواسته‌های خود از دولت به‌عنوان یک صنعتگر اظهار می‌کند: برخلاف انتظار همه مردم و مسئولان، دوران پسابرجام مشکلات ما را حل نخواهد کرد و فقط راه ما را هموار می‌کند. مشکل اصلی ما این است که نرخ سود بانکی فعلی برای صنعت کشور بالا است و تولیدکننده و صنعتگر نمی‌تواند با این ارقام نرخ سود بانکی فعالیت کند. علاوه بر این موضوع بحث تسهیل قوانین تصویبی در مجلس شورای اسلامی در زمینه قوانین مربوط به تولید و صنعت است. او درادامه درباره رسیدن صنعت کشور به افق ۱۴۰۴ می‌گوید: ما با معیارهای لازم برای رسیدن به این سند فاصله داریم اما باید تمام تلاش خود را برای رسیدن به نقطه مورد نظر جلب کنیم و تنها راه ما در این زمینه عزم ملی و فرهنگ‌سازی برای بهبود ساختار صنعتی کشور است. با توجه به اینکه ما درتمام لایه‌های کشور مشکل فرهنگی و ساختاری داریم، اغلب مشکلات ما ناشی از این موضوع است و تا زمانی که اصلاحی در این زمینه ایجاد نشود، قانون و لایحه‌های تصویب شده در مجلس شورای اسلامی امکان اجرا و عملیاتی شدن را نخواهد داشت. اما امیدوار هستیم با اصلاح ساختار و قوانین تصویبی و همکاری همه بخش‌های کشور به سند ۱۴۰۴ برسیم.

صنعتگران را چوب نزنید

ابراهیم طاهرخانی، معاون شرکت صنایع سیمان زابل از جمله صنعتگرانی است که معتقد است، دولت در برخی مواقع با اقداماتی موجب اختلال در فعالیت‌های آنها می‌شود او ادامه داد: به‌عنوان صنعتگری که در یکی از محروم‌ترین استان‌های کشور فعالیت می‌کنیم، خواسته جدی ما از دولت و ارگان‌هایی که باید همیار و کمک‌رسان صنعت کشور باشند این است که اگر فضای کمک به نفع صنعت کشور نیست، صنعتگر و تولیدکننده را چوب نزنند. او در ادامه می‌گوید: ما در استانی فعالیت داریم که شامل معافیت مالیاتی است اما نکته جالب توجه این است که هیچ سالی نیست که ما مشکلات مالیاتی نداشته باشیم. طاهرخانی درباره برنامه‌های این شرکت در دوران پساتحریم با توجه به افق ۱۴۰۴ می‌افزاید: انتظار داریم دولت موانع فعالیت را از پیش روی صنعتگران به‌ویژه متولیان حمایت از ایجاد بنگاه‌های صنعتی را بردارد و براساس تجربیات چند ساله ما اگر ادامه کار را برعهده خود استان و فعالان آن بگذارند به طور حتم نتیجه بهتری خواهد داشت. به گزارش «فرصت امروز»؛ صنعتگران کشور معتقدند با کاهش دخالت‌های دولت و سایر نهادهای ذی ربط، امکان فعالیت‌های بخش خصوصی بیشتر خواهد شد تا صنعت کشور بتوانند با اتکا بر توانایی‌های خود و امکان ارتباط با دنیا در پساتحریم به افق موردنظر در سند چشم‌انداز ۲۰ساله برسد.

گزارش ۲

بررسی دلایل رشد منفی صنعت

سال آینده، رونق به صنعت بازمی‌گردد؟

عسل داداشلو
dadashloo@gmail.com

پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی هفته گذشته در گزارشی رسمی اعلام کرد، رشد صنعت برای سومین فصل متوالی منفی شده و به نظر می‌رسد این رشد در پایان سال نیز همچنان علامت منفی را کنار خود داشته باشد، با این حال وزیر صنعت به بازگشت رونق به صنعت در سال آینده خوشبین است، اما آیا سال ۹۵ می‌تواند بهار رونق برای صنعت باشد؟

ابتدای سال جاری بود که محمدرضا نعمت‌زاده، با مثبت‌شدن رشد صنعت در سال گذشته، پیش‌بینی کرد که تا پایان امسال بخش صنعت به رشد مثبت ۳درصد خواهد رسید. حالا پس از آخرین آمار مرکز آمار ایران که برای بهار سال جاری منتشر شد و با استناد بر آن رشد بخش صنعت نسبت به مدت مشابه سال گذشته به عدد منفی ۲ رسیده بود، پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی، در گزارشی اعلام کرده است: «که رشد بخش صنعت کشور برای سومین فصل متوالی، منفی شده و با توجه به روند واردات کشور، به نظر می‌رسد زمستان نیز این رشد منفی بوده و رکود هم تشدید شود.»

مسعود خوانساری، رئیس اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تهران درباره جزییات این گزارش که به سفارش اتاق بازرگانی تدوین شده است، گفته بود: «رشد تولیدات صنعتی در سومین فصل سال ۹۴ در مقایسه با فصل پاییز سال ۹۳ منفی ۲۴.۸درصد شده است که حکایت از بروز رشد زیر صفر تولیدات صنعتی در سومین فصل متوالی دارد. شاخص تولیدات صنعتی برای ۹ ماهه سال ۹۴ معادل ۱۱درصد رشد منفی را نشان می‌دهد، ضمن اینکه رشد فروش واحدهای صنعتی در ۹ ماهه سال ۹۴نسبت به مدت مشابه سال قبل، با رشد منفی ۱۹درصدی مواجه بوده است.»

در حالی آمارها از منفی شدن رشد بخش صنعت خبر می‌دهند که گزارش سالانه بانک مرکزی برای سال ۹۳ نشان از رشد ۶/۷درصدی تولیدات در کارگاه‌های بزرگ تولیدی نسبت به سال ۹۲ داشت. حالا با توجه به موارد ذکر شده، دو نکته قابل‌بررسی است؛ نخست اینکه علت رشد منفی بخش صنعت با وجود رشد مثبت درسال پیش از آن چه می‌تواند باشد؟

رکود به رشد منفی منجر شد

محمدقلی یوسفی، اقتصاددان، در پاسخ به این پرسش به «فرصت امروز» می‌گوید: «وضعیت رکودی طی سال‌های مختلف در بخش‌های صنعت و کشاورزی طی سال‌های مختلف تداوم داشته است و باوجود تلاشی که سیاست‌گذاران برای نشان رشد مثبت صنعت داشته‌اند، از همان ابتدا مشخص بود که سیاست‌های اتخاذ شده این بخش را به قهقرا می‌برد، زیرا سیاست‌های اقتصادی به‌شدت بی‌ثبات، ضد تولید و گذرا بودند و به هیچ عنوان با ویژگی‌های اقتصادی ایران متناسب نبودند. در این سیاست‌گذاری‌ها به هیچ عنوان به ریشه مشکلات توجه نشده بود و کارشناسان از همان ابتدا هشدار می‌دادند. اما متاسفانه از آنجا که تمام تلاش دولت در جمع‌آوری منابع بود، بخش‌های تولیدی در مضیقه تامین مالی ماندند. همین موضوع موجب شد که بخش‌های تولیدی قادر به تامین اعتبار نباشند و هزینه تامین اعتبار برای آن بسیار زیاد تمام شود.»

او می‌افزاید: «بی‌ثباتی در سیاست‌های پولی و سیاست‌های غلط بانک مرکزی به مشکلات رکود تورمی در کشور دامن زد. همه این موارد موجب شدند که انگیزه کسب‌وکار از صنعتگران گرفته شد. همچنین میزان سرمایه‌گذاری که برنامه‌ریزی شده بود با چیزی که تحقق پیدا کرده، فاصله فاحشی دارد و بیش از ۸۰درصد از سرمایه‌گذاری‌ها تحقق پیدا نکرد بنابراین طبیعی بود که همه این عوامل اثرات منفی خود را روی تولید بگذارد.»

یوسفی با تاکید بر اینکه صنایع در حال از دست رفتن هستند، تصریح می‌کند: «صنایع تولیدی به دلیل دچار شدن به بیماری رکود تورمی در حال از بین رفتن هستند و بازگرداندن این صنایع دیگر امکان‌پذیر نیست. در این شرایط دولت برای اینکه از تعرفه واردات درآمد کسب کند و قیمت‌ها را پایین بیاورد، به واردات دامن زد که موجب رقابت نابرابر با تولیدات داخلی شد.»

علیرضا پورفرج، کارشناس اقتصادی اما رکود را دلیل اصلی این رشد منفی می‌داند و در این زمینه در گفت‌وگو با «فرصت امروز» بیان می‌کند: «حجم واردات بیش از حد، کاهش قدرت خرید مردم، بی‌ثباتی در سیاست‌های اقتصادی، رکود ایجاد شده در اثر پسابرجام از جمله دلایل این رشد منفی است. رکودی که در سال جاری بر صنایع حاکم شد، صنایع را ناچار کرد به دلیل کاهش تقاضا، تولید خود را کاهش دهند که همین کاهش تولید به رشد منفی منجر می‌شود.»

زمستان؛ فصل رونق صنعت

وضعیت رکود تورمی به‌شدت عمیق شده و با توجه به آنچه که گفته شد، دلیل اصلی رشد منفی تولید به همین شرایط رکودی برمی‌گردد که تولیدکنندگان را ناچار کرده تولیدات خود را کاهش دهند. همچنین شرایط پسابرجام رکود انتظاری را در افکار عمومی ایجاد کرد که موجب به تعویق افتادن تقاضا و تشدید شرایط رکودی در اقتصاد شد. اکنون با توجه به اینکه اجرای برجام آغاز شده و از سوی دیگر شورای پول و اعتبار درصدد کاهش نرخ بهره بانکی است؛ می‌توان امیدوار بود که به گفته وزیر صنعت رونق از سال آینده به صنایع بازگردد؟

یوسفی در این زمینه اظهار می‌کند: «اینکه آرزو کنیم خیلی خوب است اما شرایط موجود اقتصادی ایران، این پیش‌بینی را دشوار می‌کند. ما در سال آینده با مجلس تازه روبه‌رو هستیم که خودش به بی‌ثباتی قوانین منجر می‌شود. از سوی دیگر ما سال آینده انتخابات ریاست جمهوری آمریکا را داریم که خودش تضمین اجرای برجام را با ابهام روبه‌رو می‌کند. بنابراین رسیدن به چنین پیش‌بینی با این شرایط کمی دشوار است اما تنها چیزی که می‌تواند رشد صنعتی را در ایران مثبت کند، انجام سرمایه‌گذاری خارجی و حضور بالفعل این سرمایه‌گذاران است که زمان‌بر است. همچنین اقدام شورای پول و اعتبار گامی در جهت اصلاح سیاست‌های پولی گذشته است که نیاز دارد با سایر سیاست‌ها همراه شود.»

پورفرج اما امیدوار است که در شش ماهه دوم سال ۹۵ آثار رشد مثبت صنعتی مشهود خواهد شد. او در این باره اظهار می‌کند: «پیش‌بینی من این است که در سه ماهه دوم سال ۹۵ نرخ رشد منفی کاهش پیدا می‌کند و در شش ماهه دوم ما شاهد آثار نرخ رشد مثبت در صنعت خواهیم بود. اما این رشد مثبت بسیار خفیف است.»

اکنون صنعت با مشکلات سرمایه در گردش روبه‌رو است که دولت قصد دارد با کاهش سود بانکی آن را کمی برطرف کند، از سوی دیگر تحریم‌ها نیز به‌عنوان یک مشکل اصلی دیگر از سر راه تولید برداشته شده است. اما همچنان موضوع واردات رسمی و غیررسمی، قوانین بی‌ثبات و موارد دیگر سنگ سر راه تولید هستند، با این اوصاف می‌توان امیدوار بود که شاید زمستان سال دیگر برف رونق بر سر صنایع ببارد.

معدن

رئیس خانه معدن ایران: به دنبال بازارهای جدید هستیم

رکود، حاصل مدیریت غلط سال‌های گذشته است

رئیس خانه معدن ایران گفت: رکود با برجام به پایان نمی‌رسد، زیرا این رکود حاصل مدیریت نادرست چندین ساله است و بالطبع سال‌ها طول خواهد کشید تا ما از این وضعیت خارج شویم.

محمدرضا بهرامن در گفت‌وگو با ایلنا در خصوص قرار دادهایی که این بخش در زمینه معدن از زمان لغو تحریم‌ها تاکنون منعقد کرده است، گفت: مهم‌ترین فعالیت گروه معدنی کشور در سفر رئیس‌جمهور به فرانسه و ایتالیا رخ داد.

وی ادامه داد: بخش معدنی ایران در این سفر حضور پررنگی داشت. در مورد قراردادها نیز در بخش معدن تماما منافع ملی کشور حفظ شد، زیرا ما در یک شرایط عادی در حال انعقاد قرارداد بودیم و دیگر شرایط بحرانی قبل وجود نداشت که طرف مقابل برای ما شرط و شروطی قرار دهد.

وی با اشاره به اهداف معدنکاران ایرانی از این سفر گفت: فعالان این حوزه بیشتر از آنکه به دنبال واردات تکنولوژی باشد به دنبال بازار و ارزش افزوده است و ما ترجیح می‌دهیم شریکی داشته باشیم که برای ما بازار ایجاد کند.

بهرامن در خصوص بازگشت رونق و فعال شدن دوباره این بخش از صنعت کشور گفت: رکود با برجام به پایان نمی‌رسد، زیرا این رکود حاصل مدیریت نادرست چندین ساله است و بالطبع سال‌ها طول خواهد کشید تا ما از این وضعیت خارج شویم. ما باید با عینک واقع‌بینی به این موضوعات نگاه کنیم و خودمان را گول نزنیم.

مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران عنوان کرد

ثبات قیمت زمین؛ مشوقی برای جذب سرمایه‌گذاران

مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران گفت: در سال آینده در شهرک‌ها و نواحی صنعتی مناطق کمتر توسعه‌یافته ثبات قیمت زمین به‌عنوان مشوقی برای جذب سرمایه‌گذار و خروج از رکود مدنظر ما خواهد بود، ضمن اینکه یکی از ماموریت‌های ما در سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران، فراهم ساختن زیرساخت‌ها، متناسب با تامین منابع، داخلی و عمومی خواهد بود.

به گزارش روابط عمومی و بین‌الملل سازمان صنایع کوچک، علی یزدانی، در گردهمایی ذی‌حسابان و مدیران مالی سراسری این سازمان در سالن جلسات شرکت شهرک‌های صنعتی خوزستان در اهواز بیان کرد: بیش از ۷۰ شهرک و ناحیه صنعتی در خوزستان وجود دارد که امیدواریم با فراهم شدن زیرساخت‌ها در این نواحی و شهرک‌ها، امکان توسعه بیش از پیش استان در حوزه صنعت فراهم شود.

یزدانی افزود: با توجه به اینکه بیش از ۸۸هزار واحد صنعتی فعال با پروانه بهره‌برداری (۲۲۰۰ واحد در استان خوزستان) و در حوزه خوشه‌های صنعتی در بحث اتحادیه‌های صنفی ۸۱۰۰ اتحادیه صنفی (۴۹۰ اتحادیه در خوزستان) وجود دارد، باید این واحدها را حداقل به ظرفیت اسمی‌شان رساند و در کنار ساخت زیرساخت‌ها سعی شود واحدهای نیمه فعال را فعال و واحدهای فعال را به توسعه رساند.

مدیر عامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران با تاکید بر جذب منابع دیگر برای توسعه شهرک‌ها بیان کرد: با توجه به اینکه در کل کشور بیش از ۹۷هزار و ۸۰۰ واحد صنعتی وجود دارد که مجوز تاسیس گرفته‌اند، رسالت ما، هدایت سرمایه‌گذاران به سمت شهرک‌های صنعتی است؛ به شکلی که هم آرامش سرمایه‌گذار و هم بهره‌برداری بهینه از زیرساخت‌های ایجاد شده را موجب شود.

وی اضافه کرد: یقینا در نشست‌های تخصصی بعدی در دیگر حوزه‌ها، در جهت فراهم شدن مشوق‌هایی برای توسعه سرمایه‌گذاری در اقصی نقاط کشور تلاش خواهیم کرد و امیدوارم در سال ۹۵ شاهد رونق امیدبخشی در مجموعه شهرک‌های صنعتی کشور باشیم.

وی افزود: باوجود اینکه سال جاری از جهت وصول منابع عمومی، در سطح کشور سال سختی بود، هیچ توقفی در نواحی و شهرک‌های صنعتی نداشتیم و در ادامه سیاست‌های‌مان در سال آینده قطعا مشارکت بخش خصوصی، به‌ویژه تشکل‌ها را به طور جدی در مجموعه شرکت‌های استانی و سازمان خواهیم داشت.

مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران خبر از اتخاذ تصمیماتی در جهت بخشودگی بخشی از جرائم مربوط به بدهی معوقه سرمایه‌گذاران داد و گفت: در سال آینده بخشنامه‌ای در جهت بخشودگی جرائم مالیاتی سرمایه‌گذاران واقعی که قصد سرمایه‌گذاری دارند اما به دلیل عدم تادیه تعهدات‌شان در موعد مقرر امکان سرمایه‌گذاری ندارند، ابلاغ خواهد شد.

خبرنامه

حمایت رئیس کل بانک مرکزی از تصمیم بانک‌ها برای کاهش نرخ سود بانکی

رئیس کل بانک مرکزی از مدیران عامل بانک‌های دولتی، خصوصی و موسسات اعتباری خواست از روز اول اسفند به نرخ سود سپرده‌ها و تسهیلات توافق شده، پایبند ومتعهد باشند و از افتتاح حساب‌های سپرده یک ساله بالاتر از ۱۸ درصد و حساب‌های کوتاه‌مدت بالاتر از ۱۰ درصد خودداری کنند.

به گزارش روابط عمومی بانک مرکزی، ولی‌الله سیف که در نشست مدیران عامل بانک‌های دولتی و خصوصی سخن می‌گفت، با بیان اینکه با کاهش تورم باید نرخ سود بانکی نیز نزولی شود، افزود: منفی بودن سودهای بانکی در طول سال‌های بعد از انقلاب به استثنای برهه‌های کوتاه، مشکل نظام بانکی بوده است، اما اکنون باتوجه به کنترل تورم دردامنه ۱۳ درصد، پرداخت سودهای بالاتر از درصد توافق شده به سپرده‌های بانکی، غیرمنطقی و فاقد توجیه اقتصادی است. وی با تاکید مجدد بر اینکه مدیران عامل بانک‌ها به توافق خویش در خصوص کاهش نرخ سپرده‌های بانکی و تسهیلات پایبند باشند، افزود: انتظار می‌رود ضوابط بانک مرکزی و خطوط قرمز این نهاد سیاست‌گذار حفظ شود. البته خوشبختانه نشست شورای بانک‌های خصوصی و دولتی و انتشار توافق‌نامه در خصوص کاهش نرخ سپرده‌ها مطلوب و موید این موضوع بوده و در شرایط حاضر، فضای مثبت ایجاد کرده است. سیف با تایید تصمیمات اتخاذ شده بانک‌ها درباره نرخ سود سپرده‌های بانکی در جلسه شب گذشته شورای پول و اعتبار، خاطرنشان کرد: شورای پول و اعتبار و بانک مرکزی از مواضع بانک‌ها حمایت می‌کند اما باید در اطلاع رسانی، همه جوانب در نظر گرفته شود و نباید سپرده‌گذاران احساس کنند به نفع بانک‌ها و به ضرر آنها تصمیم گرفته شده است. بلکه هدف اصلی این بوده که نرخ سود تسهیلات کاهش پیدا کند و تولید از این اقدام منتفع شود. رئیس شورای پول و اعتبار با تصریح اینکه همه بانک‌ها باید با عمل به توافق خود از خدشه‌دار شدن اعتبار نظام بانکی جلوگیری کنند، گفت: نباید با تفسیرهای شخصی و سلیقه‌ای حیثیت نظام بانکی را تضعیف کنند ضمن آنکه آرامش در اقتصاد مهم‌ترین اصل برای بانک مرکزی است و همگان باید این اصل را در اظهارنظرها و تصمیم‌ها لحاظ کنند. سیف ضمن تشکر از مدیران عامل بانک‌ها برای همگرایی در خصوص کاهش نرخ سود سپرده‌ها، افزود: در روز اول اسفند بانک‌ها از افتتاح حساب‌های سپرده یک ساله بالاتر از ۱۸ درصد جدا خودداری کنند، همچنین تمام سپرده‌های قبلی که مغایر این تقسیم‌بندی عمل می‌کرد، یعنی مثلا به اسم یک ساله باز شده ولی اجازه کاهش و افزایش دارند نیز از حالت یک‌ساله خارج و به سپرده کوتاه‌مدت سه ماهه تبدیل شود و در نتیجه نرخ سود آنها حداکثر ۱۰ درصد خواهد بود.

تبانی یا تصمیم هماهنگ بانک‌ها برای پایان دادن به رکود اقتصادی کشور؟

ساز ناکوک شورای رقابت برای کاهش نرخ سود

نسیم نجفی
nasim64najafi@gmail.com

براساس توافق صورت گرفته توسط شورای هماهنگی بانک‌ها و مدیران عامل بانک‌ها، نرخ سود سپرده‌های بانکی از امروز به ۱۸ درصد و نرخ سود تسهیلات به ۲۰ درصد کاهش پیدا می‌کند.

به گزارش «فرصت امروز» در حالی که بانک‌ها آستین بالا زده‌اند تا نرخ سود بانکی را کاهش دهند، شورای رقابت با انتقاد از توافق صورت گرفته توسط بانک‌ها که به تایید شورای پول و اعتبار رسیده است اعلام کرد که به این موضوع ورود می‌کند و توافق صورت گرفته را یک نوع تبانی اعلام کرد.

شیوا، رئیس شورای رقابت گفت: شورای رقابت درصدد است به این موضوع ورود پیدا کند.

تصمیم اخیر شورای هماهنگی مشترک مدیران بانکی برای نرخ‌های سود بانکی خلاف ماده ۴۴ قانون اصل ۴۴ است. نباید یک عده تولیدکننده با توافقی جمعی اقدام به تعیین قیمت یک کالا کنند و این یک تبانی به حساب می‌آید.

شیوا اضافه کرد: شورای پول و اعتبار موافق تعیین نرخ به‌صورت دستوری نیست اما نباید در این رابطه سیستم بانکی با در نظر گرفتن منافع خود تصمیمی برای کاهش نرخ سود تسهیلات بانکی بگیرد. بنده موافق کاهش نرخ سود سپرده بانکی هستم اما کنار آن باید تصمیم مناسبی هم برای کاهش نرخ تسهیلات بانکی گرفته شود.

تبانی به چه معناست؟

اگر چه ورود شورای رقابت به موضوع نرخ سود بانکی می‌تواند محملی قانونی داشته باشد اما ناهماهنگی دستگاه‌های مربوط در این رابطه می‌تواند نظام بانکی را دچار آشفتگی کند.

ماده قانونی که رئیس شورای رقابت از آن نام می‌برد، بدین شرح است: هر گونه تبانی از طریق قرارداد، توافق یا تفاهم (اعم از کتبی، الکترونیکی، شفاهی یا عملی) بین اشخاص که یک یا چند اثر زیر را به دنبال داشته باشد به نحوی که نتیجه آن بتواند اخلال در رقابت باشد ممنوع است:

مشخص کردن قیمت‌های خرید یا فروش کالا یا خدمت و نحوه تعیین آن در بازار به طور مستقیم یا غیرمستقیم.

- محدود کردن یا تحت کنترل در آوردن مقدار تولید، خرید یا فروش کالا یا خدمت در بازار.

- تحمیل شرایط تبعیض آمیز در معاملات همسان به طرف‌های تجاری.

- ملزم کردن طرف معامله به عقد قرارداد با اشخاص ثالث یا تحمیل کردن شروط قرارداد به آنها.

- موکول کردن انعقاد قرارداد به قبول تعهدات تکمیلی توسط طرف‌های دیگر که بنا بر عرف تجاری با موضوع قرارداد ارتباطی ندارد.

- تقسیم یا تسهیم بازار کالا یا خدمت بین دو یا چند شخص.

- محدود کردن دسترسی اشخاص خارج از قرارداد، توافق یا تفاهم به بازار.

- هم‌اندیشی برای جلوگیری از تصویب قانونی بلا اثر.

اما تبانی خواندن تصمیم بانک‌ها در حالی است که نظام بانکی تلاش کرده است تا به این وسیله از تصویب قانونی بلا اثر جلوگیری کند.

به گزارش «فرصت امروز» پیش از این به دلیل وجود موسسات مالی و اعتباری غیرمجاز و نرخ‌های سود بانکی غیرمتعارفی که به‌صورت دستوری به بانک‌ها تحمیل می‌شد، شرایطی را رقم می‌زد که منابع بانک‌ها در معرض تهدید قرار می‌گرفت و در عرصه عمل تصمیم‌های اتخاذ شده از سوی شورای پول و اعتبار به مصوباتی غیرکارا بدل می‌شد. انتقادات گذشته رئیس کل بانک مرکزی نسبت به عدم پایبندی بانک‌ها به نرخ سود بانکی به دلیل همین موضوع و دغدغه‌ای بوده است که بانک‌ها از جانب حرکت سپرده‌ها به سوی موسسات مالی و اعتباری غیرمجاز داشته‌اند.

اما در دور تازه کاهش نرخ سود بانکی که همزمان با کاهش نرخ تورم رخ داده است، بانک مرکزی با برگزاری چند نشست هم‌اندیشی با بانک‌ها تلاش کرد تا به نرخ سودی دست یابد که در آن همه جوانب و مسائل بانک‌ها دیده شود و در نهایت نرخی به تصویب برسد که قابلیت و کارایی در اجرا را داشته باشد. بر این اساس و با این استدلال تصمیم اخیر بانک‌ها و توافق صورت گرفته نه تنها مصداق تبانی نیست، بلکه حرکتی سودمند و در جهت منافع کلی اقتصاد کشور بوده است.

اقدامی مشترک برای پایان دادن به رکود

همتی، رئیس شورای هماهنگی بانک‌ها با پاسخ به اظهارات شیوا اعلام کرده است: سیستم بانکی علیه کسی تبانی نکرده است اگر اقدام مشترک برای کاهش نرخ تسهیلات و جلوگیری از رکود کسب‌وکار در کشور و تلاش مشترک برای کمک به رونق گرفتن اقتصاد را تبانی بنامیم، اشکالی ندارد.

وی به حاکمیت کشور در بخش پول یعنی شورای پول و اعتبار اشاره و تاکید کرد: این حاکمیت نشانه تصمیم درست بانک‌ها برای اقتصاد کشور است.

همتی گفت: واقعیت این است که با نرخ بالای تسهیلات، تولید در کشور راه نمی‌افتد و زمانی که نرخ تورم ۱۳ درصد است، بسیاری از کالاها روی دست تولیدکنندگان مانده است و تولیدکنندگان و فعالان به جای تولید سپرده کردن منابع خود در نزد بانک‌ها را ترجیح می‌دهند، این توافق می‌تواند سبب رونق کسب‌وکار در جامعه باشد.

وی افزود: همه بانک‌ها لازم است این توافق را رعایت کنند؛ دولت، بانک مرکزی و شورای پول و اعتبار مصمم هستند با بانک‌هایی که تخلف می‌کنند و این توافق را رعایت نمی‌کنند، مطابق مقررات برخورد کنند.

همتی اظهار کرد: فرصت تاریخی برای ایجاد رونق در کسب‌وکار و اصلاح امور اقتصادی کشور ایجاد شده و واقعیت این است که هر بانکی بخواهد نرخ سودهای بالاتر از توافق پرداخت کند، وضعیت ترازنامه‌ای خوبی نخواهد داشت.

مدیرعامل بانک ملی ایران در ادامه با تقدیر از برگزاری این همایش، به تبیین اهمیت نظام پیشنهادها در پیشبرد کار بانک‌ها پرداخت و ابراز داشت: برای موثر بودن نظام پیشنهادها در بانک‌ها باید ابتدا استراتژی‌های حرکتی بانک‌ها برای کارکنان تبیین شود تا آنها نیز بتوانند پیشنهادهای مفید و موثری برای بهبود امور بانک‌ها ارائه کنند.

وی گفت: همکاران سیستم بانکی باید از استراتژی‌ها، سیاست‌ها، برنامه‌ها و وضعیت ترازنامه‌ای بانک‌ها مطلع باشند تا پیشنهادهای آنها نیز موثر باشد.

همتی افزود: در کنار بررسی مسائل مبتلا به نظام پیشنهادها و نحوه ارتقای آن، باید ابتدا مسائل و مشکلات بانک‌ها به همکاران توضیح داده شود تا شناخت مناسبی از شرایط امروز بانک‌های خود داشته باشند و پیشنهادهای خوبی برای اصلاح امور بانک‌ها ارائه دهند.

حفاظت از منابع بانک‌ها، ایجاد آرامش در اقتصاد

به گزارش «فرصت امروز» اظهارات رئیس شورای رقابت در حالی علیه کاهش نرخ سود بانکی مطرح شده است که پس از ماه‌ها انتظار فعالان اقتصادی برای کاهش نرخ سود، فضای اقتصادی کشور می‌رفت تا جانی تازه بگیرد. ابعاد رکود حاکم بر اقتصاد کشور حکم می‌کند که در این شرایط همه از تصمیم بانک‌ها برای کاهش نرخ سود بانکی حمایت کنند. از طرف دیگر درست یا غلط منابع بانک‌ها به دلیل معوقات بانکی در وضعیت شکننده‌ای قرار دارد و کاهش نرخ سود بانکی باید با لحاظ کردن همه این جوانب باشد. کاهش یک‌باره نرخ سود بانکی بدون این ملاحظات می‌تواند بانک‌ها را در سونامی بحران منابع فروببرد و از آنجا که بانک‌ها اصلی‌ترین منبع تامین مالی هستند، بحران به کلیت اقتصادی کشور نفوذ پیدا می‌کند.

تجربه سکه طلا، نقشه راه تاسیس بازار آتی ارز در بورس کالا

رئیس کمیسیون صنعت و معدن اتاق بازرگانی گفت: با توجه به اینکه بورس کالای ایران تجربه راه‌اندازی معاملات آتی سکه را دارد و روزهای سرد و گرم نوسانات سکه را تجربه کرده است، می‌تواند با دارا بودن زیرساخت‌های لازم معاملات آتی ارز را نیز راه‌اندازی کند.

مهدی پورقاضی روز جمعه در گفت و گو با ایرنا افزود: بورس کالای ایران تجربه راه‌اندازی و پوشش ریسک نوسانات معاملات سکه را داشته و به همین دلیل قادر است معاملات آتی ارز را نیز راه‌اندازی کند. وی افزود: به نظر می‌رسد با راه‌اندازی معاملات آتی ارز، سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری در حوزه‌های مختلف شوند، چرا که ریسک نوسانات ارز از طریق بورس کالا پوشش داده می‌شود و جذابیت در سرمایه‌گذاری‌ها افزایش می‌یابد. عضو اتاق بازرگانی ایران در ادامه با اشاره به اینکه معاملات آتی ارز می‌تواند بر کنترل ارز در بازار آزاد نیز تاثیرگذار باشد، تاکید کرد: پوشش ریسک نوسانات نرخ ارز می‌تواند بر چرخه فعالیت‌های اقتصادی اثرگذار باشد و دورنمایی از بازار را به معامله گران ارائه کند.

نرخنامه

دلار ۳,۴۹۴ تومان

صرافان بازار ارز و سکه نرخ هر دلار آمریکا را ۳,۴۹۴ تومان و هر قطعه تمام بهار سکه آزادی طرح جدید را ۹۸۳,۰۰۰ تومان تعیین کردند.

هر یورو در بازار آزاد ۳,۹۱۴ تومان و هر پوند نیز ۵,۰۴۸ تومان قیمت خورد. همچنین هر نیم سکه ۴۹۶,۰۰۰ تومان و هر ربع سکه ۲۶۶,۰۰۰ تومان فروخته شد. هر سکه یک گرمی ۱۸۵,۰۰۰ تومان خریدوفروش شد و هر گرم طلای ۱۸ عیار ۹۹,۲۹۰ تومان قیمت خورد. هر اونس طلا هم در بازارهای جهانی ۱۲,۲۶۹ دلار بود.

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت	
اونس طلا	۱۲,۲۶۹	▲
مثقال طلا	۴۳۴,۴۰۰	▲
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۹۹,۲۹۰	▲
سکه بهار آزادی	۹۸۹,۰۰۰	▲
سکه طرح جدید	۹۸۳,۰۰۰	▲
نیم سکه	۴۹۶,۰۰۰	▲
ربع سکه	۲۶۶,۰۰۰	▲
سکه گرمی	۱۸۵,۰۰۰	▲

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت	
دلار آمریکا	۳,۴۹۴	▲
یورو اروپا	۳,۹۱۴	▲
پوند انگلیس	۵,۰۴۸	▲
درهم امارات	۹۶۰	▲
لیر ترکیه	۱,۲۱۰	▼
یوان چین	۵۴۴	▲
ین ژاپن	۳۱	
دلار کانادا	۲,۵۸۸	▲
فرانک سوییس	۳,۵۶۵	▲
دینار کویت	۱۱,۷۰۰	▲
ریال عربستان	۹۳۰	▲
دینار عراق	۲۸۰	
روپیه هند	۵۷	▼
رینگت مالزی	۸۵۳	

دریچه

مستخدمین حسینی:

زمینه حضور بانک‌های خارجی فراهم شود

کارشناس ارشد بازارهای مالی و پولی می‌گوید برای حضور بانک‌های خارجی در کشور باید زمینه حضور و فعالیت آنها فراهم شود و یکی از ضرورت‌ها اصلاح نظام بانکی است.

حیدر مستخدمین حسینی روز جمعه در گفت وگو با ایرنا افزود: اگر به دنبال راهی برای تاسیس شعب بانک‌های خارجی در ایران هستیم، باید مقدمات آن فراهم شود. بانک مرکزی و بانک‌های کشور باید تحول جدی در ساختار خود انجام دهند تا در شرایط رقابتی بتوانند حرفی برای اقتصاد بانکی داشته باشند.

وی سالم‌سازی و بازسازی ساختار مالی بانک‌ها را از جمله اولویت‌های نظام بانکی عنوان و تاکید کرد برای فراهم شدن زمینه حضور بانک‌های خارجی ابتدا باید در حوزه‌های صنعت، معدن، کشاورزی و خدمات فعالیت رو به رشدی داشته باشیم. مستخدمین حسینی با بیان اینکه همواره حاکمیت قوانین دولتی بر بانک‌های کشور مانع تاسیس شعب بانک‌های خارجی بوده است، موضوع قوانین و مقررات ناظر بر فعالیت‌های بانکی را برای حضور خارجی‌ها حائز اهمیت دانست و افزود: بخشی از این قوانین و مقررات، مربوط به حوزه پولی و بانکی است بخشی هم قوانین و مقررات عمومی مربوط به سرمایه‌گذاری خارجی و حضور شرکت‌های خارجی در کشور است.

وی با بیان اینکه دولت باید نسبت به احیای بانک‌های کشور همت گمارد، بر ارتقای شاخص سلامت بانکی کشور تاکید کرد تا سرمایه‌گذاران خارجی رغبت و تمایل بیشتری برای همکاری و ایجاد شعبه در ایران داشته باشند. این کارشناس حوزه بانکی تاکید کرد حضور بانک‌های خارجی در کشور به جهت رقابتی کردن فضای بانکی و کمک به اقتصاد کشور می‌تواند موثر باشد. اما در تمایل فعلی بانک‌های خارجی برای فعالیت در کشور با توجه به فضای حاکم بر اقتصاد و کسب‌وکار و همچنین قوانین و مقررات کنونی جای تردید است. مستخدمین حسینی با اشاره به اینکه پس از مذاکرات هسته‌ای، فضای جدیدی در کشور گشوده شده است، گفت: بهره‌برداری از این فضای جدید به بستر بانکی خوب نیاز دارد تا سرمایه‌گذاران خارجی برای سرمایه‌گذاری در ایران جلب شوند. وی در پاسخ به این پرسش که آیا تاسیس شعبه بانک‌های خارجی در ایران باعث رقابت بین بانکی و رشد اقتصادی خواهد شد، گفت: این بانک‌ها در صورت پذیرش ایجاد شعبه در ایران باید از مناطق آزاد شروع کنند، گرچه مناطق آزاد نیز دارای نواقصی در قانون هستند و در مقایسه با کشورهای منطقه از امکانات کمتری برخوردارند. مستخدمین حسینی در پاسخ به این پرسش که آیا تاسیس شعب بانک‌های خارجی در مناطق آزاد به توسعه این حوزه کمک می‌کند، گفت: تاسیس شعب در کوتاه‌مدت نمی‌تواند نفعی برای این مناطق داشته باشد اما در بلندمدت ممکن است با تسهیلاتی که برای ایجاد شغل، بنگاه‌های اقتصادی و تولیدی ارائه می‌دهند، توسعه و اشتغال‌زایی را فراهم کنند.

مالیات

افخمی‌راد در تشریح عوامل قاچاق طلا مطرح کرد

مالیات بر ارزش افزوده از مسیر واردات شمش طلا حذف شود

رئیس سازمان توسعه تجارت با بیان اینکه مجموعه مقررات مرتبط با واردات شمش و سنگ‌های قیمتی سختگیرانه است، تاکید کرد: اگر موانع سخت‌گیرانه‌ای بر سر واردات شمش طلا ایجاد شود، این صنعت به طور طبیعی به سمت قاچاق حرکت می‌کند.

به گزارش روابط عمومی سازمان توسعه تجارت، ولی‌الله افخمی‌راد درحاشیه نمایشگاه بین‌المللی طلا، نقره، جواهر، ساعت و صنایع وابسته که از روز سه‌شنبه ۲۷بهمن ماه در محل دایمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران دایر شده است، در تشریح عوامل موثر در قاچاق طلا گفت: مجموعه مقررات مرتبط با واردات شمش و سنگ‌های قیمتی سختگیرانه است و همین موضوع باعث شد که واردات آن به میزان زیادی نسبت به گذشته کاهش یابد. وی با بیان اینکه باید امکانی را فراهم کنیم که مواد خام طلا با سهولت بیشتری به کشور وارد شود، افزود: طبیعی است تولید بهتر از واردات است ولی در این راستا ضروری است مقررات موجود در زمینه ورود شمش اصلاح شود تا پس از تولید مصنوعات طلا، صادرات در این صنعت نیز رونق بگیرد. افخمی‌راد، مالیات بر ارزش افزوده را از دیگر فاکتورهای مورد توجه در این حوزه دانست و تاکید کرد: با توجه به اینکه خود این کالا گران است، بنابراین دریافت مالیات بر ارزش افزوده از واردات شمش منجر به افزایش هزینه شده و باعث می‌شود تمایل به واردات از طریق قانونی وجود نداشته باشد.

رئیس سازمان توسعه تجارت کشور با تاکید بر اینکه باید مالیات بر ارزش افزوده را در مسیر واردات شمش طلا حذف کرد، گفت: در تولیدات جواهرآلات باید کاری کنیم که مالیات بر ارزش افزوده از ارزش افزوده‌ای که از تولیدات آن ایجاد می‌شود، دریافت شود. معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت اضافه کرد: اگر قرار باشد مالیات بر ارزش افزوده ۹ درصدی از جابه‌جایی طلا و جواهرآلات در هر دفعه دریافت شود، طبیعی است سود تاجر و تولیدکننده به میزان زیادی کاهش می‌یابد و رغبت‌شان از بابت ورود به این فعالیت کم می‌شود. افخمی‌راد همچنین تاکید کرد: مجموعه این مقررات را باید بانک مرکزی با کمک سایر دستگاه‌ها اصلاح کند که فعالیت در این بخش مقرون به صرفه باشد. رئیس سازمان توسعه تجارت با بیان اینکه این طلا به طور طبیعی، کالایی قاچاق‌پذیر است، افزود: باید موانع موجود بر سر واردات شمش، ورود موقت شمش و سنگ‌های قیمتی را برطرف کرد تا از طریق این صنعت بتوان ارزش افزوده خوبی را به دست آورد. وی در عین حال بیان کرد: اگر این کالا مقرون به صرفه بوده و درآمدزا باشد اشتغال بیشتری ایجاد کرده و سرمایه بیشتری را به کشور جذب می‌کند.

نمودار صنعت ICT کشور صعودی می‌شود

پرش ایران به جایگاه دوم منطقه

محمد ممتازپور
anoosh.m1986@gmail.com

بازار فناوری در بیشتر کشورهای دنیا، کسب‌وکارهای زیاد و پردرآمدی را به وجود آورده به‌طوری‌که در دهه گذشته به صنایع مرتبط با فناوری به چشم یک صنعت پول‌ساز و اشتغال‌زا نگاه شده است. کشورهای در حال توسعه و حتی جهان سومی نیز در تلاشند با سرمایه‌گذاری در صنایع ICT، ثروت زیادی را روانه کشور خود کنند.

به گفته بسیاری از کارشناسان، ایران هم باتوجه به پتانسیل مناسبی که در این صنعت دارد می‌تواند به یکی از کشورهای پیشرو در منطقه تبدیل شود و حتی بخشی از بازارهای اروپایی و آمریکایی را تحت تأثیر محصولات نرم‌افزاری و سخت‌افزاری خود قرار دهد.

براساس گزارش‌های منتشره از منابع تحقیقاتی معتبر دنیا، بازار فناوری ایران طی ۳ سال آینده با رشد ۴۰درصدی روبه‌رو خواهد شد که این رشد با لغو تحریم‌ها و فرصت‌هایی که پیش‌روی صنعت ICT قرار خواهد گرفت به وجود می‌آید و در چند سال آینده ایران به دومین بازار منطقه از نظر سرعت رشد بعد از عربستان تبدیل می‌شود.

جیوتی لالچاندانی، نایب رئیس گروه ای‌دی‌سی و مدیر منطقه‌ای این شرکت در خاورمیانه، آفریقا و ترکیه اظهار داشت: «اگر درهای بازار ایران بعد از تحریم‌ها باز شود، این بازار فرصت خوبی برای بسیاری از شرکت‌های بین‌المللی و منطقه‌ای فراهم خواهد کرد تا مستقیما وارد شوند و عملیات‌هایی را به صورت مستقیم در آنجا انجام دهند.»

وی پیش‌بینی کرد ایران بعد از سال ۲۰۱۸ به دومین بازار منطقه خاورمیانه و آفریقا از نظر رشد سریع تبدیل‌شود.

نایب رئیس گروه ای‌دی‌سی افزود: «ما شاهد سرمایه‌گذاری قابل توجهی در زیرساخت‌های ایران و همه بخش‌های اقتصاد این کشور هستیم. بسیاری از تمرکزهای کلیدی در مرحله اول روی ساخت زیرساخت‌ها و راه‌حل‌های ابری‌محور و خدمات فناوری اطلاعات خواهد بود.»

وی اظهار کرد: با توجه به اینکه دوبی بازار اصلی صادرات مجدد کالا به ایران است، این کشور تأثیر این رشد را نه در کوتاه‌مدت بلکه در درازمدت احساس خواهد کرد.

اما سوال اینجاست که این رشد ۴۰ درصدی چگونه به واقعیت تبدیل خواهد شد و آیا می‌تواند در خودکفایی صنعت ICT کشور تأثیرگذار باشد یا کشور را بیش از پیش محتاج تجهیزات و صنایع کشورهای خارجی قرارخواهدداد؟

سعید رنجبران، کارشناس فناوری ارتباطات در پاسخ به این سوال به «فرصت امروز» گفت: لغو تحریم‌ها در هر حال می‌تواند صنعت ICT را با رشد مواجه کند و کسب‌وکارهای بسیاری را در این بخش به وجود آورد اما اینکه ما چگونه از این فرصت استفاده کنیم اهمیت زیادی‌دارد.

وی افزود: همه کشورها در صنایع خود به‌طور کامل به خودکفایی نرسیده‌اند و به کشورهای دیگر نیازمندند اما کشورهای پیشرفته در بخش‌های اصلی و حیاتی خود می‌توانند از پس نیازها برآیند تا نیازی به سایر کشورها نداشته باشند.

رنجبران ادامه داد: در شرایط فعلی، فرصت مناسبی پیش‌روی صنایع مرتبط با ICT در کشور ما به وجود آمده و باید دید فعالان این صنف چگونه از این بازار بهره‌برداری خواهند کردند.

این استاد دانشگاه گفت: اگر در روزهای پساتحریم به فکر توسعه زیرساخت‌های کشور باشیم قطعا بهترین استفاده را از لغو تحریم‌ها کرده‌ایم اما اگر پای دلال‌ها و واردکنندگان به بازار داخلی پیش از پیش باز شود شاهد بازاری مصرفی خواهیم بود که هرروز به تکنولوژی کشورهای دیگر محتاج خواهد شد.

محمد آذرشاهی، برنامه‌نویس و طراح اپلیکیشن‌های موبایلی درباره تأثیر لغو تحریم‌ها در صنعت نرم‌افزاری کشور به «فرصت امروز» گفت: به جرات می‌توانیم بگوییم صنعت نرم‌افزار کشور بیشترین منافع را از لغو تحریم‌ها خواهد برد و برنامه‌نویسان ما جای زیادی برای مانور دادن خواهند داشت.

وی افزود: ما در چند سال گذشته با محدودیت‌های فراوانی روبه‌رو بودیم و نمی‌توانستیم نرم‌افزارهای تولیدی خود را به سایر کشورها معرفی کنیم. حتی نمی‌توانستیم از بسیاری از خدمات نرم‌افزاری شرکت‌های بزرگی مثل اپل استفاده کنیم که این امر باعث شد تا برنامه‌نویسان ما نتوانند آن‌طور که باید قدرت خود را نمایش دهند.

آذرشاهی در پاسخ به این سوال که آیا این احتمال وجود دارد که نمودار تولید نرم‌افزارهای ایرانی با لغو تحریم‌ها نزولی شود؟ گفت: چون کاربران ایرانی علاقه دارند از نسخه‌های فارسی نرم‌افزارها استفاده کنند، به نظر می‌رسد صنعت نرم‌افزاری کشور آسیبی از لغو تحریم‌ها نبیند و حتی به توسعه آن نیز کمک کند چون همان‌طور که گفته شد بسیاری از محدودیت‌های جهانی برای ما از بین خواهد رفت.

صادرات

معاون سازمان توسعه تجارت خبر داد

اختصاص بودجه برای تشکیل کنسرسیوم‌های صادراتی

معاون سازمان توسعه تجارت از اختصاص ردیف بودجه برای تشکیل و سازماندهی کنسرسیوم‌های صادراتی و شرکت‌های مدیریت صادرات خبر داد.

مینا مهرنوش در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به نیاز تجارت از طریق کنسرسیوم‌های تخصصی اظهار کرد: مهم‌ترین برنامه معاونت توسعه صادرات، تشکیل کنسرسیوم‌های تخصصی و شرکت‌های مدیریت صادرات است که در تلاش هستیم از طریق فراخوان‌ها و شناسایی شرکت‌های فعال این امر را محقق کنیم.

وی با بیان اینکه برای ایجاد شبکه هم‌افزایی و ارتباط میان شرکت‌های تجاری و ساماندهی کنسرسیوم‌های تخصصی ردیف بودجه اختصاص یافته است، افزود: ۵۰ میلیارد تومان بودجه برای مشوق‌های زیرساختی و غیرنقدی در نظر گرفته شده که بخشی از حمایت‌ها از کانال این مشوق‌ها به شکل برگزاری اجلاس بین شرکت‌ها و دیگر کارها مانند تشکیل شبکه‌های ارتباطی، تعریف مدیریت کسب‌وکار برای نماینده شرکت‌های حاضر در کنسرسیوم‌ها و غیره صورت می‌گیرد. از طرفی، مرکزی تحت عنوان مرکز اطلاع‌رسانی و مشاوره نیز در نظر گرفته‌ایم که بخشی دیگر را هم از این طریق برای تحقق اولویت‌های معاونت توسعه صادرات اعمال می‌کنیم.

مهرنوش در ادامه با اشاره به لزوم تشکیل این کنسرسیوم‌ها اظهار کرد: یکی از ضعف‌های عمده تجارت کشور تخصصی‌نبودن شرکت‌های صادراتی است، در حالی که ما نیاز به حضور در بازارهای هدف داریم.

وی افزود: راه‌حل تعریف شده از طرف سازمان توسعه تجارت تشکیل کنسرسیوم‌های تخصصی و ایجاد شبکه هم‌افزایی بین شرکت‌های صادراتی کشور است، به صورتی که بتوان این کار را از طریق شناسایی گروه‌های تجاری فعال و سازماندهی آنها انجام داد.

اداره کل حمل و نقل و پایانه های استان گلستان

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای شماره ۹۴/۹۷/۱۶

نوبت اول

اداره کل حمل و نقل و پایانه های استان گلستان در نظر دارد احداث بخشی از سطح رویه رمپهای ورودی و خروجی مجتمع خدماتی رفاهی بین راهی آقای محمد معلومی را به شرکتهای واجد الشرایط از طریق مناقصه عمومی واگذار نماید.

مبلغ واریزی و یا ضمانت نامه شرکت درمناقصه: مبلغ دویست و سی و شش میلیون ریال (۲۳۶۰۰۰۰۰۰ ریال) که می بایست به صورت ضمانت نامه بانکی با مدت اعتبار ۳ ماه و یا واریز نقدی به حساب سپهر بانک صادرات شعبه کریمی به شماره ۲۱۹۶۳۷۴۶۰۳۰۰۷ به نام اداره کل حمل و نقل و پایانه های گلستان.

مبلغ برآورد: ۲۳۲۸۹۷۳۹۱۷ ریال

زمان دریافت اسناد: از تاریخ انتشار آگهی (۱۳۹۴/۱۲/۱) تا ساعت ۱۴ روز شنبه مورخ ۱۳۹۴/۱۲/۸

مهلت تحویل پیشنهادات تا ساعت ۱۴ روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۴/۱۲/۱۸

زمان تشکیل کمیسیون معاملات : ساعت ۱۰ صبح روز پنجشنبه مورخ ۱۳۹۴/۱۲/۱۹

لذا متقاضان می توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر و اخذ مدارک مربوطه در ساعات اداری به اداره کل حمل و نقل و پایانه های استان گلستان به نشانی: گرگان- خ شهید بهشتی – خ ملاقاتی – جنب انبار مینو- دبیرخانه کمیسیون معاملات (امور اداری) مراجعه نمایند. و یا به سایت پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات به آدرس http://iets.mporg.ir مراجعه نمایند. بدیهی ایست پس از بررسی پیشنهادات واصله نتیجه به اطلاع متقاضیان خواهد رسید.

م/الف:۱۹۰

اداره کل حمل و نقل و پایانه های استان گلستان

شرکت نفت مناطق مرکزی ایران
شرکت بهره برداری نفت وگاز غرب (سهامی خاص)

آگهی فراخوان ارزیابی کیفی مناقصه گران

موضوع :مناقصه عمومی دو مرحله ای مربوط به خرید شیر ایمنی (PSV) به همراه قطعات یدکی

۹۴/ ک۶۶

شماره مجوز:۱۳۹۴.۵۹۶۴

نوبت دوم

شرکت بهره برداری نفت وگاز غرب در نظر دارد قلم کالایی فوق را بامشخصات و شرایط زیر از طریق برگزاری مناقصه عمومی خریداری نماید.

شرح مختصر کالا یا مواد مورد نیاز :

PSV - 1154 & SPARE PARTS , 4*6” ,#900,SP:106
PSV - 5027 & SPARE PARTS , 4*6” ,# 600 , SP:84
PSV - 5052 & SPARE PARTS , 1*2” ,# 600,SP:84
PSV - 5057 & SPARE PARTS , 1-1/2*2” ,# 900,SP:158
PSV & SPARE PARTS , 4*6” ,# 900,SP:110

ضمانت نامه شرکت در مناقصه مبلغ ۴۰۳/۰۰۰/۰۰۰ ریال می باشد و ۱۵درصد پیش پرداخت به برنده مناقصه در قبال ارائه ضمانت نامه بانکی قابل پرداخت خواهد بود.

متقاضیان دارای شخصیت حقوقی جهت دریافت اسناد ارزیابی کیفی می توانند بعداز دریافت کد عضویت ۵ رقمی (ایران کد) از تارنمای WWW.IRANCODE.IR ، حداکثر تا ۷ روز پس از نشر آگهی نوبت دوم نسبت به ارسال نامه اعلام آمادگی از طریق نمابر به شماره ۰۸۳۳۸۳۸۱۶۲۳ اقدام نمایند. در صورت نیاز به اطلاعات بیشتر نیز می توانند به آدرس کرمانشاه، میدان نفت، بلوار زن، پلاک ۴۲، شرکت بهره برداری نفت وگاز غرب، اداره تدارکات کالا مراجعه و یا با شماره تلفن ۰۸۳۳۸۳۷۰۰۷۲ داخلی ۱۴۳و۱۱۰ تماس حاصل فرمایند.

WWW.WOGPC.IR

نوبت اول چاپ :۹۴/۱۱/۲۶
نوبت دوم چاپ :۹۴/۱۲/۱

روابط عمومی شرکت بهره برداری نفت وگاز غرب

۱۸۲۹

نیروی دریایی ارتش جمهوری اسلامی ایران

آگهی مزایده شماره یک سال ۱۳۹۴

فرماندهی پشتیبانی مرکز نیروی دریایی ارتش جمهوری اسلامی ایران در نظر دارد اقلام فرسوده و اسقاطی یگانهای آمادی را از طریق مزایده عمومی به فروش برساند. از کلیه متقاضیان واجد شرایط دعوت بعمل می آید جهت دریافت فرم شرایط و مشخصات و بازدید از اقلام ظرف مدت ۱۲ روز بعد از تاریخ انتشار این آگهی به آدرس: تهران- میدان رسالت – انتهای خیابان نیروی دریایی – پادگان کوهک – پشتیبانی مرکز نداجا/ مرکز آماد مراجعه نمایند.

۱- آماد فنی: باطری های ضایعاتی سنگین (۸۰۰ کیلویی) ۱۲۰ عدد

۲-مهندسی: انواع دستگاههای هواساز بدون بدون الکتروموتور ۴۸ قلم و متعلقات هواساز (ابریشن) سه دستگاه

۳- مخابرات: اقلام ضایعاتی و خارج از رده مخابراتی شامل ۸۶۵۳ قلم (تلویزیون، کیس، پرینتر، مانیتور، کیبرد و ...)

۴- ضایعات فلزی: شامل آهن و آلومنیوم

تاریخ و ساعت بازدید از اقلام مزایده: از مورخه ۹۴/۱۲/۴ لغایت ۹۴/۱۲/۱۰ از ساعت ۹ تا ۱۳ بغیر از روزهای تعطیل

تاریخ ارائه پیشنهاد قیمت تا پایان وقت اداری روز سه شنبه ۹۴/۱۲/۱۱ می باشد

زمان بازگشایی پاکتها ساعت ۹ صبح روز چهارشنبه مورخه ۹۴/۱۲/۱۲ در اتاق کمیسیون پشتیبانی مرکز نداجا

مبلغ سپرده شرکت در مزایده برای هریک از متقاضیان ردیفهای ۱,۲,۳ معادل ۱۰درصد قیمت پیشنهادی و سپرده شرکت در مزایده ردیف ۴ (ضایعات فلزی) مبلغ ۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال می باشد.

شرکت خریداران در مزایده و ارائه پیشنهاد به منزله قبول تمامی تکالیف تعیین شده از سوی نداجا می باشد.

نداجا در رد یا قبول هریک از پیشنهادات به هر عنوان که صلاح بداند مختار است.

پرداخت تمامی هزینه های آگهی روزنامه و مالیات و عوارض بر ارزش افزوده به عهده برنده مزایده می باشد.

شرکت کنندگان در مزایده مبلغ ۵۰۰/۰۰۰ ریال بابت دریافت اوراق مزایده به حساب جاری طلایی ۵۱۵۱۵۷۹۰۰۷۰۰۸ بانک سپه شعبه کوهک کد ۷۱۶ بنام عواید غیرقابل برداشت پشتیبانی قرارگاه نداجا واریز و اصل فیش پرداختی را تحویل و اوراق را دریافت نمایند.

تلفن تماس جهت کسب اطلاعات بیشتر ۷۳۹۵۳۳۲۷-۰۲۱

۳۷۱۳ م الف

فرماندهی پشتیبانی مرکز نیروی دریایی ارتش جمهوری اسلامی ایران

عمران

هرگونه پیش‌فروش بدون مجوز ساختمان ممنوع است

نماینده تام‌الاختیار وزارت راه و شهرسازی در شورای حفظ حقوق بیت‌المال در اراضی و منابع طبیعی با اشاره به اهمیت قانون پیش‌فروش و تلاش برای اجرای کامل آن گفت: قانون پیش‌فروش ساختمان، استثنایی برای اشخاص حقوقی و حقیقی ندارد.

حسین معصوم در گفت‌وگو با پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی درباره تاخیر در اجرای قانون پیش‌فروش و عملیاتی‌نشدن آن در کلانشهرهایی همچون تهران گفت: قانون پیش‌فروش ساختمان اگرچه در سال ۹۳ مصوب شد، اما این قانون در فاصله سال‌های ۸۸ تا ۸۹ با هدف شفافیت و کاهش تخلفاتی از این دست که یک واحد مسکونی به چند نفر فروخته می‌شد به نگارش درآمد.

نماینده تام‌الاختیار وزیر راه و شهرسازی در شورای حفظ حقوق بیت‌المال با اشاره به اینکه بسیاری از تخلفات در حوزه پیش‌فروش ساختمان‌های مسکونی، اداری و تجاری طی سالیان اخیر به دلیل تبلیغات سوء و کاذب رسانه‌های معتبر صورت گرفته و در آن بسیاری از مردم متحمل ضررهای فراوانی شدند به ماده ۲۱ این قانون اشاره کرد و گفت: ماده ۲۱ قانون پیش‌فروش ساختمان به مطبوعات و رسانه‌ها اشاره دارد و قید کرده پیش فروشنده باید قبل از انجام هر اقدامی برای تبلیغ و آگهی پیش‌فروش به هر طریق (پایگاه اطلاع رسانی، مطبوعات و سایر رسانه‌ها از جمله رسانه‌های گروهی و حتی نصب در اماکن و غیره) مجوز نصب آگهی را از مراجع ذی‌صلاح اخذ کند. در آیین‌نامه، مرجع ذی‌صلاح وزارت راه‌وشهرسازی است و اگر می‌خواهد درخواست آگهی به مطبوعات و رسانه‌ها بدهد باید تقاضای خود را با شماره و تاریخ ضمیمه کند و به اطلاع عموم برساند.

مشاور وزیر راه و شهرسازی در پاسخ به این پرسش که آیا تبلیغاتی که از سوی نهادهای عمومی برای پیش فروش انجام می‌شود قانونی است یا خیر؟ گفت: طبق ماده یک قانون پیش‌فروش، هر قراردادی با هر عنوان در صورتی که مالک رسمی آن متعهد به احداث یا تکمیل واحد ساختمانی مشخص شود از نظر مقررات این قانون، قرارداد پیش فروش ساختمان محسوب می‌شود، بنابراین در ساختمان همه تکلیف دارند تا قرارداد را با شرایط مشخص منعقد کنند.

معصوم تاکید کرد: در قانون پیش فروش بحث قراردادهای اجاره و مشارکت سرمایه‌گذاران نیز مشخص شده است و استثنایی برای اشخاص حقوقی و حقیقی ندارد و همه افراد از جمله شهرداری‌ها نیز شامل این قانون خواهند شد.

وی گفت: اتفاقا یکی از مسائلی که همواره با آن مواجه بودیم شرکت‌های دولتی بودند که پول می‌گرفتند، اما به تعهدات خود عمل نمی‌کردند و مردم نیز دست‌شان به‌جایی بند نبود تا بتوانند حقوق پایمال شده خود را دریافت کنند.

تکمیل طرح توسعه فرودگاه امام با منطقه آزاد شدن آن

ایران جایگاه فرودگاهی خود را پس می‌گیرد

جواد هاشمی
j.hashemi1992@gmail.com

اگر خارج شدن از عرصه رقابت صنعت هوایی کشوری که پنجمین ناوگان هواپیمایی جهان را در اختیار داشت، برای بسیاری از رقبای منطقه‌ای فرصتی جدی به وجود آورد. تا آنها بتوانند عقب‌ماندگی‌های خود را جبران کنند و حدفاصل باقی‌ماندن چند دهه‌ای تحریم‌ها، پیشرفتی جدی را تجربه کنند، حالا اوضاع طوری تغییر کرده که ایران به بازپس‌گیری جایگاه تاریخی خود می‌اندیشد. موقعیت جغرافیایی خاص ایران باعث شده در طول تاریخ مرزهای این کشور اصلی‌ترین راه ارتباطی برای اتصال شرق به غرب جهان باشد و جاده تاریخی ابریشم نشان از اهمیت ایران در این مسیر تجاری دارد، اهمیتی که در دوران مدرن نیز با بدل شدن کشور به قطب ترانزیتی منطقه در حوزه‌های جاده‌ای و دریایی خود را نشان می‌دهد. برنامه‌ریزی گسترده وزارت راه برای احیای این نقش تاریخی با لغو تحریم‌ها سرعت بسیاری گرفته اما در کنار تلاش برای بازگشت به گذشته، به رسیدن نقاطی جدید نیز تکیه دارد که صنعت هواپیمایی کشور اصلی‌ترین قطب آن به حساب می‌آید. این رویکرد جدید با بهبود اوضاع ناوگان کشور آغاز شد و با نهایی شدن قرارداد خرید ۱۱۸ ایرباس گامی نو را شروع کرد که می‌تواند با توسعه امکانات زیرساختی تکمیل شود. فرودگاه‌های ایران که در طول سال‌های گذشته تحت تاثیر تحریم‌ها روزهای سختی را پشت سر گذاشته‌اند حالا دومین سنگر هواپیمایی کشور به حساب می‌آیند که در صف جهانی شدن قرار گرفته‌اند.

در این میان فرودگاه‌های کوچک کشور نیاز خود را با هواپیماهای کم ظرفیت تامین خواهند کرد و فرودگاه بزرگ امام خمینی در اندیشه بدل شدن به قطب منطقه‌ای و هاب پروازی خاورمیانه است.

این فرودگاه که از یک سو حرکت به سمت افزایش توان مسافرگیری را آغاز کرده و بناست در گام نخست با سه ترمینال جدید به ۴۵ میلیون مسافر در سال برسد و از سوی دیگر مقدمات شهر فرودگاهی با منطقه آزاد تجاری، بازارهای اقتصادی و هتل‌های چندگانه را پشت سر می‌گذارد در صورت رسیدن منابع مالی لازم می‌تواند نام ایران را در کنار کشورهایی مانند امارات و قطر در صف کشورهای پروازهای کانکشن (چند مقصدی) قرار دهد، اتفاقی که از چند هفته قبل و با مذاکرات جدی با سرمایه‌گذاران خارجی آغاز شد (با اعلام شدن منطقه آزاد تجاری در چهارم اسفند) به‌زودی قراردادش با شرکت پستی DHL امضا می‌شود، رسما ایران را به احیای جایگاه خود در حمل‌ونقل بین‌المللی نزدیک می‌کند.

تبدیل شدن به هاب فرودگاهی منطقه شدنی است

یک کارشناس صنعت هواپیمایی معتقد است در شرایط امروز جایگاه هوایی کشورها در صورتی تضمین می‌شود که در همه عرصه‌ها ساختاری نوین و حساب شده ایجاد شده باشد و در این بین قطعا رساندن ظرفیت فرودگاه‌های ایران به آنچه در فضای بین‌المللی اهمیت دارد، امری غیرقابل انکار خواهد بود.

محمد بشارتی در گفت‌وگو با «فرصت امروز»، عنوان کرد: تحریم‌های سال‌های گذشته باعث شده فرودگاه‌های ایران نیز در کنار دیگر بخش‌ها مشکلات زیادی را تحمل کنند و از طلب‌های معوق‌شان گرفته تا محدودیت برای جذب سرمایه‌گذار خارجی همه دست به دست هم دادند تا امکانات ایران در این حوزه بسیار مهم ارتقای چندانی پیدا نکند.

وی ادامه داد: حالا که تحریم‌ها کنار رفته‌اند و ایران دوباره مذاکراتی را از سر گرفته که نتیجه آن ورود قدرتمند سرمایه‌گذاران به آسمان ایران است، قطعا فرودگاه‌ها نیز باید به‌عنوان یک اولویت سرمایه‌گذاری مطرح شده، جایگاه خود را تجدید کنند. به اعتقاد بشارتی، با توجه به جایگاه خاص جغرافیایی ایران که همواره کشورمان را به‌عنوان اصلی‌ترین امکان برای اتصال شرق و غرب به یکدیگر مطرح کرده، از نظر بالقوه فرودگاه‌های ایران توانی بسیار بالا برای اتصال پروزاهای کانکشن به یکدیگر دارند و اگر ما بتوانیم اوضاع داخلی خود را درست کنیم، قطعا برای شرکت‌های خارجی نیز صرفه اقتصادی بر این خواهد بود که مسیر کوتاه ایران را انتخاب کنند تا با صرف هزینه‌های زیاد راهی کشورهای عربی شوند. چگونگی عقد قرارداد با شرکت‌های خارجی و نقش‌آفرینی نیروهای داخلی در آینده فرودگاهی کشور نیز موضوع دیگری است که صاحب‌نظران حوزه روی آن تاکید بسیاری دارند. علیرضا بحیرایی، کارشناس صنعت هواپیمایی در گفت‌وگو با «فرصت امروز» تاکید کرد: در ظرفیت گسترده ایران که پس از لغو تحریم‌ها قابل دسترسی خواهد بود شکی وجود ندارد و در این بین برنامه‌ریزی برای توسعه زیرساخت‌های فرودگاهی کشور و وارد کردن مناطق اقتصادی و آزاد به آنها گامی مهم در این عرصه خواهد بود اما چگونگی معامله با طرف‌های خارجی و در نظر گرفتن توان داخلی نیز بسیار مهم است.

به گفته وی، در حال حاضر تعداد زیادی از متخصصان و نیروهای با تجربه عرصه هوایی در کشور هستند که به دلیل مشکلات سال‌های گذشته یا بیکار شده‌اند یا از استعدادشان استفاده زیادی نشده است. حالا که با لغو تحریم‌ها امکان گسترده شدن دوباره طرح‌های توسعه‌ای به وجود آمده و در کنار تجهیز ناوگان، توسعه فرودگاهی نیز مطرح است، باید تلاش کنیم استفاده از نیروهای متخصص کشور را به حداکثر برسانیم و با رشد آموزش، برخی از فناوری‌های نوین را بومی کنیم. پیگیری طرح ساخت باند دوم فرودگاه امام، تاسیس منطقه آزاد تجاری، مدیریت هتل فرودگاهی و ساخت ترمینال‌های مسافرتی جدید که همگی با مشاوره یا مشارکت سرمایه‌گذاران و شرکت‌های خارجی در دستور کار قرار گرفته فرودگاه امام را از نظر امکانات در صف فرودگاه‌های مهم منطقه قرار داده و بهبود روابط سیاسی ایران با کشورهای اروپایی نیز مقدمات دیپلماتیک کار را فراهم کرده تا ایران باردیگر به‌عنوان قطب صنعت هوایی منطقه شناخته شود، جایگاهی که برای مدتی طولانی از دسترس خارج بود و حال با رفتن تحریم‌ها بار دیگر به گزینه‌ای جدی بدل شده است.

حمل و نقل

هزینه نگهداری جاده‌ها را مصرف‌کننده نهایی باید بپردازد

وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه امکان پرداخت هزینه‌های نگهداری جاده‌ها از بودجه عمومی کشور وجود ندارد، گفت: باید به این سمت برویم که هزینه استفاده از جاده را مصرف‌کننده نهایی بپردازد و در حال حاضر زیرساخت‌های این اقدام در حال اجرا است.

به گزارش ایلنا، عباس آخوندی در مراسم بهره‌برداری از فاز اول سامانه‌های هوشمند ثبت تخلفات با بیان اینکه آنچه به‌عنوان سیاست‌گذاری برای من اهمیت دارد این است که سیستم‌ها و تبادل اطلاعات در سیستم‌ها یکپارچه باشد، گفت: تمام سیستم‌ها باید یکپارچه شوند و سیستم‌های درون سازمانی و برون‌سازمانی به یکدیگر برای تبادل اطلاعات متصل شوند.

وزیر راه و شهرسازی با تاکید بر اینکه هرچه سامانه‌های یکپارچه‌تری داشته باشیم، بهره‌وری رشد بیشتری خواهد داشت، ادامه داد: یکپارچگی سیستم‌ها و سامانه‌ها باید به سطح فراملی برسد و اگر مدعی این هستیم که ایران شاهراه ترانزیتی منطقه است باید به سیستم‌های فراملی هم متصل شویم و در یک سامانه یکپارچه‌ای اطلاعات تبادل شود. وی ادامه داد: در حالی که کشورمان در تنگنای مالی شدیدی قرار دارد پروژه نفت و بهره‌برداری از هزار و ۸۸۰ دوربین هوشمند ثبت تخلفات به‌طور مستقیم برای شش نفر اشتغال ایجاد کرده که این اشتغال‌زایی برپایه اشتغال دانش‌بنیان است و افتخار می‌کنیم. آخوندی با بیان اینکه باید آماده مدیریت ۲۵۰ هزار کیلومتر راه در سطوح مختلف باشیم، گفت: در حال حاضر ۷۵ درصد ترافیک کشورمان در ۳۴ هزار کیلومتر راه است که در این مسیر پرتردد نصب سامانه‌های هوشمند ثبت تخلفات در حال اجرا است.

وی با تاکید بر اینکه تنها بودجه نگهداری از راه‌های کشور سالانه ۱۰ هزار میلیارد تومان است، ادامه داد: به‌طور قطع نمی‌توان انتظار تامین چنین بودجه‌ای را از هزینه‌های عمومی داشته باشیم.

وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه به تدریج باید به این سمت برویم که هزینه‌های استفاده از جاده‌ها و راه‌های کشور را مصرف‌کننده و بهره‌بردار نهایی پرداخت کند، گفت: با ایجاد این پایگاه‌های اطلاعاتی می‌توان برآورد کرد که هر مسافر چند کیلومتر از مسیر استفاده کرده است و برابر آن می‌توان هزینه مصرف را تعیین کرد که این راهکار بسیار مناسبی برای سرشکن‌کردن هزینه‌ها است. وی ادامه داد: دو گزینه برای ما وجود دارد؛ اول اینکه تمام هزینه‌ها را به بخش عمومی و بودجه محدود موکول کنیم که این امکان وجود ندارد و گزینه دوم این است که سیستمی ایجاد شود که هزینه استفاده از راه‌ها را مصرف‌کننده نهایی بپردازد. آخوندی با بیان اینکه برای رسیدن به ایران آباد باید مصرف‌کنندگان نهایی در پرداخت هزینه‌ها مشارکت کنند، ادامه داد: همه دنیا به این سمت رفته‌اند و به توسعه جدی رسیده‌اند.

آگهی تمدید واصلاح مناقصه خرید نصب و راه اندازی ۳۲ دستگاه داکت اسپلیت

بدینوسیله آگهی مندرج در **روزنامه فرصت امروز در مورخه ۱۳۹۴/۱۱/۱۸** با تغییرات ذیل اعلام و تجدید چاپ می گردد:

۱-تاریخ دریافت اسنادمناقصه و تحویل آن از ۱۳۹۴/۱۲/۱ لغایت ۱۳۹۴/۱۲/۶ می باشد.

۲-مبلغ تضمین ۱۰۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال بصورت ضمانتنامه بانکی یا واریز وجه نقد طبق بند ۷ شرایط عمومی مناقصه

۳-مبلغ پیش پرداخت به تشخیص کارفرما (مطابق با آیین نامه ی مربوطه)

۴- جهت دریافت اسنا دبه آدرس: کرج – مهرویلا - خیابان خیام غربی - پلاک ۱۳۴- واحد مدیریت اداری – مالی و پشتیبانی

تلفن تماس : ۳۳۵۳۵۸۵۶-۰۲۶

۱۸۷۳

آگهی مناقصه: ۹۴/۴۹

وزارت نیرو
شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی
(سهامی خاص)

مناقصه گزار : **شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی**

شماره مناقصه	شرح آگهی	مبلغ برآورد (ریال)	فهرست بها	رشته مورد نظر	مبلغ تضمین شرکت درمناقصه(ریال)
۴۹	عملیات اجرای شبکه جمع آوری فاضلاب منطقه یک قنات ناصری شهر اراک	۱۱,۱۸۰,۴۵۱,۰۸۹	شبکه جمع آوری فاضلاب سال ۹۴	آب	۵۵۹,۰۲۲,۵۵۴

محل تامین اعتبار: عمرانی
نوع برگزاری: یک مرحله ای
نوع تضمین شرکت در مناقصه : ضمانت نامه بانکی- فیش واریزی به حساب۲۱۷۵۱۶۵۳۰۱۰۰۲ بانک ملی شعبه اراک به نام خزانه تمرکز وجوه سپرده-اوراق مشارکت بی نام تضمین شده بانک هاودولت باقابلیت بازخریدقبل ازسررسید-وثیقه ملکی معادل هشتادوپنج درصدارزش کارشناسی رسمی آن
تاریخ اعتبار پیشنهاد : سه ماه
مهلت دریافت اسناد: از تاریخ ۹۴/۱۲/۲ الی ۹۴/۱۲/۶
مهلت تحویل پیشنهادات : از تاریخ ۹۴/۱۲/۸ الی ۹۴/۱۲/۱۸ زمان بازگشایی پاکات :۹۴/۱۲/۱۹
محل تحویل اسناد : اداره امور قراردادها - شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی به نشانی :
اراک -کوی رضوی - میدان شهید نجفی (مادر)- تلفن تماس : ۳۲۷۸۳۱۰۰-۰۸۶داخلی ۲۱۳
این مناقصه در سایت های اینترنتی زیر درج شده است :
۱- پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات: http://iets.mporg.ir
۲-پایگاه اطلاع رسانی شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی www.abfamarkazi.ir

روابط عمومی شرکت آب و فاضلاب استان مرکزی

۱۸۶۸

بین‌الملل

رنو برند آلپاین را احیا می‌کند

ترجمه: معراج آگاهی
منبع: بلومبرگ

براساس اخبار و گزارش‌های منتشر شده، شرکت خودروسازی رنوی فرانسه قصد دارد تا برند آلپاین را در سال ۲۰۱۷ میلادی احیا کرده و به این واسطه خودروهای اسپورت را نیز به لیست خودروهای تولیدی خود اضافه کند.

به گزارش خبرگزاری بلومبرگ و طبق اطلاعات موجود در رابطه با برند اسپورت رنو، این خودرو ضمن بهره‌گیری از یک پیشرانه قدرتمند قادر خواهد بود تا در مدت ۵/۴ ثانیه به سرعت ۱۰۰ کیلومتر در ساعت برسد که این موضوع آلپاین را در ردیف خودروهایی نظیر پورشه ۹۱۱ قرار داده و آن را به رقیبی جدی برای Audi TT و پورشه کایمن بدل خواهد ساخت. لازم به ذکر است که آلپاین پس از ورود به بازار، جای ون کوچک Espace را به‌عنوان گران‌ترین محصول رنو خواهد گرفت.

آلپاین جدید به مانند مدل‌های پیشین خود دیفرانسیل عقب بوده و این موضوع کمک شایانی به کاهش وزن این خودرو و در نهایت افزایش سرعت آن خواهد کرد. خودروی اسپورت رنو مجهز به یک پیشرانه چهار سیلندر توربوشارژ بوده و تاکنون اطلاعاتی در مورد تعداد اسب‌بخار و قدرت آن در اختیار رسانه‌ها قرار نگرفته است. با این حال گمانه‌زنی‌ها حاکی از آن است که خودروی مذکور از پیشرانه‌ای ۸/۱ لیتری و با قدرت معادل ۲۵۰ اسب‌بخار برخوردار خواهد بود.

گمانه‌زنی‌ها در مورد مشخصات فنی آلپاین در حالی صورت می‌پذیرد که رسانه‌های فرانسوی به‌رغم عدم اعلام رسمی رنو، قیمت این خودرو را رقمی معادل ۴۰ تا ۵۰هزار یورو تخمین زده‌اند.

در این راستا مدیر اجرایی شرکت رنو که در مورد ایده تولید آلپاین سخن می‌گفت، در ارتباط با دیدگاه رنو نسبت به این خودرو اظهار داشت: «آلپاین نشان‌دهنده شکوه رقابت بوده و احیای این برند یک استراتژی مناسب جهت جلب نظر مشتریان جدید است.»

در حالی که تولید آلپاین در سال ۱۹۹۵ به دلیل آمار فروش نامناسب این خودرو متوقف شده بود مدل A110 این خودرو در دهه ۷۰ میلادی پورشه را در مسابقات رالی شکست داد و هم‌اکنون مدیران رنو را ترغیب کرده تا با احیای آن روح اسپورتی را به این شرکت خودروسازی تزریق کرده و همزمان با حضور رنو در مسابقات فرمول ۱، آلپاین را نیز به بازارهای جهانی عرضه کند.

براساس برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته توسط رنو، این شرکت قصد دارد سالانه ۳هزار خودروی آلپاین را روانه بازار کند. این در حالی است که موسسه «IHS» که به ارائه مشاوره و تحلیل در مورد وضعیت بازارهای جهانی خودرو می‌پردازد، پیش‌بینی کرده است که رنو در بهترین شرایط می‌تواند ۱۳۰۰ خودروی آلپاین را در سال ۲۰۱۸ به بازار عرضه کند که این میزان کمتر از رقمی است که رنو برای فروش این خودرو در نظر گرفته است. گمانه‌زنی‌ها در مورد میزان فروش آلپاین جدید رنو در حالی مطرح می‌شود که این شرکت در فاصله سال‌های ۱۹۵۵ تا ۱۹۹۵ میلادی رقمی معادل ۳۰هزار آلپاین را تولید و به بازار عرضه کرده است. در همین رابطه «تیم اروکهارت» از تحلیل‌گران موسسه «IHS Automotive» معتقد است: «احیای خودرو آلپاین ریسک بزرگی است که ممکن است نتیجه مثبتی در پی نداشته باشد.» وی ادامه داد: «رنو پیش از این در دهه‌های ۷۰ و ۸۰ خودروهای خوبی با برند آلپاین به بازار عرضه کرده است، اما فراموش نکنید که مدت بسیار زیادی از این موضوع گذشته است.»

لازم به ذکر است برند آلپاین در سال ۱۹۵۴ میلادی و توسط مالک یک گاراژ در منطقه «Dieppe» بنیان گذاشته شد و در ابتدای فعالیت خود از پیشرانه و شاسی‌های شرکت رنو برای تولید محصولات خود استفاده می‌کرد. سرانجام این شرکت در سال ۱۹۷۳ میلادی توسط رنو خریداری شد و در همان سال آلپاین موفق شد در مسابقات رالی قهرمانی جهان در مونت کارلو به مقام نخست دست یابد. تلاش رنو برای احیای آلپاین در حالی صورت می‌پذیرد که پیش از این و در سال ۲۰۱۲ میلادی، پروسه همکاری مشترک رنو و یک شرکت تولید خودروهای اسپورت در انگلستان با شکست مواجه شده است. همچنین تحلیل‌گران و کارشناسان صنعت خودرو معتقدند رقابت با برند DS پژو- سیتروئن از جمله مهم‌ترین دلایل رنو برای عرضه مدل جدید آلپاین به بازار است.

آریسان به عراق رفت

خط تولید محصول وانت آریسان با ظرفیت تولید روزانه ۳۰ دستگاه تولید با حضور محمدرضا نعمت‌زاده، وزیر صنعت، معدن و تجارت در شهر اسکندریه عراق افتتاح شد.

به گزارش ایکوپرس، همزمان با برگزاری نمایشگاه تخصصی محصولات جمهوری اسلامی ایران در بغداد خط تولید وانت آریسان با حضور معاونان و مدیران وزارت صنعت، معدن و تجارت و مدیران گروه صنعتی ایران خودرو افتتاح شد. با توافقات صورت گرفته در قالب همکاری‌های مشترک در زمینه صادرات قطعات منفصله و نیمه‌منفصله و خدمات فنی و مهندسی، خط تولید وانت آریسان جایگزین تولید یکی از محصولات رقبا در عراق شد. تولید این محصول به‌صورت قطعات نیمه‌منفصله در سطح صفر تعریف شده که بدنه و قطعات اصلی آن از تهران و تبریز به عراق صادر می‌شود. این گزارش می‌افزاید، با راه‌اندازی این خط تولید، دومین خط تولید متعلق به محصولات ایران خودرو در کشور عراق شروع به کار می‌کند. با توجه به ظرفیت و کشش بازار عراق در سال آینده تولید دست‌کم پنج‌هزار دستگاه از این محصول پیش‌بینی شده است.

مشارکت «کوشان خودرو» با «مان» آلمانی

خودروهای سنگین شرکت آلمانی «مان» قرار است با مشارکت شرکت کوشان خودرو به جاده‌های ایران وارد شوند.

به گزارش «فرصت امروز»، هفته گذشته اعضای هیأت تجاری اتاق بازرگانی تهران در سفر به آلمان از کارخانه «مان»، تولیدکننده خودروهای سنگین، بازدید کردند که هاینس یورگن لووف، عضو هیات‌مدیره «مان»، از حضور اتوبوس‌های ساخت این کارخانه در ایران به‌صورت سی‌کی‌دی خبر داد و یادآور شد که این کارخانه آلمانی از چند هفته پیش با یک شرکت ایرانی قرارداد همکاری برای تولید اتوبوس در ایران به امضا رسانده است.

هیات تجاری اتاق تهران در دومین روز از سفر خود به ایالت باواریا، پس از دیدار با رئیس اتاق بایرن، ابتدا به بازدید از کارخانه «مان»، تولیدکننده خودروهای سنگین، رفت. در این ملاقات، ابتدا عضو هیات‌مدیره این بنگاه صنعتی در رابطه با سابقه فعالیت این کارخانه توضیحاتی داد و سپس هیأت اعزامی اتاق تهران از خط تولید ساخت کامیون‌های این کارخانه بازدید کرد. او همچنین از تفاهم‌نامه همکاری با یکی دیگر از شرکت‌های ایرانی برای واردات کامیون و موتورهای سنگین ساخت این شرکت خبر داد.

حالا به گوش می‌رسد شرکت «کوشان‌خودرو» قرار است شریک این خودروساز آلمانی باشد.

قطعه‌سازان به سمت توسعه می‌روند

ایران تبدیل به هاب صادرات قطعه می‌شود؟

عسل داداشلو
dadashloo@gmail.com

تفاهم‌نامه همکاری میان انجمن قطعه‌سازان ایران با قطعه‌سازان ایالت باواریای آلمان به امضا رسیدتا صنعت قطعه‌سازی نیز تحرک‌های خود را برای همکاری مجدد با شرکای خارجی در پسابرجام آغاز کند، تحرکاتی که با توجه به پتانسیل موجود، می‌تواند به تبدیل شدن ایران به یک هاب صادراتی قدرتمند منجر شود.

صنعت قطعه‌سازی ایران نسبت به صنعت خودرو، در دهه ۸۰ توانست رشد خوبی را برای خود رقم بزند. همکاری با انجمن قطعه‌سازان فرانسه و ساخت قطعات پژو، تا حدی توانست زیرساخت‌های مورد نیاز را برای توسعه خود فراهم کند. اما آغاز تحریم‌های بین‌المللی، خروج خودروسازان خارجی از ایران و واردات قطعات خودرو از چین، راه را برای ادامه توسعه این صنعت دشوار کرد. حالا با اجرای برجام، مذاکرات قطعه‌سازان ایران با شرکای خارجی خود در حال رسیدن به یک سرانجام است. حدود دو ماه پیش تفاهم‌نامه همکاری میان انجمن قطعه‌سازان ایران با قطعه‌سازان ایتالیا به امضا رسیدو حالا تفاهم‌نامه‌ای تازه با آلمانی‌ها.

قطعه‌سازان ایران این بار با جلو بردن مذاکرات به‌صورت مستقل از خودروسازان می‌خواهند زمینه توسعه زنجیره تامین را که یکی از نقاط ضعف صنعت خودروی ایران به شمار می‌رود، هموار کنند و سهم صادرات خود را که سال گذشته تقریبا به صفر رسیده بود، افزایش دهند. در این میان یک تئوری مطرح می‌شود و آن هم تبدیل شدن ایران به قطب صادرات قطعات خودرو است. ایده‌ای که با وجود ترکیه‌ای که همسایه ایران محسوب می‌شود و امروز یکی از اصلی‌ترین حلقه‌های زنجیره تامین جهانی است، کمی دشوار به نظر می‌رسد. حالا پرسش اینجاست که آیا براساس زیرساخت‌های این صنعت در ایران، پتانسیل تبدیل شدن به یک قطب صادراتی را داراست؟ آرش محبی نژاد، دبیر انجمن تخصصی صنایع همگن قطعه‌سازان خودرو، در پاسخ به این پرسش به «فرصت‌امروز» می‌گوید: «ایران در مسیر غرب به شرق قرار دارد و به جز ۸۰ میلیون جمعیت خود، با احتساب کشورهای همسایه هم‌مرز و کشورهای همسایه نزدیک بازاری ۴۰۰ میلیونی را در دست خواهد داشت که البته از میان این کشورها فقط کشور ترکیه است که توانسته جایگاه خوبی را در تولید قطعه در این منطقه به دست آورد اما به دلیل نبود منابع طبیعی و انرژی در این کشور، ایران همچنان می‌تواند با دارا بودن مزیت ارزان بودن انرژی به یک هاب صادراتی بی‌رقیب در منطقه تبدیل شود. به عبارت بهتر باید بگویم ایران به دلیل داشتن منابع طبیعی و شرایط جغرافیایی تنها کشوری است که می‌تواند به هاب صادراتی قطعات در منطقه خاورمیانه تبدیل شود.»

بهرام شهریاری، عضو انجمن قطعه‌سازان نیز در این زمینه در گفت و گو با «فرصت‌امروز» بیان می‌کند: «ایران می‌تواند یکی از مراکز تولید و توزیع قطعات خودرو شود اما نباید محدود به منطقه خاورمیانه باشد. اینکه صنعت قطعه‌سازی رشد خوبی داشته باشد، کافی نیست. زمانی ما می‌توانیم تبدیل به یک مرکز شویم که قطعه‌سازان با ایجاد کنسرسیوم تبدیل به قطعه‌سازان بزرگ شده و قابلیت تولید در مقیاس جهانی را داشته باشند. همچنین قطعه‌سازان نیازمند تعامل با شرکای خارجی و استفاده از مزیت‌ها برای این مشارکت‌هاست.»

تسهیل شرایط سرمایه‌گذاران خارجی

صنعت قطعه‌سازی ایران پتانسیل لازم را برای تبدیل شدن به یک هاب صادراتی قدرتمند دارد، اما بر سر این راه چالش‌هایی نیز وجود دارد. چالش‌هایی نظیر تغییر نگاه به مشارکت‌های بین‌المللی.

محبی‌نژاد درباره این چالش‌ها اظهار می‌کند: «باید نگاه دگم به مشارکت‌های خارجی را به سمت دیدگاه برنده- برنده تغییر دهیم و منافع مالی خودمان را در کنار منافع شرکای خارجی‌مان تعریف کنیم. کشورهای در حال توسعه به‌شدت به این امر پایبند بوده‌اند. مثلا کشور ترکیه شرایط سرمایه‌گذاری خارجی را به‌گونه‌ای جذاب فراهم کرده و مشوق‌ها و معافیت‌های بی‌شماری را برای آنها در نظر گرفته است.»

او می‌افزاید: «البته متاسفانه صنایع قطعه‌سازی ما به طور ناخودآگاه تحت تاثیر مذاکرات با خودروسازان قرار می‌گیرند، زیرا این خودروسازان هستند که قطعه‌سازان را به زنجیره جهانی متصل می‌کنند. بنابراین خودروسازان ما نباید منافع قطعه‌سازان، عمق ساخت داخل و صادرات قطعه را در مذاکرات با شرکای خارجی خود فراموش نکنند.»

شهریاری نیز در این‌باره معتقد است: «ما باید شرایط سرمایه‌گذاری را با پایین آوردن نرخ بهره بانکی تسهیل کنیم تا بتوانیم محصولی صادراتی داشته باشیم. همچنین درگیر شدن قطعه‌سازان در مشارکت خودروسازان با خودروسازان خارجی، از دیگر اقداماتی است که باید برای جهانی شدن قطعه‌سازی ما صورت بگیرد.»

صنعت قطعه‌سازی می‌تواند سهم بسزایی در توسعه صنعتی داشته باشد اما به شرط آنکه نقش این صنعت به طور مستقل در برنامه‌های توسعه‌ای دیده شود. ترکیه و اتریش به‌عنوان دو کشوری که صنعت خودروسازی ندارند اما حلقه‌های اصلی زنجیره تامین قطعات خودرو در جهان هستند، می‌توانند الگوهایی خوبی برای توسعه این صنعت با توجه به پتانسیل‌های موجود در آن باشند. حالا ایران با توجه به مزیت‌هایی که ذکر شد و همچنین موقعیت جغرافیایی ایده‌آلش قابلیت تولید قطعات خودرو را با هزینه بسیار کمتر نسبت به سایر کشورها داراست. تولید در داخل ایران با توجه به همه پتانسیل‌هایی که در مورد آن صحبت شد، تولیدی رقابتی و اقتصادی خواهد بود.

گزارش ۲

پیشرفت صنعت خودروسازی در گرو هوش مصنوعی

مترجم: مریم قاسمی
منبع: les echos

به کارگرفتن هوش مصنوعی جهت برخورداری از تجهیزات روز دنیا و همچنین برطرف کردن مهم‌ترین نیازهای مصرف‌کنندگان در زمینه امنیت و راحتی خودروها امری انکارناپذیر است.

در آینده‌ای نه‌چندان دور در ماشین‌هایی سوار می‌شویم که دیگر تحت کنترل و هدایت ما نخواهند بود، بلکه این ماشین‌ها هستند که ما را هدایت می‌کنند. سازندگان خودرو و تجهیزات آن و نیز محققان در صنعت خودروسازی در این زمینه اتفاق نظر دارند و بر این عقیده‌اند که صنعت خودروسازی می‌تواند تنها از این طریق دچار تحول شده و پیشرفت کند که روز به روز هوشمندتر شود. این تحول می‌تواند در دو زمینه ایمنی و راحتی خودرو اتفاق بیفتد که هر دو آنها دو معیار فروش قابل ملاحظه در صنعت حمل‌ونقل خواهد بود.

دیوید لاونجر، مسئول بازاریابی محصولات شرکت خودروسازی ولوو در فرانسه می‌گوید: «در آخرین نظرسنجی‌هایی که از مشتری‌های شرکت انجام شده است ارزش کاربردی و امنیت خودرو از مهم‌ترین مباحث بوده و دقیقا پس از قیمت و طراحی خودرو قرار می‌گیرد.» اما این نکات تنها با به کارگیری هوش مصنوعی قابل بهبود و پیشرفت خواهد بود، زیرا تکنولوژی‌های امروزی هریک به محدودیت‌ها و موانع خود رسیده‌اند. برای مثال سیستم‌های ترمز و نیز لوازم و تجهیزات خودرو، به‌ویژه در موارد تغییر شکل در اثر تصادف دیگر قادر نخواهند بود پیشرفت قابل ملاحظه‌ای در این زمینه داشته و نقص‌های خود را برطرف کنند. این تکنولوژی‌ها پیش از این به سطح مطلوب خود رسیده‌اند.

در ملاحظاتی که توسط مدیر پروژه حمل‌ونقل بدون راننده در موسسه تحقیقات تکنولوژی فرانسه انجام گرفته این مسئله بیان شده است: «امروزه شیوه‌های قدیمی برنامه‌ریزی تنها به درد رانندگی‌های پیچیده و سخت می‌خورد اما موقعیت‌هایی که وسایل نقلیه با آن روبه رو هستند بی‌نهایت است و همین ما را مجبور می‌کند سیستم‌های سازگار با محیط را ارتقا داده و سیستمی مانند سیستم یادگیری ماشینی را راه‌اندازی کنیم که به کامپیوتر این امکان را می‌دهد تا در موقعیت‌های جدید بدون آنکه از قبل برنامه‌ریزی شده باشد تصمیم بگیرد و همچنین یاد بگیرد در موقعیت‌های مشابه دیگر چگونه عکس‌العمل نشان دهد.

ولوو حتی در نظر دارد با اجرای پروژه جدید خود به نام Drive Me از این هم فراتر برود. خودروساز سوئدی خودروهای جدید خود را به سیستم یادگیری هوشمندی مجهز خواهد کرد و این سیستم را به کمک موتورهای محاسباتی Drivepx2 که به وسیله غول آمریکایی تکنولوژی‌های داده‌پردازی بصری (Nvidia) ساخته شده راه‌اندازی می‌کند.

یادگیری هوشمند بیش از آنکه موقعیت‌هایی را که می‌تواند ارائه دهد پیش‌بینی کند، به خودرو این امکان را می‌دهد تا محیط خود را شناسایی کرده و متناسب با محیط واکنش نشان دهد. این سیستم با سیستم یادگیری ماشینی تفاوت‌های اساسی دارد. این تکنولوژی امکان تحلیل تصاویر و تصمیم‌گیری و انجام واکنش را برای خودرو فراهم می‌کند. اما مدیر تجاری این موسسه آمریکایی به یک مانع در انجام پروژه اشاره می‌کند و می‌گوید: «ما در اجرای محاسبات به موانع و محدودیت‌هایی برخورد کردیم، برای مثال اگر خودرو معلق بزند و لاستیک‌ها در هوا بمانند سیستم کارایی خود را از دست خواهد داد و این یک محدودیت بزرگ است.»

اما این سیستم قوی می‌تواند در چندمیکروثانیه عکس‌العمل نشان دهد و هربار حادثه‌ای که به وسیله سیستم شناخته نشده است اتفاق می‌افتد، سیستم واکنش صحیح را یاد گرفته و اطلاعات را به دیگر خودروها نیز می‌فرستد. سیستم یادگیری هوشمند به خودرو امکان می‌دهد خود را با محیط مطابقت دهد. محققان همچنین در تلاشند تا کارایی این سیستم را به بالاترین حد خود برسانند به طوری که در این سه سال اخیر توانستند عملکرد این سیستم را تا ۵۰ برابر افزایش دهند. شرکت آلمانی سازنده تجهیزات خودرو، bosch نیز از هوش مصنوعی در ساخت وسایل و تجهیزات مورد نیاز خودرو استفاده کرده و نمونه‌ای از آن ساخت رادارهایی است که به خودرو امکان می‌دهد در هر شرایطی پاسخ داده و عکس‌العمل نشان دهد. فروش این رادارها در چندسال اخیر به‌طور قابل ملاحظه‌ای افزایش پیدا کرده و در سال ۲۰۱۵ نسبت به سال قبل از آن فروش رادارهای هوشمند این شرکت دو برابر شده است.

اما لازم است به ساخت و پیشرفت تجهیزات در زمینه ایمنی خودرو نیز اشاره کنیم. شرکت‌های سازنده تجهیزات ایمنی خودرو به دنبال کسب عنوان پنج ستاره از یورو NCAP هستند، این ساختار امنیت خودروها را در یک مقیاس صفر تا پنج اندازه‌گیری می‌کند. این شرکت‌ها برای کسب عنوان برتر سعی دارند هرچه بیشتر از تکنولوژی هوش مصنوعی در ساخت تجهیزات ایمنی خودرو استفاده کنند. برای مثال برای امنیت بیشتر خودروها به سیستمی مجهز خواهند بود که به یکدیگر در هنگام خطر هشدار می‌دهند و همچنین هنگام تصادفات ناگهانی این خودروها هستند که به کمک یکدیگر می‌آیند.

سیستم ترمز اتوماتیک هم با به کارگیری هوش مصنوعی رو به بهبود است. این تکنولوژی در پیش‌بینی مسیرها نیز خوش درخشیده است. برای مثال وقتی ماشین در خیابان در حال حرکت است می‌تواند همزمان حرکات یک موتورسوار را که در حال حرکت است تفسیر کند. برای مثال زمانی که موتورسوار دست خود را به سمت چپ می‌گیرد تا بپیچد خودرو این حرکت او را تفسیر کرده و واکنش مناسب را از خود بروز می‌دهد. انجام این کار تنها در چند میکرو ثانیه از قابلیت‌های هوش مصنوعی است.

اما هوش مصنوعی قابلیت‌های بسیار بیشتری خواهد داشت که در آینده‌ای نه چندان دور شاهد آن خواهیم بود.

خبر

دوبرابر شدن فروش اتومبیل‌های الکتریکی در اروپا

ترجمه: رضا فدایی
منبع: cincodias.com

براساس داده‌های منتشر شده توسط انجمن اروپایی سازندگان خودرو (ACEA)، شماره‌گذاری خودروهای الکتریکی در سراسر بازار اروپا به تعداد ۱۸۶.۱۷۰ واحد در سال ۲۰۱۵ رسید، که نسبت به یک سال گذشته دو برابر افزایش داشته است. این رقم در سال ۲۰۱۴ به‌طور دقیق برابر ۹۲.۴۵۵ واحد بوده که آمار و ارقام در سال جدید افزایش ۱۰۱ درصدی را نشان می‌دهند. بازارهای اروپایی به این تحول مثبت کمک کرده‌اند، به خصوص بازار ایالات متحده آمریکا که ۹۶.۶ درصد افزایش داشته و ۲۸.۷۱۵ واحد را به ثبت رسانده است. فرانسه نیز با افزایش ۸۳ درصدی ۲۲.۷۱۵ واحد را به فروش رسانده است.

در آلمان تعداد ۲۳.۴۸۱ خودرو به نمایندگی‌ها تحویل داده شده است که نشان‌دهنده رشد ۷۹ درصدی بازار در این قسمت است. میزان رشد بازار در ایتالیا با فروش ۲.۲۸۳ واحد در سال ۱۹۳.۴ درصد افزایش پیدا کرد و در اسپانیا با تعداد ۲.۲۲۴ واحد ۵۸.۳ درصد رشد، کمترین میزان در بین کشورهای اروپایی را به ثبت رساند. هلند با حجم ثبت نام ۴۳.۴۴۱ واحد در سال ۲۰۱۵ و رشد ۱۹۴.۴ درصدی نسبت به سال ۲۰۱۴ که این رقم درآن سال برابر ۱۴.۸۰۵ واحد بوده، جایگاه نخستین بازار فروش خودروهای الکتریکی را در سال گذشته از آن خود کرد. در اروپا تعداد ۲۳۴.۱۷۰ وسایل نقلیه هیبریدی نیز بین ماه‌های «ژانویه» و «دسامبر» سال ۲۰۱۵ به فروش رسید. این افزایش نسبت به سال ۲۰۱۴ برابر ۲۱.۵ درصد بوده است.

ضرر چند صد میلیونی فرانسه از نفروختن سهم پژو

افت سهام پژو از تابستان ارزش سهم فرانسه در این خودروساز را به میزان ۷۶۸میلیون یورو کاهش داده و دولت را ناچار کرده برای فروش دست نگه دارد.

به گزارش ایسنا، بلومبرگ به نقل از یک منبع آگاه گزارش داد حدود ۲۴ ماه پس از اینکه فرانسه به همراه شرکت دانگ فنگ موتور چین به نجات مالی پژو اقدام کردند، دولت این کشور آماده است سهمش در این خودروساز را واگذار کند.

اگر فرانسه اکنون سهمش در پژو را بفروشد حدود ۶۰۰میلیون یورو (۶۷۰میلیون دلار) سود خواهد کرد، اما این کشور با نفروختن سهم در ماه مه که ارزش سهام پژو به بالاترین سطح چهار سال گذشته صعود کرده بود فرصت خوبی را از دست داد و از آن زمان پیامدهای رسوایی آلایندگی فولکس واگن در صنعت خودرو به همراه ریزش بازارهای سهام جهان به افت ۳۵درصدی ارزش سهام پژو از ۲۷ ماه مه به این سو منجر شده است.

به گفته معامله‌گر بانک ساکسو، زمان فروش سهم پژو کاملا منفی است زیرا بحران آلایندگی به ارزش سهام شرکت‌های خودروسازی لطمه زده است. خودروسازان در اروپا با ۲۱درصد افت، پس از بانک‌ها دومین عملکرد افتضاح را در بازارهای سهام در سال جاری داشتند. از سوی دیگر با در نظر گرفتن نگرانی‌ها نسبت به رشد اقتصاد جهانی که بازارهای سهام را ملتهب نگه داشته است، فروش سهام در حال حاضر اصلا اقدام منطقی نیست.

نتایج مالی سالانه پژو که قرار است ۲۴ ماه فوریه منتشر شود، امکان ارزیابی گردش مالی این شرکت را فراهم کرده و به دولت برای تصمیم‌گیری در واگذاری سهمش کمک خواهد کرد.

پژو در سه سال گذشته ضرر مالی متحمل شده اما براساس نظرسنجی بلومبرگ، انتظار می‌رود ۱.۰۳میلیارد یورو سود برای سال ۲۰۱۵ گزارش کند.

این خودروساز در فوریه سال ۲۰۱۴ که دولت فرانسه و شرکت چینی دانگ‌فنگ هر یک ۱۴درصد سهم این خودروساز را خریدند از ورشکستگی مالی نجات پیدا کرد. خانواده پژو هم ۱۴درصد در این خودروساز سهم دارد. فروش سهم دولت فرانسه ممکن است زمینه برای شراکت با خودروساز چینی را هموار کند. دولت فرانسه در زمان کمک به پژو اعلام کرده بود چاره‌ای به‌جز نجات این خودروساز که بیش از ۱۰۰هزار کارمند دارد، نداشته است و ۸۰۰میلیون یورو سهم این شرکت را خرید که بخشی از این خرید به ارزش ۷.۵ یورو برای هم سهم و بخش دیگر ۶.۷۷ یورو بود.

بر مبنای قیمت کنونی بازار، ارزش سهم دولت در این خودروساز ۱.۴۵میلیارد یورو است. براساس محاسبات بلومبرگ، ریزشی که سهام پژو از اواخر ماه مه به این سو داشته است، ارزش سهم دولت فرانسه در این شرکت را حدود ۷۶۸میلیون یورو کاهش داده است.

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول: محمدرضا قدیمی
شورای سردبیری:
محمدرضا قدیمی، حمیدرضا اسلامی
شهریار شمس مستوفی، محمدصادق جنان صفت
چاپ: شرکت رواق روشن مهر توزیع: نشر گستر امروز
آدرس: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، بعد از مشاهیر، پلاک ۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۴۳۳(خط ویژه)
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۴۳۴
فکس تحریریه: ۸۶۰۷۳۳۰۲
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۴۹۳۱۶۶
سامانه پیامکی: ۵۰۰۰۱۲۴۳
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه:
WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

شنبه | اول اسفند ۱۳۹۴ | شماره ۴۴۹ | صفحه ۸
ایمیل: INFO@FORSATNET.IR سایت: WWW.FORSATNET.IR

جدل پاپ و ترامپ

رهبر مسیحیان کاتولیک جهان اظهار داشت، دونالد ترامپ به دلیل اظهاراتش درباره ممنوع شدن ورود پناه‌جویان مسلمان به آمریکا و احداث دیوار در مرز آمریکا با مکزیک مسیحی به حساب نمی‌آید. به گزارش رویترز، پاپ فرانسیس رهبر مسیحیان کاتولیک جهان با وجود این اظهارنظرش گفت که قصد ندارد به آمریکایی‌های کاتولیک بگوید که به ترامپ رأی بدهند یا ندهند. پاپ در مصاحبه با خبرنگاران در هواپیمایش حین بازگشت از سفر به مکزیک در پاسخ به سوالی درباره اظهارات اخیر دونالد ترامپ از جمله درباره احداث دیوار میان آمریکا و مکزیک برای مقابله با مهاجرت غیرقانونی در صورت رسیدن به ریاست جمهوری گفت: شخصی که تنها درباره احداث دیوارها و نه ساخت پُل‌ها فکر می‌کند، در هر جایی که باشد، یک مسیحی نیست. چنین چیزی در انجیل ذکر نشده است.

پاپ همچنین در پاسخ به اینکه آیا آمریکایی‌های کاتولیک نباید به کسی با دیدگاه‌های دونالد ترامپ رأی بدهند، گفت: من نمی‌خواهم وارد این مسئله شوم، من تنها می‌گویم که چنین فردی اگر چنین چیزهایی را گفته باشد، مسیحی نیست. این در حالی است که دونالد ترامپ، کاندیدای ریاست جمهوری پیشروی جمهوریخواهان آمریکا چند روز پیش در مصاحبه‌ای تلویزیونی درباره پاپ گفته بود که وی مسائل مرزی مربوط به مکزیک با آمریکا را درک نمی‌کند. ترامپ خاطرنشان کرده بود: پاپ یک شخص سیاسی است. من فکر می‌کنم او مشکلاتی را که کشور ما دارد، درک نمی‌کند. از نظر من او درک نمی‌کند که مرز بازی که ما با مکزیک داریم چه خطراتی دارد.

در همین حال پاپ فرانسیس در مصاحبه‌اش درباره اینکه از سوی ترامپ یک شخص سیاسی خوانده شده، گفت: من خدا را شکر می‌کنم بابت اینکه یک سیاستمدار هستم. این در حالی است که ترامپ در مصاحبه‌ای بعد از اینکه از سوی پاپ غیرمسیحی خوانده شد، به این اظهارنظر پاپ واکنش نشان داد و گفت، اظهارات وی «شرم‌آور» است. ترامپ در یک تجمع انتخاباتی در کارولینای جنوبی اظهار کرد: اینکه یک رهبر مذهبی اقدام به زیر سوال بردن مذهب شخصی کند، شرم‌آور است. او گفت: هیچ رهبری به‌ویژه یک رهبر مذهبی حق این را ندارد که مذهب یک شخص دیگر یا ایمان او را زیر سوال ببرد.

ترامپ همچنین دولت مکزیک را متهم کرد به اینکه از پاپ فرانسیس به‌عنوان آلت دست خود استفاده کرده است. او گفت: آنها باید شرمسار باشند، به‌ویژه آنکه جان بسیاری در خطر بوده و مسئله مهاجرت غیرقانونی از مرز آنها شیوع داشته و برای آمریکا بداست.

همچنین ترامپ در یک بیانیه مطبوعاتی گفت: کلیسای کاتولیک روزی از اینکه از کاندیداتوری‌اش حمایت نکرد، تاسف خواهد خورد. دونالد ترامپ گفت: زمانی که واتیکان مورد حمله داعش قرار بگیرد، در حالی که همه می‌دانند چنین چیزی هدف نهایی داعش است، آن زمان پاپ می‌تواند دعا کند که کاش دونالد ترامپ رئیس‌جمهور بود، زیرا در این صورت چنین اتفاقی نمی‌افتاد. ترامپ گفت که اظهارات پاپ را ناشی از شخص وی نمی‌داند، زیرا اظهارات منفی پاپ به دلیل آن بوده که دولت مکزیک او را متقاعد کرده که ترامپ فرد خوبی نیست.

تکاپوی انتخاباتی در کشور

جمعه دومین روز از تبلیغات انتخاباتی داوطلبان نمایندگی مجلس شورای اسلامی و نهمین روز از تبلیغات داوطلبان انتخابات مجلس خبرگان رهبری بود اما در حالی که نامزدهای قوه مقننه در همین دو روز، حجم سنگینی از تبلیغات را بر سر مردم شهرها و حوزه‌های انتخابیه خود فروریخته‌اند، نامزدهای مجلس خبرگان در فضایی آرام اما با ابتکارات و تبلیغاتی متفاوت، به معرفی خود به رأی‌دهندگان مشغولند.

اخبار انتخاباتی

◁ حجت‌الاسلام محسن قمی، کاندیدای مجلس خبرگان رهبری و معاون ارتباطات و امور بین‌الملل دفتر رهبر معظم انقلاب در پاسخ به سوالی درباره «عملکرد شورای نگهبان در خصوص تایید صلاحیت‌ها و همچنین برگزاری آزمون خبرگان و مسئله عدم تایید صلاحیت سیدحسن خمینی که اکثریت مراجع به او نگاه مثبتی داشتند»، گفت: زمانی که بحث عملکرد به میان می‌آید، باید به یک مسئله توجه کرد که فلسفه وجود این شورا در قانون اساسی آمده و برگرفته از آموزه‌های دینی است که کاملا روشن و عیان است و در خیلی از کشورهای دیگر هم مشابه چنین ساختاری وجود دارد. اما ممکن است برخی نسبت به نوع عملکرد این شورا انتقاد داشته باشند که به نظرم این یک موضوع طبیعی است، چراکه ما نمی‌توانیم نهادی را پیدا کنیم که در جامعه به آن انتقاد نشود و مهم این است که هر نهادی مسئول پاسخگویی به اعمال و رفتار خودش است و سعی می‌کند تا شبهه‌ها را در یک زمان مناسب پاسخ دهد. همیشه بر این نکته تاکید کرده‌ام که اگر باب گفت‌وگوی بیشتری در این خصوص یعنی در رابطه با کسانی که از عملکرد شورای نگهبان ناراحت هستند با مسئولان این شورا باز شود، می‌تواند برای کشور ما مفیدتر واقع شود. به‌صورت کلی آن چیزی که در وظایف شورای نگهبان است (هم به‌عنوان انتخابات و قانون اساسی و همین‌طور بحث نظارت بر انتخابات خبرگان که خبرگان بر عهده فقهای این شورا گذاشته‌اند) این امر را لازم جلوه می‌دهد که کاندیداهای شورای نگهبان باید شرایطی از جمله فقیه بودن و فقیه‌شناس بودن، عدالت، شجاعت و بصیرت داشته باشند و احراز این شرایط به‌خصوص در بحث احراز فقاهت بر عهده فقهای این شورا گذاشته شده است. لذا ممکن است خیلی مسائل دیگر اعم از استعلام‌ها در این بین مطرح باشد که البته این شیوه‌ها موضوعیت ندارد، بلکه طریقیت دارد و آنچه موضوعیت دارد این است که فقها به این اطمینان برسند شخصی که کاندیدا شده دارای شرایط لازم است یا خیر.

◁ سیدشهاب‌الدین چاوشی، رئیس ستاد انتخابات استان تهران با بیان اینکه تنها مرجع اظهار نظر درخصوص تبلیغات داوطلبان انتخابات مجلس شورای اسلامی ستاد انتخابات استان است، اعلام کرد: استفاده از تصاویر امام خمینی(ره) و رهبر معظم انقلاب در تبلیغات انتخاباتی هیچ منعی ندارد.

◁ شهیندخت مولاوردی، معاون رئیس‌جمهور در امور زنان و خانواده گفت: تشکیل مجلس معتدل می‌تواند موجب بهبود وضعیت زنان و خانواده‌های ایرانی شود، چراکه تنش و درگیری مداوم میان دولت و مجلس کاهش تمرکز در پرداختن به آسیب‌های زنان و خانواده را در پی دارد.

◁ هاشمی، وزیر بهداشت با دعوت از اقشار مختلف جامعه برای حضور پرشور در انتخابات اظهار کرد: اسفندماه، زمان انتخابات است و امیدوار هستیم که مردم به وصیت امام(ره) و سفارش رهبر انقلاب عمل کرده و در انتخابات ایفای نقش کنند.

◁ شورای عالی سیاست‌گذاری انتخاباتی اصلاح‌طلبان با صدور بیانیه‌ای در روز آغاز تبلیغات انتخابات مجلس شورای اسلامی، آخرین مواضع انتخاباتی خود را تشریح کرد.

◁ فهرست اسامی نامزدهای اصلاح‌طلب و مورد حمایت شورای‌عالی سیاست‌گذاری انتخاباتی اصلاح‌طلبان در کشور اعلام شد.

◁ محمدحسین مقیمی، رئیس ستاد انتخابات کشور از تامین همه نیازهای تدارکاتی انتخابات هفتم اسفند خبر داد.

عبدالله عبدالله: روند صلح با طالبان ادامه دارد

عبدالله عبدالله، رئیس اجرایی دولت افغانستان در گفت‌وگو با ایرنا در کابل گفت که روابط جمهوری اسلامی ایران و افغانستان در ماه‌های اخیر گسترش و تعمیق یافته است و فضای خوبی بر روابط طرفین حاکم است و آنچه را که ما در انتظارش هستیم و واقع‌بینانه هم هست، آینده درخشان روابط دو کشور است و ظرفیت آن وجود دارد و اقداماتی نیز از طرف هر دو کشور برای ترسیم این آینده درخشان صورت گرفته است. او ادامه داد: بعد از برگزاری انتخابات مجلس و خبرگان در ایران، نشست کمیسیون مشترک همکاری‌های اقتصادی دوجانبه که بحث‌های آن تمامی مسائل میان دو کشور را دربرگرفته و هیچ موضوع دیگری خارج از مباحث این کمیسیون بین دو کشور باقی نخواهد ماند، در تهران یا کابل برگزار می‌شود.

عبدالله محل برگزاری کمیسیون مشترک همکاری‌های اقتصادی ایران و افغانستان را در تهران یا کابل زیاد با اهمیت ندانست و اظهار داشت که تهران یا کابل مهم نیست. مهم این است که بعد از فراغت وزیر کشور ایران از انتخابات، این نشست مشترک برگزار می‌شود تا دو طرف به توافق‌های مورد نظر در ابعاد مختلف دست پیدا کنند.

او درباره حل معضل ربودن رانندگان ایرانی در شاهراه‌های غربی افغانستان به‌ویژه شاهراه هرات- اسلام قلعه، گفت که ربوده شدن رانندگان ایرانی جدای از مسئله ناامنی‌ها در غرب افغانستان نیست و این مشکل دامن شهروندان افغان را نیز گرفته و یک مشکل عمومی در کشور است، اما با توجه به مشکل به وجود آمده برای رانندگان ایرانی، هیاتی مامور بررسی این موضوع شده است. رئیس اجرایی دولت افغانستان گفت که هیاتی ویژه به استان هرات همجوار با مرزهای ایران اعزام شد تا موضوع ربودن رانندگان ایرانی را ریشه‌یابی کند و این هیأت بررسی‌های خود را در این زمینه انجام داده و نتایج آن به دلیل مسائل امنیتی، علنی نخواهد شد، اما اقداماتی در این زمینه پیش‌بینی شده و توجه ویژه صورت خواهد گرفت.

عبدالله در پاسخ به این پرسش که آیا با توجه به چندشاخه شدن طالبان، گفت‌وگوهای صلح افغانستان ثمربخش خواهد بود، گفت: پیش‌بینی ما هم این بود که پس از انتشار خبر مرگ ملا محمد عمر، رهبر پیشین طالبان، آنان چندپارچه خواهند شد. گروه طالبان در شش ماه گذشته پس از انتشار خبر مرگ ملا «محمد عمر» رهبر پیشین طالبان به سه شاخه تقسیم شده است. بخش عمده‌ای از طالبان «اختر محمد منصور» را به جانشینی ملاعمر پذیرفته‌اند، اما جمعی از فرماندهان این گروه ملا «محمد عبدالرسول» را رهبر طالبان معرفی کرده‌اند و هفته گذشته گروه سومی به رهبری «عبیدالله هنر» سر برآورده‌اند. طالبان متحد که نیت رسیدن به صلح در آنان وجود داشته باشد، کمک به روند صلح ارزیابی می‌شوند اما دیدیم که رهبری طالبان تا زمانی که عنوان رهبری داشت، ادامه جنگ را پیش گرفت و متعاقب اعلام خبر مرگ ملاعمر سروصدای اختلافات در موارد مختلف از جمله «جنگ و صلح» از میان طالبان بلند شد.

اعلام آمادگی آموزش و پرورش برای ورود به پادگان‌ها و کارخانجات

گودرز شاهمرادی، مدیرکل آموزش از راه دور وزارت آموزش و پرورش گفت: در حال حاضرهزار و ۷۰۳ مدرسه فعال آموزش از راه دور داریم که قریب به‌هزار و ۹۰۰ دانش آموز به‌صورت نیمه حضوری و غیرحضوری در این مدارس تحت پوشش هستند. شاهمرادی با اشاره به پوشش تحصیلی دانش‌آموزان ایرانی خارج از کشور توسط این مدارس، خاطرنشان کرد: در حال حاضر چهار مدرسه فعال در خارج از کشور داریم که در مجموع ۵۰۰ دانش‌آموز را تحت پوشش قرار داده‌اند. او از افزایش آمار جذب دانش‌آموزان ایرانی خارج از کشور در این مدارس خبر داد و گفت: در سال جاری توانستیم اجازه برگزاری امتحانات را با اعزام یک مدیر به منظور نظارت بدهیم. او همچنین از اعلام آمادگی برای ورود به پادگان‌ها و کارخانجات و اصناف و آموزش به آنها خبر داد و گفت: رجعت افراد پایین‌تر از دیپلم به زندان، بسیار بیشتر از افرادی است که بالاتر از دیپلم هستند. به طوری که رجعت افراد بالای دیپلم ۵درصد و رجعت پایین‌تر از دیپلم ۹۵درصد است. شاهمرادی اضافه کرد: این آمادگی نیز وجود دارد که افراد تحت آموزش را از ۱۷۰۳ نفر به یک‌میلیون نفر افزایش دهیم.

مدیر کل آموزش از راه دور آموزش و پرورش کیفیت بخشی به مدارس آموزش از راه دور، تبدیل تمام مدارس استیجاری به فضای تاسیسی و خریداری، ایجاد مکانیزم‌هایی برای بهبود شرایط نیروی انسانی شاغل در این مدارس برای ارائه خدمات بهتر و درجه‌بندی و استانداردسازی را از مهم‌ترین برنامه‌های مدارس آموزش از راه دور در سال جاری عنوان کرد.

سیاست

گفت‌وگوی تلفنی پوتین و پادشاه عربستان درباره مسئله سوریه

دفتر مطبوعاتی کاخ کرملین اعلام کرد رئیس‌جمهوری روسیه و پادشاه عربستان سعودی به یکدیگر به مناسبت سالروز برقراری روابط دیپلماتیک میان دو کشور تبریک گفتند. سران دو کشور بر عزم متقابل برای توسعه روابط و همکاری‌های روسیه و عربستان سعودی در عرصه‌های مختلف تاکید کردند. براساس گزارش کرملین، در این گفت‌وگوی تلفنی بر علاقه‌مندی برای حل و فصل بحران سوریه و تامین ثبات و امنیت منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا تاکید شد. رئیس‌جمهوری روسیه همچنین بر دعوت خود از پادشاه عربستان سعودی برای سفر به این کشور تاکید کرد. پیش‌تر رسانه‌های خبری از برنامه سفر سلمان پادشاه عربستان سعودی به مسکو در ماه مارس خبر داده بودند. روسیه و عربستان سعودی در چارچوب گروه حامیان سوریه که از ۱۹کشور ازجمله جمهوری اسلامی ایران تشکیل شده است، برای حل و فصل بحران سوریه همکاری می‌کنند.

تیتراخبار

◁ **نیروی دریایی روسیه اعلام کرد یک کشتی موشک‌انداز به بندر طرطوس، دومین بندر بزرگ سوریه اعزام کرده است.**

◁ **کوبلر، فرستاده سازمان ملل به لیبی در سخنانی هشدار داد که ممکن است زمان برای انجام عملیات هوایی بین‌المللی علیه مواضع داعش در لیبی مناسب نباشد.**

اوباما، رئیس‌جمهوری آمریکا طرح تشدید تحریم‌ها علیه پیونگ‌یانگ و رهبر کره شمالی را امضا کرد

جامعه

درخواست آزادی زنجانی در دست بررسی است

رسول کوهپایه‌زاده، وکیل بابک زنجانی گفت: هنوز ختم جلسه رسیدگی به پرونده موکلم از سوی دادگاه و قاضی اعلام نشده است. البته در روز آخر دادگاه لایحه‌ای ۸۵ صفحه‌ای به دادگاه ارائه کردم و خوش‌بین هستم، چون دادگاه اقدام مناسبی برای کشف حقیقت انجام داده است و رأی عادلانه‌ای صادر خواهد شد. او در پاسخ به اینکه ۳۰ بهمن ماه رسید اما خبری از تسویه حساب زنجانی نشد، گفت: بگذارید فارغ از بحث‌های رسانه‌ای پرونده جلو برود. شاید در هفته‌های آینده بمب خبری داشته باشیم. وکیل بابک زنجانی در مورد نتیجه درخواست لغو قرار بازداشت موکلش از دادگاه گفت: براساس قانون آیین دادرسی کیفری، قبل از پایان دو سال بازداشت موقت متهم، درخواست لغو بازداشت ارائه شده و دادگاه تصمیم‌گیری می‌کند. با توجه به اینکه موکلم دو سال بازداشت موقت است این درخواست را ۹ دی ماه ارائه کردیم و قاضی هم در جلسه آخر در پاسخ به اظهارات بابک زنجانی مبنی بر اینکه می‌خواهم بدانم چه ایراد و مشکلی در این درخواست است گفت که در حال بررسی است. در هر حال همه چشم‌ها به این دادگاه خیره شده و نتیجه دادگاه می‌تواند الگویی برای تمامی محاکم باشد.

تیتراخبار

◁ **محسن ولیئی، مدیرکل کمیته امداد استان تهران گفت: «جشن نیکوکاری» امسال به مدت سه روز از ۱۲ تا ۱۴اسفند در مدارس، مراکز عمومی و نیکوکاری، مساجد و مصلاهای برگزاری نماز جمعه، در سطح کشور برگزار خواهد شد.**

◁ **کارشناسان محیط زیست در تایلند اعلام کردند: جمعیت کاهش یافته ببرها در این کشور دوباره افزایش یافته است.**

اکبر توکلی، مدیرعامل سازمان بهشت زهرا (س)، با اشاره به دفن ۳۴ هزار نفر در بهشت زهرا (س) از ابتدای سال جاری گفت: منطقه ۴ پیشتاز تعداد فوتی‌های پایتخت بوده‌است

فرهنگ

انیو موریکونه در تور «۶۰ سال موسیقی»

انیو موریکونه، آهنگساز مطرح جهانی این روزها تور «۶۰ سال موسیقی» را در کشورهای اروپایی دارد و همچنین خود را برای حضور در مراسم اسکار آماده می‌کند. به گزارش یورونیوز، موریکونه آهنگساز ایتالیایی که به‌تازگی ششمین جایزه بفتای خود را برای ساخت موسیقی متن فیلم «هشت نفرت‌انگیز» ساخته کوئنتین تارانتینو دریافت کرده این روزها در تور «۶۰ سال موسیقی» نیز حضور دارد. موسیقی «هشت نفرت‌انگیز» ساخته این آهنگساز ۸۷ ساله تا به حال برنده جایزه گلدن گلوب شده و در انتظار بخت خود برای دریافت اسکار نیز هست. این ششمین نامزدی اسکار برای انیو موریکونه است که سال ۲۰۰۷ برنده اسکار افتخاری شد. انیو موریکونه با اشاره به نامزدی اسکار می‌گوید: بدون هیچ انتظاری به لس‌آنجلس می‌روم، پیشتر چهار، پنج یا شش بار نامزد شدم اما جایزه‌ای نبردم. امیدوارم این بار پیروزی اسکار داشته باشم ولی اصلا اطمینان ندارم. پس با آرامش می‌روم و امیدوارم همه چیز خوب پیش برود. انیو موریکونه در همکاری با سرجیو لیونه، کارگردان هم‌وطنش با ساخت موزیک متن فیلم‌های وسترن «خوب، بد، زشت» و «روزی روزگاری در غرب» به شهرت رسید. او که در چند دهه فعالیت هنری برای ۴۵۰ فیلم موسیقی متن نوشته درباره شیوه‌های آهنگسازی‌اش می‌گوید: می‌خواهید رمز خلاقیت و کار من را بدانید. توضیح دادنش سخت است، زیرا گاهی فقط به یک ایده نیاز دارم که روی آن کار کنم تا به چیزی تبدیل بشود. گاهی اصلا ایده‌ای وجود ندارد. حال دنبال چیزی هستم و انتظار دارم که موقعیتش پیش بیاید. تور «۶۰ سال موسیقی» انیو موریکونه پس از لندن به شهرهای پاریس، مسکو، کلن، هلسینکی و آمستردام می‌رود. شاید در بین راه هم فرصتی برای گرفتن آن اسکار پیش بیاید.

تیتراخبار

◁ **عکس ورلد پرس که در بخش‌های مختلف برندگان خود را از سراسر جهان انتخاب می‌کند، یکی از جوایز ۲۰۱۶ خود را به عکاس خبرگزاری مهر اهدا کرده است.**

◁ **حجت‌الله ایوبی، رئیس سازمان سینمایی کشور از کمبود ۲۶۰۰ سالن سینما در کشور خبر داد.**

دیتر کاسلیک، مدیر شصت و ششمین جشنواره فیلم برلین در جدیدترین صحبت‌هایش درباره مریل استریپ، رئیس هیات داوران و پرداختن به مسئله پناهندگان و آینده دیجیتال سخن گفت

ورزش

امضای پیش قرارداد مورینیو با منچستریونایتد

مورینیو پیش قراردادش را با منچستریونایتد برای بر عهده گرفتن هدایت این تیم به مدت سه سال و با هفته‌ای بیش از ۳۰۰هزار پوند قبول کرده است. به گزارش اکسپرس، رسانه‌های انگلیسی از جمله دیلی استار و اکسپرس از امضای پیش قرارداد ژوزه با منچستریونایتد خبر دادند و اعلام کردند که این مربی پرتغالی با قراردادی ۴۸میلیون پوندی پس از شش هفته مذاکره با سران منچستریونایتد با این تیم به توافق نهایی رسید و پیش قرارداد خود را با این باشگاه امضا کرد و شنبه بعد از ملاقات با سران اینتر و سفری کوتاه به ایتالیا به انگلیس باز خواهد گشت تا هفته آینده باشگاه منچستریونایتد به‌صورت رسمی حضور مورینیو را در این تیم تایید کند. ژوزه مورینیو سومین مربی باشگاه منچستریونایتد بعد از رفتن سرالکس فرگوسن خواهد بود. پیش از او نیز دیوید مویس و لوئیس فان خال با وجود خریدهای گزاف نتوانستند موفقیتی را با منچستریونایتد به دست بیاورند و در نهایت اکنون ژوزه مورینیو که رابطه نزدیکی هم با فرگوسن دارد جانشین فان خال برای فصل آینده خواهد شد. گفته می‌شود مورینیو هفته‌ای ۳۰۸هزار پوند از منچستریونایتد درآمد خواهد داشت. منچستریونایتد پنجشنبه شب در لیگ اروپا با نتیجه دو بر یک برابر میتیلند شکست خورد تا هواداران منچستریونایتد به‌شدت از عملکرد این تیم انتقاد کنند. منچستریونایتد در ابتدای هفته باید در جام حذفی و دور پنجم این رقابت‌ها با لشکری از مصدوم برابر «شروزبری» دیدار کند و سپس خودش را آماده برگشت با میتیلند خواهد کرد.

تیتراخبار

◁ **تیم ملی فوتسال کشورمان با پیروزی ۱۳بر یک برابر ویتنام راهی فینال قهرمانی آسیا شد. حریف ایران در فینال ازبکستان میزبان است.**

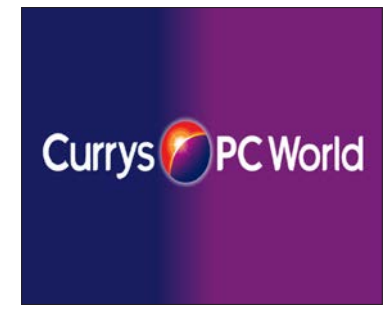
◁ **استقلال تهران عصر دیروز موفق شد ۲بر یک تیم ۱۰نفره گسترش فولاد را شکست دهد.**

علیرضا احمدپور، نماینده اسکی کشورمان در مسابقات مارپیچ کوچک بازی‌های المپیک زمستانی لیل‌هامر نروژ در بین ۶۲ ورزشکار به‌عنوان ۳۵ رسید

فرصت نقد

آگهی امروز: وسایل دیجیتال کاری

سلما رفیعی



در تصویر در یک سالن زیبا، سفید و بزرگ، انبوه وسایل دیجیتال کنار هم چیده شده‌اند. دوربین با حرکتی تند و هارمونیک آنها را در آغوش می‌گیرد و گذر می‌کند تا به کامپیوتر «کاری» برسد. در این میان تمام وسایل دیگر در رقصی موزون و در زیر حرکت دوربین پس از اندکی خودنمایی، زیر صفحات سفید پنهان می‌شوند تا نوبت به کامپیوتر کاری برسد.

اتوها از روی صفحات می‌روند و می‌آیند و سپس پنهان می‌شوند. ماشین لباسشویی پس از جلوه‌گری به دل صفحات سفید فرومی‌رود. نظم زیبایی در جریان است.

اشیا می‌رقصند. همه انگار فضا را خالی می‌کنند تا کامپیوترها و لپ‌تاپ‌های کاری خود را نشان دهند. یک فرش قرمز نامریی در حال گسترده شدن است. موسیقی به درخشش تیزر کمک کرده است. حرکت‌ها موزون، نماها زیبا و فضاسازی هارمونیک است؛ ساده در نمایش و پیچیده در ساخت.

به شعار تیزر می‌رسیم. گوینده می‌گوید که در میان تنوع گسترده محصولات کاری حتما گزینه‌ای هست که دقیقا برای شماست و سپس لپ‌تاپ کاری در میانه سالن سفید تنها و یکه‌تاز می‌درخشد.

آگهی بسیار زیباست. تاثیرگذار است. آنچه می‌خواهد بگوید را به زیبایی می‌گوید. از استتیک کمک گرفته است. از هارمونی و چینش موسیقایی اشیا در کنار هم. به یک سمفونی می‌ماند. برند کاری بی‌شک خودش هم می‌داند که تنوع محصولاتش به او این اختیار را داده است که احساس کند ارکستری بزرگ از محصولات را در اختیار دارد و البته تنوع نیز حرف اصلی تیزر است. کاری بیش از همه می‌خواهد بیان کند دنیایی از انتخاب را پیش روی مخاطب می‌گذارد و مدعی است در میان این همه انتخاب بی‌شک هر کس می‌تواند انتخابی داشته باشد.

تیزر زیبا و دیدنی است. خسته‌کننده نیست. موجب تغییر شبکه نمی‌شود. هر جا که باشی می‌توان ایستاد، زمان کوتاهی را صرف کرد و زیبایی این ارکستر محصولات خانگی را تماشا کرد. در باکس تبلیغاتی که حول محور ثانیه‌ها می‌چرخد و مخاطب به ثانیه بند است. اینجا و اکنون برند کاری می‌تواند ثانیه و دقایق مخاطب را به خود اختصاص دهد و خودش را به او معرفی کند تا شاید زمانی گزینه انتخاب مخاطب شود یا آشنای انتخاب او.

از میان خبرها

نخستین بیلبورد تعاملی که آنفلوآنزای شما را تشخیص می‌دهد!

بیماری آنفلوآنزا در دنیا بسیار همه‌گیر شده است. در همین راستا در فصلی که بیماری آنفلوآنزا در لهستان زیاد می‌شود موسسه راهکارهای پویای لهستان به همراه آژانس تبلیغاتی ساچی و ساچی دست به اجرای یک ایده خلاقانه زدند؛ نخستین بیلبورد تعاملی که تشخیص می‌دهد شما تب دارید!

به گزارش آیمارکتور، در این ایده، یک بیلبورد تعاملی مجهز به دوربین و سنسور حرارتی به مخاطب این شانس را می‌دهد تا بفهمد که سرماخورده است یا خیر!

به وسیله یک سنسور حرارتی نصب شده روی بیلبورد وقتی مخاطب جلوی آن می‌ایستند دمای بدن وی محاسبه و براساس آن به مخاطب اعلام می‌شود احتمال دارد سرما خورده باشد.

همچنین یکی از ترفندهای جالب در این بیلبورد تعاملی این است که شما می‌توانید سلفی حرارتی (Termo Selife) بگیرید و در شبکه‌های اجتماعی با دیگران به اشتراک بگذارید.

نگاهی به آگهی تبلیغاتی جدید کفش بلا

تبلیغ به پشتوانه نوستالژی

نرگس فرجی
nargesfaraji1389@yahoo.com

در آگهی صحنه ماهیگیری پدر و پسری به تصویر کشیده شده که خندان به جای ماهی کفش صید کرده‌اند. آگهی پر از رنگ‌های شاد است. رنگ‌هایی که با حال و هوای تخفیف نوروزی آگهی هماهنگی دارد. این توصیفات مربوط به تصویر آگهی تبلیغاتی داخل فروشگاه‌های برند کفش بلا است که در قالب یک کمپین گسترده چند روزی است اکران شده. این آگهی روی شیشه‌های فروشگاه‌های این برند نصب شده و به نوعی کفش بلا از ویترین‌های خود در این کمپین به‌عنوان یک رسانه استفاده کرده است. علاوه بر این آگهی در این کمپین گروه ایده‌پردازی استیکرهایی را با استفاده از تصاویر محصولات کفش بلا طراحی و در فروشگاه‌ها نصب کرده‌اند. ورود دوباره این برند قدیمی به عرصه تبلیغات با بازخوردهای زیادی روبه‌رو بوده که به منظور بررسی ابعاد مختلف آن سراغ کیانوش هاتفی، مدیر ایده‌پردازی و مشاور تبلیغاتی رفته‌ایم. در این گزارش امیر عباس کمالی، مدیر هنری و خلاقیت کمپین تبلیغاتی کفش بلا نیز به نمایندگی از کل گروه ایده‌پردازی این کمپین به سوالات مختلفی پاسخ می‌دهد.

برجسته کردن نکات نوستالژیک برند در کمپین تبلیغاتی

کیانوش هاتفی درباره کمپین تازه کفش بلا می‌گوید: کفش بلا از برندهای قدیمی و خاطره‌انگیز است. بلا از جمله برندهای پرکار در تبلیغات دهه ۶۰ بود. برندی که خاطرات تبلیغاتی دوران کودکی بسیاری از ما را شکل داده‌است. اگر همسن و سال‌هایم به خاطر داشته باشند، در آن دوران کفش بلا و رقبای دیگرش مانند کفش ملی و کفش گام رقابت‌های تبلیغاتی جذابی را در آگهی‌های تلویزیونی و... با یکدیگر داشتند. با اینکه رقابت تبلیغاتی این برندها براساس اصول و قاعده تبلیغات امروزی برنامه‌ریزی نشده بود و سازندگان به آنها نگاه سنتی داشتند ولی جذابیت‌های تبلیغاتی بیادماندنی از آنها باقی مانده است. روند تبلیغاتی این برند و رقبایش در یک دوره مشخص به خاطر مشکلات اقتصادی خاموش شد. پس با این توصیفات گروه ایده‌پردازی کمپین تازه کفش بلا به نوعی هدف خود را بازتعریف یا یادآوری این برند در ذهن مشتریانش در نظر گرفته‌اند. کفش بلا برندی قدیمی و باسابقه است و نکات نوستالژیک زیادی در ذهن مخاطبان دارد. بر این اساس، نخستین فاکتوری که در ایده‌پردازی کمپین این برند به ذهن هر فردی می‌رسد، زنده کردن این نکات نوستالژیک است؛ نکاتی که گروه ایده‌پردازی کمپین تازه بلا نیز به درستی سراغشان رفته است.

نگاه متفاوتی باید در طرح آگهی منعکس می‌شد

هاتفی می‌گوید: گروه ایده‌پردازی برای آگهی این کمپین از طرح جالب و باکیفیتی از لحاظ گرافیکی و طراحی استفاده کرده است، یعنی آگهی درون فروشگاهی این کمپین از لحاظ اجرا و بصری زیبا و خوب است ولی از لحاظ مفهومی به نظرم با ابهاماتی روبه‌رو است. در طرح آگهی کمپین کفش بلا، اینکه چرا باید کاراکتر اصلی کفش را از آب صید کند، مشخص نیست. اکثر مخاطبان، این صحنه را در بسیاری از فیلم‌ها دیده‌اند. صحنه‌ای که معمولا افراد حین ماهیگیری به جای ماهی، کفش صید می‌کنند ولی کسانی که این اتفاق برای‌شان می‌افتد، کفش نویی شکار نمی‌کنند. البته گروه عنوان کرده‌اند که این شیوه را به شکل طنزآمیزی استفاده کرده‌اند اما نکته مهم این است که آیا گروه هدف این آگهی نیز متوجه طنزآمیز بودن آن خواهد شد یا خیر. فرهنگ مخاطبان ایرانی پر از ایهام است و بسیاری از اصطلاحات و کلمات با معانی مختلفی در کشورمان تعریف می‌شوند. تغییر این فرهنگ دشوار است و بیان یک رفتار یا اصطلاح خارج از عرف آن پیچیدگی‌های خاص خود را دارد. برای مثال اصطلاح فیل هوا کردن میان مخاطبان ایرانی مفهوم خاصی دارد و آنها وقتی این اصطلاح را می‌شنوند، برداشت مشخصی از آن دارند، حال تغییر یا به‌کارگیری متفاوت آن، باعث سردرگمی مخاطبان خواهد شد. مخاطبان تصویر آگهی را می‌بینند و دیگر با ذهنیات طراح کاری ندارند. در نتیجه اگر گروه ایده‌پردازی نگاه متفاوتی به شکار کفش از آب داشته‌اند باید به نوعی آن را در طرح منعکس می‌کردند؛ یعنی مخاطب به نوعی متوجه ماجرا می‌شد، این در حالی است که به نظرم این اتفاق نیفتاده است.

دهه شصتی‌ها؛ گروه مخاطبانی که با برند خاطره دارند

هاتفی درباره گروه مخاطبان این کمپین می‌گوید: موضوع گروه مخاطبان نیز در این کمپین کمی گنگ به نظر می‌رسد. در آگهی کمپین از تصویر ورزش یا تفریح ماهیگیری استفاده شده است. ورزشی که گروه مخاطبان خاص خود را دارد و قشر زیادی از جامعه ما آن را تجربه نکرده‌اند. کفش بلا محصولاتی دارد که معمولا گروه متوسط جامعه، مشتریان آن هستند. گروهی که شاید آنچنان نتوانند با ورزش ماهیگیری که در کشور ما ورزش لوکسی محسوب می‌شود، ارتباط برقرار کنند. وقتی گروه مخاطب عام است و معمولا این گروه برای خرید کفش هزینه مشخصی را پرداخت می‌کنند، باید از المان‌هایی استفاده کرد که به نوعی با هزینه آنها همخوانی داشته باشد. اگر به جای گروه ایده‌پردازی این کمپین بودم، از تصویر کوهنوردی در آگهی استفاده می‌کردم، چون بسیاری از بچه‌های دهه ۶۰ با کفش‌های برند بلا به‌خصوص با یکی از مدل‌های آن به نام کیکرز خاطرات زیادی دارند. شاید بتوان گفت تمام افراد در آن دوره یک جفت از این کفش را داشته‌اند و حداقل یک بار هم که شده با آن کوهنوردی کرده‌اند. البته باید بگویم نکته مثبت طرح آگهی کمپین بلا این است که دقیقا روی محصول نوستالژیک آن یعنی کیکرز تمرکز کرده که این اتفاق خوب و جالب است.

طراحی استیکرهای متفاوت برای فروشگاه‌های برند

این مشاور تبلیغاتی می‌گوید: آمدن دوباره نام بلا در تبلیغ به تنهایی نظر مخاطبان را به خود جلب خواهد کرد. نامی که مطمئنا وقتی مخاطبی آن را ببیند، فورا خاطرات جالبی برایش زنده خواهد شد. البته شاید گروه ایده‌پردازی این کمپین با اجرای این طرح خواسته چهره جوان و جدیدی به کفش بلا بدهد که به نظرم به‌کارگیری المان‌های نوستالژیک به مخاطبان برای دریافت راحت‌تر پیام، کمک بسیاری می‌کرد. مطمئنا بازگشت دوباره کفش بلا به عرصه تبلیغات فقط محدود به این آگهی نخواهد شد و گروه برنامه‌های دیگری نیز دارند که باید منتظر آنها هم باشیم. در مورد شعار این آگهی نیز باید بگویم شعار نیز متناسب با تصویر آگهی طراحی شده و به شکل ساده‌ای پیامش را به مخاطب رسانده که این موضوع نکته مثبتی است. علاوه بر این نکات، استفاده از استیکرهای متفاوت برای فروشگاه‌های این برند از جنبه‌های مثبت دیگر این کمپین است. در این باره اتفاق تازه‌ای افتاده چون معمولا برندها برای فروشگاه‌های خود به یکسری پوستر ساده اکتفا می‌کنند. در نتیجه ایده‌پردازی برای این استیکرها جالب و خوب است و به نظرم مخاطبان بسیاری را جذب برند خواهد کرد. هاتفی می‌گوید: در مجموع گروه ایده‌پردازی برای این کمپین نگاه متفاوتی را دنبال می‌کنند که به نظرم این موضوع جالب است و عاملی برای مجزا شدن آن نسبت به تمامی کمپین‌هایی خواهد شد که در حال حاضر اجرایی شده‌اند. گروه در تلاش است که کمپینی تمیز و خلاق ارائه دهد که این موضوع کاملا از تصویرپردازی و اجرای کار مشخص است و مخاطب به راحتی آن را درک و حتما این روند را نوعی احترام از طرف برند برای خودش قلمداد خواهد کرد. در پایان باید بگویم برند بلا در سال‌های اوج خود یکی از بهترین برندهای بازار بود و آمدن دوباره‌اش برایم خوشحال‌کننده است.

از جوانی تا سالخوردگی

امیرعباس کمالی درباره ایده اولیه کمپین کفش بلا می‌گوید: کفش بلا با سفارش طراحی و اجرای کمپین فروش پایان سال خود به استودیوی خلاقیت بلندگو مراجعه کرد. همان‌طور که می‌دانید کفش بلا از قدیمی‌ترین برندهای کشور است که روزهای درخشانی را در صنعت کفش سپری کرده و نسل گذشته خاطرات خوبی با محصولات این برند دارند برای مثال چکمه‌های زمستانی قهوه‌ای رنگ پلاستیکی و همین‌طور کفش کیکرز از جمله محصولاتی بود که در کفش ملی و بلا تولید و عرضه می‌شد و همه قشرها از آنها استفاده می‌کردند و برای نسل گذشته خاطره‌انگیز هستند. با آسیب دیدن این صنعت به دلایل اقتصادی، برند بلا نیز از این گزند مصون نماند و تصویر جوان گذشته این برند تبدیل به چهره سالخورده‌ای شد و در نتیجه طرفداران فراگیر خود را به تدریج از دست داد.

جوان شدن تصویر برند و طراحی هویت بصری جدید

کمالی می‌گوید: امروز با تغییر نگاه مدیریت برند بلا و همین‌طور برنامه‌های جدید بازاریابی در جهت ایجاد سهم بازارهای جدید در این مجموعه بزرگ، جوان شدن تصویر برند و طراحی یک هویت بصری جدید در دستور کار قرار گرفته که امیدواریم پس از آماده شدن زیرساخت‌های لازم در ماه‌های آینده از این هویت بصری جدید رونمایی کنیم. در شروع این راه و با توجه به نزدیک شدن به ایام نوروز به منظور ایجاد توجه مخاطبان به برند، در فصل خریدهای شب عید، بلا تصمیم به اجرای یک کمپین فروش گرفته و پس از انتخاب ما به‌عنوان طراح و مجری این کمپین و پس از جلسات ایده‌پردازی مشترک استراتژی جوان شدن در لحن و تصویر این کمپین به‌عنوان استراتژی اصلی انتخاب شده است. به دلیل ارائه تخفیف‌های ویژه و خاص در این دوره، پیام این کمپین استفاده کردن از این فرصت ویژه و شعار آن «فرصت صید تخفیف‌های نوروزی» طراحی و نوشته شد و برای تصویر آن سعی کردیم به منظور جلب توجه بیشتر مردم و مخاطبان انتخابی جسورانه بکنیم و صید کفش را که اصولا به‌عنوان یک بدشانسی در ماهیگیری قلمداد می‌شود، این بار به‌عنوان یک شانس معرفی کنیم، تا با ایجاد یک حس نوستالژیک و اضافه شدن کمی طنز به تصویر، احساسی خوب در بیننده تبلیغ ایجاد شود. این کمپین شامل یک تصویر اصلی و آویزهای تبلیغاتی داخل فروشگاهی و همین‌طور استیکرهای روی شیشه ویترین است. با ترکیب ایجاد شده، سعی کرده‌ایم فضای تبلیغاتی چشمگیر و منسجمی در فروشگاه‌های بلا در سراسر ایران ایجاد کنیم. امیدواریم با اجرای خوب و هماهنگ در کل فروشگاه‌های کشور بتوانیم در ایجاد چهره جدید بلا و همین‌طور فروش خوب آن اثربخش باشیم.

تبلیغات خلاق

آگهی شرکت بین المللی Amnesty- شعار: ترس نمی‌گذارد صدای‌تان در بیاید

ایستگاه تبلیغات

زندگی در نقاشی اتاق خواب ونگوگ

وب‌سایت اجاره خانه Airbnb تاکنون امکان اجاره خانه‌های مختلف از خانه درختی گرفته تا یک تختخواب در دخمه زیرزمینی پاریس را به وجود آورده است.

حالا موسسه هنری شیکاگو، با همکاری آژانس تبلیغاتی Leo Burnett با ساخت و رنگ‌آمیزی یک ماکت سه بعدی از اتاق خواب ونگوگ و ارسال تصاویر آن روی سایت Airbnb، ضمن اجاره دادن آن به ازای هر شب ۱۰ دلار، به تبلیغ نمایشنامه «اتاق خواب‌های ونگوگ» نیز می‌پردازد. به گزارش ام‌بی‌ای نیوز، این موسسه برای نخستین بار در آمریکای شمالی همزمان با جنوب فرانسه سه اثر از اتاق خواب این هنرمند را به تصویر می‌کشد.

این اتاق حس زندگی در یک اثر هنری را به شما می‌دهد. دکوراسیون آن به سبک پست امپرسیونیست، یادآور روزگاران قدیم در جنوب فرانسه است.

ایده های طلایی

ایده‌های بزرگ برای برندآفرینی (۷۵)

موزیک

ترجمه: معراج آگاهی

موسیقی یکی از بهترین راه‌های ممکن برای ایجاد یک واکنش عاطفی در افراد است. ممکن است شما موسیقی مناسب برندتان را تاکنون شناسایی کرده باشید. آگهی‌های تبلیغاتی همواره با موسیقی همراه هستند و از آغاز تولید تیزرهای تبلیغاتی در رادیو و تلویزیون، این تیزرها موسیقی مخصوص به خود را داشتند و از موسیقی کلاسیک نیز استفاده می‌کردند.

ایده

اما تمامی شیوه‌های سابق در استفاده از موسیقی در تیزرهای تبلیغاتی با آگهی تلویزیونی که آژانس تبلیغاتی انگلستان برای شرکت Levi's تولید کرد، تغییر کرد. در این آگهی تلویزیونی در ابتدا ما صدای Marvin Gaye را می‌شنویم که قطعه «از درون انگور صدا را می‌شنوم» را اجرا می‌کند و سپس شاهد چرخیدن یک شلوار جین Levi's در ماشین لباسشویی هستیم.

در دهه ۹۰ میلادی پیام‌های بازرگانی سرشار از موسیقی بوده و شما می‌توانستید در فاصله پخش آگهی‌های تجاری در تلویزیون و رادیو به آهنگ‌های متفاوتی گوش دهید. در آگهی‌های تلویزیونی در این برهه زمانی هیچ گفت‌وگویی وجود نداشت؛ ایجاد یک فضا توسط موسیقی و سپس حرکت دوربین. چنانچه قصد دارید موسیقی برای تیزر تبلیغاتی خود انتخاب کنید، بهتر است قطعه انتخابی شما تشابهی با موسیقی مورد استفاده سایر برندها نداشته باشد. امروزه بسیاری از برندها تفسیری مدرن از موسیقی تانگوی آرژانتینی را مورد استفاده قرار می‌دهند و استفاده از این سبک تقریباً عمومیت یافته است. این در حالی است که قطعات بسیار متنوع و مناسبی وجود دارد که برندها می‌توانند با استفاده از آنها مخاطبان خود را تحت تأثیر قرار دهند.

به یاد داشته باشید که تمام برندها به این شیوه تبلیغاتی نیاز ندارند اما در فروشگاه، رستوران یا هنگامی مشتریان منتظر پاسخگویی به تماس تلفنی‌شان هستند، موسیقی می‌تواند فضایی دلنشین و مطبوع را ایجاد کند.

فراموش نکنید که نوع موسیقی که انتخاب می‌کنید می‌تواند زمینه را برای جذب طیف وسیع و متنوعی از مشتریان به سوی شما فراهم کند.

آنچه باید در عمل انجام دهیم

• موسیقی به شما کمک می‌کند تا فضایی دلنشین و مناسب را ایجاد کنید. در این بین انتخاب قطعه موسیقی مناسب با هویت برند شما از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است. انتخاب موسیقی نامناسب ممکن است سبب دور شدن مشتریان از برند شما شود.

• میان موسیقی و سایر ورودی‌های حسی تعادل برقرار کنید، در صورت زیاده‌روی در پخش موسیقی، مشتریان شما را ترک خواهند کرد. به یاد داشته باشید پخش موسیقی با صدای بلند همواره نتیجه معکوس دارد.

• بهتر است پیش از انتخاب موسیقی مناسب برندتان، کارهای قانونی مربوط به آن را انجام داده و آن را پیش از پخش شدن به ثبت برسانید تا به این وسیله از قطعه موسیقی مورد نظرتان محافظت کنید.

از میان خبرها

اسباب‌بازی‌های جنگ ستارگان درآمد هازبرو را افزایش داد

اسباب‌بازی‌های فیلم «جنگ ستارگان» فروش هازبرو، تولیدکننده اسباب‌بازی آمریکایی را طی پنج سال گذشته به بیشترین حد خود رساند.

به گزارش مارکتینگ‌نیوز، شرکت هازبرو (Hasbro) که بیشترین سهم بازار اسباب‌بازی را در دنیا دارد، در پی اعلام درآمد فصلی خود گفته است به دلیل تقاضای بالای مشتریان برای اسباب‌بازی‌های فیلم «جنگ ستارگان: نیرو برمی‌خیزد» و همچنین «دنیای ژوراسیک»، درآمدش به بیشترین میزان خود طی پنج سال گذشته رسیده است.

این درآمد حاصل فروش اسباب‌بازی‌های مورد علاقه کودکان پسر است که شخصیت‌های اکشن دو فیلم پرفروش سال گذشته را که اواخر سال ۲۰۱۵ اکران شد، دوست دارند.

کانال تلگرام دیجی‌کالا زیر ذره‌بین «فرصت امروز»

مشتری‌یابی با شگفت‌انگیزهای روزانه

امیر کاکایی
a9631m@gmail.com

چند وقتی است که شبکه اجتماعی تلگرام امکان ایجاد کانال را برای مخاطبان خود مهیا کرده است. از این امکان، افراد و حتی کسب‌وکارهای مختلف استفاده‌های زیادی می‌کنند؛ به‌عنوان نمونه کانالی را برای خود ایجاد می‌کنند و محتواهایی را در مورد سازمان خود در آن به اشتراک می‌گذارند. همچنین کانال‌های تلگرامی این امکان را به سازمان‌ها می‌دهند که تبلیغاتی کم‌هزینه در مورد سازمان و محصولات خود داشته باشند. دیجی‌کالا یکی از این سازمان‌هاست که بنا بر ماهیت و هویتی که دارد، در شبکه‌های اجتماعی مانند تلگرام حضور مناسبی را از خود نشان داده است. اگرچه برخی از کارشناسان حوزه رسانه‌های اجتماعی انتقاداتی را نسبت به عملکرد این کانال وارد کردند و بر این باور هستند که دیجی‌کالا می‌تواند کانال‌های تخصصی متعددی را ایجاد کند اما به‌صورت کلی این کانال با استقبال خوبی از جانب مخاطبان مواجه شده است.

ابراهیم اسکندری‌پور، متخصص رسانه‌های اجتماعی در گفت‌وگو با «فرصت امروز» می‌گوید: برای بررسی کانال تلگرام شرکت دیجی‌کالا باید استراتژی کلی فضای دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی این شرکت را تحلیل کرد. به‌صورت کلی حضور برندهای بزرگ در فضای دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی در طول زمان با افزایش عضو و استقبال مخاطبان مواجه می‌شود، بنابراین برندهای معتبر در هر کانال رسانه‌ای که حضور پیدا کنند، قطعا با استقبال مناسبی از جانب مخاطبان مواجه می‌شود، چون برندهای معتبر به‌هرحال تعدادی مخاطب دارند که وفادار به برند آنها باشند و در بیشتر کانال‌های رسانه‌ای برند حضور پیدا کنند. طبیعتا برخی از مخاطبان ایرانی نیز در کانال‌های ارتباطاتی دیجی‌کالا حضور پیدا می‌کنند.

او ادامه می‌دهد: از طرفی برندهایی مانند دیجی‌کالا در تلاش هستند که مشتریان آنها در بیشتر کانال‌های ارتباطاتی حضور پیدا کنند، به این دلیل که مشتریان را از اطلاعات مناسب شرکت باخبر کنند و بتوانند ارتباطاتی را با آنها برقرار کنند و در تلاش هستند که مخاطبان در تمامی کانال‌های ارتباطاتی برند حضور داشته باشند.

اتخاذ استراتژی یکپارچه در شبکه‌های اجتماعی

اسکندری‌پور درباره استراتژی‌های دیجی‌کالا در شبکه‌های اجتماعی و فضای دیجیتال اظهار می‌کند: استراتژی حضور دیجی‌کالا در شبکه اجتماعی تلگرام مانند دیگر کانال‌های رسانه‌ای این شرکت است، یعنی بخشی از حضور دیجی‌کالا در کانال تلگرامی خود شامل اطلاع‌رسانی، طرح‌های تخفیفی و... می‌شود. دیجی‌کالا باید در تلاش باشد که استراتژی یکپارچه‌ای را در مورد حضور در رسانه‌های مختلف اتخاذ کند و این استراتژی به جنبه‌های مختلف اطلاع‌رسانی از وضعیت شرکت و محصولاتش بپردازد.

گرفتن بازخورد

این متخصص شبکه‌های اجتماعی خاطرنشان می‌کند: با توجه به این موضوع که کانال‌های تلگرامی ماهیت یک‌طرفه‌ای دارد، بهتر است که دیجی‌کالا در راستای برقراری ارتباط با مخاطبان سازوکاری را اتخاذ کند، به‌عنوان نمونه یوزرهایی را مشخص کند که مخاطبان بتوانند از طریق این یوزرها با شرکت ارتباط برقرار کنند. از طرفی برقراری این ارتباط دوطرفه درگرفتن بازخورد مناسب است و به‌صورت کلی بخشی از هدف برندها در حضور در شبکه‌های اجتماعی این موضوع است که راحت‌تر می‌توانند با مخاطبان ارتباط برقرار کنند و این موضوع درگرفتن بازخورد می‌تواند مثمر ثمر واقع شود.

کانال تلگرام؛ یادآوری روزانه برای مخاطبان

او می‌افزاید: هنگامی‌که تخفیف‌های دیجی‌کالا مشخص می‌شود از طریق این کانال رسانه‌ای، دیجی‌کالا می‌تواند تبلیغ‌هایی را انجام دهد و برای مخاطبان به‌صورت روزانه برند دیجی‌کالا یادآوری می‌شود. از طرفی دیجی‌کالا می‌تواند تخفیف‌های پایین محصولات خود را در کانال تلگرام قرار دهد تا مخاطبان راحت‌تر اقدام به خرید کنند و ترغیب شوند.

تخصصی کردن کانال‌های تلگرام

اسکندری‌پور درباره انتقادهایی که به کانال تلگرام وارد است، بیان می‌کند: دیجی‌کالا می‌تواند به تعداد کتگوری یا بخش‌بندی‌های مختلف کانال‌های مختلفی را ایجاد کند که هریک از مخاطبان به محصولات و موضوعاتی که تمایل دارند به‌صورت تخصصی دسترسی پیدا کنند، به‌عنوان نمونه ممکن است فردی علاقه‌ای به محصولات آشپزخانه و... نداشته باشد اما در این کانال باید با این‌چنین محصولاتی مواجه شود، به همین دلیل پیشنهاد می‌شود دیجی‌کالا کانال‌های متفاوتی را ایجاد کند که به‌عنوان نمونه اگر فردی صرفا به محصولات دیجیتال علاقه دارد، این محصولات را بتواند در کانال تلگرام تخصصی‌اش دنبال کند. به‌صورت کلی شبکه‌های اجتماعی این امکان را به برندها می‌دهد که به‌راحتی بتوانند کانال‌های رسانه‌ای تخصصی را برای خودشان ایجاد کنند.

این متخصص شبکه‌های اجتماعی می‌گوید: یکی از مزیت‌های کانال تلگرام دیجی‌کالا این موضوع است که در لابه‌لای تخفیف‌ها و معرفی محصولات، مطالبی نیز از مجله دیجی‌کالا آورده می‌شود که این محتواها در مورد بحث‌های روز تکنولوژی است و مخاطبان دیجی‌کالا معمولا این‌گونه محتواها را دنبال می‌کنند.

او درباره این موضوع که «برخی از برندها که کانال‌های رسانه‌ای متفاوتی دارند، صرفا تخفیف‌های محصولات خود را در کانال تلگرام برند به اشتراک می‌گذارند» اظهار می‌کند: در استراتژی رسانه‌ای و حضور، سازمان‌ها باید از هر کانالی که محصولات‌شان به فروش می‌رسد آن محصولات را به فروش رسانند و مخاطب را درگیر کانال دیگری نکنند و در استراتژی رسانه‌ای و حضور به شکل کلی اساسا این مخاطبانند که تعیین‌کننده هستند. به‌عنوان نمونه اگر مخاطبانی علاقه دارند که در مورد موضوعی در وب‌سایت یک برند نظر بدهند، سازمان باید نظر مخاطبان را از همان کانال دریافت کند و اینکه سازمان‌ها مخاطبان را به کانال‌های مختلفی ارجاع می‌دهند استراتژی مناسبی محسوب نمی‌شود و اگر قرار است سازمانی این موضوع را دنبال کند باید روی آن برنامه‌ریزی و روی گروه‌های خاصی سرمایه‌گذاری کند.

اسکندری‌پور با اشاره به این موضوع که «افزایش عضوهای کانال تلگرام یک شاخص کسب‌وکار محسوب نمی‌شود» ادامه می‌دهد: برخی از سازمان‌ها تلاش می‌کنند مخاطبان را به داخل کانال تلگرام بکشانند اما برای بعدازآن برنامه‌ریزی ندارند که مخاطبانی که وارد کانال تلگرام می‌شوند چگونه باید مدیریت شوند. از طرفی برخی از کانال‌های عامه‌پسند که به‌صورت تخصصی روی موضوعی خاص کار نمی‌کنند، تبادل لینک با یکدیگر دارند که این موضوع استراتژی مناسبی برای کانال‌های تخصصی محسوب نمی‌شود، البته این دم‌دستی‌ترین استراتژی برای افزایش عضو کانال تلگرام است.

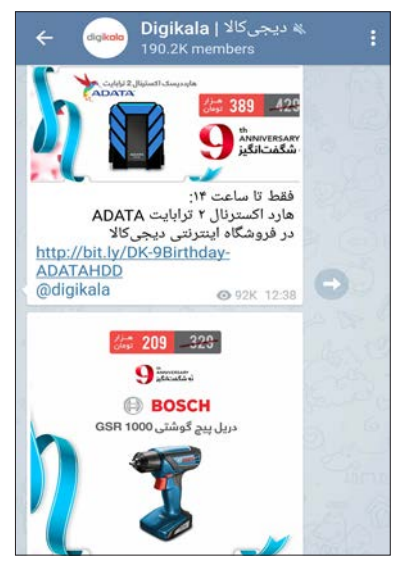
روابط عمومی دیجی‌کالا در گفت‌وگو با «فرصت امروز» بیان می‌کند: دیجی‌کالا در راستای افزایش عضو کانال تلگرامی از ابزارهای خود مانند باکس‌های مختلف وب‌سایت، نوتیفیکیشن، اپلیکیشن و... استفاده می‌کند. از طرفی در رسانه‌های اجتماعی خود مانند اینستاگرام، توییتر، فیس‌بوک و... نیز از همین ابزارها استفاده می‌کند. روابط عمومی دیجی‌کالا درباره ویژگی محتوای کانال تلگرام خود اظهار می‌کند: پست‌های دیجی‌کالا به‌طورکلی با محوریت محبوبیت برای عموم مردم منتشر می‌شوند.

تعداد این پست‌ها بسته به کمپین‌های مختلف در حال پیگیری، متفاوت است اما به‌طورکلی در هرروز، شگفت‌انگیزهای روزانه دیجی‌کالا، یک فروش ویژه و یک مطلب از دیجی‌کالامگ منتشر می‌شود که متوسط ۱۰ پست می‌شود. روابط عمومی دیجی‌کالا در پاسخ به این سوال که «چند درصد اطلاعاتی که در سایت دیجی‌کالا موجود است باید در کانال این شرکت نیز موجود باشد؟ و معمولاً چه اطلاعاتی را دیجی‌کالا در کانال خود به اشتراک می‌گذارد؟» بیان می‌کند: این موضوع با توجه به رویدادهای در حال انجام دیجی‌کالا متفاوت است. به‌طورکلی مطالب کانال تلگرام دیجی‌کالا به دودسته خبررسانی‌ها (مانند مقالات دیجی‌مگ و اخبار و اطلاعیه‌ها) و جشنواره‌های فروش (مثل فروش‌های ویژه و پیشنهادهای شگفت‌انگیز) تقسیم می‌شود که بسته به اهمیت و همین‌طور همخوانی با فضای تلگرام منتشر می‌شود.

استراتژی حضور دیجی‌کالا در شبکه اجتماعی تلگرام مانند دیگر کانال‌های رسانه‌ای این شرکت است، یعنی بخشی از حضور دیجی‌کالا در کانال تلگرامی خود شامل اطلاع‌رسانی، طرح‌های تخفیفی و... می‌شود. دیجی‌کالا باید در تلاش باشد که استراتژی یکپارچه‌ای را در مورد حضور در رسانه‌های مختلف اتخاذ کند و این استراتژی به جنبه‌های مختلف اطلاع‌رسانی از وضعیت شرکت و محصولاتش بپردازد

عدم اقدام در راستای تعامل با مشتری

روابط عمومی دیجی‌کالا درباره نحوه برقراری تعامل با مشتری در کانال تلگرامی خاطرنشان می‌کند: با توجه به حضور فعال دیجی‌کالا در رسانه‌های اجتماعی، برای تعامل بیشتر با مشتریان در تلگرام، اقدامی صورت نگرفته ولی احتمالا به‌زودی حساب دیگری در این فضا برای این موضوع در نظر گرفته می‌شود.



کافه بازاریابی

۷ رویکرد بازاریابی در رسانه‌های اجتماعی در سال ۲۰۱۶

مرضیه فروتن

رسانه‌های اجتماعی در کشورهای مختلف جهان نقش بزرگی را ایفا می‌کنند. افراد در این محیط‌ها اطلاعات را با یکدیگر به اشتراک می‌گذارند. در نتیجه بازاریابان و بازرگانان می‌توانند با استفاده از این ابزار به تبلیغ برند خود بپردازند. در چند سال گذشته، رسانه‌های اجتماعی قدرتی فراوان را در دنیای بازاریابی به دست آورده‌اند. فقط در سال ۲۰۱۵، بازاریابی در رسانه‌های اجتماعی به دلیل فرمت مداوم پلت‌فرم‌های مربوط به آنها و افزودن یکسری ویژگی‌های گوناگون با هدف کمک به کسب‌وکارها به شکلی فوق‌العاده تکامل یافت. به این ترتیب، قطعا چهار رویکرد بازاریابی در رسانه‌های اجتماعی در سال ۲۰۱۶ تعریف می‌شوند. در زیر نگاهی به این رویکردهای احتمالی می‌اندازیم:

۱- دکمه خرید

به علت رشد روزافزون خرید محصولات به‌صورت آنلاین، استفاده از دکمه خرید در رسانه‌های اجتماعی در آینده بسیار محبوب می‌شود. در حقیقت، فیس‌بوک پیش از این مشغول کار روی تعبیه دکمه خرید بود. برخی لایک‌ها در صفحه‌های فیس‌بوک واقعا ضمن برخورداری از دکمه خرید امکان خرید یا ثبت سفارش مستقیم به وسیله مشتریان به طور مستقیم با ورود به صفحه را به وجود می‌آورند. طراحی دکمه فروش در آینده برای اعضای یک جامعه نیز چندان عجیب نیست. به هر حال، فعلا فقط دکمه «خرید» موجود است.

۲- تبلیغات پولی بیشتر در سال ۲۰۱۶

با توجه به روند رو به رشد شخصی‌سازی پلت‌فرم‌های رسانه‌های اجتماعی، تبلیغات پولی و عوامل تبلیغاتی بعدها نقش بزرگ‌تری را در زمینه بازاریابی در رسانه‌های اجتماعی بازی می‌کنند. نیاز کسب‌وکارها و شرکت‌ها به لایک‌های بیشتر در صفحه‌های فیس‌بوک و followerها در توییتر افزایش می‌یابد. علت آن است که مردم فقط به لایک کردن صفحه‌ها یا follow کردن حساب‌هایی در توییتر می‌پردازند که ارزش این کار را داشته باشد. به عبارت دیگر، آنها فقط نام‌های محبوب و معروف را follow می‌کنند. البته شما میزان محبوبیت یک صفحه در فیس‌بوک را با تعداد لایک‌ها و یک اکانت در توییتر را با تعداد followerهای آن می‌سنجید. در ادامه، انتظار می‌رود کسب و کارها برای افزایش محبوبیت در فیس‌بوک و توییترتوجه بیشتری را نیز به این پلت‌فرم‌های رسانه‌های اجتماعی کنند.

۳- افزایش تبلیغات ویدئویی آنلاین

آسانی به اشتراک‌گذاری ویدئوها در وب‌سایت‌هایی نظیر یوتیوب یا حتی فیس‌بوک در دنیای امروزی باعث می‌شود که پیش‌بینی‌ها از ویدئوها به‌عنوان یکی از رسانه‌های تبلیغاتی اصلی در سال ۲۰۱۶ نام ببرند. جذب بیننده در یوتیوب اکنون دیگر بیشتر از همیشه اهمیت دارد. یوتیوب کم‌کم به یکی از محل‌های اصلی رفت‌وآمد کسب‌وکارها به منظور پخش آگهی‌های بازرگانی ویدئویی خود تبدیل می‌شود. احتمالا بودجه بیشتری به انجام این کار اختصاص خواهد یافت. با رشد تعداد بازدیدها از یک ویدئو، محبوبیت آن میان مردم نیز افزایش پیدا می‌کند. این واقعیت در مورد اینستاگرام نیز کاملا مصداق می‌یابد، زیرا این شبکه اجتماعی نیز در صدد انتشار آگهی‌های بازرگانی ویدئویی است.

۴- انتشار مقاله‌ها از طریق مسنجر

به محض مشاهده یک مقاله در فیس‌بوک یا روی توییتر، ما باید برای هدایت به سوی وب‌سایت محتوای مقاله، روی یک لینک کلیک کنیم. در سال ۲۰۱۶، ما شاهد استفاده از مقاله‌ها به وسیله مسنجر در پلت‌فرم‌های رسانه‌های اجتماعی خواهیم بود. از این پس دیگر لزوم مراجعه مجدد به وب‌سایت حاوی مقاله احساس نمی‌شود. با کلیک کردن روی یک مقاله، امکان مطالعه آن در همان محل به وجود می‌آید.

۵- نگرانی‌های ناشی از حفظ حریم خصوصی روی دیدگاه مردم نسبت به رسانه‌های اجتماعی تاثیر خواهد گذاشت

حتی اگر روزی فرارسد که به رسانه‌های اجتماعی به‌عنوان وسیله‌ای ارتباطی بین مردم نگاه کنیم، باز هم بسیاری از افراد هنوز درباره حفظ حریم و اطلاعات شخصی خود نگران هستند. البته با توجه به افزایش موارد مربوط به سرقت هویت و اطلاعات در دنیای اینترنت، این مسئله به‌خصوص مصداق می‌یابد. با توجه به این نکته، پلت‌فرم‌های رسانه‌های اجتماعی باید در آینده بیش از پیش به نگرانی‌های موجود در رابطه با حریم خصوصی و در نتیجه محافظت از کاربران‌شان دقت کنند.

۶- پخش فیلم‌های زنده رواج بیشتری پیدا خواهد کرد

پخش ویدئوهای زنده در چند سال گذشته میان مردم علاقه‌مندان زیادی را به سوی خود جذب کرده است. در سال ۲۰۱۶، احتمالا پلت‌فرم‌های رسانه‌های اجتماعی آسان‌تر از قبل به پخش ویدئوهای زنده برای کاربران می‌پردازند. در حقیقت فیس‌بوک پیش از این یک ویژگی جدید را به مجموعه قابلیت‌های خود افزوده است که اجازه پخش زنده و مشاهده آنها را به کاربران می‌دهد. بازرگانان و شرکت‌ها می‌توانند از این ویژگی نیز به نفع خود استفاده کنند

۷- حضور بازیگران بزرگ بیشتر در این عرصه

به دلیل محبوبیت روزافزون رسانه‌های اجتماعی، انتظار می‌رود بازیگران بزرگ زیاد دیگری به رقابت با یکسری اسم‌های بزرگ مثل فیس‌بوک، توییتر یا یوتیوب بپردازند. به‌ظاهر فیس‌بوک و توییتر امسال با محبوبیت زیاد نام‌هایی جدید مواجه می‌شوند.

www.creativeguerrillamarketing.com

مدیران ماندگار

بیل گراس، نیکوکاری بدون مرز

مونا اشرف‌زاده
mona.ashrafzade@gmail.com

بیل گراس (Bill Gross) سرمایه‌گذار آمریکایی و از تاسیس‌کنندگان کمپانی PIMCO (Pacific Investment Management) است. PIMCO یک کمپانی مدیریت سرمایه‌گذاری جهانی در کالیفرنیاست که در ۱۲ کشور در سراسر جهان بیش از ۲ هزار کارمند در ۱۳ شرکت دارد. این کمپانی صندوق سرمایه‌گذاری مشترک، سایر سرمایه‌گذاری‌های مدیریتی و راه‌حل‌های تخصیص دارایی را در اختیار میلیون‌ها سرمایه‌گذار سراسر جهان قرار می‌دهد. گراس در سال ۲۰۱۴، این ممپانی را ترک کرد و به شرکت سرمایه‌گذاری - J nus پیوست. بیل گراس در سال ۱۹۶۶ از دانشگاه دوک (Duke University) و در رشته روانشناسی فارغ‌التحصیل شد و در سال ۱۹۷۱ از مدرسه مدیریت UCLA Anderson مدرک MBA دریافت کرد. گراس در سال ۲۰۰۵، ۵/۲۳ میلیون دلار به دانشگاه دوک اهدا کرد. طی این سال‌ها او با مبلغی حدود ۲۵میلیون دلار بزرگ‌ترین کمک‌کننده به دکترهای خارج از مرزها بوده است. او طی این سال‌ها کمک‌های فراوانی به مراکز مختلف داشته است و در سال ۲۰۱۶، گراس و همسرش ۴۰ میلیون دلار به دانشگاه کالیفرنیا برای تاسیس دانشکده پرستاری اهدا کرده‌اند.

سرمایه‌تان را مدیریت کنید

بیل گراس درباره مدیریت سرمایه‌گذاری از یک قانون جهانی می‌گوید که اغلب سرمایه‌گذاران جوان آن را می‌شناسند و آن قانون تنوع یا قرار ندادن تمام سرمایه در یک مکان است. تنوع قانون خوبی است اما در عین حال می‌تواند سودتان را کاهش دهد؛ زمانی که یکی از سرمایه‌گذاری‌های‌تان خوب پیش برود و دیگری سودی در بر نداشته باشد. کسب درآمد در بازار استفاده کردن از فرصت‌ها براساس تحقیقات کامل است. همیشه پول نقد در حساب‌تان داشته باشید تا از این فرصت‌ها استفاده کنید، فرصت‌هایی که یک مقدار به پول بیشتری نیاز دارند و زمانی که باور دارید تحقیقات‌تان شما را به یک برنده واقعی تبدیل خواهد کرد، از وارد عمل شدن نهراسید.

افرادی را پیدا کنید که شبیه شما نیستند

اغلب کارآفرینان کسانی را استخدام می‌کنند که بیشتر شبیه خودشان هستند، زیرا این کارکنان بیشتر از نظر شخصیتی موردتوجه‌شان هستند و بیشتر با آنها احساس راحتی می‌کنند. کارآفرینان زمانی موفق می‌شوند که با کسانی که مکمل مهارت‌های‌شان هستند، کار کنند. سعی کنید کسب‌وکارتان را با استخدام افرادی آغاز کنید که شبیه شما نیستند، بلکه مکمل‌تان هستند. ممکن است برای مدتی احساس راحتی نداشته باشید، اما به این موضوع عادت خواهید کرد، باید بدانید که به این‌گونه افراد نیاز دارید.

افرادی را استخدام کنید که بیشتر از شما می‌دانند

اغلب کسانی که یک کمپانی را تاسیس می‌کنند یا مدیران، از استخدام افرادی که تجربه بیشتری دارند یا باهوش‌تر از خودشان هستند، هراس دارند. برای موفق بودن، به این افراد نیاز دارید و باید خوشحال باشید از اینکه افرادی باهوش‌تر و با دانش بیشتر به تیم‌تان می‌پیوندند، این نکته باید معیار اولیه‌تان در هر استخدامی باشد. این مسئله امری بدیهی است اما همیشه اتفاق نمی‌افتد. موفق‌ترین تیم‌های کاری آنهایی هستند که می‌توانند به سایر اعضا توضیح دهند که به کار گرفتن افراد برتر برای همه مثمرثمر خواهد بود، زیرا این افراد قرار است کمک کنند تا یک کمپانی ارزشمند و تاثیرگذارتر در طولانی‌مدت ساخته شود.

به کارکنان نامناسب در خروج را نشان دهید

اخراج یکی از کارکنان به طور قطع یکی از سخت‌ترین کارهای ممکن است که به‌عنوان یک مدیر باید انجام دهید، اما در عین حال کاری ضروری است. همه مدیران در گفتن کلمه اخراج خیلی سریع عمل می‌کنند، اما تعداد کمتری هستند که قادرند این کار را به همان سرعت انجام دهند.

تقریبا همیشه کارکنان متوسط یا ضعیف در گوشه‌ای رها می‌شوند و اغلب مدت‌ها می‌گذرد تا از کار کنار گذاشته شوند. به محض اینکه کوچک‌ترین آگاهی از کسی که مناسب و سازگار با کسب‌وکارتان نیست، پیدا کردید، شهامتش را داشته باشید تا راه خروج را به‌طور محترمانه نشانش دهید. تیم کاری و کمپانی‌تان به تصمیم شما اتکا دارند.

برای مطالعه ۴۰۱ 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 سازمانی هستم که به تازگی سایتی را برای خود طراحی کرده و در فضای آنلاین قصد انجام سرمایه‌گذاری‌هایی را داریم. از نظر شما در راستای معرفی این سایت به مخاطبان چه اقداماتی را باید انجام داد و برگزاری نشست‌های خبری تا چه اندازه می‌تواند در راستای معرفی این سایت به مخاطبان تاثیرگذار باشد؟

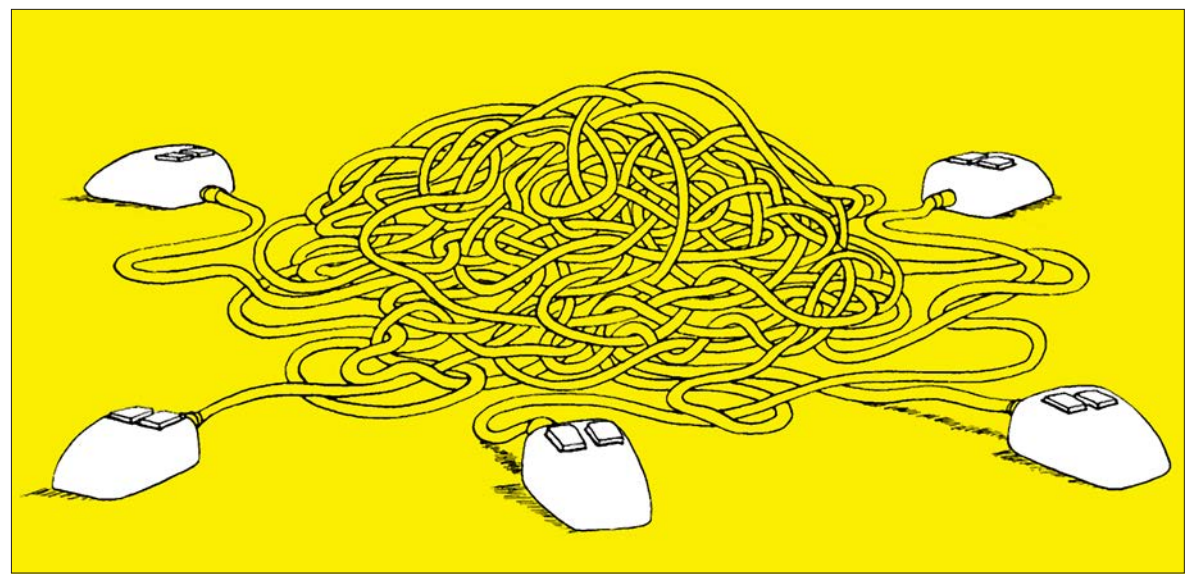
معرفی آنلاین کسب‌وکار

پاسخ کارشناس: در دنیای امروزی به‌صورت کلی هر سازمانی بهتر است به فضاهای آنلاین ورود پیدا کند و در این راستا سرمایه‌گذاری‌های جدی را انجام دهد؛ البته ورود به فضای آنلاین باید با استراتژی تدوین شده خاصی باشد که تمام فعالیت‌های دیجیتالی سازمان شما را به‌صورت یکپارچه به مخاطبان عرضه کند. در این راستا پیشنهاد می‌شود آدرس سایت خود را در تبلیغات و حتی بسته‌بندی محصولاتان نیز قرار دهید و در تلاش باشید آدرس سایت شما به‌صورت برجسته مخاطبان را جذب کند؛ البته این در حالی است که محتواهای مناسبی را برای مخاطبان در سایت تولید کرده باشید که مخاطبانی که برای بار اول به سایت شما مراجعه می‌کنند آنقدر جذب شوند که دوباره نیز بخواهند آن را چک کنند. از طرفی می‌توانید روی واحد روابط عمومی سازمان سرمایه‌گذاری‌های جدی را انجام دهید که واحد روابط عمومی بتواند تعاملات خوبی را با رسانه‌های مختلف انجام دهد؛ اگر هم قصد رونمایی از سایت خود را در قالب نشست خبری دارید، می‌توانید از رسانه‌های مختلف دعوت به عمل آورید که در نشست خبری شما شرکت کنند، این در حالی است که تولید محتوا در سایت شما بسیار حائز اهمیت است و واحد روابط عمومی شما می‌تواند محتواهایی را برای سایت سازمان استفاده کند که رسانه‌ها تمایل به انتشار آن داشته باشند.

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 ارائه‌دهنده خدمات اینترنتی

استفاده از بازار ناموازن نیروی کار



سعید شفیعا
مشاور و مجری طرح‌های برندسازی درون‌سازمانی

در شرایطی که اینترنت در سایر کشورها به‌عنوان یکی از نیازهای اساسی مطرح شده بود، در ایران این مهم همچنان مغفول بود. تلاش‌ها برای راه‌اندازی زیرساخت‌های ابتدایی پست الکترونیکی و دسترسی به اینترنت با سرعت پایین آن زمان، بسیار سخت و هزینه‌زا بود. اما عزم جدی و شناخت خوب از روند رو به رشد توجه به اینترنت باعث شد تا یک برند بزرگ بر مبنای این نیاز فعال نشده داخلی شکل گیرد؛ اقدامی که زمان زیادی لازم نداشت تا نتیجه صبر و انتخاب صحیح مدیران خود را با رشد روزافزون کاربران و کسب اعتبار پاسخ دهد. توسعه این برند از دیدگاه مدیریتی فراز و نشیب‌های زیادی را به دنبال داشته است که در این مجال به بخشی از آنها پرداخته خواهد شد.

نگاه به مدیریت منابع انسانی

ایده اولیه تاسیس شرکت بیش از اینکه نیازمند استخدام کارکنان متعدد باشد به سرمایه و پیگیری وابسته بود. این فعالیت‌ها با دایره‌ای از افراد امین زمینه شکل‌گیری هسته اصلی شرکت را فراهم کرد. اما گسترش جهش‌وار و پرسرعت شرکت باعث شد استخدام‌های عجولانه و نسبتا غیرتخصصی صورت گیرد که تبعات آن به سرعت خود را نشان داد. تلاش برای نظام‌مند کردن سیستم مدیریتی و سپس مدیریت منابع انسانی به واسطه درک بالای مدیران سازمان به سرعت صورت گرفت. برنامه منسجمی برای مدیریت منابع انسانی طرح‌ریزی شد که در ابتدا بیشتر به‌صورت یک توافق جمعی بود که بعدها به‌صورت رویه‌ها و الگوهای مشخص مورد بازبینی و تجدیدنظر تخصصی قرار گرفت. نکته مهم اینکه به گواهی مدارک و اتفاقات عبور تعداد منابع انسانی سازمان از عدد ۱۰۰ نفر با هزینه‌های جانبی همراه بود که شکل‌دهی واحد مدیریت منابع انسانی را موجب شد. این موضوع در مستندات علمی نیز مورد اشاره قرار گرفته بود و در این شرکت به‌صورت اجرایی مورد تایید قرار گرفت. هزینه‌های اصلی تحمیل شده در این بخش مربوط به مسائل انگیزشی و بی‌توجهی به توافقات با کارکنان بود که البته موضوع انگیزشی در سال‌های اخیر همچنان به‌عنوان بزرگ‌ترین مشکل وجود دارد.

مدیریت منابع انسانی راهی برای کاهش هزینه‌های جانبی

نکته جالبی که در این برند مشاهده می‌شود این است که مدیریت منابع انسانی به‌عنوان یک نیاز اساسی در فرآیند توسعه سازمان نمایان شد. به بیانی نبود این مدیریت عملا هزینه‌هایی در پی داشت که بودن آن را مدیران مورد توجه قرار دادند. لذا آنچه به‌عنوان واحد مدیریت منابع انسانی در این برند دیده می‌شود نمایی از نیازها و هزینه‌هایی است که سازمان برای دوری از آن به فکر تشکیل یک واحد مدیریتی افتاده است. بنابراین این واحد نه براساس الگوی‌های دانشگاهی و با توجه به تمامی ابعاد زیرسیستم‌ها، بلکه براساس نیاز برای کاهش هزینه‌های جانبی بوده است. این کاهش هزینه‌ها نیز صرفا جهت‌گیری سودآفرینی سهام‌داران را دنبال کرده است و نگاهی به کارکنان به‌عنوان لایه‌ای از شرکای سازمانی را نداشته است.

> **آنچه به‌عنوان واحد مدیریت منابع انسانی در این برند دیده می‌شود نمایی از نیازها و هزینه‌هایی است که سازمان برای دوری از آن به فکر تشکیل یک واحد مدیریتی افتاده است. بنابراین این واحد نه براساس الگوی‌های دانشگاهی و با توجه به تمامی ابعاد زیرسیستم‌ها، بلکه براساس نیاز برای کاهش هزینه‌های جانبی بوده است**

نگاهی به زیرسیستم‌های مدیریت منابع انسانی

• تجزیه و تحلیل شغل

مشاغل سازمان به واسطه اینکه در صنعت به روز و رو به پیشرفت اینترنتی قرار دارد با استفاده از شرح شغل‌های استاندارد بین‌المللی طرح‌ریزی شده است. هر چند این اقدام در یک نگاه کار خطرناک و مشکل‌زایی است اما می‌توان ریشه مشاغل سازمان را در شکلی از کپی‌برداری از تامین‌کننده‌های اینترنتی بین‌المللی جویا شد. جای توجه دارد که مسائل رخ داده شده در سازمان و پویایی تحولات مربوط به مشتری‌مداری باعث شد تا مشاغل جدیدی به دامنه مشاغل سازمان افزوده شود. به نظر این سبک از تجزیه و تحلیل و طراحی مشاغل یکی از خطرناک‌ترین و در عین حال غیرحرفه‌ای‌ترین روش‌ها به حساب می‌آید. در این روش با فرض اینکه سایرین درست می‌گویند، گفتمان‌مان را تنظیم و طرح‌ریزی می‌کنیم. جای توجه دارد تلفیق مصاحبه و مشاهده مستقیم با این روش می‌تواند مشکلات این‌گونه از تجزیه و تحلیل را به حداقل برساند.

• استخدام و انتخاب

از آنجا که نظام مدیریتی سازمان به‌صورت هدفمند و علمی مدیریت می‌شود، موضوع استخدام و انتخاب با حساسیت ظاهری زیادی دنبال می‌شود. یک نرم‌افزار مخصوص برای ثبت و نگهداشت اطلاعات کارکنان و داوطلبان استفاده می‌شود که امکان تحلیل‌های گسترده در طول زمان را فراهم می‌سازد. البته این تحلیل‌ها یک فرصت بالقوه است که تا به حال مورد استفاده قرار نگرفته و صرفا یک ژست ظاهری سازمانی برای برند است. اما مبنای استخدام بر مصاحبه‌های چندگانه و عبور موفق از تمام مراحل طرح‌ریزی شده بنا شده است. موضوع مبانی روانشناسی توسط نرم‌افزار ذکر شده انجام می‌شود و سایر مصاحبه‌های تخصصی و فنی در واحد مربوطه صورت می‌گیرد. جای توجه دارد برای کارکنان غیرتخصصی نیز فردی که به‌عنوان مسئول امور منابع انسانی است مسئول است.

• پرداخت حقوق و مزایا

نظام حقوق و مزایا کاملا براساس قوانین تعریف شده و بر پایه اصول مرسوم کشور پیگیری می‌شود و متاسفانه الگوی ویژه‌ای برای تشویق کارکنان بخش‌های مختلف مشاهده نمی‌شود. تمامی موارد پرداخت به ساعات کار وابسته شده است که این موضوع در پاره‌ای از موارد کارکنان واحد پشتیبانی شیفت شب و صبح را با بی‌انگیزگی روبه‌رو کرده است. هر چند ضرایب تعریف شده‌ای برای این شیفت‌ها وجود دارد اما در پاره‌ای موارد اختلاف میان این دو گونه از شیفت از نظر کارکنان بسیار غیرعادلانه است.

• آموزش و توسعه

آموزش در سال‌های اخیر در دو دسته اصلی دنبال می‌شود. بخش مهم آموزش کارکنان را موضوعات فنی و تخصصی فعالیت‌های آنها شامل می‌شود. به بیانی آموزش به‌عنوان ابزاری برای افزایش کارایی کوتاه‌مدت طرح‌ریزی می‌شود تا توسعه فردی و ارتقای شغلی در بلندمدت. از سویی دسته دوم آموزش‌های مرسوم که بیشتر به کارکنان در تماس با مشتریان اختصاص داده شده است مربوط به استانداردهایی است که از آن به کدهای رفتاری می‌توان یاد کرد. هر چند این کدها بر مبانی جوهره برند یا ارزش‌های ذاتی سازمانی طراحی نشده است و صرفا یک اقدام تکه‌پاره و بر مبنای ذهنیت یکی از مدیران و نظر مشاوران است اما به گفته کارکنان در موفقیت برای جلب رضایت مشتریان موثر افتاده است.

• رفاه کارکنان

موضوع رفاه چیزی است که در سال‌های اخیر بسیار ضعیف و کم رونق دنبال شده است. ورود دانشجویان و فارغ‌التحصیلان جویای کار به سازمان و رضایت آنها به حداقل‌های سازمانی باعث شده تا کلیت سازمان سطح پایینی از رسیدگی‌های رفاهی را شاهد باشند. این فقدان و ضعف را می‌توان از وضعیت نامطلوب بازار منابع انسانی و نبود تخصص‌های ویژه در بخش‌های مختلف سازمانی ریشه‌یابی کرد؛ چیزی که به نظر گونه‌ای از اجحاف و تحمیل به کارکنان سابقه‌دار است.

جمع‌بندی

آن‌گونه که به نظر می‌رسد در صنعت رو به رشد و تخصصی اینترنتی انتظار حضور کارکنان با دانش و خبره بیشتر از سایر صنایع است. چیزی که در برند مورد بررسی به واسطه جداسازی مشاغل بسیار تخصصی و برون‌سپاری یا همکاری پیمانی بستر ساده‌سازی و غیرتخصصی‌سازی سایر مشاغل سازمان را فراهم ساخته است. این ساده‌سازی و در عین حال وجود سیلی از فارغ‌التحصیلان جویای کار، بسترساز گونه‌ای رفتار غیرحرفه‌ای و تحمیلی شده است. کارکنان جوان به دلیل تجربیات کمی که دارند به شرایط کاری رضایت دارند و سال‌های اولیه همکاری را با انگیزه و انرژی دنبال می‌کنند. اما نبود نظامی انگیزاننده و در عین حال توسعه‌دهنده، باعث شده تا این کارکنان از شرکت به‌عنوان سکوی ترقی خود استفاده کنند. عملا نبود رویکردی عالمانه و بهره‌کشی صرف از بازار ناموازن نیروی کار باعث شده تا طرف تقاضای نیروی کار که شرکت است برای رسیدن به تعادل با عرضه که درخواست‌های نیروی جدید است به نوعی آرامش و بی‌تفاوتی فرو رود. این بی‌تفاوتی درقالب بی‌توجهی به داشته‌های انسانی و عدم تلاش برای ساختن نیروهای موجود برای لایه‌های بالاتر سازمانی در آینده نمود پیدا کرده است. البته عدم نیاز لایه‌های بالا به نیروهای ارتقا یافته از پایین به دلیل تقسیم این مشاغل براساس روابط و آشنایی‌ها در شکل‌گیری این الگوی ضعیف مدیریتی بی‌تاثیر نبوده است. به نظر برای تحول در نظام مدیریتی این سازمان بیش از هر چیز بازخوانی مسائل و ریشه‌های آنها در هیات‌مدیره و ایجاد عزم جدی برای تزریق روحی جدید به لایه‌های سازمان لازم است و حضور مشاوران آگاه صرفا راهگشا نخواهد بود. شاید در یک نگاه بتوان این‌گونه بررسی کرد که برند مذکور از نظر چرخه عمر در انتهای دوران بلوغ و در مسیر زوال است. نوآوری و بازبینی در کسب‌وکار و حرکت‌های جدید در مدیریت سازمان می‌تواند زمینه رشدی جدید و حرکت‌های متفاوت را فراهم سازد که قطعا این مهم از درون سازمان قابل تحقق است.

ارتباط با نویسنده:
www.internalbranding.ir

مدیریت امروز

جهان سوم نه، سوءمدیریت

عطیه عظیمی

انسان از آغاز پیدایش خود و تا جایی که تاریخ مدون او نشان می‌دهد زندگی خود را به‌صورت دسته‌جمعی و گروهی داشته است که لازمه آن تقسیم کار و مسئولیت و درجه‌بندی نقش افراد در گروه است و اگر مفهوم رهبری و مدیریت را به‌صورت نسبی بپذیریم هر نوع تقسیم وظایف، بین گروهی از مجموعه انسان‌ها، مبین نوعی تقسیم‌بندی اهمیت افراد در گروه و در نتیجه نشان‌دهنده نوعی طبقه‌بندی مدیریت یا رهبری است. این مفهوم از آنجا نتیجه می‌شود که امروز در تعریف مدیریت یا رهبری گفته‌اند که در هر مجموعه‌ای از انسان‌ها موضوع بودن یا نبودن رهبر یا مدیر مطرح نیست بلکه موضوع میزان تاثیر آن است، چرا که مدیریت عبارت است از تاثیری که یک فرد در یک مجموعه روی سایر افراد می‌گذارد لذا در آن مجموعه هر کس به نسبت تاثیری که روی افراد دارد و نقشی که به‌عهده می‌گیرد به همان نسبت نقش مدیریت را ایفا کرده است.

برخی بر این باورند که اصلا مفهومی به نام کشور عقب مانده و جهان سوم وجود ندارد، هرچه هست سوءمدیریت است. جهان سوم اصطلاحی است که در نیمه دوم قرن بیستم در اشاره به کشورهای توسعه نیافته از نظر اقتصادی و کشورهایی که در جهان اول و جهان دوم قرار نمی‌گیرند، به کار می‌رفت. اگرچه در مورد مناسبت این نام تردیدها و بحث‌هایی در میان است اما برخی کشورهای جهان سوم به‌ویژه اعضای جنبش عدم تعهد از کاربرد این نام استقبال کرده‌اند. اما واقعیت چیز دیگری است. واقعیتی که وجود دارد این است که عدم مدیریت صحیح است که مفهوم کشور جهان سومی را ایجاد کرده است.

در یک معنا و از یک رویکرد، مدیریت در حقیقت علم، فن و هنر تصمیم‌گیری است. وظیفه اصلی مدیر در این نوع رویکرد تصمیم‌گیری‌های علمی، صحیح و موثر است.

سوءمدیریت در واقع حالتی است در پیکره مدیریت که به علت ورودی‌های نامناسب، سایر اجزا دچار اختلال می‌شوند. سوءمدیریت عملی ناآگاهانه است که براساس مجموعه عواملی چون کمی دانش، نگاه غیرتخصصی، کم‌داشت منابع اصلی سازمان، ریسک‌ناپذیری یا ریسک‌پذیری خارج از قاعده، ورودی‌های نامناسب، پردازش‌های غلط، استفاده از تکنولوژی‌های نامناسب، نداشتن استراتژی، طرح‌ریزی استراتژی‌های غلط و درگیری در عملیات به جای اهداف کلان سازمانی، عدم شناخت جامعه مخاطب، عدم شناخت فرصت‌های بالقوه و بالفعل داخلی و خارجی، کم اهمیت جلوه دادن تهدیدهای بالقوه و بالفعل داخلی و خارجی، کارگزینی و به کار گماری اشتباه، چیدمان افقی و عمودی غیرعلمی، جایگزینی روابط بر ضوابط، دخالت در فرآیند گردش کارها به جای نظارت، غرق شدن در امور جزیی، عدم شناخت سایه سازمانی، عدم بهره‌گیری از نتایج تحلیل‌های حاصل از خروجی‌ها و... اتفاق می‌افتد.

کتابخانه

سیستم مدیریت کیفیت ISO ۹۰۰۱: ۲۰۱۵

پذیرش سیستم مدیریت کیفیت تصمیمی استراتژیک برای سازمان است که می‌تواند به بهبود عملکرد کلی آن و ارائه پایه‌ای صحیح برای توسعه طرح‌های پایدار کمک کند. منافع بالقوه اجرای سیستم مدیریت کیفیت یک سازمان براساس این استاندارد بین‌المللی شامل مواردی چون توانایی ارائه مستمر محصولات و خدماتی است که الزامات مشتری و الزامات قانونی و مقرراتی قابل کاربرد را تحقق بخشد و به منظور افزایش رضایت مشتری، فرصت‌ها را تسهیل کرده و به ریسک‌ها و فرصت‌های مرتبط با ماهیت و اهداف سازمان رسیدگی کند. کتاب سیستم مدیریت کیفیت همراه با متن انگلیسی و الزامات اضافی ترجمه علی جلالی راهنمایی برای آگاهی از سیستم‌های مدیریت کیفیت است. در این کتاب الزامات ویرایش ۲۰۱۵ در مقایسه با سال ۲۰۰۸ با رنگ آبی نشان داده می‌شود. در بخشی از این کتاب آمده است که تفکر مبتنی بر ریسک، یک سازمان را قادر می‌سازد تا عواملی را تعیین کند که می‌تواند موجب انحراف فرآیندها و سیستم مدیریت کیفیت آن از نتایج طرح‌ریزی شده شود و آنها را در موقعیت کنترل پیشگیرانه برای به حداقل رساندن اثرات منفی و ایجاد حداکثر استفاده از فرصت‌ها برای رشد خود قرار دهد. تحقق مستمر الزامات و پرداختن به نیازها و انتظارات آینده، در یک محیط به‌طور فزاینده پویا و پیچیده چالشی را برای سازمان ایجاد می‌کند. برای دستیابی به این هدف، سازمان ممکن است دریابد که علاوه بر اصلاح و بهبود مستمر، انجام اشکال مختلف بهبود از قبیل پیشرفت ناگهانی منجر به تغییر، نوآوری و سازماندهی مجدد ضروری است. این کتاب در ۱۴۷ صفحه و به صورت رنگی به چاپ رسیده است.

خبر

افزایش قیمت سهام به دلیل تقاضای افراد حقیقی است

افزایش قیمت سهام در شرایط کنونی به دلیل تقاضای افراد حقیقی است و دولتی‌ها و شبه دولتی‌ها مانند صندوق‌های بازنشستگی یا تامین اجتماعی معمولا هنگام افزایش تقاضا، به تقاضا دامن نمی‌زنند، بلکه با عرضه به تعادل بازار کمک می‌کنند. قاسم محسنی، عضو هیات‌مدیره سازمان بورس و اوراق بهادار با بیان اینکه افزایش قیمت سهام در شرایط کنونی ناظر بر تقاضای افراد حقیقی است، گفت: سرمایه‌گذاران حقیقی با تقاضای خود رشد تقاضا در بازار را رقم می‌زنند و اشخاص حقوقی که به دولت وابسته‌اند یا شبه دولتی هستند، معمولا این‌گونه عمل نمی‌کنند، بلکه در صورت افزایش تقاضا، اوراق بهادار بیشتری عرضه کرده تا قیمت‌ها تعدیل پیدا کنند. وی در خصوص نوسانات بازار سرمایه و آسیب‌پذیری برخی از سهامداران از این نوسانات اظهار کرد: افراد باید با توجه به درجه ریسک پذیری‌شان اوراق بهادار متناسب را انتخاب کنند و کسی که نمی‌تواند درجه ریسک سهام را تحمل کند، باید در اوراق بهادار با ریسک کمتر، سرمایه‌گذاری کند.

وی در خصوص افزایش قیمت سهام طی یک ماه گذشته گفت: ممکن است یک سری هیجانات در بازار به دلیل اخبار مثبت برجام وجود داشته باشد اما سازمان نمی‌تواند مانع سرمایه‌گذاری سهامداران شود، همان‌طور که در روزهای منفی جلوی فروش گرفته نمی‌شود. محسنی با تاکید بر اینکه سرمایه‌گذاران فاقد تخصص لازم، نباید دست به سرمایه‌گذاری مستقیم بزنند، گفت: صندوق‌های سرمایه‌گذاری نزدیک به ۵۰ هزارمیلیارد تومان برای سرمایه‌گذاری در اوراق بهادار جذب کردند که به تدریج این رقم افزایش پیدا می‌کند و عملا می‌تواند حرکت مثبتی در مقایسه با سرمایه‌گذاری مستقیم باشد. این مقام مسئول با بیان اینکه اوراق بهاداری که در بازار سهام معامله می‌شوند، نقشی در سرمایه در گردش شرکت‌ها ندارند، گفت: هدف بازار سرمایه تامین مالی بنگاهای اقتصادی است و بازار ثانویه برای نقدشوندگی این بازار راه‌اندازی شده و تمام سرمایه‌ای که وارد بازار ثانویه می‌شود در جهت کمک و تقویت تامین مالی شرکت‌ها است. محسنی در پایان گفت‌وگو با «سنا» گفت: امسال حدود ۸۰ هزارمیلیارد تومان از طریق بازار سرمایه تامین مالی اتفاق افتاده که با توجه به اینکه رقم سال گذشته مبلغ ۳۰ هزارمیلیارد تومان بود، نشان‌دهنده افزایش قابل توجه رشد بازار در این مسیر است.

بورس بین‌الملل

قیمت نفت سقوط کرد آسیا منفی شد

افزایش تولید نفت در میان کشورهای تولیدکننده و همچنین رشد قیمت ین در برابر دلار موجب کاهش مجدد شاخص‌ها در بازار آسیا شد. در این بازارها، شاخص آسیا پاسیفیک با کاهش ۰٫۵درصدی همراه شد و تاپیکس ژاپن نیز ۱٫۲درصد منفی شد. ریک اسپانسر، تحلیلگر ارشد موسسه CMC در این خصوص بیان داشت: ایجاد تمایل‌های متفاوت در بازار نفت یکی از کلیدهای اصلی شکل‌گیری روند شاخص‌ها در بازارهای سهام است. نگرانی‌ها در خصوص بازارهای اعتباری نیز یکی از فاکتورهای تاثیرگذار در این قبیل بازارها است. در دیگر بازارهای آسیایی نیز، شاخص کاسپی کره جنوبی با افت ۰٫۲درصدی روبه‌رو شد در حالی که اس‌اند پی استرالیا ۰٫۴درصد منفی شد و شاخص NZX بورس نیوزیلند با افزایش ۰٫۲درصدی به معاملات هفتگی خود خاتمه داد. در این میان، قیمت سهام شرکت‌های انرژی و نفتی بیشترین میزان کاهش را از آن خود کردند، در حالی که قیمت نفت آتی تگزاس با افت ۰٫۹درصدی معامله شد.

شرکت‌ها و مجامع

پوشش ۷۷درصدی پیش‌بینی‌های پتروشیمی فجر

شرکت پتروشیمی فجر پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۲۹ اسفند ماه ۹۴ را با سرمایه ۲هزار و ۵۰۰میلیارد ریال به‌صورت حسابرسی نشده مبلغ ۲۶۰۱ ریال اعلام کرده است و طی دوره ۹ماهه با اختصاص ۱,۹۹۰ ریال سود به ازای هر سهم معادل ۷۷درصد از پیش‌بینی هایش را پوشش داد. این شرکت دلایل تغییر اطلاعات پیش‌بینی سال منتهی به ۲۹ اسفند ماه ۹۴ را به‌صورت حسابرسی نشده نسبت به اطلاعیه قبلی اعلام کرد. بر این اساس دلیل کاهش و تعدیل هزینه‌های مالی پیش‌بینی سال ۹۴ براساس هماهنگی به عمل آمده با مدیران شرکت صنایع پتروشیمی خلیج فارس (هلدینگ خلیج فارس) جهت تهاتر و تسویه قسمتی از بدهی‌های ارزی فی‌مابین است که این امر باعث کاهش هزینه وجه التزام پیش‌بینی شده در بودجه ۹۴ به میزان ۵۶۱میلیارد ریال شده است. همچنین این شرکت دلایل تغییر اطلاعات واقعی دوره ۹ ماهه سال جاری را به‌صورت حسابرسی نشده نسبت به اطلاعیه قبلی منتشر کرد.

سمیه سهیلی | فرصت امروز

اولین پیش‌بینی شرکت‌ها در راهند

کفه سنگین تقاضا در مقابل عرضه نوسان‌گیرها

سیدمحمدصدرالغروی
sadrolgharavi@yahoo.com

بورس تهران در حالی بهمن ماه را با رونق و بازدهی مطلوب سهامداران به پایان رساند که در آخرین روز معاملاتی این ماه، همچنان فشار اندک عرضه‌های حقوقی‌ها، بسیاری از سهامداران حقیقی را نگران کرد. این مسئله باعث شده است که بسیاری از سهامداران حقیقی، با نخستین بازدهی قیمت سهام‌شان، شناسایی سود کرده و اقدام به فروش کنند. اما نکته‌ای که نباید فراموش کرد این است که همچنان طرف تقاضا با نقدینگی مناسب اقدام به خرید سهام می‌کند. بدین ترتیب بورس تهران در معاملات هفته گذشته اگرچه اندکی از شدت هیجانات خود کاست و با رشد نیم‌درصدی شاخص کل مواجه شد اما همچنان با ورود چشمگیر نقدینگی و افزایش انگیزه برای خرید روبه‌رو است. انتشار خبر اجرایی شدن کاهش نرخ سود سپرده‌های بانکی در هفته گذشته برای فعالان تالار شیشه‌ای خبر خوشی است. کاهش نرخ سود می‌تواند موجب رونق بورس شده و سرمایه‌ها را از بانک به سمت بازار سهام بکشاند. از سوی دیگر روند صعودی بورس تهران در حالی این روزها شدت گرفته است که با نزدیک شدن به روزهای پایانی سال، سهامداران منتظر ارائه نخستین پیش‌بینی درآمد شرکت‌ها هستند.

استقبال سهامداران از عرضه‌های اولیه

از دیگر اتفاقات پر اهمیتی که در هفته گذشته رخ داد، آغاز مجدد عرضه‌های اولیه بعد از مدت‌ها در بورس تهران بود به طوری که سهامداران برای خرید سهم عرضه شده و واکنش مثبت بازار به این رویداد، تمایل نشان دادند. به این ترتیب روند عرضه‌های اولیه که در ابتدای امسال و با وخیم شدن اوضاع بورس متوقف شده بود، با بهبود شرایط بازار و همچنین ورود نقدینگی جدید مجددا از سر گرفته شد و همین موضوع سبب شد تا در روز چهارشنبه ۸درصد از سهام پتروشیمی فجر به‌عنوان سومین شرکت جدید وارد بورس شود. با عرضه‌های اولیه و در پی آن با ورود نقدینگی جدید به بازار سهام بسیاری بر این عقیده‌اند که اگر عرضه‌های اولیه افزایش پیدا کند باعث جذب نقدینگی جدید می‌شود. در پنج روز معاملاتی هفته گذشته بیش از ۱۰هزار و ۷۰۰میلیون سهم به ارزش ۲۶هزار و ۵۵۶میلیارد ریال دادوستد شد و دفعات معاملات به بیش از ۶۳۰هزار دفعه رسید. همچنین افزایش تقاضا برای خرید سهم موجب رسیدن تعداد خریداران به بیش از ۲۰۴هزار نفر شد.

افزایش ۱۴۸درصدی حجم معاملات در بهمن ماه

در پایان معاملات منتهی به ۳۰ بهمن ۱۳۹۴، ارزش کل معاملات سهام و حق تقدم به ۱۰۱۸۳۶میلیارد ریال بالغ شد که نسبت به ماه قبل ۱۱۶درصد افزایش یافته است. بورس تهران، در این ماه تعداد ۵۰۵۴۲میلیون سهم در ۲میلیون ۶۳۹هزار دفعه مورد معامله قرار گرفت و به ترتیب ۱۲۶درصد و ۱۰۶٫۵درصد افزایش را نسبت به ماه گذشته تجربه کرد. همچنین ارزش معاملات نرمال به ۹۶۴۸۲میلیارد رسید و حجم معاملات نرمال با ۴۶۴۴۶میلیون سهم به ترتیب با ۱۶۸درصد و ۱۴۴٫۳درصد افزایش نسبت به ماه گذشته همراه شدند. براین اساس تعداد ۶۱۵۱۴۴۱ برگه اوراق مشارکت به ارزش ۶۱۶۶میلیارد ریال معامله شد که نسبت به آذر ماه ۹۴ افزایش ۲۱۶درصدی را نشان می‌دهد. این در حالی است که شاخص کل با ۱۱۳۲۶ واحد افزایش نسبت به ماه قبل معادل ۱۷٫۰۱درصد افزایش، به رقم ۷۷۸۸۸ واحد رسید. شاخص بازار اول با ۸۲۹۰ واحد افزایش به رقم ۵۴۰۲۳واحد بالغ شد و شاخص بازار دوم با ۲۲۷۲۹ واحد افزایش به عدد ۱۷۳۲۳۱ واحد رسید و به ترتیب با ۱۸٫۱۳درصد و ۱۵٫۱۰درصد افزایش نسبت به ماه گذشته مواجه شدند. طی بهمن ماه خودرو و ساخت قطعات با ۵۹٫۳۴۰ درصد، ساخت محصولات فلزی با ۵۵٫۱۰درصد، استخراج نفت گاز و خدمات جنبی جز اکتشاف با ۴۳٫۶۱ درصد، رایانه و فعالیت‌های وابسته به آن برقی با ۴۱٫۰۱ درصد، استخراج سایر معادن با ۳۷٫۲۷درصد و سایر واسطه‌گری‌های مالی با ۳۲٫۸۳درصد بیشترین تغییر در شاخص صنایع را نسبت به سایر گروه‌ها به خود اختصاص دادند.

افزایش ارزش بازار فرابورس

در ماه یازدهم سال جاری ضمن انجام چند عرضه اولیه و بلوکی، دادوستدها تقویت شد و به دنبال آن ارزش بازار فرابورس افزایش یافت و به عدد ۹۷۰هزار و ۹۴۰میلیارد ریال رسید. بازار فرابورس در حالی بهمن ماه را پشت سر گذاشت که شاهد معامله ۸میلیون و ۹۷۵هزار ورقه بهادار به ارزش ۵۲هزار و ۲۶میلیارد ریال بود، این وضعیت حاکی از رشد۲۱۳درصدی حجم و ۱۳۲درصدی ارزش معاملات در مقایسه با بهمن سال قبل بود. نگاهی به وضعیت معاملات بیانگر آن است که معامله‌گران در این ماه، ۷۷۲هزار دفعه دادوستد کرده‌اند که این عدد نسبت به بهمن ۹۳ رشد ۹۲درصدی داشته است. معاملات بازار اول و دوم به ترتیب با رشد ۱۳و۳۳۹درصدی حجم و ۱۵و۴۶۸درصدی ارزش مواجه شد و در بازار پایه ۴۷۹میلیون اوراق بهادار به ارزش ۲هزار و ۹۸۷میلیارد ریال خریدوفروش شد که نسبت به مدت مشابه سال قبل رشد ۴۷۹درصدی در حجم و ۴۳۹درصدی در ارزش معاملات را ثبت کرده است. در ۲۰ روز معاملاتی بهمن ماه، به طور متوسط هر روز ۴۴۹میلیون ورقه بهادار به ارزش ۲هزار و ۶۰۱میلیارد ریال مورد معامله قرار گرفت و بالاترین ارزش معاملات متعلق به ۱۹ بهمن ماه به میزان ۶هزارمیلیارد ریال بود. ارزش بازار فرابورس در پایان یازدهمین ماه امسال ۱۹٫۳درصد و شاخص کل هم نسبت به مدت مشابه سال قبل ۱۰۰ واحد افزایش یافت.

عمق بازار

در انتظار هفته‌ای صعودی برای بورس

فرشید شجاع
farshid.shoja@gmail.com

بر خلاف نزول عمیق جلسه ابتدایی هفته گذشته، سایر روزهای کاری این هفته نه تنها بحرانی چندان را برای بازار به همراه نداشت، بلکه مسیر رشد را برای هفته پیش رو هموار کرد. با آغاز معاملات در این هفته، شاخص کل در مسیر نزولی قرار گرفت و در آن جلسه معاملاتی، نزولی بیش از ۸۵۰ واحد را به ثبت رسانید. دومین جلسه معاملاتی این هفته به سرخی روز پیشین خود نبود. بسیاری از نمادها در این روز با تعادل بیشتری معامله شدند و حتی شاخص کل با رنگ سبز به کار خود پایان داد. تنها نکته منفی در مورد معاملات این جلسه کمتر از یک بودن نرخ خرید به فروش حقیقی‌ها بود که این ایراد در جلسه معاملاتی میانی هفته از بین رفت. با رسیدن نرخ خرید به فروش حقیقی‌ها به ۱٫۲۵ در جلسه معاملاتی دوشنبه، شاخص کل رشدی منطقی را ثبت کرد و تقریبا به رقم گشایش ابتدای هفته خود رسید. شاخص کل جذابیت چندانی در جلسه معاملاتی روز سه‌شنبه نداشت، اما بر خلاف آن بازار در مسیر رو به بالای خود باقی ماند. همه چیز در این هفته به روز پایانی کشیده شد و شاخص کل، عمومیت بازار، اکثریت اندیکاتورها، نرخ دخالت حقیقی‌ها در بازار و نرخ خرید به فروش از صعود بازار حکایت دارند. در این جلسه شاخص کل بازار بورس اوراق بهادار تهران از میزان گشایش خود فراتر رفته و به رقم ۷۷۸۸۸ واحد رسید. بدین ترتیب، شاخص کل در فاصله تقریبا ۵۰۰ واحد سقف هفته پیشین خود رسید تا در هفته جاری برای شکستن این مقاومت یا شکست خوردن از آن تصمیم بگیرد.

ارزش کل معاملات بازار در روزهای هفته گذشته با روندی نامنظم تغییر کرد. با گشایش بازار در روز ابتدایی از ارزش معاملات کاسته شد و این رویه تا پایان جلسه معاملاتی یکشنبه ادامه داشت و پس از آن ارزش کل معاملات در مسیری صعودی قرار گرفت و این روند تا سه شنبه ادامه داشت و تنها چهارشنبه بود که ارزش معاملاتی کمتر از روز گذشته خود به ثبت می‌رسانید. ارزش میانگین معاملات نیز در این هفته تغییرات زیادی را متحمل شد. به‌صورت کلی ارزش میانگین هر معامله نیمه نخست هفته گذشته کمتر از نیمه دوم بود. با این حال این نرخ در روز پایانی هفته گذشته کاهشی محسوس نسبت به روز پیشین خود داشت تا مفروض بداریم صف خرید شدن بسیاری از نمادهای مهم به ورود پول به سایر نمادها کمک کرده است.

با در نظر داشتن رفتار بازار در هفته گذشته انتظار می‌رود گشایش بازار در هفته معاملاتی جاری حماسی باشد. منطقی‌ترین و محتمل‌ترین سناریو برای گشایش بازار در این هفته، صعودی شدن شاخص کل و عمومیت بازار است و رخدادی غیراز این می‌تواند به معنای ادامه استراحت بازار باشد. باید در نظر داشته باشیم در پایان این هفته معاملاتی، صندوق‌های رأی بر پا خواهند شد.

بنابراین با توجه به این مهم به نظر می‌رسد عرضه و تقاضا در هفته معاملاتی پیش رو بیشتر از محل سیاست باشد تا از محل اقتصاد. با توجه به این مهم و از آنجا که پول هنوز به بازار سرمایه سرازیر است، انتظار می‌رود این هفته به‌صورت کلی به سود صعود باشد. در جلسه معاملاتی روز جاری می‌توان انتظار داشت مقاومت اخیر شاخص کل از بین برود و کلیت روند صعودی شاخص کل و بازار تا پایان هفته باقی بماند. با این حال، نشانه‌هایی از قبیل کاهش نرخ دخالت حقیقی‌ها در بازار، کاهش نرخ خرید به فروش حقیقی‌ها و افزایش چشمگیر ارزش میانگین هر معامله در روند صعودی این هفته می‌توانند قرائنی برای خطرناک شدن اوضاع بازار به شمار آیند. در این هفته توصیه می‌شود برای خرید بیشترین دقت به عمل آمده و معامله‌گران مسئله شناسایی سود را در نظر داشته باشند.

خبر

نگاهی بر عملکرد ۹ ماهه «ختوقا»

شرکت گروه صنعتی قطعات اتومبیل ایران پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۲۹ اسفند ماه ۹۴ را با سرمایه ۲۶۶میلیارد و ۶۳۰میلیون ریال و به‌صورت حسابرسی نشده مبلغ ۱۳۶ ریال اعلام کرده و در دوره ۹ ماهه منتهی به ۳۰ آذر ماه ۹۴ با اختصاص ۲۸ریال سود به ازای هر سهم معادل ۲۱درصد از پیش‌بینی‌هایش را محقق کرد. عملکرد ۹ ماهه امسال «ختوقا» در مقایسه با دوره مشابه سال مالی قبل شامل کاهش ۸۵درصدی درآمدها، افزایش ۱۱۴درصدی زیان عملیاتی و کاهش ۵۴٫۵درصدی سود خالص است.

انتشار عملکرد ۹ ماهه کاشی و سرامیک حافظ

شرکت کارخانجات کاشی و سرامیک حافظ پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۲۹اسفندماه ۹۴ را به‌صورت حسابرسی نشده و با سرمایه ۱۸۰میلیارد ریال مبلغ ۹ ریال اعلام کرده بود و طی دوره ۹ماهه با اختصاص ۱۱ریال سود به ازای هر سهم معادل ۱۲۲درصد از پیش‌بینی‌هایش را پوشش داد. عملکرد ۹ماهه امسال در مقایسه با عملکرد ۹ ماهه سال مالی قبل شامل کاهش ۳۵درصدی فروش، کاهش ۳۶درصدی بهای تمام شده کالای فروش رفته، کاهش ۳۰درصدی سود ناخالص، کاهش ۶درصدی سود عملیاتی و کاهش ۹۰درصدی سود خالص است.

این شرکت دلایل تغییر اطلاعات واقعی دوره منتهی به ۳۰ آذرماه ۹۳ (حسابرسی نشده) نسبت به اطلاعیه قبلی را اعلام کرد. این تفاوت، ناشی از درآمد سرمایه‌گذاری در صورت‌های مالی و پیش‌بینی درآمد هر سهم براساس عملکرد ۹ماهه مبنی بر شناسایی سود و سرمایه‌گذاری مصوب شده توسط مجمع شرکت‌ها است.

نگاهی بر عملکرد ۹ ماهه سیمان بجنورد

شرکت سیمان بجنورد پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۲۹ اسفند ماه ۹۴ را با سرمایه ۳۹۲میلیارد ریال و به‌صورت حسابرسی نشده مبلغ ۹۴ ریال اعلام کرده و طی دوره ۹ ماهه منتهی به ۳۰ آذر ماه ۹۴ با اختصاص ۶۸ ریال سود به ازای هر سهم معادل ۷۲درصد از پیش‌بینی‌ها را پوشش داد.

این شرکت دلایل تغییر اطلاعات پیش‌بینی سال مالی منتهی به ۲۹ اسفند ماه ۹۴ را (حسابرسی نشده) نسبت به اطلاعیه قبلی اعلام کرد. بر این اساس کاهش مبلغ فروش ناشی از کاهش مقدار فروش و اعطای تخفیفات به دلیل توان رقابت با سایر تولیدکنندگان منطقه و کاهش هزینه‌های قیمت تمام شده به دلیل اعمال هزینه‌های واقعی نسبت به برآورد اولیه است.

انتشار عملکرد ۹ ماهه «دلقما»

شرکت دارویی و بهداشتی لقمان پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۲۹ اسفند ماه ۹۴ را با سرمایه ۲۲۵میلیارد ریال و به‌صورت حسابرسی نشده مبلغ ۳۴۲ ریال اعلام کرده است و طی دوره ۹ ماهه منتهی به ۳۰ آذر ماه ۹۴ با اختصاص ۱۹۴ ریال سود به ازای هر سهم معادل ۵۷درصد از پیش‌بینی‌هایش را پوشش داد. این شرکت دلایل تغییر اطلاعات پیش‌بینی سال ۹۴ را (حسابرسی‌نشده) نسبت به اطلاعیه قبلی اعلام کرد.

باتوجه به تحقق مبلغ ۴۹,۸۲۶میلیون ریال هزینه‌های مالی در دوره مالی ۹ ماهه سال ۹۴ پیش‌بینی هزینه یاد شده برای سال مالی۹۴ به مبلغ ۷۷,۱۹۸میلیون ریال تعدیل شده است. باتوجه به اخذ مجوز معافیت مالیاتی موضوع ماده ۱۳۸ قانون مالیات‌های مستقیم و مخارج انجام شده ازاین بابت مالیات عملکرد سال مالی جاری به مبلغ ۱۰,۱۶۳میلیون ریال تعدیل شده است. سود نقدی تقسیمی پیشنهادی هیات مدیره معادل ۵۰درصد سود پیش‌بینی شده هر سهم پس از کسر مالیات تعیین شده است.

عملکرد ۹ ماهه سال مالی ۹۴ در مقایسه با عملکرد ۹ ماهه سال مالی قبل شامل افزایش ۴۲٫۵درصدی فروش، افزایش ۴۳درصدی بهای تمام شده کالای فروش رفته، افزایش ۳۹٫۹درصدی درصدی سود ناخالص، افزایش ۳۸درصدی سود عملیاتی و افزایش ۵۴درصدی سود خالص است.

اقتصاد سیاسی

آغاز دور جدید لغو تحریم‌ها و برقراری ارتباط با ایران

به نظر می‌رسد هر چه از آغاز اجرای برجام می‌گذرد، حس رقابت توأم با ترس از عقب افتادن در همکاری با ایران بیشتر در دولت‌ها و شرکت‌های خارجی قوت می‌گیرد. شاهد این سخن نیز آغاز دور جدیدی از لغو محدودیت‌ها و برقراری ارتباط از سوی شرکت‌ها و دولت‌های خارجی با ایران است. به گزارش خبرآنلاین، طی روزهای اخیر تعداد زیادی از شرکت‌ها و دولت‌های خارجی از لغو محدودیت تعامل تجاری و اقتصادی با ایران خبر داده‌اند و بسیاری از موانع در این مسیر برداشته شده است.

آغاز فرآیند پرداخت بدهی شل به ایران

سخنگوی شرکت شل رقم بدهی این شرکت به ایران را ۲.۱۶میلیارد دلار اعلام و تایید کرد که فرآیند پرداخت بدهی معوق شل به شرکت دولتی ایران آغاز شده است. این اقدام به شل اجازه خواهد داد تا به بازار نفت ایران دسترسی پیدا کند. شرکت ملی نفت ایران شرط شروع فروش نفت به شل را تسویه بدهی معوق این شرکت اعلام کرده بود. شرکت «آمریکن کلاب» که یکی از شرکت‌های فعال در زمینه بیمه نفتکش‌ها در نیویورک است، دو تانکر حامل نفت ایران را برای اعزام به رومانی بیمه کرده است. در ماه جاری میلادی دو تانکر نفتی با ظرفیت یک‌میلیون بشکه نفت از بنادر ایران بارگیری و عازم کونستانتزا در رومانی می‌شوند.

نیوزیلند تحریم‌های ایران را لغو کرد

نیوزیلند تحریم‌ها علیه ایران را لغو کرد و برای توسعه مناسبات دو کشور سفارت خود در تهران را ارتقا داد، اما برخی تحریم‌ها شامل محدودیت تجارت تجهیزات هسته‌ای، فناوری نظامی و تسلیحات پابرجا خواهد بود. ایران در دهه ۸۰میلادی یکی از پنج بازار مهم صادراتی نیوزیلند محسوب می‌شد اما با وضع تحریم‌ها، ارزش صادرات این کشور به ایران از بیش از ۱۶۳میلیون دلار در سال ۲۰۱۴ به زیر ۹۰میلیون دلار در سال ۲۰۱۵ رسید. بخش عمده محصولات صادراتی را لبنیات و فرآورده‌های حیوانی تشکیل می‌داد.

نروژ مشتری اوراق قرضه دولت ایران می‌شود

دولت نروژ اعلام کرد، بعد از لغو تحریم‌ها به صندوق بازنشستگی بزرگ خود که بزرگ‌ترین صندوق دارایی حاکمیتی جهان است اجازه داده تا خرید اوراق قرضه دولت ایران را از سر بگیرد. این کشور اسکاندیناوی بخش عمده‌ای از درآمدهای نفتی خود را در این صندوق ذخیره می‌کند. ارزش موجودی این صندوق حدود ۷ تریلیون کرونر (۷۳۵میلیارد یورو، معادل ۸۱۴میلیارد دلار) است. حقوق‌های بازنشستگی و سایر هزینه‌های دولت نروژ از این صندوق تامین می‌شود. به دلیل تحریم‌های غرب، این صندوق از ژانویه ۲۰۱۴ از سرمایه‌گذاری در ایران منع شده بود.

تایید غیرقانونی بودن تحریم بانک ملت توسط دیوان دادگستری اروپا

دیوان دادگستری اروپا به غیرقانونی بودن تحریم بانک ملت ایران از سوی اتحادیه اروپا رأی داد که با این حکم زمینه را برای دریافت غرامت ۴میلیارد دلاری این بانک فراهم می‌کند. دیوان دادگستری اروپایی درخواست فرجام‌خواهی مطرح شده از سوی این اتحادیه علیه حکم یک دادگاه بدوی را نپذیرفت. این اقدام می‌تواند به دیگر موسسات ایرانی اجازه دهد تا دعاوی مشابهی را مطرح کنند. شورای اروپایی، متشکل از ۲۸ کشور عضو اتحادیه اروپا به منظور مقابله با آنچه فعالیت‌ها برای دستیابی به سلاح‌های هسته‌ای می‌خواند، از سال ۲۰۱۰ اقدام به مسدود کردن دارایی‌های تعدادی از موسسات مالی ایرانی کرد. ریلاینس هند واردات نفت ایران را از سر می‌گیرد.

شرکت هندی رلاینس بعد از حدود پنج سال وقفه در حال آماده شدن برای واردات مجدد نفت ایران است و قصد دارد روزانه ۱۲۰هزار بشکه در روز نفت از این کشور خریداری کند. این شرکت که توسط موکش آمبانی، میلیاردر هندی اداره می‌شود، در سال ۲۰۱۰ به دلیل نگرانی‌ها از تهدیدات ناشی از تحریم‌های دولت آمریکا خرید نفت از ایران را متوقف کرده بود.

خبر

قائم مقام سازمان امور مالیاتی:

امسال ۵۱۲ هزارمیلیارد ریال مالیات وصول شده است

قائم مقام رئیس کل سازمان امور مالیاتی گفت: در ۱۰ ماه امسال بالغ بر ۵۱۲ هزارمیلیارد ریال مالیات از مودیان مالیاتی و فعالان اقتصادی وصول شده است.

به گزارش ایرنا محمد قاسم پناهی در حاشیه همایش اصلاح قانون مالیات‌های مستقیم افزود: این میزان مالیات وصول شده نسبت به مدت مشابه سال قبل ۷درصد افزایش داشته است. وی اظهار کرد: تا آخر دی‌ماه سال‌جاری میزان مالیات‌های وصولی نسبت به میزان پیش‌بینی شده ۸۲درصد تحقق یافته و امید می‌رود در دو ماه باقی مانده (بهمن و اسفند) نیز بتوانیم مشکل وصول مالیات‌های مستقیم را با همکاری و مشارکت بیشتر فعالان اقتصادی و مودیان مالیاتی حل کنیم. وی افزود: میزان مالیات وصولی پیش‌بینی شده در سال‌جاری ۶۲۰ هزارمیلیارد ریال است که در فرصت باقی مانده طی ماه‌های بهمن و اسفند برای اخذ این میزان مالیات و رسیدن به تحقق صددرصدی تلاش می‌کنیم. پناهی ادامه داد: نظام مالیاتی پس از اصلاحیه قانون مالیاتی مستقیم، برگزاری کارگاه‌ها مختلفی در سطح کشور برای دست‌اندرکاران سازمان مالیاتی و فعالان اقتصادی در نظر گرفته است تا مبانی و رویکردهای جدید اصلاح قانون مالیات‌های مستقیم به‌صورت شفاف و روشن در اختیار عموم قرار گیرد. وی افزود: پرداخت مالیات همواره به موجب قوانین وضع شده انجام می‌شود و فعالان اقتصادی در چارچوب و تکالیف قانونی و با تسلیم اظهارنامه‌های مالیاتی خود نسبت به پرداخت نقدی یا اقساطی مالیات خود اقدام می‌کنند.

عضو کمیسیون برنامه و بودجه در گفت‌وگو با «فرصت امروز» تاکید کرد

محدودیت فضای کسب‌وکار، مانعی برای سرمایه‌گذاران خارجی

مهلا فرازمند

این روزها شاهد اخبار زیادی در خصوص رشد اقتصادی در سال ۹۵ هستیم. هفته گذشته علی طیب‌نیا، وزیر امور اقتصادی و دارایی اعلام کرد: اقتصاد کشور سال آینده به‌صورت قطعی از رکود خارج می‌شود و رشد اقتصادی بی‌سابقه‌ای را تجربه خواهیم کرد. همچنین محمدباقر نوبخت سخنگوی دولت گفت: ما خود را برای یک رشد فزاینده ۵ تا ۶درصدی اقتصادی در سال آینده آماده کرده‌ایم و امیدواریم با برنامه‌هایی که در نظر گرفته‌ایم، نسبت به محسوس کردن بهبود شرایط اقتصادی برای آحاد مردم موفق باشیم. به اعتقاد کارشناسان، اقتصاد ایران برای دستیابی به چنین رشدی به حدود ۱۰۰ تا ۱۵۰میلیارد دلار سرمایه‌گذاری نیاز دارد، این در حالی است که به نظر می‌رسد با وجود رکود حاکم بر اقتصاد و کاهش قیمت نفت، دولت با کمبود منابع مواجه است و دستیابی به رشد ۵ تا ۶درصدی اقتصاد به راحتی میسر نخواهد بود. از این رو نگاه‌ها برای خروج از رکود و تحقق رشد اقتصادی به سمت جذب سرمایه‌گذاری خارجی معطوف می‌شود.

اهمیت و لزوم استفاده از سرمایه‌های خارجی

موسی الرضا ثروتی، عضو کمیسیون برنامه و بودجه با اشاره به اهمیت و نیاز سرمایه‌گذاری خارجی در ایران به «فرصت امروز» گفت: منابع دولت محدود است. در بودجه ۹۵ چیزی حدود ۷۰۰ هزارمیلیارد تومان به شرکت‌های دولتی و بانک‌ها اختصاص یافته که این رقم در سال‌های گذشته نیز به همین میزان بوده و برای طرح‌های عمرانی که تقریبا ۵۹هزارمیلیارد تومان اختصاص یافته است رقم بالایی نیست و منابع مالی کافی برای سرمایه‌گذاری وجود ندارد.

وی با تاکید بر لزوم استفاده از سرمایه‌های خارجی ادامه داد: در هر سال مبلغ ۲۰۰میلیارد دلار یعنی چیزی حدود ۶۰۰ هزارمیلیارد تومان به سرمایه‌گذاری نیاز داریم که دولت باید از منابع خارجی برای سرمایه‌گذاری در کشور استفاده کند. در خصوص منابع داخلی نیز بخش خصوصی مقداری منابع دارد که باید سرمایه‌گذاری کند و همچنین بانک‌ها نیز منابعی دارند که باید مقداری از آن سرمایه‌گذاری شود. در هر سال مبلغی حدود ۸۰۰ هزارمیلیارد تومان به بودجه جاری عمرانی اختصاص می‌یابد که این مبلغ توسط دولت هزینه می‌شود. اما با توجه به اینکه تاکنون در شرایط تحریمی و رکود حاکم به سر می‌بردیم بر اقتصاد منابع کافی برای هزینه کردن در بخش عمرانی وجود ندارد، بنابراین ضرورت دارد دولت هم از منابع داخلی و هم از منابع خارجی برای سرمایه‌گذاری استفاده کند. عضو کمیسیون برنامه و بودجه با اشاره به اینکه دولت باید حداکثر تلاش خود را انجام دهد تا در پسابرجام منابع مالی مورد نیاز را تامین کند، افزود: قطعا دولت نیز برنامه‌ریزی‌هایی برای جذب سرمایه‌گذاران خارجی دارد و تدابیری اندیشیده لذا تاکنون در شرایط تحریمی بودیم و ارتباط ایران با سایر کشورها قطع بود، بنابراین امکان اجرای این برنامه‌ها وجود نداشته، اما اکنون که تحریم‌های اقتصادی برداشته شده و ارتباط کشور با سایر کشورهای جهان برقرار شده این فرصت به وجود آمده و امیدواریم در شرایط پسابرجام اقداماتی در این خصوص صورت بگیرد و با جلساتی که دولت با هیأت‌های تجاری کشورهای مختلف دارد، آنها را برای سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف در ایران تشویق کند.

فضای کسب‌وکار محدود است

موسی‌الرضا ثروتی با اشاره به موانع موجود برای سرمایه‌گذاری در ایران گفت: سرمایه‌گذاری در هر کشور مستلزم وجود فضای مناسب برای کسب‌وکار است. لذا فضای کسب‌وکار در ایران محدود است و این می‌تواند یک مانع برای ورود سرمایه‌گذاران خارجی محسوب شود، بنابراین باید تلاش کنیم فضای کسب‌وکار در ایران را بهبود ببخشیم. کشورهای خارجی که در ایران سرمایه‌گذاری می‌کنند روی سند مالکیت، روی دادن مجوزها، دادن اطلاعات، خوراک یا مواد اولیه سرمایه‌گذاری می‌کنند، بنابراین باید در این رابطه توجه شود و منابع کافی در این رابطه وجود داشته باشد.

وی در خصوص حل موانع موجود بر سر راه سرمایه‌گذاران عنوان کرد: اگر موانع قانونی وجود داشته باشد دولت باید این موانع قانونی را با ارائه لایحه حل کند. ما در مجلس آماده هستیم تا هر گونه موانع قانونی را برای ورود سرمایه‌گذاران خارجی رفع کنیم. ما قوانینی همچون قانون بهبود فضای کسب‌وکار، قانون اجرای سیاست‌های اصل ۴۴، قانون رفع موانع تولید و... را مصوب کردیم و اگر قانون دیگری نیاز است دولت باید آن قوانین را تهیه کند تا بررسی و تصویب شود.

به‌عنوان مثال در مورد قراردادهایی که دولت باید با شرکت‌های نفتی منعقد کند، همچنین درمورد نوع قراردادها، نوع کار و... دولت باید توجه داشته باشد و اگر نیاز به ارائه لایحه است، دولت لایحه بدهد و ما در مجلس آن را تبدیل به قانون می‌کنیم.

ثروتی با اشاره به کاهش قیمت نفت و کاهش درآمدهای نفتی افزود: کاهش قیمت نفت درآمدهای دولت را کاهش می‌دهد و نیاز کشور را به سرمایه‌گذاری تامین نمی‌کند، بنابراین روش‌هایی وجود دارد که می‌تواند این کاهش قیمت نفت را جبران کند. به‌عنوان مثال صندوق توسعه ملی داریم که می‌تواند حدود ۶۰میلیارد دلار از نیاز سالانه کشور را به سرمایه‌گذاری تامین کند. همچنین از طریق سرمایه‌گذاری خارجی، فاینانس، منابع پالایشی و... نیز این کاهش درآمدها قابل جبران خواهد بود که دولت در این خصوص باید اقدامات لازم را انجام دهد.

گزارش ۲

عدم اعلام رشد اقتصادی یک‌ساله شد

ماموریت جدید نوبخت به مرکز آمار

در حالی سخنگوی دولت عملکرد آماری دولت را شفاف دانست و گفت هیچ چیز محرمانه‌ای نداریم که نزدیک به یک‌سال است هیچ آماری درباره نرخ رشد اقتصادی به‌صورت رسمی اعلام نشده است.

به گزارش مهر، محمدباقر نوبخت سخنگوی دولت چند روز پیش وعده داد که به‌زودی ریز تحولات رشد اقتصادی کشور توسط عادل آذر، رئیس مرکز آمار ایران به رسانه‌ها اعلام خواهد شد، این در حالی است که طی یک‌سال اخیر هیچ آماری درباره نرخ رشد اقتصادی کشور به‌صورت رسمی از سوی مرکز آمار ایران و بانک مرکزی به‌عنوان متولیان آماری کشور اعلام نشده است.

بانک مرکزی در جدیدترین گزارش خود جزییات شاخص‌های عمده اقتصادی در سه ماه دوم امسال را اعلام کرد. بر این اساس باز هم در گزارش بانک مرکزی خبری از نرخ رشد اقتصادی نیست. همچنین این بانک در گزارش اخیر خود که مختص نماگرهای اقتصادی سه‌ماهه دوم سال ۹۴ است، گزارش رشد اقتصادی سال ۹۳ را که قبلا هم اعلام شده بود دوباره منتشر کرده است که براساس آن نرخ رشد اقتصادی سال ۹۳ با نفت ۳ درصد و بدون نفت ۲.۸ درصد اعلام شده است.

گزارشات آماری بدون رشد اقتصادی

در شماره جدید خلاصه تحولات اقتصادی آمده است که در سال ۱۳۹۳ مسیر اقتصاد کشور پس از هشت فصل پیاپی رکود و رشد منفی طی سال‌های ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲ تغییر جهت داد و طی سال ۱۳۹۳ با رشد مثبت همراه شد به طوری که تولید ناخالص داخلی کشور در سال مورد بررسی از رشد قابل قبول ۳ درصد برخوردار شد.

البته روند رشد اقتصادی از فصل پاییز سال ۹۳ (۰.۶درصد) کاهنده شده و این روند در سال جاری هم تاکنون ادامه داشته است. اگرچه بانک مرکزی تاکنون در آمارهای اعلامی سعی کرده است نرخ رشد اقتصادی امسال را اعلام نکند اما برآوردهای کارشناسان، رشد اقتصادی سال ۹۴ را نزدیک به صفر نشان می‌دهد.

عادل آذر، رئیس مرکز آمار ایران درباره دلیل عدم انتشار نرخ رشد اقتصادی سال ۹۳ و نیمه نخست امسال توسط این مرکز می‌گوید: نرخ رشد اقتصادی سال ۹۳ را اعلام نکردیم تا تشتت نشود. وی با اشاره به برخی آمارهای اعلام شده از پیش گفته است: عدد اولیه نرخ رشد اقتصادی شش ماه نخست سال جاری یک درصد بود که تقریبا در حال نهایی شدن است.

این وضعیت در حالی گفته می‌شود که نوبخت، سخنگوی دولت درباره محرمانه شدن برخی آمارهای کلان اقتصادی کشور گفته است: من هر هفته اعداد و ارقام را بیان می‌کنم. سایت سخنگوی دولت نیز این آمار را منتشر می‌کند. مجلس به همه اسناد و مدارک موجود دسترسی دارد و متناسب به حضور همکاران دولت در مجلس، به اعتبار حضور نمایندگان مطالبی را بیان می‌کنند و بلافاصله اخبار و اطلاعات روی شبکه‌ها و سایت‌ها می‌رود.

وی با تاکید بر اینکه ما هیچ چیز محرمانه‌ای نداریم. البته برخی اسناد طبقه‌بندی شده و برخی نیز هنوز تکمیل نشده، تصریح کرده است: آمار اقتصادی را بانک مرکزی و مرکز آمار منتشر می‌کند. به نظر می‌رسد ما خیلی شفاف عمل می‌کنیم و چیز پوشیده و پنهانی نداریم.

هر چیزی را عرضه می‌کنیم قابل دفاع است. نوبخت اضافه کرده است: رفتار دولت عقلانی است و منطبق با نظریات علمی است و چیز پوشیده و نگران کننده‌ای نداریم. البته اشکالی از نقد کردن منتقدان نمی‌بینیم. جایگاه منتقد، نقد است حتی اگر منصفانه عمل نکند. مشکل رسانه‌هایی است که گزینشی مطالب را منتشر می‌کنند.

سیف به‌زودی در مجلس

البته عدم انتشار آمار رشد اقتصادی باعث شد که نمایندگان مجلس تصمیم بگیرند به‌زودی در کمیسیون اقتصادی درباره موضوع محرمانه شدن آمارهای اقتصادی جلسه‌ای را برگزار کنند و از سیف رئیس کل بانک مرکزی توضیحاتی را در این زمینه بخواهند. برخی نمایندگان مجلس درباره دلایل عدم اعلام آمارهای اقتصادی می‌گویند که دولت در اعلام آمارهای اقتصادی هنوز به جمع‌بندی نرسیده و محرمانه شدن آمار برای نمایندگان مجلس هم سوال‌برانگیز است و دولت باید برای رفع این موضوع اقدامات لازم را انجام دهد. دولت باید برای این اوضاع نابسامان اقتصادی تصمیمات اساسی بگیرد و به جای محرمانه کردن آمارها با مردم شفاف باشد.

شناسایی یکی از عوامل اصلی افزایش نقدینگی

قیمت تمام شده پول برای بانک‌ها بالا است

هدف اصلی از کاهش نرخ سود سپرده‌های بانکی ایجاد زمینه برای تامین مالی آسان‌تر و ارزان‌تر برای بخش واقعی اقتصاد است. هادی‌قدیمی عضو هیات‌مدیره بانک ایران زمین درباره اهداف بانک‌ها از کاهش نرخ سود سپرده‌های بانکی گفت: «متاسفانه در برخی مواقع می‌بینیم تلقی درستی از تلاش بانک‌ها برای کاهش نرخ سود سپرده‌های بانکی وجود ندارد و این اقدام را ناشی از سودجویی بانک‌ها می‌دانند در حالی که اگر کمی آگاهی از شرایط حاکم بر شبکه بانکی و فرآیند عملیاتی بانک‌ها داشته باشیم، تصدیق خواهیم کرد که کاهش نرخ سود سپرده‌های بانکی در حال حاضر نه تنها یک الزام برای بانک‌ها بلکه اقدامی ضروری برای اقتصاد کشور است».

به گزارش خبر آنلاین قدیمی در توضیح این پدیده گفت: «نگاهی به نماگرهای بانک مرکزی نشان می‌دهد نقدینگی دائم در حال افزایش است. این افزایش به خودی خود نه مذموم است و نه مطلوب. زمانی مطلوب خواهد بود که متناسب با این افزایش نرخ رشد اقتصادی و تولید ناخالص داخلی نیز افزایش پیدا کند. اما واقعیت این است که اثری از این نقدینگی افزایش یافته در بخش واقعی اقتصاد کشور دیده نمی‌شود و آدرس این نقدینگی را باید در ترازنامه بانک‌ها جست‌وجو کرد. چرا که پیش از کاهش نرخ سود سپرده‌ها به ۲۰ درصد هر ماه به‌طور خودکار حدود ۲ درصد سود برای سپرده‌های بانکی شناسایی و به صاحبان سپرده‌ها پرداخت می‌شد. این سودها مجددا در قالب سپرده‌های کوتاه‌مدت در بانک‌ها رسوب می‌کند.

به این ترتیب دائما شاهد افزایش نرخ نقدینگی هستیم بدون اینکه اثری در بخش واقعی اقتصاد داشته باشد». عضو هیات‌مدیره بانک ایران زمین ادامه داد: «با کاهش ۲درصدی نرخ سود سپرده‌ها در واقع قیمت تمام شده پول برای بانک‌ها کاهش پیدا می‌کند و می‌توان در آینده کوتاه‌مدت اثر این کاهش را در ارزان‌تر شدن تسهیلات مشاهده کنیم. بانک‌ها با جذب این منابع ارزان‌تر و جبران بخشی از کمبود منابع خود نرخ سود تسهیلات را پایین آورده و عملا در پرداخت تسهیلات رقابت به وجود خواهد آمد. مردم باید به این نکته توجه داشته باشند زمانی که پرداخت تسهیلات کم می‌شود، در واقع این بانک‌ها هستند که ضرر را متحمل می‌شوند.»

قاب

اقتصاد کشور در حال خروج از رکود است

آمادگی جنرال الکتریک برای سرمایه‌گذاری در ایران

قائم مقام بانک مرکزی گفت: اقتصاد ایران در حال خروج از شرایط رکودی است، البته کاهش قیمت و درآمدهای نفتی متاسفانه موجب کاهش نرخ رشد اقتصادی در چند فصل گذشته شده و امید است در نیمه دوم سال جاری اقتصاد ایران عملکرد بهتری داشته باشد.

کمیجانی در دیدار با معاون بخش نفت و گاز شرکت جنرال‌الکتریک گفت: از سرمایه‌گذاری‌های مشترک در صنایع نفت، گاز، معادن و تولید کالاها و خدماتی که مصرف داخلی و امکان صادرات به بازار کشورهای منطقه را دارند، استقبال می‌کنیم. به گزارش روابط عمومی بانک مرکزی، در این دیدار لورنزو سرپرست معاون بخش نفت و گاز شرکت جنرال‌الکتریک با بیان اینکه این شرکت در بسیاری از زمینه‌های مهم صنعتی مانند نفت، گاز، برق، راه‌سازی، هواپیمایی و تجهیزات بیمارستانی‌فعالیت دارد، افزود: جنرال الکتریک در سال‌های قبل از تحریم در ایران فعالیت داشته و اکنون نمایندگان آن برای ایجاد روابط و فرصت‌های تازه همکاری به ایران آمده‌اند.

کمیجانی در این نشست با تشریح وضعیت اقتصاد ایران گفت: اقتصاد ایران همچنان وابستگی معناداری به درآمد نفت دارد و در چند سال گذشته به دلیل فشارهای تحریم با رکود مواجه بوده است، ضمن آنکه تجارت خارجی و انتقال وجوه به سختی انجام می‌شد. کمیجانی افزود: با این حال، تعهد دولت جدید و بانک مرکزی به رعایت انضباط مالی و پولی، منجر به کاهش تورم و افزایش نرخ رشد اقتصادی شده است. در آذر ماه سال جاری شاخص تورم دوازده ماهه ۱۳,۲درصد و شاخص ماهانه کمتر از ۱۰درصد بوده است. کمیجانی اظهار کرد: اقتصاد ایران در حال خروج از شرایط رکودی است؛ البته، کاهش قیمت و درآمدهای نفتی متاسفانه موجب کاهش نرخ رشد اقتصادی در چند فصل گذشته شده است و امید است در نیمه دوم سال جاری اقتصاد ایران عملکرد بهتری داشته باشد.

وی با اعلام اینکه پیش‌بینی برای بهبود وضعیت اقتصادی در سال ۲۰۱۶ بسیار خوب است، تصریح کرد: این موضوع در گزارش اخیر IMF و همچنین در گزارش بانک جهانی، مورد توجه قرار گرفته و نرخ رشد سال آینده حدود ۵,۵درصد برآورد شده است.

قائم مقام بانک مرکزی اقتصاد ایران را دارای ظرفیت‌های زیادی برای رشد و توسعه خواند و افزود: ذخایر ارزی ما در شرایط پساتحریم قابل استفاده می‌شود و انتظار داریم که دسترسی بهتر و بیشتری به منابع خارجی داشته باشیم. بنابراین، دور از انتظار نیست که اقتصاد ایران با سرمایه‌گذاری بیشتر خارجی و داخلی به عملکرد بهتری دست یابد.

کمیجانی با تاکید بر اینکه ظرفیت‌های بالقوه برای دستیابی به فناوری‌های بالاتر افزایش یافته است، تصریح کرد: در زمینه صنعت هواپیمایی و تجهیزات فرودگاهی نیاز به سرمایه‌گذاری و تامین مالی و در زمینه صنعت مالی و بانکداری نیاز به ورود سرمایه‌گذاران خارجی داریم. البته در برنامه ششم توسعه و نیازهای سرمایه‌گذاری برای دستیابی به نرخ رشد ۸درصد هدف‌گذاری شده است.

در این دیدار مدیران بخش ارزی بانک مرکزی نیز توضیحاتی در خصوص ضوابط سرمایه‌گذاری خارجی در ایران و نقش نظام بانکی ارائه کردند.

دریچه

نهایی شدن برنامه‌های دوازده‌گانه در ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی

رئیس شورای اقتصاد مقاومتی سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور گفت: اقتصاد مقاومتی الگوی توسعه کشور است که جایگاه آن ادامه اصل ۴۴ قانون اساسی در نظام سیاست‌گذاری است.

به گزارش ایرنا، مجتبی خالصی در نشست هم‌اندیشی «مبانی سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی» در دانشگاه عالی دفاع ملی اظهار کرد: سیاست کلی اقتصاد مقاومتی، سه هدف مهم شامل رشد پویا، بهبود شاخص‌های مقاومت اقتصادی و دستیابی به اهداف سند چشم‌انداز ۲۰ ساله کشور را دنبال می‌کند. به گفته وی، اقتصاد مقاومتی الگوی توسعه کشور است و بندهای بیست‌وچهارگانه آن محملی برای تحقق این هدف به شمار می‌رود.

خالصی افزود: اقتصاد مقاومتی برخلاف مقوله «تاب‌آوری» که به دنبال پیش‌بینی اقداماتی در قبال وارد شدن هرگونه شوک به اقتصاد است، رشد پویا را هدف‌گذاری کرده است. وی تصریح کرد: جایگاه سیاست اقتصاد مقاومتی در نظام سیاست‌گذاری کشور، در حقیقت ادامه اصل ۴۴ قانون اساسی است. بر مبنای اصل ۴۴ قانون اساسی، نظام اقتصادی جمهوری اسلامی ایران بر پایه سه بخش دولتی، تعاونی و خصوصی با برنامه‌ریزی منظم و صحیح استوار است. وی ادامه داد: مردمی بودن، عدالت بنیانی، دانش‌بنیانی، درون زایی و برون‌گرایی، رویکردهای پنجگانه سیاست اقتصاد مقاومتی است. خالصی خاطرنشان کرد: شورای اقتصاد به‌عنوان مرجع تهیه و تدوین سیاست‌های اقتصاد مقاومتی از زمان ابلاغ این سیاست‌ها در تاریخ ۲۹ بهمن سال ۱۳۹۲ تعیین شد و امروز با توجه به تدوین برنامه ششم توسعه، سیاست‌های اقتصاد مقاومتی به‌عنوان مبانی و اسناد بالادستی این برنامه قرار گرفت.

وی گفت: گفتمان‌سازی اقتصاد مقاومتی، توسعه اقتصاد دانش‌بنیان، برنامه ملی بهره‌وری، ارتقای توان تولید ملی، انضباط مالی و قطع وابستگی به نفت و برنامه سیاست‌های پولی و ارزی از جمله برنامه‌های دوازده‌گانه‌ای است که در چند هفته گذشته در ستاد فرماندهی اقتصاد مقاومتی نهایی شد.

شبکه

تلویزیون‌های مجازی

به نظر می‌رسد، در شرایط کنونی با توجه به گسترش استفاده از فضای مجازی برخی از رسانه‌ها فرصت را غنیمت شمرده و خود را نوعی از شبکه‌های خصوصی معرفی کرده‌اند. البته این معرفی صرفا در فضای مجازی میسر و ممکن خواهد بود چرا که در قانون اساسی اجازه تاسیس و راه‌اندازی تلویزیون خصوصی به بخش خصوصی داده نشده است.

آپارات

آپارات سایت شناخته شده ایرانی که سال‌هاست وظیفه به اشتراک‌گذاری ویدیوهای کاربران را برعهده دارد. جای خالی یوتیوب در ایران را پر کرده است.

آپارات و درآمد هنگفت آن سبب شده که بازار این ایده به‌طور کامل قبضه شود. این سایت بر بنیان فعالیت کاربران راه‌اندازی شده و خود کمتر وارد جریان تولید محتوا می‌شود. فضای تعاملی در آن بیشتر است و به مسائل و موضوعات مختلفی می‌پردازد. آمار و ارقام هم حاکی از این است که تعداد بازدید ویدیوهای آپارات در روز از مرز یک‌میلیون استریم (پخش ویدیو) گذشته است که خود نشان از این مسئله دارد که مردم خواهان چنین شبکه‌هایی هستند و اگر روی آنتن آنها را نداشته باشند، در فضای وب به‌دست‌شان می‌آورند.

تی وی پلاس

تی وی پلاس به ریاست محمدرضا حسینیان مجری تلویزیون اگرچه نوپاتر از آپارات است، اما از زمان تاسیس تاکنون توانسته مخاطبان زیادی را جذب کند. نقطه امتیاز این سایت همان‌طور که از نامش پیداست، فعالیت به‌صورت یک شبکه یا رسانه ویدیویی است که خود به تولید محتوا و انتشار و توزیع آن می‌پردازد. این رسانه بر خبررسانی و اطلاع‌رسانی درباره چهره‌ها و شخصیت‌های مطرح کشور تاکید دارد و عمدتا از سه شیوه درآمدزایی جذب تبلیغات مانند سایت آپارات، ایجاد کانال رسمی برای کسب وکارها مانند آپارات و تولید و انتشار فیلم‌های تبلیغاتی و رسانه‌ای از کسب‌وکارها با قابلیت جنجالی شدن، هزینه‌های خود را تامین می‌کند.

سایر

اما گذشته از فعالیت‌های رسانه‌ای مستقل و رسمی در فضای مجازی باید به تک برنامه‌ها و جریان‌هایی هم اشاره کرد که به ایجاد موجی در میان کاربران اینترنت منجر می‌شوند و با توزیع گسترده مدتی سر زبان‌ها می‌افتند.

از جمله این برنامه‌ها می‌توان به برنامه «دید در شب» رضا رشیدپور اشاره کرد که مدتی است گفت‌وگو با هنرمندان و چهره‌ها را در دستور کار خود قرار داده است. این برنامه اگرچه همان روند برنامه‌های «شب شیشه‌ای» و «مثلث شیشه‌ای» از همین مجری و تهیه‌کننده را دنبال می‌کند، اما یک تفاوت مهم و عمده دارد. رشیدپور محدودیت‌های کمتری در پیشبرد گفت‌وگوی خود با ستاره‌ها دارد و این جریان مصاحبه را جذاب‌تر و دیدنی‌تر و حرف‌های مصاحبه شوندگان را برای مخاطب شنیدنی‌تر می‌سازد.

انیمیشن‌هایی همچون «دیرین دیرین» گذشته از آنکه از تلویزیون نیز پخش می‌شوند، می‌توانند به فضای مجازی هم راه یابند. این انیمیشن‌ها با رویکرد فرهنگ‌سازی و در زمانی کوتاه قدرت تاثیرگذاری بالایی دارند.

بسیاری از شرکت‌ها، سازمان‌ها و نهادهای دولتی و خصوصی در حال حاضر برای انتقال پیام‌های مورد نظر خود، تبلیغات و بازاریابی و تاثیرگذاری بر مخاطبان هدف خود در تدارک برنامه‌سازی و توزیع و انتشار آنها بین کاربران اینترنت هستند و در پایان باید گفت جریان نوپا و موج نوی برنامه‌سازی در فضای مجازی که بی‌تردید قابلیت‌ها و کارکردهای بیشتری دارد، احتمالا در آینده‌ای نزدیک به یکی از مهم‌ترین منابع اطلاعاتی مردم تبدیل خواهد شد. منابعی که با سرعت و جزییات بیشتر بدون خط قرمزهای مرسوم صداوسیما و در مقیاسی گسترده در اختیار کاربران قرار می‌گیرد و چه بسا که این تاثیرگذاری اکنون نیز جریان داشته باشد.

مصداق‌های دولتی

در مقابل رسانه‌های ویدیویی یا سایت‌های اشتراک ویدیویی که به‌طور خصوصی در فضای مجازی فعالیت می‌کنند، اما نمونه‌های نه چندان موفق دولتی نیز وجود دارند که نتوانستند آن طور که شایسته است اهداف مورد نظر خود را محقق سازند. رادیوهای اینترنتی صدای آشنا با سه کانال زیرمجموعه آسیا، اروپا و آمریکا و شبکه ایران صدا از این جمله‌اند. بهمن ماه سال گذشته بود که در پی اجرای سیاست چابک سازی، صدای این شبکه‌ها خاموش شد.

البته این لیست صرفا مربوط به شبکه‌هایی است که در فضای مجازی فعالیت می‌کردند و اگر بخواهیم نتایج چابک‌سازی را در رادیو بیان کنیم باید به این لیست حذف شبکه‌های رادیویی دانش، گلچین، کتاب، نوا و تبدیل تعدادی از شبکه‌ها به کانال را هم اضافه کنیم.

نگاهی به فعالیت رسانه‌های مجازی در مقایسه با صدا وسیما

وقتی به خصوصی‌ها راه نمی‌دهیم

رکسانا قهقرایی

عمر تلویزیون به‌عنوان پدیده نوظهور رسانه‌ای در ایران به کمتر از نیم قرن می‌رسد. این رسانه در تاریخ یکم فروردین سال ۱۳۴۶ به‌عنوان سازمان رادیو و تلویزیون ملی ایران آغاز به کار کرد و شاید آن زمان برای هیچ کس قابل پیش‌بینی نبود که با گذشت کمتر از ۵۰سال از تاسیس آن رقبای تازه نفس‌تری چون فضای مجازی و شبکه‌های اجتماعی را در رقابت با خود بیابد. اگرچه تلویزیون کماکان به دلیل دسترسی به گروه متکثر مخاطبان، برنامه‌سازی برای سلیقه‌های مختلف مردم، استفاده از تجهیزات و امکانات گسترده و بودجه میلیاردی و نیروهای انسانی فراوان همچنان در نقاط گوناگون کشورمان از شهرهای بزرگ تا روستاهای دورافتاده محبوبیت دارد، اما رواج استفاده از اینترنت یا فضای مجازی که گاه از آن به‌عنوان فضای دوم هم یاد می‌شود، در کاهش میزان بینندگان این رسانه بی‌تاثیر نبوده است.

تلویزیون در نظریه‌های ارتباطی و در دسته‌بندی‌های رسانه‌ای و در قیاس با مدیوم‌هایی همچون رادیو، رسانه‌ای سرد است. به این معنا که امکان تعامل کنشگرانه با مخاطبان را فراهم نمی‌کند. اگرچه بینندگان سیما با ارسال پیامک به برنامه‌های تلویزیونی، برقراری تماس‌های تلفنی و ارسال ایمیل تلاش کرده‌اند سطح مشارکت خود را در برنامه‌سازی بیفزایند، اما این رسانه همچنان از موضع قدرت با مخاطبان برخورد می‌کند. به این ویژگی همچنین باید ارائه یکسویه اطلاعات صوتی و تصویری توامان را که امکان خیال‌انگیزی را از مخاطبان می‌گیرد هم از سوی تلویزیون اضافه کرد. این در حالی است که رادیو به دلیل درگیر کردن تنها یکی از حواس مخاطبان یعنی شنوایی، آنها را در درک پیام رسانه، فعال‌تر و کنش‌مند می‌سازد.

رقیبان تازه‌نفس از راه رسیده‌اند

به‌نظر می‌رسد ظهور رسانه‌های جدید یا بهتر بگوییم امکانات و فضاهای جدید رسانه‌ای همچون اینترنت در سال‌های اخیر و افزایش دسترسی به آن باعث شده تا نظریه‌های ارتباطی تعاریف دیگری به خود بگیرند و قطعیت تقسیم‌بندی رسانه‌ها به گروه سرد و گرم شاید امروزه چندان کارایی نداشته باشد. رسانه‌ها در شرایط کنونی رنگ و لعاب تلفیقی به خود گرفته‌اند. کوچ شبکه‌های ویدئویی به فضای مجازی جدا از اینکه هزینه‌های کمتری را برای دست‌اندرکاران راه‌اندازی آن به دنبال داشته، مزایای دیگری را هم شامل می‌شود. شبکه‌های ویدئویی که این روزها به‌عنوان رقیب رسانه ملی در فضای مجازی کار خود را دنبال می‌کنند، چند ویژگی عمده دارند: نخست آنکه این شبکه‌ها بر مفهوم کاربر در تعریف مخاطبان خود تاکید دارند. استفاده از همین عنوان خود ضامن فعالیت پویای مخاطبان احتمالی است. این شبکه‌ها همچنین از منظر اقتصاد رسانه هزینه‌های کمتری را در تولید و تامین محتوا دارند. تعداد نیروهای انسانی آنها در قیاس با سازمان عریض و طویل صداوسیما بسیار کمتر و در مواردی حجم محتوایی آنها بیشتر است. این ویژگی درست مترادف با سیاست چابک‌سازی است که از دوران ریاست جدید سازمان صداوسیما بر آن تاکید، اما ساختار بوروکراتیک و گستردگی این سازمان مانع از اجرای کامل آن در شرایط فعلی شده است. شبکه‌های ویدئویی همچنین در تنظیم و تدوین محتوای خود محدودیت‌های کمتری دارند. چه بسا افراد یا موضوعاتی که در رسانه ملی جایی برای حضور یا مطرح شدن نداشته باشند، به راحتی در این فضا قابل پیگیری هستند. کاربران فضای مجازی امروز زمان بیشتری را به فعالیت در فضای مجازی در قیاس با تماشای تلویزیون اختصاص می‌دهند. دسترسی به اینترنت به دلیل همه جایی و فراگیری ساده‌تر از تماشای تلویزیون است. هرچند که شبکه‌های تلویزیونی خود نیز از امکان دیده شدن در فضای مجازی بهره گرفته‌اند و هر کاربر می‌تواند برنامه‌های شبکه‌های مختلف را از طریق اینترنت دنبال کند. از طرفی در فضای مجازی و شبکه‌های ویدئویی و خصوصی آن می‌توان مضامین و موضوعات دلخواه را در یک زمان آسان‌تر به‌دست آورد. در حالی که در تلویزیون اگرچه جدول پخش منظم اطلاعاتی درباره برنامه‌های مختلف را به مخاطب می‌دهد، اما این ویژگی لزوما به معنای امکان دریافت یک برنامه در ساعت مورد نظر نیست، در حالی که برنامه مورد پسند کاربر فضای مجازی هر زمانی روی درگاه رسانه خصوصی موجود و قابل پخش است. از طرفی تلویزیون‌های خصوصی به دلیل اینکه درآمدهای خود را از میزان توجه و استقبال بینندگان و به دنبال آن جذب آگهی کسب می‌کنند یا مانند تلویزیون‌های کابلی مبلغی را از مشترکان خود به طور ماهانه یا در بازه‌های زمانی مشخص دریافت می‌کنند، توجه جدی‌تری به سلایق و نیازهای آنان دارند، در حالی که در شکل مدیریت دولتی صداوسیما منافع ملی و ترجیح دولتی لزوما اولویت بیشتری نسبت به درخواست‌های مخاطبان احتمالی دارد. در این‌باره نظر اساتید ارتباطات را جویا شده‌ایم.

شبکه‌های خصوصی در قانون اساسی تعریف نشده‌اند

دکتر علی فروزفر، پژوهشگر و استاد دانشگاه در حوزه ارتباطات و تبلیغات درباره علت عدم راه‌اندازی شبکه‌های خصوصی در ایران می‌گوید: رسانه‌های جمعی در هر کشور تابع قوانین آن کشور هستند. انتظار گروهی از مردم برای داشتن شبکه‌های خصوصی در یک کشور دلیل کافی برای راه‌اندازی این نوع رسانه‌ها نیست، زیرا در ایران اجازه تاسیس شبکه‌های خصوصی یا واگذاری شبکه‌های دولتی به بخش خصوصی در قانون اساسی داده نشده و باید به این قانون پایبند بود. وی می‌افزاید: برون‌سپاری اما راه‌حلی برای ایجاد فضای خصوصی در رسانه است. این برون‌سپاری البته به معنای واگذاری تلویزیون به بخش خصوصی نیست، بلکه به معنای دخالت دادن بخش خصوصی در جریان برنامه‌سازی است که این اتفاق در حال حاضر در تلویزیون می‌افتد. این استاد دانشگاه در پاسخ به اینکه آیا اجرای سیاست چابک‌سازی در دوران جدید ریاست صداوسیما، افزایش برنامه‌های مشارکتی تلویزیون با توجه به بحران‌های مالی سال‌های اخیر در این رسانه معنای ضمنی حرکت به سمت تلویزیون خصوصی را به دنبال دارد یا نه؟ بیان می‌کند: نه، چراکه در قانون اساسی چنین امکانی در نظر گرفته نشده است، اما چابک‌سازی سیاست درستی است و اگر شبکه‌هایی حذف یا با یکدیگر ادغام یا زیرمجموعه هم قرار بگیرند با توجه به محدوده سیاست‌های کلی نظام تغییر می‌کنند.

فروزفر با اشاره به اینکه راه‌اندازی شبکه‌های ویدئویی در فضای مجازی با هر میزان مخاطب جایگزینی برای شبکه‌های سراسری تلویزیونی نخواهند بود، ادامه می‌دهد: راه‌اندازی شبکه‌های مجازی به شرط آنکه از حدود و معیارهای اخلاقی و اجتماعی عبور نکنند برای ارتباط با بخشی از مخاطبان اقدام خوبی است. اما این نوع شبکه‌ها در بهترین حالت نیز نمی‌توانند جایگزین یک شبکه رادیویی یا تلویزیونی شوند، بلکه به ایجاد تنوعی منجر می‌شوند که به نیازهای گروه‌های مختلف پاسخ می‌دهد. وی در پایان خاطرنشان می‌کند: پیشرفت فناوری‌های ارتباطی امروزه امکان تعاملات چند رسانه‌ای را فراهم کرده است و رسانه‌ها می‌توانند چندبعدی شوند. همچنین برنامه‌های تلویزیونی می‌توانند از طریق پایگاه‌های اینترنتی در اختیار کاربران قرار بگیرند و همه این اقدامات در جهت افزایش حق انتخاب مخاطبان است. به نظر می‌رسد صداوسیما نیز در این شرایط باید جاذبه‌های موضوعی در برنامه‌سازی خود را آنقدر افزایش بدهد که نگاه مردم به شبکه‌های ماهواره‌ای و بیگانه جلب نشود.

نظام رسانه‌ای در هر کشور تابع حاکمیت آن است

دکتر عباس اسدی، عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبایی نیز درباره امکان تحقق و اجرایی شدن تلویزیون خصوصی در ایران می‌گوید: نخستین مشکل پیش روی تاسیس تلویزیون خصوصی در ایران قانون اساسی است، زیرا در این قانون امکانی برای تاسیس شبکه‌های خصوصی در نظر گرفته نشده است. از طرفی اگر هم فضای آن میسر باشد، اینکه چه اشخاص حقیقی یا حقوقی قرار است اقدام به راه‌اندازی شبکه‌های خصوصی کنند، اهمیت دارد. آنها موظف هستند فعالیت‌های خود را از فیلتر صداوسیمای دولتی عبور بدهند. بنابراین باز هم خروجی کارشان چیزی شبیه به برنامه‌های شبکه‌های دولتی خواهد شد.

وی همچنین می‌افزاید: تلویزیون خصوصی می‌تواند رقیب سرسختی برای تلویزیون‌های دولتی باشد. بنابراین از طرفی طبیعی است که به راه‌اندازی آن هم روی خوش نشان داده نشود و با اعمال فشار از آغاز به کار آن جلوگیری شود. چنانچه می‌بینیم حتی شبکه افق هم که متعلق به موسسه اوج و در واقع برای سپاه پاسداران است، به‌عنوان یکی از شبکه‌های زیرمجموعه سازمان صدا وسیما خود را معرفی و فعالیت می‌کند. این استاد دانشگاه با اشاره به تفاوت‌های نظام رسانه‌ای در کشورهای مختلف ادامه می‌دهد: نظام رسانه‌ای در هر کشوری متفاوت است. نظام رسانه‌ای در کشورهای غربی لیبرالیستی است اما در کشور ما جنبه اسلامی دارد. رقابت رسانه‌ای در کشورهای دیگر شرط اساسی است و شرایط رسانه در هر کشور از حکومت تاثیر می‌پذیرد، بنابراین مقایسه وضعیت رسانه‌ها در ایران و سایر کشورها کار درستی نیست.

وی در پاسخ به اینکه آیا تاسیس شبکه‌ای ویدئویی در فضای مجازی جایگزین مناسبی برای خلأ شبکه‌های خصوصی در ایران است یا نه، بیان می‌کند: نه، من معتقدم فضای مجازی تنها مکمل تلویزیون است و فعالیت گروه‌هایی که محتوایی در اینترنت منتشر یا ویدئوهایی آپلود می‌کنند نیز ساختار تلویزیونی ندارد. ضمن اینکه باز هم از قانون و مقررات تبعیت می‌کند و در صورت زیر پا گذاشتن اصول و قوانین فعالیت‌های‌شان متوقف خواهد شد. از طرفی تاسیس تلویزیون خصوصی سرمایه زیادی می‌طلبد و نحوه جذب سرمایه، چارچوب‌ها، اصول، ساختارهای آن باید کاملا مشخص باشد، بنابراین بخش خصوصی می‌تواند اهداف خود را در دیگر امکانات رسانه‌ای مثل مطبوعات از طریق راه‌اندازی نشریه درخور و باکیفیت دنبال کند.

رسانه

محمدرضا حسینیان، مدیر تی وی پلاس، نخستین مجله ویدئویی ایران

رنگی از رنگین‌کمان رسانه

ایده اصلی تولد تی وی پلاس به ضرورت وجود یک مجله تصویری در فضای مجازی برمی‌گردد. ما عمدتا در سایت‌های معتبر با دو عنصر عکس و کلمه در ارتباط هستیم. این در حالی است که ویدئوها بیشتر بین مردم دست به دست می‌شوند، تاثیرگذارتر عمل می‌کنند و محتوای‌شان مفصل‌تر است. امروزه سرویس‌های بسیار بزرگی در دنیا در این زمینه فعالیت می‌کنند و به نظر می‌رسد نسل آینده فضای مجازی را ویدئوها تشکیل می‌دهند.

خلأ تولید ویدئوهای تاثیرگذار در ایران احساس می‌شد بنابراین تصمیم گرفتیم با راه‌اندازی تی‌وی پلاس ویدئوهایی جذاب و قابل رقابت با نمونه‌های موفق آن تولید کنیم و ابتدای سال ۹۳ کار خود را آغاز کردیم. ما به این پروژه نگاه صرفا اقتصادی نداشتیم و اکنون بد از گذشت دو سال نیز نمی‌توانیم توقعی از سودآوری داشته باشیم. هدف اصلی در راه‌اندازی این مجله تصویری در فضای مجازی پایه‌گذاری پدیده‌ای نوین و اقدامی خلاقانه بوده است. در حال حاضر حدود ۳۰سرویس وئدیویی در این مجله فعال هستند که چه بسا تعدادشان در سال آینده به ۳۰۰ هم برسد.

تی وی پلاس بر پایه یک ایده موفق شکل گرفته و شاید هرکس غیراز من هم آن را پیش می‌برد، نتیجه خوبی از آن می‌گرفت. اما ریسک‌پذیری بالایی داشت که آن را پذیرفتم. ضمن اینکه حساسیت‌های خاصی هم مبنی بر استفاده از عنوان نخستین تلویزیون اینترنتی ایران وجود داشت که ما شعارهایی همچون «با لذت ببینید» و عنوان «نخستین مجله ویدئویی ایران» را جایگزین کردیم. تی‌وی پلاس اکنون در شبکه‌های اجتماعی با بیش از نیم میلیون همراه و بیش از یک میلیون بازدید از محتواهای مختلف در طول روز به کار خود ادامه می‌دهد و یک شبکه میلیونی در داخل و خارج از کشور است.

اقدام بعدی در این مجله تبدیل شدن آن به یک شبکه اشتراکی و اجتماعی برای مردم است. البته نه به این معنا که همچون یوتیوب به فضایی برای اشتراک‌گذاری ویدئو تبدیل شود، بلکه مخاطبان طبق موضوعات پیشنهادی تی‌وی پلاس در آینده برنامه‌سازی خواهند کرد. گذشته از این همراه با ستاره‌ها سراغ مسئولیت‌های اجتماعی برای تولید محتوا خواهیم رفت. برای مثال این بار با چهره‌ها و ستاره‌هایی که الزاما در حوزه سینما، تئاتر و عالم هنر نیستند، به زندان‌ها، یتیم‌خانه‌ها و کودکان مبتلا به سرطان سر می‌زنیم و آنها خود نیز تمایل دارند تا در یک قاب اجتماعی در فضای مجازی دیده شوند. راه‌اندازی این شبکه در فعالیت رسانه‌ای من در تلویزیون بی‌تاثیر نبوده است. همه همکاران من در صدا و سیما لطف داشته‌اند و در جلساتی با آنها توانسته‌ام این گفتمان را جا بیندازم که تی‌وی پلاس، رنگی از رنگین کمان رسانه‌ای کشور است و باید از مساعدت مدیران هم تشکر کنم که با هدایت خود من را در این مسیر کمک کردند.

بازار جهانی

بازار شبکه‌های تلویزیونی خصوصی هند

ترجمه: فهیمه خراسانی

کشور هند با داشتن شبکه‌های تلویزیونی متعدد، جزو ۱۵ بازار برتر جهانی در بخش رسانه‌های جمعی است و با فعالیت بخش خصوصی در تولید کانال‌های تلویزیونی، حدود ۷۸۶ شبکه تلویزیونی را پوشش می‌دهد. در میان رسانه‌های ارتباط جمعی بین انسان‌ها، رادیو و تلویزیون اهمیت زیادی داشته و جزو مهم‌ترین نوع این رسانه‌های جمعی به شمار می‌روند. خصوصا در سال‌های اخیر با رشد قابل توجه ارتباطات انسانی و تبدیل شدن دنیای بزرگ اطراف ما به یک دهکده جهانی، نقش این رسانه‌های ارتباطی نیز بیش از پیش پررنگ‌تر شده است. اگرچه پدید آمدن فضاهای مجازی و رشد دنیای الکترونیک، رسانه‌های ارتباط جمعی را به تلفن‌های همراه کوچک محدود کرده است، اما با این حال هنوز هم تلویزیون و رادیو جایگاه اساسی خود را در میان رسانه‌های جمعی حفظ کرده و یکی از مهم‌ترین آنها به شمار می‌روند. در اینجا قصد داریم معرفی مختصری از کانال‌های تلویزیونی کشور هند ارائه دهیم؛ از آنجا که هند یک کشور پرجمعیت محسوب می‌شود، مخاطبان تلویزیونی زیادی حتی در خارج از مرزهای خود دارد. ضمن اینکه در خود این کشور نیز شبکه‌های تلویزیونی به زبان‌های بومی منطقه و همچنین زبان انگلیسی نیز از دیرباز وجود دارند، در این میان، در سال‌های اخیر بخش خصوصی نیز در کانال‌های تلویزیونی این کشور وارد شده و نقش مهمی را در تولید این برنامه‌ها ایفا کرده است.

هند: جزو ۱۵ بازار برتر رسانه‌های جمعی

با توجه به آماری که در سال ۲۰۱۲ گرفته شده است، درآمد سالانه ۱۷میلیارد دلاری در بخش رسانه‌ای و سرگرمی هند را در ردیف ۱۵بازار برتر و موفق جهان در این بخش قرار داده است. کشور هند از جمله اقتصادهای نوظهور جهانی به شمار می‌رود که در بخش رسانه‌های جمعی و سرگرمی رشد قابل توجهی در سال‌های اخیر داشته است. همچنین جالب است بدانید هند بزرگ‌ترین بازار روزنامه را در جهان داراست، همچنین دومین بازار ارتباطات راه دور، سومین بازار بزرگ تلویزیون و دومین بازار فیس‌بوک نیز مربوط به کشور هند است، با این وصف، هند با داشتن یکی از بزرگ‌ترین بزرگ‌ترین بازارهای رقابتی رسانه‌ای در جهان، نقش مهمی در تولید برنامه‌ها و کانال‌های تلویزیونی دارد. اگرچه هنوز هم هند بخش کوچکی از رسانه‌های جهانی را از نظر درآمد اقتصادی پوشش می‌دهد، اما با قرار گرفتن در بین ۱۵بازار اقتصادی بخش رسانه و سرگرمی جهانی، یک اقتصاد موفق را در این زمینه به وجود آورده است، به‌طوری که در سال‌های اخیر نرخ رشدی بالغ بر ۱۵درصد در این بخش داشته است.

تاریخچه شبکه‌های تلویزیونی هند

تاریخ شبکه‌های تلویزیونی هند به سال ۱۹۵۹ برمی‌گردد، زمانی که نخستین شبکه تلویزیونی در دهلی نو راه‌اندازی شد و در دهه ۸۰ نخستین کانال ملی تلویزیونی این کشور شروع به کار کرد. از دهه ۹۰ حضور کانال‌های خارجی مانند سی‌ان‌ان و همچنین مشارکت بخش خصوصی و تولید شبکه‌های تلویزیونی خصوصی در هند آغاز شد. ضمن اینکه از همین دوره ظهور کانال‌هایی را به زبان‌های انگلیسی و محلی را نیز شاهد هستیم. وفور کانال‌های تلویزیونی در هند خصوصا در سال‌های اخیر بسیار چشمگیر بوده و در این میان بخش خصوصی فعالیت زیادی داشته است. به‌طوری که تعداد قابل توجهی از کانال‌های خصوصی در این کشور وجود دارند. طبق آماری که وزارت اطلاعات و پخش، در اختیار تحلیلگران اقتصادی قرار داده است، در حال حاضر، کانال‌های تلویزیونی تجاری و دارای مجوز در این کشور حدود ۷۸۶ کانال هستند که تعداد قابل توجهی است. از تعداد کل این کانال‌های خصوصی ۶۶۴ کانال به سیستم ماهواره‌ای جهان متصل بوده و در بیشتر نقاط جهان قابل پخش هستند و ۳۱ کانال فقط در هند پخش می‌شوند و ۹۱ کانال نیز تحت نظارت دولت از بیرون به هند فرستاده می‌شوند.

یک نمونه موردی

یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های سرگرمی و رسانه‌ای در هند شرکت زی Zee Entertainment Enterprises است که در بین رسانه‌های جمعی جهان، رسانه‌ای پرمخاطب محسوب می‌شود که بیش از ۵۰۰میلیون بیننده در ۱۶۷کشور جهان دارد. این شرکت که در سال ۱۹۹۱ فعالیت خود را شروع کرد، در حال حاضر بیش از ۱۵کانال تلویزیونی در هند و دیگر نقاط جهان داشته و با تولید برنامه‌های تلویزیونی و فیلم‌های سینمایی جایگاه مهمی در گسترش صنعت تلویزیون و سینمای هند در سال‌های اخیر داشته است. طبق آماری که در سال ۲۰۱۴ گرفته شده بود، درآمد سالانه این شرکت حدود ۶۸۰میلیون دلار بوده که ۱۳۰میلیون دلار سود خالص داشته است. همچنین تعداد کارمندان این شرکت نیز در همین سال ۱۸۲۶ نفر برآورد شده بود که از اشتغال‌زایی بالای این حوزه خبر می‌دهد.

منبع: emi.sagepub.com
www.abu.org

نقش روابط‌عمومی در تکریم ارباب‌رجوع بررسی می‌شود

رضایتمندی ارباب‌رجوع در گروی آموزش مدیران و کارکنان

امیر پورحیدری
مدیر روابط عمومی انجمن مدیریت کیفیت ایران

یکی از عمده‌ترین وظایف واحدهای روابط‌عمومی در تمامی سازمان‌ها، اطلاع‌رسانی و آموزش است. در زمینه اطلاع‌رسانی، روابط‌عمومی تلاش می‌کند تا در دو بعد درونی و بیرونی وظیفه خود را انجام دهد. مطمئنا ارباب‌رجوع فکر می‌کند هرگاه به سازمانی مراجعه کند، همه افراد باید در خدمت او باشند و کار و امور مرتبط با او را به نحو مطلوب و موثر انجام دهند. در نظام اداری و اجرایی کشور، رضایت مردم از خدمات ارائه شده توسط دستگاه‌های دولتی به‌عنوان یکی از شاخص‌های اصلی سنجش کارآمدی و رشد و توسعه نظام تلقی می‌شود و مولفه‌هایی ازقبیل سرعت، دقت و صحت در انجام امور ارباب‌رجوع ، کیفیت انجام امور، نحوه رفتار و برخورد با خدمت‌گیرندگان، هزینه‌های انجام خدمات، شفافیت و اطلاع‌رسانی مناسب عواملی هستند که ضمن جلب رضایت مردم در ارتباط با دریافت خدمات از دستگاه‌های دولتی، موجبات افزایش اعتماد عمومی که بزرگ‌ترین سرمایه و تکیه‌گاه برای نظام اداری است را نیز فراهم می‌سازند. با توجه به اهمیت این موضوع در این نوشتار، نقش روابط‌عمومی در تکریم ارباب‌رجوع مورد بررسی قرار گرفته است.

امروزه اهمیت جایگاه روابط‌عمومی در توسعه هدف‌ها و فعالیت‌های هر سازمان یا نهاد اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و سیاسی در سطوح گوناگون محلی، منطقه‌ای و بین‌المللی بر کسی پوشیده نیست. اکنون شرایط و ساختار جوامع به دنبال تحولات گوناگون آنچنان پیچیده شده است که تحقق این اهداف و توسعه فعالیت‌های هر سازمان به آسانی میسر نخواهد شد. در این راستا بررسی بسیاری از تجارب و شواهد نشان می‌دهد که با وجود تلاش‌ها و فعالیت‌های انجام شده به دلیل عدم حضور روابط عمومی موثر، سازمان‌ها نتوانسته‌اند به موفقیت چشمگیری برسند و حتی فعالیت‌های بسیاری از آنها نیز با شکست مواجه شده است. این در حالی است که وجود روابط‌عمومی اثرگذار در سازمان‌ها و شرکت‌های گوناگون موجب گسترش فعالیت‌های سازمان از یک‌سو و جلب افکار عمومی از سوی دیگر می‌شود.

در عصر حاضر با توجه به گسترش فعالیت‌ها و پیچیدگی خدمات اقتصادی، رقابت شدید در عرصه تولید و خدمات، گسترش روزافزون سازمان‌های عرضه‌کننده کالا و خدمات، ارتباطات بسیار فزاینده و پیچیده و بسیاری از عوامل دیگر، برقراری ارتباط سازمان‌ها با مردم و توجه به دیدگاه و خواسته افراد جامعه ضروری به نظر می‌رسد. تا آنجا که می‌توان گفت شرط بقا و دوام هر سازمان، داشتن روابط پویا، عمیق و موثر با مراجعه‌کنندگان است. با این وصف نقش روابط‌عمومی در گسترش اهداف و فعالیت‌های سازمان و برقراری ارتباط با توده‌های مردم بر کسی پوشیده نیست. البته موفقیت در این امر بستگی به آگاه ساختن مردم از اهداف، برنامه‌ها، فعالیت‌ها و نتایج عملکردها از طریق ایجاد، تقویت و حمایت از عنصر روابط عمومی دارد.

روابط عمومی و زمینه استقرار طرح تکریم

یکی از عمده‌ترین وظایف واحدهای روابط‌عمومی در تمامی سازمان‌ها، اطلاع‌رسانی و آموزش است. در زمینه اطلاع‌رسانی، روابط‌عمومی تلاش می‌کند تا در دو بعد درونی و بیرونی وظیفه خود را انجام دهد. مطمئنا ارباب‌رجوع فکر می‌کند هرگاه به سازمانی مراجعه کند، همه افراد باید در خدمت او باشند و کار و امور مرتبط با او را به نحو مطلوب و موثر انجام دهند. در یک دسته‌بندی کلی می‌توان خواسته‌ها و انتظارات ارباب‌رجوع را به دو بخش خواسته‌های مشروع و خواسته‌های نامشروع تقسیم کرد.

خواسته‌های مشروع ارباب‌رجوع به مجموعه‌ای از خواسته‌ها و انتظارات اطلاق می‌شود که در چارچوب قوانین و مقررات سازمان قابل تحقق باشد. ارباب‌رجوع می‌خواهد این بخش از خواسته‌هایش با سرعت و کیفیت مناسب برآورده شود.

خواسته‌های نامشروع ارباب‌رجوع مجموعه‌ای از خواسته‌ها و انتظارات را شامل می‌شود که در چارچوب قوانین و مقررات سازمان قابل تحقق نیست، ولی ارباب‌رجوع انتظار دارد کارکنان سازمان مقررات را نادیده انگاشته و با تطمیع و روش‌های دیگر سعی می‌کند به خواسته غیرقانونی خود برسد. قطعا راضی کردن ارباب‌رجوع در این زمینه، کاری غیراخلاقی و غیرقانونی قلمداد می‌شود و می‌تواند پیامدهای ناگواری را برای مسئول مربوطه به همراه داشته باشد.

وظیفه و رسالت اصلی روابط عمومی در این مقوله، مشخص کردن زمینه‌های کاری و شیوه‌های مطلوب و مناسب برخورد با ارباب‌رجوع در سازمان و اجرای دقیق طرح تکریم با رضایت خاطر متصدی مربوطه است و این امر انجام‌پذیر نیست، مگر با زمینه‌سازی مناسب برای اجرای طرح. به عبارتی حتی اگر بخشنامه و دستورالعمل‌های مربوطه دقیق و مناسب طراحی شده باشند، تا زمانی که بستر و زمینه استقرار طرح تکریم توسط واحدهای روابط‌عمومی آماده نشده باشد، نمی‌توان به اجرای موفقیت‌آمیز طرح مذکور دل بست. بنابراین در فرآیند مردم‌سالاری باید بدانیم وظیفه‌مان در برابر مردم چیست و از سوی دیگر مردم چه نقشی در برابر ما ایفا می‌کنند. به بیان ساده‌تر، روابط‌عمومی موظف است برای مردم، ارباب‌رجوع و کارمندان مشخص کند جایگاه روابط‌عمومی و مردم در این فرآیند ارتباطی کجاست.

متاسفانه نظام اداری دچار نوعی بیماری است که باید به موقع درمان شود. گستردگی عملکرد دولت شاید یکی از دلایل این ضعف باشد. گستردگی و پراکندگی وظایف دولت، راه را بر نظم و انسجام عملی می‌بندد، در نتیجه دولت نمی‌تواند پاسخگوی مناسبی برای مسائل و مشکلات باشد. از سوی دیگر پیچیدگی بسیاری از روابط موجود در جامعه هم دست به دست هم داده و باعث بی‌توجهی به مردم و ارباب‌رجوع شده است. اجرای طرح تکریم و تاکید مسئولان و دست‌اندرکاران بر اجرای دقیق آن، می‌تواند در این زمینه یاری‌رسان باشد. بررسی‌های زیادی لازم است تا اجرای این طرح در قالب شعار محدود نماند.

تکریم ارباب‌رجوع

درنظام اداری و اجرایی کشور، رضایت مردم از خدمات ارائه شده توسط دستگاه‌های دولتی به‌عنوان یکی از شاخص‌های اصلی سنجش کارآمدی و رشد و توسعه نظام تلقی می‌شود و مولفه‌هایی ازقبیل سرعت، دقت و صحت در انجام امور ارباب‌رجوع ، کیفیت انجام امور، نحوه رفتار و برخورد با خدمت‌گیرندگان، هزینه‌های انجام خدمات، شفافیت و اطلاع‌رسانی مناسب عواملی هستند که ضمن جلب رضایت مردم در ارتباط با دریافت خدمات از دستگاه‌های دولتی، موجبات افزایش اعتماد عمومی که بزرگ‌ترین سرمایه و تکیه‌گاه برای نظام اداری است را نیز فراهم می‌سازند.

زخم‌های نظام اداری ما، زخم‌هایی مزمن است و برای التیام آن به زمان زیادی نیاز داریم، چراکه برای تغییر عادت‌های ذهنی غلط، باید سال‌های سال تلاش مستمر و پیگیر صورت گیرد. مادامی که نگاه ما به مسائل یکسونگرانه باشد، مشکلات حل نخواهد شد، چرا که از کارمندی که درگیر ده‌ها مشکل و معضل خانوادگی و معیشتی است نمی‌توان انتظار داشت با ارباب‌رجوع برخوردی معتدل و محترمانه داشته باشد.

با وجود این مشکلات، موسسات و نظام‌های اداری باید سعی کنند کارمندان را نسبت به کار خود علاقه‌مند سازند، چراکه کارمندی که به شغلش علاقه‌مند باشد، با شور و اشتیاق به مراجعه‌کنندگان پاسخ می‌دهد.

بخش عمده فعالیت‌های سازمان‌ها و موسسات دولتی خدمات است، پس کارکنان نقش بسزایی در کیفیت ارائه خدمات ایفا می‌کنند. بنابراین ارائه خدمات عالی و باکیفیت، نیازمند کارکنان آگاه و ماهر است. یکی از نارسایی‌های سازمان‌های خدماتی کم‌توجهی یا بی‌توجهی به آموزش نیروهای خط اول خدمت‌رسانی است. آموزش کارکنان باید مستمر و در جریان کار باشد تا آنها بتوانند با مهارت‌های تازه، آشنا و موقعیت خود را بهبود بخشند. اثرگذاری بر مردم و ارباب‌رجوع و علاقه‌مند کردن آنها به سازمان و حفظ وفاداری‌شان در سال‌های متمادی فقط از طریق کیفیت، انگیزش و تعهد کارکنان به سازمان قابل حصول خواهد بود. آموزش مستمر مدیران و کارکنان در این زمینه در توفیق سازمان و تحقق هدف‌ها بسیار موثر است.

برای روابط عمومی وظایف متعدد و متنوعی از سوی صاحب‌نظران و دست‌اندرکاران مطرح شده است، ولی نکته جالب توجه در اکثر وظایف و تعاریف ارائه شده، همان بحث ارتباط و پیوند با مردم و جامعه است. تا آنجا که «اسکاتام کاتلیپ» در این زمینه می‌گوید: روابط عمومی، شناسایی وظایف، ایجاد، حفظ و نگهداری روابط مطلوب و حسنه با جامعه است، جامعه‌ای که شکست و موفقیت سازمان به آن وابسته است. یا آلفرد سووی می‌گوید: «افکار عمومی ضمیر باطنی یک ملت است.» با این اوصاف می‌توان گفت مردم نقشی حائز اهمیت و ارزنده در فعالیت‌های واحدهای روابط عمومی سازمان‌ها ایفا می‌کنند و لازم است از طریق فعالیت‌های روابط‌عمومی و ساماندهی مناسب این فعالیت‌ها، زمینه‌های برقراری ارتباطات موثر با ارباب‌رجوع مهیا شود؛ مسئله‌ای که امروزه تحت عنوان تکریم ارباب‌رجوع در اکثر سازمان‌ها مطرح شده و در دستور کار دولت نیز قرار گرفته است.

مدیران واحدهای روابط‌عمومی به منظور اجرای درست و موثر این وظیفه و رسالت خطیر، لازم است دارای خصوصیات و ویژگی‌های زیر باشند تا طرح مذکور که همان ارتباط با مخاطبان و ارباب‌رجوع است، در قالب طرح و شعار و بخشنامه باقی نماند. این ویژگی‌ها شامل وقوف به محتوای طرح، قدرت یاددادن طرح به دیگران، داشتن دید وسیع، شهامت، توجه به ملاحظات اخلاقی، داشتن تدبیر و قدرت تجزیه و تحلیل درست مسائل، حس کنجکاوی و توانمندی ذهنی، کنترل احساسات و هدایت آن در مسیری عاقلانه، انصاف، عدالت و داشتن شرایط مناسب برای تصدی این شغل و وظیفه است.

> **مردم نقشی حائز اهمیت و ارزنده در فعالیت‌های واحدهای روابط عمومی سازمان‌ها ایفا می‌کنند و لازم است از طریق فعالیت‌های روابط‌عمومی و ساماندهی مناسب این فعالیت‌ها، زمینه‌های برقراری ارتباطات موثر با ارباب‌رجوع مهیا شود. مسئله‌ای که امروزه تحت عنوان تکریم ارباب‌رجوع در اکثر سازمان‌ها مطرح شده و در دستور کار دولت نیز قرار گرفته است**

مشتری پادشاه است

اکنون اکثر سازمان‌ها و موسسات در شرایطی به سر می‌برند که باید به تقاضاهای روزافزون شهروندان آگاه، تشکل‌های علمی، گروه‌های ذی‌نفع، نهضت‌های اجتماعی، مطبوعات، وسایل ارتباط جمعی و... پاسخگو باشند. پاسخگویی و تکریم ارباب‌رجوع در همه سازمان‌ها، نقش محوری و اساسی دارد و بسیاری از مدیران و مسئولان خواستار آن هستند که کارکنان در این زمینه از قدرت نامحدود و تهدیدکننده‌شان در برابر ارباب‌رجوع سوءاستفاده نکنند. در دهه‌های گذشته در کسب و کار و تجارت یک شعار حاکم بود و آن این بود که سر مشتری و ارباب‌رجوع را باید کلاه گذاشت و مشتری و ارباب‌رجوع نیز در معامله و تجارت برای مصون ماندن از فریب فروشنده، می‌کوشید تا با زیرکی خود، او را فریب دهد. در دهه‌های بعد شعار اصلی تجارت این شد؛ حق با مشتری است. مشتری به سازمان هویت می‌دهد و سازمان تمام تلاش و فعالیت خود را برای تامین خواسته‌های مشتری متمرکز می‌کند. امروز، شعار اصلی حاکم بر تجارت و بازرگانی این شده است که «مشتری پادشاه است»، مشتری اختیارات فراوانی دارد و او تعیین‌کننده اصلی و داور نهایی است.

پیش از این دوران، اطلاعات و اخبار توسط سازمان‌ها تهیه و کانالیزه می‌شد و در اختیار مردم و جامعه قرار می‌گرفت، مردم حق انتخاب اطلاعات را نداشتند و تقریبا می‌توان گفت نوعی سانسور اطلاعاتی در روابط سازمان و مردم و جامعه حاکم بود. با توجه به رشد فزاینده وسایل و تجهیزات اطلاعاتی و اطلاع‌رسانی، مردم حق انتخاب دارند. به عبارت دیگر نمی‌توان اطلاعات را در اختیار مردم قرار داد، بلکه خود مردم هستند که اطلاعات را انتخاب و به سادگی به آن دسترسی پیدا می‌کنند. دیگر قدرت سازمان‌ها در اداره افکار عمومی و تاثیرگذاری بر دیدگاه‌های جامعه کم شده است و مردم حق انتخاب دارند.

دیدگاهی که در حال حاضر کم‌کم جای خود را در مسائل روابط‌عمومی باز می‌کند، این است که ارباب‌رجوع، پادشاه است (مردم اصلی‌ترین نقطه و کانون توجه هستند)، باید مردم تصمیم بگیرند و سازمان‌ها و موسسات نیز باید در این زمینه فعالیت‌هایی را ارائه دهند که مردم خواستار آن هستند. از سوی دیگر با ابزار و وسایل نسبتا ابتدایی متداول در روابط عمومی نمی‌توان بر جامعه و مردم تاثیر گذاشت، بلکه این مردم هستند که حتی آن وسایل را در اختیار سازمان‌ها قرار می‌دهند. حال باید دید ورشکستگی شرکت‌های عظیم دنیا همانند پان‌آمریکن، دلتا ایرلند و شرکت‌هایی که در آستانه ورشکستگی هستند، تا چه حد به این دیدگاه مربوط است؟ می‌توان گفت تمام واحدهای روابط عمومی دولتی، خصوصی، تولیدی، صنعتی، خدماتی و... موظف هستند فرآیندها و سازوکارهایی برای نظارت بر عملکرد کارکنان سازمان طراحی و اجرا کنند.

امتیازات و منافع تکریم ارباب‌رجوع

تکریم ارباب‌رجوع می‌تواند برای سازمان، منافع و امتیازاتی را به همراه داشته باشد که تضمین استفاده صحیح از منابع و امکانات، بهبود ارائه خدمات، کاهش میزان تعارضات بین مردم و کارکنان، کاهش میزان دوباره‌کاری‌ها و سردرگمی‌ها، بهبود نظام اطلاع‌رسانی و اطلاع‌دهی، کنترل و ارزیابی بهتر و مطلوب‌تر عملیات و فعالیت‌ها، افزایش میزان بهره‌وری، کارایی و اثربخشی امور، محیط جذاب کاری برای کارکنان، ایجاد زمینه‌های رشد و توسعه فعالیت‌ها، افزایش قابلیت و سازگاری با محیط، شناسایی بهتر نقاط قوت و ضعف سازمان، شناسایی فرصت‌ها و بهره‌گیری از آنها در جهت پیشبرد اهداف سازمان، ایجاد انگیزه در دیگران، تامین رضایت جامعه، مدیران و دست‌اندرکاران، ایجاد پیوند ارتباطی سازمان و جامعه و تحقق اصول اخلاقی حاکم بر روابط عمومی، از جمله آنهاست.

برای تحقق این اهداف، لازم است روابط عمومی سازمان، زمینه‌های مشارکت هرچه بیشتر تمام کارکنان را مهیا سازد. نظام مشارکت کارکنان در اجرای طرح، سیستمی است فراگیر و بسیار گسترده با ابعادی که می‌تواند به اندازه دامنه تخیل و تفکر انسانی ادامه پیدا کند. روش‌های عمده‌ای که تاکنون به منظور استقرار نظام مشارکت کارکنان مورد استفاده قرار گرفته است، شامل سیستم غیرمتمرکز، روش مدیریت بر مبنای هدف‌گذاری، نظام کنترل کیفیت فراگیر، سیستم کاری بی‌نقص، سیستم ساراتف در روسیه، سیستم دورو در لهستان و سیستم پیشنهادها است.

مشارکت همه افراد سازمان در اجرای طرح تکریم ارباب‌رجوع برای رسیدن به اهداف سازمان، ضروری است و آمادگی کارکنان برای پاسخگویی، مقدمات توسعه پایدار را فراهم می‌سازد. طی پژوهشی در آمریکا درباره یک ماده شوینده، مشخص شد تنها ۳درصد افراد جامعه بدون آنکه راجع به آن محصول تبلیغی صورت بگیرد، آن را مصرف می‌کنند و اگر نتایج حاصل از مصرف آن ماده برای آنان مطلوب و رضایت‌بخش باشد، به حدود ۱۰ تا ۱۵درصد افراد دیگر جامعه اطلاع خواهند داد. اما اگر نتایج مصرف آن ماده شوینده برای گروه اول مصرف‌کننده مطلوب و رضایت‌بخش نباشد، به بیش از ۸۰درصد افراد دیگر این نارضایتی را منتقل خواهند کرد. در یک سازمان نیز همین‌گونه است، اگر ارباب‌رجوع از عملکرد یک سازمان راضی و خرسند باشد، تمایل زیادی برای اعلام رضایت خود خواهد داشت، ولی در صورتی که از عملکرد حتی یک نفر از کارکنان سازمان راضی نباشد، سعی می‌کند به شیوه‌های مختلف ناراحتی و نارضایتی خود را ابراز کند. به عبارتی در بعضی از مواقع که میزان نارضایتی او از آستانه مجاز نیز بیشتر شود، بسیاری از مقامات بالای کشور و حتی مدیران رتبه اول جامعه را به لحاظ عملکرد یک کارمند مورد انتقاد قرار خواهند داد و این مسئله خود نشانگر اهمیت طرح تکریم است. به عبارتی می‌توان خاطر نشان کرد که نظام سیاسی حاکم بر هر جامعه تحت تاثیر مشروعیت نظام اداری آن جامعه خواهد بود و عملکرد کارگزاران ادارات در مشروعیت بخشیدن به نظام سیاسی کاملا موثر است. این فرآیند تاثیرگذاری نوعی سرمایه اجتماعی است که بی‌توجهی به آن می‌تواند یک نظام سیاسی و مدیران ارشد آن را با بحران مشروعیت و حتی بحران هویت روبه‌رو سازد.

در انگلستان در سال ۱۹۹۱ این طرح در قالب نظام پاسخگویی سازمانی و منشور شهروندی طرح‌ریزی شد که هدف آن بهبود ارائه خدمات دولتی به مردم است. برای خدمات مهم دولتی، ۳۷ منشور تدوین شده است. این منشورهای شهروندی شفافیت بیشتری برای خدمات ارائه شده، فراهم کرده است و در نتیجه باعث می‌شود کارکنان دولت نسبت به عملکردشان پاسخگو باشند. برای بهنگام کردن منشورها، از دریافت‌کنندگان خدمات، نظرخواهی شده و نتایج آن به‌صورت ادواری منتشر می‌شود. منشورهای شهروندی متضمن اصولی است که رعایت آنها الزامی است، از جمله:

- برای کیفیت و کمیت خدمات، استانداردهایی وجود دارد. این استانداردها باید به اطلاع دریافت‌کنندگان خدمات عمومی برسد.
- همزمان با اعلام استانداردهای کیفی و کمی خدمات، نتایج عملکرد سازمانی باید منتشر شود و به اطلاع عموم برسد.
- اطلاعات صحیح از چگونگی ارائه خدمات، هزینه آنها و افرادی که باید خدمات را ارائه کنند، منتشر شود.
- احترام به ارباب‌رجوع و همراهی کارکنان با آنان، اصلی خدشه‌ناپذیر است و همه مردم به این امر واقف هستند.
- کارکنان دولت موظف هستند نام و مشخصات اداری خود را روی سینه نصب کنند تا ارباب‌رجوع بتواند به راحتی آنان را بشناسد.
- درصورتی‌که به هر دلیل، رفتار اداری با استانداردهای تعیین شده مطابقت نداشته باشد، کارمند موظف به عذرخواهی است.
- روش‌هایی برای شکایت از سوءرفتار اداری پیش‌بینی شده است و خسارت وارده به دریافت‌کنندگان خدمات باید به‌گونه‌ای مناسب جبران شود.

با این اوصاف باید گفت، طرح تکریم ارباب‌رجوع در کشور ما تقریبا دیر مطرح شده است و به نظام‌های پاسخگویی چندان توجهی مبذول نشده، ولی باز جای امیدواری وجود دارد که این طرح مورد توجه مسئولان و متولیان امور قرار گرفته و سرلوحه فعالیت دولت باشد.

نتیجه‌گیری

کارکنان نقش بسزایی در کیفیت ارائه خدمات ایفا می‌کنند. بنابراین ارائه خدمات عالی و باکیفیت نیازمند کارکنان آگاه و ماهر است. یکی از نارسایی‌های سازمان‌های خدماتی، کم‌توجهی یا بی‌توجهی به آموزش نیروهای خط اول خدمت‌رسانی است. آموزش کارکنان باید مستمر و در جریان کار باشد تا آنها بتوانند با مهارت‌های تازه آشنا و موقعیت خود را بهبود بخشند. اثرگذاری بر مردم و ارباب‌رجوع و علاقه‌مند کردن آنها به سازمان و حفظ وفاداری‌شان در سال‌های متمادی فقط از طریق کیفیت، انگیزش و تعهد کارکنان به سازمان قابل حصول خواهد بود. آموزش مستمر مدیران و کارکنان در این زمینه در توفیق سازمان و تحقق اهداف بسیار موثر است.

آزموده ۷

نقش محوری روابط عمومی در تکریم مشتریان

ترجمه و گردآوری: رویا پاک سرشت

یکی از چالش‌هایی که پیش روی مدیران سازمان‌ها قراردارد، جلب اعتماد و نظر مثبت مشتریان است. سازمان‌های معتبر که مطابق با استانداردهای جهانی فعالیت می‌کنند برای سنجش میزان رضایت مصرف‌کنندگان از بخش روابط عمومی، انتظار دارند تا نه تنها میزان رضایت مصرف‌کنندگان و ارباب‌رجوع سازمان را ارزیابی کنند، بلکه این نرخ را ارتقا بخشند. بخش روابط عمومی در هر سازمان حیطه اختیارات و مسئولیت‌هایی متفاوت دارد، اما نکته ثابت در این میان، تاثیرپذیری مستقیم نرخ رضایت مصرف‌کنندگان از چگونگی خدمات سازمان است که این مسئله در میزان موفقیت تجاری و پیشرفت اهداف سازمان‌ها سهم دارد.

اهمیت تکریم ارباب رجوع

تکریم مشتریان و اهمیت دادن به نظرات و ایده‌آل‌های آنان روش‌های پرشماری برای سنجش و متد گوناگونی برای ارتقای سطح دارد. اما سوال ابتدایی این است که تکریم ارباب‌رجوع از چه جهت اهمیت دارد؟ تکریم مشتری و اهمیت دادن به نظرات او نوعی رفتار دیپلماتیک سازمانی است که از سوی اغلب مدیران باتجربه به بخش روابط عمومی توصیه می‌شود. برخی از مهم‌ترین مزایای این روش شامل موارد زیر است:

* تطابق هر چه بیشتر بازده سازمانی با نیازهای مشتری
* آشنایی مدیران با نقاط قوت و ضعف سازمان و سهولت در رفع موارد و مشکلات مطروحه
* ایجاد امکان برای تجزیه و تحلیل رقابتی وایجاد تعادل سازمانی در مقایسه با شرکت‌های رقیب
* افزایش وفاداری مشتریان به سازمان
* ارتقای حسن شهرت و محبوبیت در بین ارباب رجوع.

نظرسنجی‌ونیازسنجی

سنجش بازخورد مشتریان نسبت به سازمان، در بسیاری از موارد توسط بخش بازاریابی و فروش صورت می‌گیرد. اما سیستم روابط عمومی سازمان‌ها نیز برای سنجش میزان رضایت، نارضایتی و اولویت‌های مشتریان، نظرسنجی‌هایی را در بازه‌های زمانی معین ترتیب می‌دهند. یکی از بزرگ‌ترین دام‌های شناختی که اغلب در چنین نظرسنجی‌هایی وجود دارد افتادن در دام سوالات کلیشه‌ای، مثبت و تایید طلب است. اگر قرار است سیستم نظرسنجی با هدف اصلاح و ایجاد تغییرات مثبت عمل کند، بهتر است نظرسنجی با کمک سوالاتی صورت گیرد که جهت یا هدف مشخصی به شرکت‌کنندگان در فرآیند پرسش و پاسخ القا نکند. ویلیام جی فلانری، کارشناس ارشد مدیریت روابط سازمانی معتقد است، روابط عمومی موظف است در نظرسنجی‌ها از دیکته کردن اهداف سازمانی به مراجعان بپرهیزد، همچنین با وجود همه بی‌اعتمادی‌ها نسبت به نظر سنجی‌های دنیای مجازی، کمک گرفتن از نظرسنجی‌های اینترنتی. باعث می‌شود طیف بیشتری از افراد نظرات خود را مطرح کرده و شفاف‌تر شدن هر چه بیشتر موضوع مورد مطالعه را تسهیل کند. این نوع تعامل با مشتریان کمک می‌کند تا بخش روابط عمومی نقشه روشنی از نیازهای سازمان را در اختیار مدیران قرار داده و زمینه‌ساز بهبود عملکرد سازمان شود.

از برخورد مناسب تا خلاقیت رفتاری

ملیسا بارایت، معاون ارشد و مدیر روابط عمومی چند سازمان برتر در بریتانیا معتقد است برخلاف نگرشی که در خصوص روابط عمومی وجود دارد، روابط عمومی سازمان نه فقط در نقش تسهیل‌گر روابط مراجعان با سازمان است، بلکه میزان این روابط و چگونگی آنها را تعیین می‌کند. درواقع براساس نظر او، روابط عمومی صرفا در نظرسنجی‌های سنتی خلاصه نمی‌شود، بلکه می‌توان با بهره‌گیری از خلاقیت به راحتی نه تنها به مشتریان احترام گذاشت بلکه نظرات آنان را در سطحی کلان بررسی کرد.

به راه انداختن کمپین‌های اجتماعی خلاقانه که هم کارکردی تبلیغاتی و مثبت دارند و هم به سنجش افکار مشتریان کمک می‌کنند نمونه‌ای از همین تکنیک‌های خلاقانه است.

همگام بودن با رسانه‌های جمعی و اپلیکیشن‌ها روش دیگری است که کمک می‌کند در سریع‌ترین زمان به افکار مشتریان دست یافته و با آنان همراه شد. بسیاری از شرکت‌های موفق با جذب مشتری‌ها در اپلیکیشن‌های تلفن‌همراه یا نرم‌افزارهای رایانه‌ای، موفق شده‌اند نوعی رضایت و احترام دوسویه را بین خود و مشتریان ایجاد کنند

جلب مشارکت فعال مصرف‌کنندگان در پروژه‌های ساده ولی کاربردی می‌تواند به‌عنوان یک روش خلاقانه دیگر در بخش روابط عمومی انجام شود.

ویژگی‌هایی که مهم و اثرگذارند

پژوهش‌ها و رتبه بندی‌های جهانی نشان می‌دهند؛ کشورهایی چون بریتانیا، ایالات متحده، فرانسه و آلمان به لحاظ تکریم ارباب رجوع در رده‌های بسیار خوبی قرار دارند، برخی کشورهای آسیایی مثل ژاپن، کره‌جنوبی و روسیه نیز از وضعیت نسبتا مناسبی برخوردارند. اگرچه پژوهش‌های متعدد با نتایج بسیار متفاوتی در خصوص روابط عمومی انجام شده است، با این وجود، در اغلب پژوهش‌ها بین روابط‌عمومی قوی و موثر و رضایت مصرف‌کنندگان همبستگی بالایی گزارش شده است. پل هولمز، پژوهشگر، مدرس و مولف چندین کتاب در حوزه روابط عمومی در سازمان می‌گوید: رجوع به آمارهای مهم در خصوص روابط عمومی و بررسی نتایج آن در رضایت مصرف‌کنندگان مهم است، اما کافی نیست. چراکه هر جامعه آماری از مصرف‌کنندگان، الگوهای رضایت منحصربه‌فردی دارند و تعمیم این الگوها به دیگر مصرف‌کنندگان چندان استاندارد نیست. برای مثال مصرف‌کنندگان اهل سانفرانسیسکو بیش از شهروندان واشنگتن به تبلیغات و لزوم توجه به هریک از اعضای خانواده تاکید دارند و شهروندان نیویورکی، تماس‌های پشتیبانی فنی و خدمات پس از فروش را نشانه تکریم مشتریان می‌دانند.

فرصت امروز آخر
شماره ۴۴۹ www.forsatnet.ir صفحه ۱۶ تلفن مستقیم: ۸۶۰۷۳۲۸۳

نگاه آخر

پیام اوباما به رای‌دهندگان آمریکایی

نیلوفر قدیری
کارشناس مسائل بین‌الملل

ایـن روزها همـه بحث‌ها در آمریـکا تحت تاثیر انتخابات سـال آینده این کشـور اسـت. این انتخابات از چند جهت اهمیت زیادی دارد. اول آنکه بعد از هشـت سـال ریاسـت‌جمهوری جنجالی باراک اوباما که به‌عنوان نخستین رئیس‌جمهور سیاهپوست آمریکا در عرصه سیاست داخلی این کشور اتفاقات کم‌نظیری را دامن زد، اکنون همه در انتظار چرخش قدرت و چهره و حتی حزب جدید در کاخ سفید هستند.

از سوی دیگر، جامعه آمریکا این روزها به تایید خود مقامات ارشد و تحلیلگران این کشـور، بیش از هر زمان دیگری دوقطبی شده‌است. اعتراض و بی‌اعتمادی به سیستم و حتـی ارزش‌هـای آمریکایی به وضوح در میان مردم دیده می‌شـود. پلیس به خاطر خشـونت و تبعیض، سیاستمداران حاکم به خاطر توجه به منابع ثروت و بی‌توجهی به طبقه متوسـط، دسـتگاه امنیتی و اطلاعاتی به خاطر تجاوز به حریم خصوصی مردم و همین‌طور رسـانه‌ها به خاطر اینکه تحت کنترل لابی‌های قدرت و ثروت هسـتند، همگی مورد سـرزنش قرار گرفته‌اند. در این میان نامزدهایی از هر دو حزب دموکرات و جمهوریخـواه تا اینجای تبلیغات انتخاباتی مـورد اقبال رأی‌دهندگان قرار گرفته‌اند که حرف‌هایی عجیب می‌زنند، مواضع نامتعارف می‌گیرند و خود را خارج از چارچوب نفوذ و شـعارهای حزبی‌شان معرفی کرده‌اند. دونالد ترامپ و برنی سندرز در دو سوی انتهایی طیف‌های راست و چپ قرار گرفته‌اند.

امـا در ایـن میان و درحالی‌کـه ۹ ماه به انتخابـات ریاسـت‌جمهوری آمریکا باقی مانده‌اسـت، بـاراک اوباما در صریح‌ترین سـخنانی کـه تاکنون درباره نظام سیاسـی کشـورش و خطاب به رأی‌دهندگان آمریکایی گفته، از آنها خواسته‌اسـت برای اصلاح سیستم دموکراسی آمریکایی که آن را ناقص خوانده، در انتخابات شرکت کنند.

او هفته گذشـته طی سـخنرانی در نشست مجمع نمایندگان ایلی‌نویز گفت: وقتی ۹۹ درصـد مردم در انتخابات شـرکت کنند و رأی بدهند، آن وقـت دیگر هرچه یک درصد ثروتمند جامعه در انتخابات هزینه کنند بی‌اثر خواهد شد. اوباما گفت که می‌داند هزینه‌های انتخاباتـی آمریـکا را ۱۵۰ خانواده خـاص می‌پردازند. یعنی ۱۵۰ خانواده هسـتند که با پول‌شان در انتخابات اعمال نفوذ می‌کنند. اما اگر مردم آمریکا با صندوق‌های رأی آشتی و در انتخابات شرکت کنند، نفوذ ثروت این ۱۵۰ خانواده که به یک درصد ثروتمند جامعه معروفند کم خواهد شد. در آمریکا معمولا مشارکت انتخاباتی پایین است. متوسط مشارکت آمریکایی‌ها در انتخابات در چهار دوره گذشته حدود ۶۰ درصد بوده‌است. این رقم به نسبت مشارکت انتخاباتی در کشورهای پیشرفته دنیا رقم پایینی است.

وال استریت ژورنال دو سال پیش در گزارشی با اشاره به تحلیل آماری رأی‌دهندگان نوشـت: طبقه فقیر و کم‌درآمد مشـارکت پایینـی در انتخابات آمریـکا دارند. بعضی می‌گوینـد دلیـل این مشـارکت پایین آن اسـت کـه در آمریکا براسـاس قانون روز رأی‌گیری روز تعطیل نیسـت و باید روز سه‌شـنبه ماه باشـد. طبقه کم‌درآمد معمولا از سـاعت کاری‌شـان نمی‌گذرند تا به محل رأی‌گیری بروند تا به بهای کسـر حقوق، رأی بدهنـد. اما اوباما با اشـاره به میزان نارضایتی گسـترده در جامعـه از نابرابری و نفوذ ثروتمندان، راه اصلاح سیسـتم را مشـارکت مردم در انتخابات می‌داند و از آنها خواسته‌است به هر قیمتی در این انتخابات شرکت کنند و رأی بدهند.

او کـه خود با کمک‌های مالی مردمی هزینه تبلیغاتی ورود به کاخ سـفید را تامین کـرده، اکنون مردم را بـه نوعی قیام علیه سیسـتم حاکم از طریق مشـارکت بالای انتخاباتی فراخوانده‌است.

دور دنیا

ضربه قیمت پایین نفت به اقتصاد جهانی

انتظار نداشته باشید کاهش قیمت انرژی به بهتر شدن شرایط اقتصادی در آینده‌ای نزدیک بینجامد.

تحلیلگران بانک سرمایه‌گذاری فرانسوی Natixis بر این باورند که مضرات کاهش قیمت انرژی فراتر از فواید آن است.

ایـن تحلیلگران مانند بسـیاری از متخصصان و اقتصاددانـان معتقدند که «این بار شرایط فرق می‌کند». قیمت پایین نفت، سبب کاهش رشد اقتصادی جهانی می‌شود. آنها در گزارشـی نوشته‌اند «برخلاف سال ۲۰۱۵، سیر نزولی قیمت نفت، سبب ضربه زدن به اقتصاد جهانی در سال ۲۰۱۶ می‌شود.»

کاهش سـیر افزایشـی تقاضای نفت از سوی کشـورهای واردکننده و سیاست‌های جدید کشـورهای تولیدکننده نفت که سـبب ضربه‌زدن به کشـورهای توسـعه‌یافته واردکننده این ماده خام می‌شود، دست به دست هم داده و باعث پایین ماندن قیمت نفت در حدود بشـکه‌ای ۳۰ دلار می‌شـود که رشـد خالص منفی برای اقتصاد جهان محسـوب می‌شود. خسارت‌های ناشـی از قیمت پایین نفت زیادتر و سریع‌تر از انتظار اسـت چراکه شـرکت‌های فعال در حوزه انرژی سـرمایه‌گذاری‌های خود را از دست می‌دهنـد و کارگران را اخـراج می‌کنند، غول‌های نفتی مواد اولیه کمتری به دسـت می‌آورند و مصرف‌کنندگان هستند که می‌توانند بیشتر صرفه‌جویی کنند.

تا به امروز اصلی‌ترین عامل اشـباع بازار نفت، کشورهای تولیدکننده بوده‌اند. قیمت پایین نفت سـبب افزایش تقاضا در سـال ۲۰۱۵ شد اما با نزدیک شدن به پایان سال این افزایش تقاضا با افت شدید تقاضا روبه‌رو شد.

بـا آنکه هزینه‌های انرژی کاهـش پیدا کرده، اما میزان واقعـی مصرف خانوارها در کشورهای توسعه‌یافته با افزایش روبه‌رو نبوده‌است و به نظر نمی‌رسد که در این میزان مصرف افزایش صـورت بگیرد. تحلیلگران Natixis همچنین نوشـته‌اند «زمانی که قیمت نفت بسـیار بالا باشـد، کاهش این قیمت سبب افزایش دستمزد در کشورهای توسـعه‌یافته می‌شود و متعاقبا این افزایش دستمزد، افزایش میزان تقاضا را با خود به همراه خواهد داشت. اما اگر قیمت نفت پایین باشد و بعدها با افت بیشتر روبه‌رو شود، میزان مصرف بیشتر از رشد اولیه افزایش نخواهد یافت.»

مشـکل اصلی آنجاست که سود حاصله از کاهش متوالی قیمت انرژی در کشورهای واردکننده و توسعه‌یافته، سبب افزایش مصرف در این کشورها نشده‌است. این موضوع بیشتر از خانوارها در مورد شرکت‌ها صدق می‌کند. یعنی شرکت‌هایی که از هزینه‌های پایین انرژی سـود کسـب کرده‌اند، سـود خود را صرف تقاضا و مصرف بیشتر انرژی نمی‌کنند، بلکه آن را پس‌انداز می‌کنند.

براسـاس گزارش Natixis، قیمت پایین نفت، خطرات زیادی را برای بازارهای در حال ظهور تولیدکننده در پی دارد.

احتمـال ایجاد بحران بدهی در کشـورهای صادرکننـده نفت را که چیزی حدود ۱۴٫۷ درصـد تولید ناخالص جهان را تشـکیل می‌دهند، دیگر نمی‌توان رد کرد. این بدان دلیل اسـت که یا ذخایر ارزی این کشـورها کافی نیست (از جمله این کشورها می‌توان به آرژانتین، ونزوئلا و ترکیه اشـاره کرد) و شـرکت‌ها به سـختی می‌توانند وام‌های خارجی گرفته شـده را پس دهند یا آنکه میزان بدهی عمومی این کشورها بسار بالا است.

منبع: بلومبرگ

قـاب

بانک اچ‌اس‌بی‌سی انگلیس رسما اعلام کرد که در طرحی عظیم در زمینه بانکداری بیومتریک، به بیش از ۱۵ میلیون مشتری خود سیستم شناسایی صوتی ارائه خواهد داد. این حرکت گام بلندی در راستای حذف رمزهای تایپی در سیستم بانکی دنیاست.

۳۶۰

توصیه سازمان همکاری اقتصادی و توسعه به دولت‌ها

با رشد اقتصادی ضعیف مبارزه کنید

ترجمه: سارا گلچین
منبع: وال‌استریت ژورنال

سـازمان همـکاری اقتصادی و توسـعه (OECD) اعـلام کـرد اگـر دولت‌هـا در آمریکا، اروپـا و هر جای دیگر دنیا بخواهند در برابـر رشـد ضعیـف اقتصـادی، معضل این روزهای اقتصاد جهانی، بایسـتند، باید دسـت به اقداماتـی فوری و به‌هم‌پیوسـته بزننـد. به‌گفته ایـن سـازمان راه مقابله با رشد لاک‌پشـتی فعلی اقتصاد جهان تولید سـرمایه‌گذاری و در نتیجه تزریق خون تازه به اقتصاد جهان است.

این درخواست جدی‌ترین هشدار سازمان همـکاری اقتصـادی و توسـعه از زمـان بحـران اقتصادی جهان اسـت. طبق اعلام OECD اقتصـاد جهانـی از ضعـف تقاضا رنج می‌برد؛ مشـکلی کـه مرتفع کردن آن تنها به‌دسـت بانک‌های مرکزی امکان‌پذیر نیست.

سـازمان همکاری اقتصادی و توسـعه در نخسـتین پیش‌بینی اقتصـادی خود برای سـال ۲۰۱۶ اعلام کرد دولت‌هـا می‌توانند بـرای بهبود اوضـاع زیرسـاخت‌های خود استقراض با بهره‌های بسیار کم را در دستور کار قرار دهند.

به‌گفتـه OECD دولت‌هـای جهان اگر در اسـتقراض تـازه هماهنگ باشـند، این قرض گرفتن چنـان اثر مثبتی روی اقتصاد خواهد گذاشت که نه‌تنها بدهی‌شان افزایش نخواهـد یافـت، بلکه نسـبت بـه خروجی اقتصادی کمتر هم خواهد شد.

به‌گفته خانم کاترین من، اقتصاددان ارشد سـازمان همکاری اقتصادی و توسعه بدون انجام چنیـن اقدامی، دولت‌ها نمی‌توانند به تعهد خود نسـبت به سـاختن زندگی بهتر بـرای جوانان، تامین حقوق بازنشسـتگی و خدمات بهداشـتی برای سـالمندان و بازده پیش‌بینی‌شده برای سـرمایه‌گذاران پایبند باشند.

خانم «مـن» دراین‌باره گفـت: «اقدامات اقتصادی حال حاضر که نتیجه مجموعه‌ای از سیاست‌های ازپیش‌تعیین‌شده است برای متعهد ماندن دولت‌ها به وعده‌هایشان کافی نیست.»

وی افزود: «این تعهدات عملی نمی‌شـود، مگر در سیاسـت‌های موجود تغییر صورت گیرد.»

ایـن اتاق فکـر کـه مقـر آن در پاریس اسـت، پیش‌بینی خود درباره رشـد جهانی اقتصـاد بـرای امسـال و سـال‌های بعد را کاهش داد. انتظار اکنون این سـازمان این اسـت که رشد اقتصادی آمریکا ۲ درصد در سـال ۲۰۱۶ و ۲/۲ درصد در سـال ۲۰۱۷ باشد.

این درحالی‌اسـت کـه این سـازمان در نوامبـر سـال گذشـته میلادی رشـد ۲/۵ و ۲/۴ درصـد را بـرای سـال‌های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ آمریـکا پیش‌بینـی کرده بـود. این سـازمان همچنین برای اروپا رشـد ۱/۸ و ۱/۹ درصـدی را بـرای سـال‌های ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ حـوزه یـورو پیش‌بینی کـرده بود کـه آن را به‌ترتیـب بـه ۱/۴ و ۱/۷ درصد کاهش داد.

ژاپـن هـم از کاهش پیش‌بینی سـازمان همکاری اقتصادی و توسـعه در امان نماند و رشد اقتصادی امسال این کشور از دیدگاه

سازمان همکاری اقتصادی و توسعه (OECD) اعلام کرد اگر دولت‌ها در آمریکا، اروپا و هر جای دیگر دنیا بخواهند در برابر رشد ضعیف اقتصادی، معضل این روزهای اقتصاد جهانی، بایستند، باید دست به اقداماتی فوری و به‌هم‌پیوسته بزنند. این درخواست جدی‌ترین هشدار این سازمان از زمان بحران اقتصادی جهان است

OECD از ۱ بـه ۰/۸ درصد کاهش یافت. نکته جالب اینکه این پیش‌بینی برای چین دست‌نخورده باقی ماند.

در کل، پیش‌بینـی امسـال سـازمان همـکاری اقتصـادی و توسـعه می‌گویـد اقتصـاد جهانـی امسـال ۳ درصد رشـد خواهد داشـت کـه با سـال ۲۰۱۵ هیچ فرقی نـدارد. ایـن درحالی‌اسـت که این سـازمان نوامبر سـال گذشـته رشد ۳/۳ درصدی را بـرای اقتصاد جهان پیش‌بینی کرده بود.

طبق اعلام سـازمان همکاری اقتصادی و توسعه کاهش به‌وجود آمده در پیش‌بینی‌ها اساسـا به‌دلیل طیف گسترده‌ای از داده‌های ورودی ناامیدکننده برای سـه ماهه چهارم سال ۲۰۱۵ و نیز ضعف و بی‌ثباتی اخیر در بازه‌های مالی جهانی است.

این روندها هم در اقتصادهای توسعه‌یافته و هـم در همتایـان نوظهورشـان دیـده می‌شود.

صنـدوق بین‌المللـی پـول نیز امسـال پیش‌بینی‌هـای خود را برای سـال ۲۰۱۶ کاهـش داد اما همچنـان پیش‌بینی‌هایش بـرای ۲۰۱۶ از سـال قبـل از آن بیشـتر بود.

براسـاس اظهـارات خانم «من» سـقوط آزاد قیمـت کالاها و دارایی‌هـای گوناگون از ابتـدای امسـال، بازتاب‌دهنـده واکنش دیرهنگام به چشـم‌اندازهای رشد ضعیف‌تر در سراسر دنیا بوده است.

سـازمان همـکاری اقتصـادی و توسـعه می‌گویـد سیاسـت بودجه در تعـدادی از اقتصادهـای بـزرگ دنیـا از جملـه ژاپن، بریتانیا و آمریکا «انقباضی» بوده است، حال آنکـه برخی اقتصادهای درحال‌توسـعه نیز تصمیمات بودجه‌ای اخیرشـان را براسـاس رشد پایین گرفته‌اند.

این هشـداری برای دولت‌ها است که هم تولید سـرمایه کلی‌شان را بالاتر ببرند و هم تاکید بیشـتری روی سـرمایه‌گذاری برای رفع محدودیت‌های موجود در تولید سرمایه فعلی داشته باشند.

به گفتـه OECD دولت‌ها در بسـیاری از کشـورها اکنون توانایی اسـتقراض برای دوره‌های طولانی‌مدت و با بهره بسیار پایین دارند؛ امری که فضای مانور مالی را برایشان بیشـتر می‌کند. بسیاری از کشورها ظرفیت انبسـاط مالـی را با هـدف افزایـش تقاضا دارند.

برای این کار باید سیاست سود کوتاه‌مدت چشـمگیر اعمال شـود تا در پی آن رشـد بلندمدت هم اتفاق بیفتد. یک تعهد جهانی باید شـکل بگیرد تا سرمایه عمومی را برای بالا بردن تقاضا افزایش دهد، درحالی‌که یک مسیر مالی باثبات باقی بماند.

سـازمان همـکاری اقتصـادی و توسـعه در هشـدار تـازه خـود در کل بـر لـزوم درپیش‌گرفتـن یـک اسـتراتژی تـازه بـرای رهانیدن اقتصـاد از وضعیـت فعلی تاکید دارد.

کیوسـک

مخالفت شرکت اپل در همکاری با پلیس آمریکا

دادگاه فدرال آمریکا هفته گذشـته در حکمی شرکت اپل را ملزم به همکاری با پلیس آمریکا برای رمزگشایی گوشـی آیفـون یکـی از شـلیک‌کنندگان حادثـه سن‌برناردینو کرد.

شـرکت اپل که در ماه‌های گذشته هم اعلام کرده بود حاضر به دادن اطلاعـات کاربران خود به دولت آمریکا و رمزگشایی گوشی‌های آیفون نیست، این بار هم مخالفت خود را در این همکاری اعلام کرده‌است.

پلیس آمریکا به دنبال آن است تا با رمزگشایی گوشی و دستیابی به اطلاعات آن بفهمد که آیا حملات دیگری از سوی گروه داعش در جریان است یا خیر.

دادگاه فدرال آمریکا به شرکت اپل اعلام کرده‌است که نوع ضعیف‌تری از سیسـتم عامل گوشـی آیفون بسـازد تا بتوان از طریق آن به اطلاعات تلفن فاروق دسترسی پیدا کرد.

تیم کـوک، رئیس اجرایی شـرکت اپل در جواب حکم دادگاه اعلام کرده‌اسـت که اگر بخواهد دستور دادگاه را انجام دهد، مجبور می‌شود نرم‌افزاری بسازد که این قابلیت را خواهد داشت قفل تمام گوشی‌های آیفون را متعلق به هر شخصی که باشد باز کند.

وی همچنین گفته اسـت که شرکت اپل تا جایی که می‌توانسـته با پلیس همکاری کرده و چیزی که حالا دولت آمریکا از این شـرکت می‌خواهد بیش از توانایی این شرکت و کاری «بسیار خطرناک» است.

شرکت اپل از معتبرترین شـرکت‌های دنیاست و از دلایل مهم این اعتبار آن است که اپل محصولات خود را به‌گونه‌ای می‌سازد که از امنیت بسیار بالایی برخوردار باشند.

این شرکت آمریکایی می‌تواند به حکم دادگاه اعتراض کند و تقاضای بررسی مجدد بدهد، اما شانس زیادی در تغییـر رأی دادگاه ندارد. در صورت رد شـدن اعتراض شرکت اپل و عدم تمایل این شرکت به همکاری، دولت آمریکا می‌تواند این شرکت را به ازای هر روز تاخیر در همکاری جریمه کند.

راه تبلیغات به مسنجر فیس‌بوک هم باز می‌شود

قرار اسـت در چند ماه آینده، تبلیغات راه خـود را بـه مسـنجر فیس‌بوک نیز باز کند. براسـاس گزارش‌های اعلام شده، شرکت فیس‌بوک مدارکی را به شرکت‌های تجـاری و اقتصادی فرستاده‌اسـت که براسـاس آنها شـرکت‌های تجاری می‌توانند از سـه ماهه دوم سال به‌صورت مسـتقیم بـه مشـتریان خود پیـام دهند. شـرکت‌ها تنها می‌توانند به مشتریانی پیغام دهند که پیش از این با آنها مکالمه داشته باشند. شایعات حاکی از آن اسـت که شرکت فیس بوک از حالا شرکت‌ها را ترغیب می‌کند تا با مشتریان خود چت کنند و به آنها پیـام بدهند تا بعدها بتوانند تبلیغات خود را برای آنها بفرستند.

فیس بوک در تلاش اسـت مسـنجر را به وسـیله اصلی ارتباط مشتریان با شرکت‌های مختلف در همه زمینه‌ها از خرید کالا تا ارائه خدمات، تبدیل کند.

فیس‌بوک در این مورد اظهار نظری نکرده اسـت، اما این شرکت پیش از این اعلام کرده بود هدفش در مورد مسنجر آن است که «تجربه تعاملی با کیفیتی بـرای ۸۰۰ میلیـون انسـان در نقـاط مختلف دنیا ایجاد کند». این شرکت همچنین به مردم اطمینان داده اسـت که هیـچ پیغـام ناخواسـته‌ای دریافت نخواهند کرد. مشخص نیسـت که تبلیغات مسنجر فیس‌بوک به چه شـکل خواهد بود. سایت اینترنتی TechCrunch احتمال می‌دهد که شـرکت‌های مختلـف بتوانند از طریق مسـنجر به تبلیغ و ترویج کسـب‌وکار خـود بپردازند، تولیـدات جدید خود را معرفی‌کنند و سفارش مشتریان را که مایل به خرید کالا یا دریافت خدمات هسـتند پیگیـری کنند. به نظر می‌رسد شرکت فیس‌بوک چیزهای زیادی برای گفتن در مورد تبلیغات در مسـنجر در کنفرانس ماه آوریل داشته باشد.

جدول امروز

قیمت لپ‌تاپ

قیمت لپ تاپ بر اساس مراجعه خبرنگاران روزنامه فرصت امروز به بازار و بررسی میدانی فروشگاه های لپ تاپ و همچنین سایت های معتبر فروش کالاهای دیجیتال و بر اساس تماس های روزانه با فروشندگان و خریداران تعیین می شود. متوسط قیمت لپ تاپ برای هر مدل و برند ملاک تعیین نهایی قیمت لپ تاپ ها اسـت. این قیمت نامه روزانه به‌روز می شـود و می تواند به عنوان مرجع مورد استفاده قرار گیرد.

برند لپ‌تاپ	مدل لپ‌تاپ	CPU	CPU Core	CPU Cache	قیمت (تومان)
Apple	MacBook Air MD761	GHz1.3	5i	MB3	۳,۹۴۴,۰۰۰
Acer	9886-391-Aspire S7	GHz3	7i	MB4	۶,۲۹۹,۰۰۰
Samsung	NP350V5X-S03AE	GHz3.4	7i	MB6	۲,۲۹۹,۰۰۰
Toshiba	Satellite S50-B-136	۶,GHz2	5i	MB3	۲,۲۹۹,۰۰۰
Lenovo	Flex 2 - A	GHz3.1	7i	MB4	۳,۰۵۹,۰۰۰
Dell	Inspiron 5521-B	GHz3	7i	MB4	۲,۳۹۹,۰۰۰