روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

سه‌شنبه
۴ اسفند ماه
۱۳۹۴

Thu. 23 Feb 2016

۱۴ جمادی‌الاول ۱۴۳۷ - سال دوم
شماره ۴۵۲ - ۲۴+۲۰ صفحه - ۱۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

ثانیه‌های تعیین‌کننده در ملاقات‌های کاری

وقتی درباره جلسات کاری صحبت می‌شود، تاثیر اولیه می‌تواند بسیار تعیین‌کننده باشد. در بسیاری از موارد پیش آمده که در همان ۳۰ تا ۶۰ ثانیه اول جلسه ملاقات، بیشتر افراد تصمیم‌شان را گرفته‌اند. این حقیقت با اینکه تلخ و رعب‌آور است، در عین حال می‌تواند در جهت منافع‌تان به کار گرفته شود، اگر خودتان را به‌درستی آماده آن کنید. در زندگی روزمره، اغلب می‌توانیم بر تاثیر بدی که در اولین برخورد ایجاد می‌شود غلبه کرده و آن را در طول زمان برطرف کنیم، اما در تجارت...

۱۱

اهداف ۱۴۰۴ در ۳ صنعت استراتژیک کشور محقق می‌شود؟

امید در افق می‌درخشد

چشم‌انداز بخش صنعت، معدن و تجارت در افق سال ۱۴۰۴، با عناوین «پیشران اقتصاد کشور»، «درون‌زا»، «برونگرا» و. . . در «تراز کشورهای نوظهور صنعتی» ترسیم شده است. در این سند برای سه صنعت استراتژیک سیمان، فولاد و کاشی و سرامیک در کشور جایگاه‌های متفاوتی در نظر گرفته شده است. اما باتوجه به شرایط فعلی اقتصاد کشور، این سوال پیش می‌آید که آیا امکان رسیدن به اهداف مورد نظر برای این صنایع در سند چشم‌انداز ۲۰ساله وجود دارد یا خیر؟ یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه و عامل اصلی عمران و آبادانی کشور، تولید سیمان است. در تمامی دولت‌ها، بر مزیت تولید سیمان تأکید شده و یکی از اصلی‌ترین محورها در تمامی برنامه‌های توسعه‌ای کشور بوده است. سیمان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر توسعه‌ای در تأمین زیرساخت‌های اقتصادی کشور و نهادهای استراتژیک محسوب می‌شود، به‌طوری که بین فرآیند رشد اقتصادی و سرانه مصرف سیمان در هر کشور، همبستگی بالایی وجود دارد. برهمین اساس عبدالرضا شیخان، دبیر انجمن کارفرمایان سیمان در...

۳

ظرفیت پولشویی در حوزه سینما و شبکه نمایش خانگی بررسی می‌شود

این خانه برای پولشویی کوچک است

۱۵

بهزاد باشو | فرصت امروز

اشتباه محاسباتی احمد توکلی، نامه تشریحی مسعود نیلی

منتقد دولت تسلیم آمار درست شد

۱۳

خودرو

رایزنی ایسوزو، مزدا، فولکس واگن و رنو برای سرمایه‌گذاری در ایران

خودروسازان جهانی بلیت تهران می‌گیرند

آرزو بیات | فرصت امروز

۷

سرمقاله

در اهمیت قشر خاکستری

شهریار شمس مستوفی
عضو شورای سردبیری

این روزها وارد هر محفل و محلی می‌شویم این سوال مطرح می‌شود که آیا در انتخابات شرکت می‌کنید یا خیر؟

این سوال جدای از اصل پرسش، دغدغه قشر وسیعی از جامعه را نشان می‌دهد که هنوز تصمیم نگرفته‌اند و به‌دنبال بهانه‌ای برای تصمیم‌گیری هستند. این گروه که به قشر خاکستری معروفند، جماعتی هستند که نه وابستگی سیاسی به جناح و حزب مشخصی دارند تا به دلایل حزبی در انتخابات شرکت کنند و نه هنوز آنقدر نسبت به مسائل جامعه خود بی‌تفاوت شده‌اند که قید...

۱

سرمقاله

در اهمیت قشر خاکستری

این روزها وارد هر محفل و محلی می‌شویم این سوال مطرح می‌شود که آیا در انتخابات شرکت می‌کنید یا خیر؟

این سوال جدای از اصل پرسش، دغدغه قشر وسیعی از جامعه را نشان می‌دهد که هنوز تصمیم نگرفته‌اند و به‌دنبال بهانه‌ای برای تصمیم‌گیری هستند. این گروه که به قشر خاکستری معروفند، جماعتی هستند که نه وابستگی سیاسی به جناح و حزب مشخصی دارند تا به دلایل حزبی در انتخابات شرکت کنند و نه هنوز آنقدر نسبت به مسائل جامعه خود بی‌تفاوت شده‌اند که قید شرکت در انتخابات را بزنند. اتفاقا در جامعه‌ای مثل کشور ما که هنوز احزاب شکل رسمی نگرفته‌اند این قشر بسیار مهم و تاثیرگذارند و در تمامی انتخابات اخیر تعیین‌کننده برنده انتخابات بوده‌اند. از این رو گروه‌هایی که دارای پایگاه اجتماعی حداقلی هستند و پیروزی خود را در گرو عدم مشارکت گسترده مردم می‌دانند، بر آنند تا از روش‌های مختلف برای دلسرد کردن این قشر نامطمئن استفاده کنند و البته گاهی نیز موفق شده‌اند. مهم‌ترین دلیلی که برای سرد کردن این گروه تبلیغ می‌شود تاکید بر این نکته است که رأی آنان تاثیر چندانی در سیاست‌های کلان کشور ندارد و انتخابات بازی‌ای بیش نیست. حال باید دید واقعا چنین است و اگر نیست چرا؟

تجربه چندین ساله نشان داده تمامی تغییراتی که در عرصه‌های مختلف سیاسی، اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و... ایران رخ داده به‌طور مستقیم به انتخابات ربط داشته است، البته الزاما شرکت در انتخابات منظور نیست و عدم شرکت نیز تغییراتی غیرقابل انکار در ساحت زندگی‌مان به وجود آورده است. کافی است فقط به گذشته نگاهی بیندازیم تا به یادآوریم تاثیر حضورمان را. حال این سوال مطرح می‌شود که شرکت نکردن در انتخابات یک کنش سیاسی است یا یک انفعال؟ پاسخ روشن است؛ عدم شرکت قطعا یک کنش سیاسی است چراکه در حقیقت عدم شرکت در انتخابات به همان اندازه شرکت در انتخابات تاثیر مستقیمی بر نتیجه انتخابات دارد و در حقیقت چون این قشر با حضور یا عدم حضور خود تعیین‌کننده برنده انتخابات هستند عدم حضور دقیقا مانند رأی دادن به گروهی است که از عدم مشارکت دفاع می‌کنند. از منظر دیگر کسانی که در انتخابات شرکت می‌کنند و به گروه یا شخص موردعلاقه خود رأی می‌دهند تصمیم دارند به نتیجه‌ای مشخص دست یابند در همین حال کسانی که در انتخابات شرکت نمی‌کنند نیز چه بخواهند چه نخواهند باعث نتیجه‌ای می‌شوند، اما تفاوت آنجاست که شرکت‌کنندگان در انتخابات می‌دانند به دنبال چه نتیجه‌ای از شرکت‌شان هستند، اما کسانی که در انتخابات شرکت نمی‌کنند الزاما نمی‌دانند که نتیجه عدم شرکت‌شان چیست. نباید فراموش کرد که حتی یک نمونه وجود ندارد که تحریم‌کنندگان انتخابات توانسته باشند با تحریم مشروعیت انتخاباتی را زیر سوال ببرند، اما همیشه توانسته‌اند با شرکت پیام‌های مشخصی را برسانند.

این بحث را می‌توان از نگاه دیگری نیز بررسی کرد و آن بررسی از نگاه یک تئوری ریاضی است به نام «نظریه بازی». این نظریه نخستین بار توسط «جان نش» ریاضیدان برجسته، در حوزه اقتصاد مطرح و بعدها در همه زمینه‌های علمی از جمله جامعه‌شناسی به کار گرفته شد. براساس مدل ساده شده این نظریه، یک فرد می‌تواند با دادن امتیاز مشخص به رفتار و نتیجه‌ای که از رفتارش در برابر طرف مقابل می‌گیرد همچنین دادن امتیاز به طرف مقابل تصمیم بهتری بگیرد. به‌طور مشخص در مورد انتخابات، فرد می‌تواند به کنش رأی دادنش یک امتیاز (مثبت یا منفی) بدهد، سپس به عدم رأی دادنش نیز یک امتیاز (مثبت یا منفی) بدهد، سپس به نتایج شرکت یا عدم شرکتش در انتخابات با توجه به تجربیات گذشته‌اش نیز امتیازات (مثبت یا منفی) دهد، همچنین به دستاوردهای مقابل از شرکت در انتخابات نیز امتیاز مجزایی بدهد، سپس با جمع و تفریق این امتیازات تصمیمی بگیرد که بیشترین سود یا کمترین ضرر را برایش دارد. حال با این تئوری نیز حساب کنیم آیا رأی دادن ما اثر بیشتری بر سرنوشت‌مان دارد یا رأی ندادن؟

ومن صبح را دوست دارم ...

ما امیدواریم ...

تهران

فهرست ۳۰نفره کاندیداهای مجلس

۱. محمدرضا عارف	۶۴۹۲	۱۶. محمود صادقی	۶۱۶۸
۲. فریده اولادقباد	۱۹۶۵	۱۷. محسن علی‌جانی‌زمانی	۶۷۹۶
۳. محمد رضا بادامچی	۲۱۴۸	۱۸. محمد جواد فتحی	۶۹۵۴
۴. کاظم جلالی	۲۸۴۶	۱۹. مصطفی کواکبیان	۷۶۲۸
۵. سهیلا جلودار زاده	۲۸۵۲	۲۰. احمد مازنی	۷۸۶۹
۶. سیده فاطمه حسینی	۴۱۹۷	۲۱. پروانه مافی	۷۸۷۱
۷. الیاس حضرتی	۴۲۶۵	۲۲. علیرضا محجوب	۷۹۲۶
۸. غلامرضا حیدری	۴۵۱۴	۲۳. داوود محمدی	۷۹۶۹
۹. فاطمه ذوالقدر	۴۸۵۴	۲۴. علی مطهری	۸۲۹۲
۱۰. علیرضا رحیمی (آزاده)	۴۹۴۶	۲۵. سید فرید موسوی	۸۶۱۹
۱۱. ابوالفضل سروش	۵۶۲۷	۲۶. محمدرضا نجفی	۸۷۸۴
۱۲. فاطمه سعیدی	۵۶۴۹	۲۷. بهروز نعمتی	۸۹۴۹
۱۳. پروانه سلحشوری	۵۶۷۱	۲۸. علی نوبخت حقیقی	۸۹۸۱
۱۴. طیبه سیاووشی	۵۷۶۱	۲۹. محمد علی وکیلی	۹۲۸۷
۱۵. مهدی شیخ	۵۹۷۵	۳۰. عبدالرضا هاشم زائی	۹۱۷۵

فهرست ۱۶نفره کاندیداهای خبرگان

۱. اکبر هاشمی رفسنجانی	۹. نصرالله شاه‌آبادی
۲. حسن روحانی	۱۰. ابراهیم امینی
۳. محمود علوی	۱۱. محسن قمی
۴. محمد سجادی عطاآبادی	۱۲. ابوالفضل میرمحمدی
۵. هاشم بطحائی	۱۳. محمد امامی کاشانی
۶. محمد حسن زالی (فاضل گلپایگانی)	۱۴. قربانعلی دری نجف‌آبادی
۷. محمد علی تسخیری	۱۵. محمد محمدی نیک (ری شهری)
۸. محسن اسماعیلی	۱۶. محمد علی موحدی کرمانی

ستاد انتخاباتی ائتلاف اصلاح طلبان
تحمیلی دوره انتخابات مجلس شورای اسلامی

نفت

زنگنه در آستانه سفر رئیس‌جمهوری آذربایجان به تهران:

روابط ایران و آذربایجان گرم‌تر می‌شود

وزیر نفت روابط ایران و آذربایجان را در سطح مطلوبی عنوان کرد و گفت: سیاست کلی ما این است که به این کشور نزدیک شویم.

بیژن زنگنه در گفت‌وگو با شانا، درباره اینکه آیا همزمان با سفر الهام علی اف، رئیس‌جمهوری آذربایجان به ایران وزارت نفت برنامه‌ای برای امضای سند همکاری با این کشور دارد، تصریح کرد: گفت‌وگوهایی در این زمینه انجام شده است که همچنان ادامه دارد.

وی به سفر و ملاقات‌های مسئولان دو کشور در سال‌های اخیر اشاره کرد و با بیان اینکه روابط با این کشور در سطح مطلوبی قرار دارد و فکر می‌کنم به توافق‌های خوبی دست یابیم، تصریح کرد: درزمینه معاملات نفت و فرآورده نفتی، ایران آمادگی همکاری با این کشور را دارد.

زنگنه با بیان اینکه وزارت نفت، شرکت سوکار را به‌عنوان یک شریک درازمدت راهبردی نگاه می‌کند و نگاه آنها نیز به ایران بسیار مثبت است، تصریح کرد: سیاست کلی ما این است که خیلی بهم نزدیک شویم.

وزیر نفت همچنین درباره سفر شاهد خاقان عباسی، وزیر نفت پاکستان به ایران که به تاخیر افتاده است، گفت: وزیر نفت پاکستان برای سفر به تهران دعوت شده است و ما آماده استقبال از ایشان در هر زمانی هستیم.

وزیر نفت درپاسخ به پرسشی در این باره که میدان مشترک آزادگان شمالی چه زمانی افتتاح می‌شود، گفت: به افتتاح این طرح نزدیک شده‌ایم، تولید نفت از این میدان هم‌اکنون در حال انجام است و با تکمیل برخی امور مربوط به واحد فرآورشی، تولید حدود ۸۰هزار بشکه‌ای در روز از این میدان محقق می‌شود.

زنگنه افزود: ما برنامه داریم تا نیمه سال آینده تولید نفت از میدان آزادگان را به حدود ۲۵۰هزار بشکه در روز برسانیم.

به گزارش شانا، میدان آزادگان شمالی از جمله میدان‌های مشترک نفتی ایران با کشور عراق است که مقدار نفت درجای آن معادل ۵،۶ میلیارد بشکه برآورد شده است، طرح توسعه این میدان در دو فاز هریک با ظرفیت تولید ۷۵هزار بشکه نفت در روز پیش‌بینی شده است که با بهره‌برداری هر دو فاز آزادگان شمالی تولید از این میدان در مجموع ۱۵۰ هزار بشکه نفت خواهد بود که در این مقطع فقط فاز نخست اجرا شده است.

مدیرعامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی:

سیاست پتروشیمی و وزارت نفت حمایت از هلدینگ خلیج‌فارس

مهندس شاهدائی، معاون وزیر نفت و مدیرعامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی در دیدار با مدیرعامل و جمعی از مدیران هلدینگ خلیج فارس، ضمن ابراز خوشحالی از حضور در جمع صمیمی همکاران خود در این مجموعه، اظهار داشت: وزیر نفت بارها بر این نکته تاکید کرده‌اند که هلدینگ خلیج فارس را حمایت می‌کنند و با توجه به توانمندی‌های ارائه شده از سوی این مجموعه، انتظارش از این شرکت بالاتر از سایر شرکت‌هاست. وی بر این نظر وزیر نفت تاکید کرد که در حال حاضر هلدینگ خلیج فارس از NPC بزرگ‌تر است و با توجه به هدف کلان ما برای توسعه پتروشیمی، بیشتر نگاه‌ها متوجه شماست.

شاهدائی افزود: هدف ما حمایت از شرکت‌های پتروشیمی در جهت توسعه آن است و تلاش داریم جهش بزرگ دیگر این صنعت تا سال ۱۳۹۹ را محقق کرده و در این مسیر هرکمکی که بتوانیم انجام خواهیم داد و امیدوارم ما را از نظرها و پیشنهادهای خود مطلع کنید. به گفته مدیرعامل پتروشیمی، فراهم کردن امکانات برای جذب سرمایه‌گذاری و فاینانس، اهمیت ویژه‌ای دارد و آنها نسبت به آن نگاه ویژه‌ای دارند. وی به این نکته اشاره کرد که پس از توافق برجام، شرکت‌های بزرگ بین‌المللی زیادی تمایل به حضور و مشارکت در اجرای طرح‌های پتروشیمی ایران دارند که علاوه بر اروپایی‌ها، شرکت‌های معتبر آمریکایی را نیز شامل می‌شود و هلدینگ خلیج فارس باید تلاش کند علاوه بر جذب سرمایه‌گذاری و فاینانس، در جهت استفاده از آخرین تکنولوژی‌های جهانی نیز تلاش جدی داشته باشد. وی افزود: ان‌شاءالله در سال آینده شرایط بسیار مطلوبی را پیش روی پتروشیمی نظاره‌گر باشیم و بتوانیم در جهت تحقق برنامه‌ریزی‌های انجام شده، گام برداریم. در این جلسه همچنین مهندس نژادسلیم ضمن تبریک به خانم شاهدائی گفت: شرکت‌های خصوصی شده پتروشیمی همیشه حمایت NPC را خواستار بوده و تلاش دارند با تعامل مشترک راه ارزشمند توسعه را ادامه دهند. وی افزود: از جمله کارهای ارزشمند ما این است که پورتفوی هلدینگ خلیج فارس را به سرعت و با دقت و اعتبار بالا تهیه کرده و برنامه استراتژیک کلان این مجموعه را تدوین کرده و طبق آن عمل می‌کنیم.

زمزمه‌های ضد و نقیض درباره بزرگ‌ترین پروژه فراگیر پالایشی کشور

آیا سیراف به کما رفته است؟

الهه ابراهیمی
ebrahimi1941@gmail.com

ساخت پالایشگاه سیراف می‌تواند توانمندی بخش خصوصی در صنعت بالادستی نفت را اثبات کند، از این رو توقف آن در دوران پساتحریم خوشایند نیست. اگرچه یکی از مدیران دولتی نفتی توقف ساخت پالایشگاه را رد می‌کند و از علاقه‌مندی سرمایه‌گذاران خارجی برای حضور در این طرح خبر می‌دهد.

کلنگ ساخت «فراگیر پالایشی سیراف» در قالب هشت پالایشگاه میعانات گازی مستقل به ظرفیت ۶۰ هزار بشکه در روز توسط بخش خصوصی و عمومی کشور در نیمه نخست سال به زمین زده شد. اخیرا یکی از سهامداران این طرح با انتقاد از طرح توسعه‌ای پالایشگاهی سیراف به «فرصت امروز» اعلام کرد، این طرح خوب بنا به دلایلی به کما رفته و متوقف شده و با مشکل جدی مواجه شده است.

منصور معظمی، معاون برنامه‌ریزی سابق وزارت نفت که طرح سیراف در زمان وی به مرحله اجرایی رسید و مشاور کنونی وزیر نفت از وضعیت سیراف اظهار بی‌اطلاعی کرد و به «فرصت امروز» گفت: «باید وزیر نفت در این باره پاسخگو باشد.» با توجه به اهمیت طرح پالایشگاهی سیراف از بعد حضور بخش خصوصی با علیرضا صادق‌آبادی، مدیرعامل شرکت زیرساخت فراگیر پالایشگاهی سیراف به گفت و گو نشستیم.

به تازگی توسط یکی از سرمایه‌گذاران مطلع شدیم که طرح پالایشگاه‌های سیراف به کما رفته و در حال حاضر متوقف مانده است. حتی دولت به تعهدات خود در اجرای طرح پالایشگاه عمل کرده است؟

تمامی سهامداران طرح پالایشگاه سیراف در طرح افزایش سرمایه شرکت کرده‌اند و اگر سهامداران این طرح را سودمند نمی‌دانند و بر این باورند که بازگشت سرمایه خوبی ندارد، چرا باید در طرح افزایش سرمایه حضور یابند؟ تقریبا یک ماه پیش جلسه مجمع حقوقی صاحبان سهامداران برگزار شد و تمامی سهامداران سهم مشترک‌شان را پرداخت کرده‌اند. تاکید می‌کنم در این میان دولت به تعهدات خود عمل کرده و طرح در حال اجرا است.

هم‌اکنون کارگاه سیراف با ۶۰۰ خودرو و ۲۰۰۰ کارگر بیمه شده با کد پروژه سیراف مشغول کار هستند و نمی‌توان طرحی را با این تعداد خودرو و کارگر فعال به کما رفته تلقی کرد. متاسفانه تاکنون در چند مرحله شایعاتی مبنی بر تعطیلی و معلق شدن طرح شنیده‌ایم و حتی اعلام شد که دو شرکت از ادامه همکاری صرف‌نظر کرده‌اند، این در حالی‌است که طرح با جدیت در حال انجام است.

میزان سهام پرداختی صاحبان سهام در طرح پالایشگاه سیراف چه میزان است؟

سهم اول پرداختی ۷میلیارد تومان بود که توسط تمامی سهامداران پرداخت شده است. سهم دوم نیز ۱۲،۸میلیارد تومان است که قرار شد در دو مرحله پرداخت شود که سهامداران تاکنون ۵،۵ میلیارد آن را پرداخت کرده‌اند و مابقی را در نخستین فرصت پرداخت خواهند کرد. البته صندوق‌های بازنشستگی صنعت نفت نیزسهم ۴ درصد خود را پرداخت کرده‌اند. پول شرط لازم اجرای طرح است و تمامی سهامداران درآن مشارکت داشته‌اند.

در صورتی که هر یک از سهامداران طرح سیراف تمایل به ادامه همکاری نداشته باشند، آیا در اجرای طرح اختلال ایجاد خواهد شد؟

هیچ سرمایه‌گذاری را برای انجام کاری نمی‌توان مجبور کرد. سرمایه‌گذاران با مطالعه و آگاهی از روند سرمایه‌گذاری وارد کار می‌شوند سهامداران طرح پالایشگاهی سیراف نیز از چند و چون موضوع مطلع بودند و هستند و با علم به میزان بازگشت سرمایه در مناقصات شرکت کردند و برنده شدند. اگر شرکت یا سهامداران کنونی طرح تمایلی برای ادامه همکاری نداشته باشند، با هماهنگی با وزارت و سهامداران این کار شدنی است. اما مسئله اینجاست که با لغو تحریم‌ها بسیاری از سرمایه‌گذاران خارجی علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری در طرح سیراف هستند.

این سرمایه‌گذاران خارجی متعلق به چه شرکت و کشوری هستند؟ آیا این سرمایه‌گذاران از اروپا هستند؟

نمی‌توان رسما اسامی شرکت‌ها را اعلام کرد اما شرکت‌های معتبر علاقه‌مند به فرآورده‌های نفتی هستند که از اروپا و آسیا هستند. برای نمونه دو کشور ژاپن و کره جنوبی از آسیا علاقه‌مند برای سرمایه‌گذاری هستند. بدون شک به محض خروج هر کدام از سهامداران از طرح کنونی با هماهنگی وزارت نفت سهامدار خارجی به سرعت جایگزین خواهد شد. البته، هنوز معتقدم که این صحبت‌ها شایعه است. هدف از این طرح رشد و توسعه سهامداران خصوصی است و اگر تمایلی برای ادامه همکاری وجود نداشته باشد حتما سهامدار خارجی جایگزین خواهد شد.

براساس گفته شما، آیا طرح پالایشگاه‌های سیراف متناسب با برنامه از پیش تعیین شده است یا با عقب ماندگی مواجه است؟

در عملیات خاکی ۲ صدم درصد عقب‌ماندگی داشتیم اما تلاش‌ها بر این است که عقب‌ماندگی اندک جبران شود. به تازگی نیز فعالیت عمرانی و اولیه طرح با سرعت بیشتری در حال پیگیری است. بر این اساس می‌توانیم اعلام کنیم که درمجموع از برنامه‌ریزی کلان جلو افتاده‌ایم.

در حال حاضر، توسعه پالایشگاه سیراف در چه مرحله‌ای است؟

مطالعات اولیه واحدها تمام شده و قراردادهای واحدهای تحت لیسانس نهایی شده است. تا پیش از اتمام سال جاری زمین سه پالایشگاه تحویل داده می‌شود و تا خردادماه سال ۹۵ نیز زمین پنج پالایشگاه دیگر به سهامداران تحویل داده می‌شود. فاز اول پروژه توسعه است که مجوزهای لازم صادر شده است. در حال حاضر خرید لیسانس‌ها و تکنولوژی در حال انجام است، همچنین انشعاب گاز، برق، مجوز برداشت آب از دریا و مطالعات زیست محیطی انجام شده است.

با لغو تحریم‌ها چه میزان از روند کار در پالایشگاه‌های سیراف سرعت خواهد گرفت؟

عملیات آماده‌سازی و اخذمجوزهای قانونی برای توسعه اولیه پروژه ارتباطی با تحریم ندارد، اما تامین منابع مالی ارزان قیمت از طریق فاینانس با لغو تحریم‌ها سرعت می‌یابد. دسترسی به منابع مالی ارزان قیمت نتیجه مهم رفع تحریم‌ها است تا پروژه زودتر به اتمام برسد و نرخ بازگشت سرمایه نیز افزایش یابد.

گزارش ۲

صف‌های طولانی برای حضور در بازار برق خورشیدی بی‌نتیجه ماند

بانک‌های ایرانی به سرمایه‌گذاران خارجی «نه» گفتند

لیلا مرگن
leilamargan2008@gmail.com

وضع قوانین جدید خرید تضمینی برق تجدیدپذیر، بازار ایران را برای سرمایه‌گذاران خارجی جذاب کرده است اما حضور این سرمایه‌گذاران نیازمند صدور ضمانت‌نامه‌های بانکی است.

کورش شوری، دبیر انجمن انرژی خورشیدی می‌گوید: از آنجا که وزارت نیرو بدهکارترین وزارتخانه دولت است، هیچ بانکی حاضر نیست بابت نیروگاه‌های تجدیدپذیر به شرکت‌های خارجی ضمانت‌نامه بدهد.

دبیر انجمن انرژی خورشیدی در گفت‌وگو با «فرصت‌امروز» بیان می‌کند: این طبیعی است که یک شرکت خارجی که ۱۷۰ میلیون دلار پول به داخل ایران می‌آورد، از طرف ایرانی خود ضمانت‌نامه بخواهد.

وی اضافه می‌کند: چندی پیش معاون وزیر نیرو از عقد قرارداد برای ایجاد یک هزار و ۲۵۰ مگاوات نیروگاه خورشیدی خبر داد اما این قرارداد هم مشابه سایر قراردادها به دلیل نبود ضمانت‌نامه بانکی، عقیم ماند.

دولت قصد دارد به‌زودی با کمک شرکت «گرین انرژی» آلمان چهار نیروگاه ۱۰ مگاواتی خورشیدی در کرمان، یک نیروگاه خورشیدی در گلستان، دو نیروگاه خورشیدی حرارتی ۲۰ مگاواتی و فتوولتاییک ۲۰ مگاواتی در خوزستان و یک نیروگاه خورشیدی در بهبهان خوزستان ایجاد کند. همچنین با همکاری اسپانیا و سرمایه‌گذاری بالغ بر ۵۰۰ میلیون یورو، ایجاد نیروگاه خورشیدی در سیستان و بلوچستان را در دستور کار خود قرار داده است.

۹۰ درصد قراردادها بی‌نتیجه می‌ماند

حمیدرضا ادیبی، مدیر عامل شرکت فاران که در زمینه انرژی خورشیدی فعال است نیز در گفت‌وگو با «فرصت امروز» از بی‌نتیجه ماندن بسیاری از قراردادها با کشورهای خارجی خبر می‌دهد.

به گفته وی، شرکت فاران تا هفته آینده با همکاری سرمایه‌گذار آلمانی چهار نیروگاه ۱۰ مگاواتی در چهار نقطه کشور را کلید خواهد زد اما دلیل این همکاری، اعتماد طرف آلمانی به شرکت فاران بوده است.

مدیر عامل شرکت فاران ادامه می‌دهد: ۸۰ تا ۹۰ درصد شرکت‌های اروپایی که ایران را نمی‌شناسند، بانک گارانتی مطالبه می‌کنند اما شرکت‌هایی که از قبل با شرکت‌های ایرانی کار کرده‌اند و سابقه اعتباری با این شرکت‌ها دارند، بدون بانک گارانتی وارد فعالیت شده و در صورت بروز مشکل، پول خود را از دولت آلمان دریافت خواهند کرد.

وی تاکید می‌کند: تنها شرکت‌هایی فعالیت خود را در ایران آغاز کرده‌اند که قبلا سابقه همکاری با شرکت‌های ایرانی داشتند اما بیش از ۹۰ درصد قراردادها و مذاکرات، به خاطر نبود بانک گارانتی متوقف شده است.

خرید تضمینی و تردید سرمایه‌گذاران ایرانی

ادیبی با اشاره به اینکه شرکت فاران تاکنون نیروگاه بزرگ ۱۰مگاواتی نساخته، می‌گوید: تلاش می‌کنیم یکی از چهار نیروگاه خورشیدی خود را بسازیم تا ببینیم آیا با فرمول‌های خرید تضمینی وزارت نیرو، می‌توانیم به کار خود ادامه دهیم؟

تردید درباره صرفه اقتصادی ساخت نیروگاه خورشیدی با سیاست‌های حمایتی دولت از سوی کورش شوری دبیر انجمن انرژی خورشیدی هم مطرح می‌شود.

به گفته شوری، فعالیت کردن در زمینه احداث نیروگاه‌های خورشیدی برای سرمایه‌گذاران ایرانی به صرفه نیست زیرا قیمت خرید تضمینی برق در طول ۲۰سال قرارداد، به‌صورت پلکانی کم می‌شود.

وی تاکید می‌کند: از آنجا که نرخ سود بانکی در ایران ۲۲درصد است، برای سرمایه‌گذار ایرانی به صرفه‌تر است پول خود را در بانک بگذارد اما دولت‌های اروپایی سوبسیدهای انرژی‌های تجدیدپذیر را قطع کرده‌اند، سود بانکی هم در این کشورها ۵ تا ۶ درصد است، بنابراین برای آنها به صرفه است که وارد بازار ایران شوند.

ایران با کشورهای دانمارک، آلمان، استرالیا، اسپانیا، چین، هند و بلژیک مذاکراتی برای ایجاد نیروگاه خورشیدی انجام داده‌است و سایر کشورها هم در نوبت مذاکره قرار دارند. نیروگاه‌های خورشیدی به دو دسته حرارتی و فتوولتاییک و هر کدام از آنها هم دسته‌بندی‌های کوچک‌تری دارند. اساس کار نیروگاه‌های حرارتی استفاده از نور خورشید برای گرم کردن سیال به حرکت درآورنده توربین و تولید برق است. اما در نیروگاه‌های فتوولتاییک یک‌سری نیمه هادی‌های سیلیکونی یا کریستالی وجود دارند که از طریق تابش خورشید، برق تولید می‌کنند. این برق از طریق مبدل‌هایی که «کانورتر» یا «اینورتر» نامیده می‌شوند به ولتاژ قابل استفاده برای مصرف‌کننده تبدیل می‌شود.

بخش خصوصی مسئول ایجاد نیروگاه خورشیدی

محل تامین اعتبار خرید تضمینی برق خورشیدی بند «ز» تبصره ۱۱ قانون بودجه است. براساس این تبصره به ازای هر کیلووات ساعت مصرف برق، ۳۰ ریال از مشترکان از طریق قبوض برق دریافت می‌شود تا صرف توسعه انرژی خورشیدی شود. کورش شوری می‌گوید: از محل اعتبارات حاصل از قبوض برق فقط برای تولید ۴۰۰ مگاوات برق خورشیدی منابع مالی فراهم می‌شود اما پیمان تقی‌پور مدیر دفتر برق و انرژی روستایی و فتوولتاییک سازمان انرژی‌های نو (سانا) در گفت‌وگو با «فرصت‌امروز» تاکید می‌کند: سعی می‌کنیم به اندازه منابع درآمدی خود تعهد ایجاد کنیم. اعتبارات سانا برای ۵هزار مگاوات انرژی تجدیدپذیر کافی است. به همین دلیل تا همین سقف قرارداد امضا کرده‌ایم. این مقام مسئول اضافه می‌کند: علاوه بر اعتبارات حاصل از قبوض برق، بخشی از اعتبارات توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر از محل صرفه‌جویی سوخت و بخشی هم توسط سازمان حفاظت محیط زیست تامین می‌شود.

وی درباره ظرفیت انرژی خورشیدی که تا پایان سال ۹۵ به شبکه برق کشور افزوده می‌شود، آماری ارائه نمی‌کند زیرا معتقد است که توسعه این انرژی، بستگی مستقیم به نظر بخش خصوصی و حضور آنها در عرصه سرمایه‌گذاری دارد.

به گفته تقی‌پور، ابلاغ سیاست‌های خرید تضمینی برق برای بخش خصوصی انگیزه کافی در راستای حضور در بازار برق تجدیدپذیر را فراهم کرده‌است و اگر سانا با صف تقاضا برای سرمایه‌گذاری مواجه نشده‌است، دلیلش عدم اطلاع‌رسانی کافی در زمینه سیاست‌های اخیر وزارت نیرو بوده است.

وی درباره تاثیر حضور شرکت‌های خارجی بر فعالیت شرکت‌های داخلی می‌گوید: تمام شرکت‌های خارجی باید یک شریک (جوین ونچر) داخلی داشته باشند. ضمن آنکه شرکت‌های خارجی فقط نیروگاه می‌سازند و سانا هیچ قراردادی با این شرکت‌ها برای انجام کارهای پیمانکاری و نصب پنل روی پشت بام منازل، منعقد نکرده است.

مدیر دفتر برق و انرژی روستایی و فتوولتاییک سانا بیان می‌کند: ایران از نظر تولید برق خورشیدی نسبت به همسایگان شمالی، شرقی و غربی خود و حتی اروپا وضعیت مناسب‌تری دارد. ایران به دلیل نزدیکی به خط استوا از زاویه تابش مناسب برخوردار است.

وی ادامه می‌دهد: در سیستم فتوولتاییک درجه حرارت در راندمان سلول‌ها و اینورتر تاثیر منفی دارد. به همین دلیل وضعیت نیروگاه‌های خورشیدی در ایران از کشور عربستان که به خط استوا نزدیک‌تر است، مطلوب‌تر خواهد بود. زیرا هوای ایران خنک‌تر از عربستان است. در حال حاضر نور مطلوب همسایگان جنوبی و سرمای همسایگان شمالی را توامان داریم، به همین دلیل پتانسیل مناسبی برای تولید انرژی خورشیدی در کشور وجود دارد.

بین‌الملل

کارشناسان خبره بازار نفت اعلام کرده‌اند

وضعیت فعلی بازار تا مدت‌ها ادامه خواهد داشت

هنگامی که شیخ خلیفه الصباح کویتی به وضعیت فعلی بازارهای جهانی نفت و رکود حاکم بر آن می‌نگرد، بدون شک دورانی را که در دهه ۸۰میلادی ناچار بود نفت خام کشورش را به قیمت کمتر از ۵ دلار در هر بشکه به فروش برساند، به خاطر خواهد آورد.

شیخ علی خلیفه الصباح که در آن زمان به‌عنوان وزیر نفت کویت فعالیت می‌کرد، ناچار بود روزانه یک یا دو محموله نفتی را با قیمتی بسیار ناچیز به فروش برساند تا نقدینگی مورد نیاز کشورش که شدیدا به درآمدهای نفتی وابسته بود را تامین کند. شیخ‌الصباح در این رابطه می‌گوید: «فروش نفت به این قیمت به دلیل وضعیت بازار بود و ما انتخاب دیگری نداشتیم.» برای فعالان و کارشناسان خبره بازارهای جهانی نفت، وضعیت فعلی بازار و حجم نفت خام موجود در آن یادآوری روزهای پرتنش بازار نفت در دهه ۸۰میلادی است. آنها اغلب در مصاحبه‌های خود می‌گویند، به دلیل عدم وجود اجماع در میان کشورهای تولیدکننده نفت در مورد اتخاذ سیاستی واحد در رابطه با میزان تولید و حمایت از قیمت نفت، وضعیت فعلی بازار و رکود حاکم بر آن به این زودی رفع نشده و ادامه خواهد یافت. مشکلات کویت در دهه ۸۰میلادی می‌تواند برای کسانی که می‌خواهند راه‌های موجود برای کشورهای تولیدکننده نفت جهت برون رفت از وضعیت فعلی را بررسی کنند، نکته‌ای آموزنده باشد. در واکنش به کاهش شدید قیمت نفت خام در سال‌های اولیه دهه ۸۰، کشورهای عضو اوپک تصمیم گرفتند با کاهش تولید خود، وضعیت بازار را بهبود ببخشند. به این منظور کویت که در آن زمان روزانه ۲ میلیون بشکه نفت تولید می‌کرد، تولید خود را به روزانه ۶۰۰ هزار بشکه کاهش داد و عربستان سعودی نیز به‌شدت از میزان تولید خود کاست تا از این طریق به افزایش قیمت نفت کمک کند. تصمیم برای کاهش تولید نفت دوامی نیاورد و برنامه‌ریزی صورت گرفته برای افزایش قیمت نفت به سه دلیل شکست خورد: نخست آنکه کشورهای عضو اوپک اطلاعات صحیحی از میزان تولید خود ارائه نکرده و بیش از مقدار مشخص شده تولید می‌کردند، دلیل دوم کاهش تقاضا برای نفت خام در سطح جهان بود، چراکه مصرف‌کنندگان انرژی پس از تجربه اتفاقات دهه ۷۰میلادی، به خرید اتومبیل‌های کم مصرف روی آورده بودند و در نهایت افزایش تولید نفت از سوی کشورهای عضو اوپک نظیر نروژ و مکزیک موجبات شکست طرح اوپک به منظور افزایش قیمت نفت در بازارهای جهانی شد.

در اواخر سال ۱۹۸۶ میلادی، عربستان سعودی و سایر کشورهای عضو اوپک بار دیگر تلاش کردند تا زمینه را جهت افزایش قیمت نفت در بازارهای جهانی فراهم کرده و سهم خود را در بازار افزایش دهند، اما این اقدام نیز با شکست همراه شد و قیمت نفت تا ۲۰ سال به همان صورت باقی ماند.

حال خاطرات آن روزها سبب شده تا شیخ علی الصباح ۷۱ ساله نسبت به آینده بازار نفت چندان خوشبین نباشد. وی در ارتباط با وضعیت بازار می‌گوید: «اگر فردا صبح قیمت نفت به ۲۰ دلار کاهش یابد، اصلا جای تعجب نیست، چراکه به مدت زیادی جهت حذف نفت مازاد از بازار نیاز داریم.»

در این راستا شیخ علی الصباح معتقد است که برای بازگشت بازار به وضعیت مطلوب و خروج از رکود، به ۱۰ سال زمان نیاز است. وی افزود: «این ایده که تولیدکنندگان نفت در آمریکا در حال نابودی هستند و چاه‌های نفت شان در حال تعطیلی است، توهمی بیش نبوده و تمامی این چاه‌ها به آسانی می‌توانند مجددا شروع به کار کنند.» شیخ علی‌الصباح ادامه داد: «در مجموع من معتقدم کاهش شدید قیمت نفت چندان هم برای کشورهای حوزه خلیج‌فارس بد نیست، چرا که این موضوع سبب می‌شود تا منطقی‌تر و هوشمندانه‌تر هزینه کرده و توجه بیشتری به اقتصاد خود داشته باشیم.» وی افزود: «کاهش فساد و مدیریت بهتر می‌تواند از مشکل موجود برای ما یک وضعیت ایده‌آل بسازد تا در برابر بحران‌های احتمالی پیش رو، از آمادگی لازم برخوردار باشیم.»

ترجمه: معراج آگاهی
منبع: رویترز

برق

معاون وزیر:

تولید و صادرات برق باید با هماهنگی وزارت نیرو انجام شود

معاون وزیر نیرو در امور برق و انرژی گفت: وزارت نیرو از تلاش شرکت ملی گاز ایران و بخش خصوصی برای توسعه صادرات برق استقبال می‌کند، اما هرگونه اقدام در این زمینه باید با هماهنگی این وزارتخانه انجام شود.

به گزارش ایرنا، هوشنگ فلاحتیان در حاشیه پنجمین همایش بین‌المللی ایتک (E-TEC) در پاسخ به ایرنا درباره موازی‌کاری شرکت ملی گاز ایران با وزارت نیرو در صادرات برق اظهار داشت: متولی صادرات برق در کشور وزارت نیرو است. وی تصریح کرد: هر چند وزارت نیرو از فعالیت زیرمجموعه‌های وزارت نفت مانند شرکت ملی گاز ایران و شرکت صادرات گاز در توسعه صادرات برق استقبال می‌کند اما باید بدانیم شبکه‌های سراسری برق کشور در اختیار وزارت نیرو است. به گفته فلاحتیان، مدیریت و راهبری شبکه‌های برق با دیسپاچینگ ملی است که زیر نظر وزارت نیرو فعالیت می‌کند، احداث نیروگاه فقط با مجوز این وزارتخانه انجام می‌شود و قراردادهای تامین برق مصرف‌کنندگان با شرکت‌های زیرمجموعه وزارت نیرو است و بالطبع افراد یا شرکت‌هایی که به دنبال صادر کردن برق و تحویل گرفتن گاز از شرکت ملی گاز هستند، نیازمند مراجعه به این وزارتخانه هستند.

گفت‌وگو

طرح ترافیک به صنف حمل‌ونقل کالای شهری تعلق نمی‌گیرد

حسین زندی، رئیس اتحادیه حمل‌ونقل کالای شهری عدم ارائه طرح ترافیک به این صنف را مهم‌ترین مشکل فعالان این صنف دانست و در توضیح این موضوع و سایر مشکلات این صنف با «فرصت امروز» به گفت‌وگو پرداخت.

یکی از مشکلاتی که این صنف همواره نسبت به آن اعتراض دارند، عدم تعلق طرح ترافیک به این صنف است، شما هم این موضوع را تأیید می‌کنید؟

عمده مشکلی که با آن مواجه هستیم، طرح ترافیک است. کامیون‌های حمل اثاث و کالا برای ورود به محدوده طرح ترافیک، مجوز لازم را ندارند و دائم در حال جریمه‌شدن هستند. با معاونت ترافیک شهرداری رایزنی‌های لازم را داشتیم اما متأسفانه پس از چهار الی پنج سال درگیری با این مشکل تاکنون اقدام جدی در این زمینه صورت نگرفته و همچنان واحدهای ما برای ورود به محدوده طرح ترافیک با مشکل مواجه هستند.

نرخ‌های صنف حمل‌ونقل کالای شهری حدود چهار سال می‌شود که بدون تغییر است دلیل این موضوع چیست؟

متأسفانه یکی دیگر از مشکلات ما عدم تغییر نرخ کرایه واحدهای ما است. نزدیک به چهار سال است که هزینه برای سه ساعت حمل اثاث و کالا ۴۸ هزار و ۵۰۰ تومان است و خواسته ما بعد از چهار سال افزایش قیمت‌ها و دریافت ۱۵۰ هزار تومان برای هر سرویس است. اما اتاق اصناف در جواب اعتراض‌های ما، می‌گویند به دلیل اینکه چهار سال افزایش قیمت نداشته‌اید باید ۲۰ درصد نرخ‌های خود را افزایش دهید که این موضوع برای ما مشکل جدی ایجاد کرده و با وجود برگزاری جلساتی با وزارت صنعت، معدن و تجارت و اتاق اصناف تاکنون هیچ تغییری در این زمینه ایجاد نشده است.

مشکل دیگر صنف حمل‌ونقل کالای شهری چیست؟

یکی دیگر از مشکلات ما ساعت کار پاساژها و مکان‌هایی است که باید کالا به این مکان‌ها منتقل شود. به‌عنوان مثال، هنگامی که کالایی از گمرک ترخیص می‌شود، باید به پاساژی خاص منتقل شود در اغلب موارد ساعت کاری پاساژ به اتمام رسیده یا امکان و فضای تخلیه بار وجود ندارد که برای واحدهای ما مشکلات زیادی ایجاد کرده است.

تولید

ربیعی: ایران و قرقیزستان در بخش ساخت‌وساز، معدن و درمان و دارو همکاری می‌کنند

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی اعلام کرد: جمهوری اسلامی ایران و قرقیزستان در زمینه سرمایه‌گذاری‌های مشترک در ساخت وساز، معادن، درمان و دارو با یکدیگر همکاری می‌کنند.

به گزارش ایرنا، علی ربیعی در دیدار با «خدای برگن بازاربایوف» وزیر کار و توسعه اجتماعی قرقیزستان، افزود: روابط دو کشور نقطه عطفی در گسترش همکاری‌های دو کشور است.

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی با اشاره به فصل‌های مشترک بین دو کشور در زمینه دین و فرهنگ، گفت: ایران آمادگی دارد با کشور قرقیزستان همکاری‌ها را گسترش دهد.

وی، سفر رئیس‌جمهوری قرقیزستان در شهریورماه امسال و امضای هشت سند همکاری مشترک را نقطه عطفی در روابط دو کشور برشمرد و افزود: ایران و قرقیزستان همواره روابط خوبی با یکدیگر داشته‌اند و انتقال تجربه‌ها بین دو کشور در زمینه حمایت‌های اجتماعی این همکاری‌ها را تقویت می‌کند.

همچنین در نشست وزیران کار دو کشور، درباره توانمندی‌ها و تجارب دو کشور در زمینه روابط کار، مهارت آموزی و تامین‌اجتماعی و امکان تبادل تجارب گفت‌وگو شد. ربیعی گفت: ایران در زمینه روابط کار، ایمنی و بهداشت کار و تامین‌اجتماعی و نیز آموزش‌های فنی و حرفه‌ای تجارب ارزشمندی دارد و آماده است این تجارب را در اختیار طرف قرقیزی قرار دهد. وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی آمادگی شرکت‌های ایرانی وابسته به صندوق‌های بیمه‌ای در زمینه ساخت وساز، معادن، درمان و دارو و سرمایه‌گذاری‌های مشترک در قرقیزستان را اعلام کرد و قرار شد در دیدارهای دوجانبه، هیأت‌های کارشناسی موارد یاد شده را بررسی کنند.

وزیر توسعه اجتماعی قرقیزستان نیز در این دیدار توانایی‌های ایران را در زمینه‌های مختلف از جمله توسعه خدمات پایه سلامت و توانبخشی معلولان بسیار ارزشمند برشمرد و خواستار انتقال تجارب شد.

وی، امکان سرمایه‌گذاری‌های مشترک و نیز تشکیل سمینارها و کارگاه‌های آموزشی را از جمله بخش‌های مورد علاقه برای همکاری بین دو کشور برشمرد.

وزیر کار و توسعه اجتماعی قرقیزستان با ابراز خرسندی از دیدار خود از ایران تأکید کرد: ما برای رابطه با ایران نقش و اهمیت زیادی قائل هستیم و قرقیزستان علاقه دارد تا علاوه بر گسترش روابط سیاسی همکاری در زمینه‌های اقتصادی و اجتماعی را توسعه دهد. به گزارش ایرنا، در این دیدار دو طرف بر گسترش همکاری‌ها در زمینه توسعه کارآفرینی، آموزش‌های فنی و حرفه‌ای، تامین‌اجتماعی، بهزیستی و سرمایه‌گذاری‌های مشترک تأکید کردند.

اهداف ۱۴۰۴ در ۳ صنعت استراتژیک کشور محقق می‌شود؟

امید در افق می‌درخشد

ساناز کلاهدوز
sanazkolahdooz@yahoo.com

چشم‌انداز بخش صنعت، معدن و تجارت در افق سال ۱۴۰۴، با عناوین «پیشران اقتصاد کشور»، «درون‌زا»، «برونگرا» و. . . در «تراز کشورهای نوظهور صنعتی» ترسیم شده است. در این سند برای سه صنعت استراتژیک سیمان، فولاد و کاشی و سرامیک در کشور جایگاه‌های متفاوتی در نظر گرفته شده است. اما باتوجه به شرایط فعلی اقتصاد کشور این سوال پیش می‌آید که آیا امکان رسیدن به اهداف مورد نظر برای این صنایع در سند چشم‌انداز ۲۰ساله وجود دارد یا خیر؟

یکی از مهم‌ترین عوامل توسعه و عامل اصلی عمران و آبادانی کشور، تولید سیمان است. در تمامی دولت‌ها، بر مزیت تولید سیمان تأکید شده و یکی از اصلی‌ترین محورها در تمامی برنامه‌های توسعه‌ای کشور بوده است.

سیمان به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر توسعه‌ای در تأمین زیرساخت‌های اقتصادی کشور، نهادهای استراتژیک محسوب می‌شود، به‌طوری که بین فرآیند رشد اقتصادی و سرانه مصرف سیمان در هر کشور، همبستگی بالایی وجود دارد.

برهمین اساس عبدالرضا شیخان، دبیر انجمن کارفرمایان سیمان در گفت‌وگو با «فرصت امروز» درباره اینکه صنعت سیمان کشور باید در سال ۱۴۰۴ موفق به کسب جایگاه سوم جهان با ظرفیت تولید سالانه ۱۲۰ میلیون تن و رتبه اول در صادرات جهانی و ظرفیت تولید در منطقه باشد، می‌گوید: تا سال ۱۴۰۴، حدود ۱۰ سال وقت داریم. خوشبختانه صنعت سیمان در دهه ۸۰ تا سال ۹۰ موفق شد ظرفیت تولید سیمان ۲۹،۵ میلیون تنی را به ۸۰میلیون تن برساند که این روند توانست ادامه یابد و به رقم ۱۲۰ میلیون تن برسد. اما با توجه به اینکه از سال ۹۱ رشد اقتصادی کشور منفی شد و رکود بر اقتصاد و صنعت حاکم شد، طبیعتا سرمایه‌گذاری در صنعت سیمان متوقف شده است، این رکود سبب شد تا کسانی که برای تأسیس کارخانه‌های جدید سیمان مجوز گرفته بودند، دست نگه داشته و از راه‌اندازی کارخانه منصرف شوند.

او با اشاره به ظرفیت۸۰میلیون تنی صنعت سیمان توضیح می‌دهد: ما در بخش سیمان در ۱۰ ماهه نخست سال ۴۰ میلیون در بازارهای داخلی و ۱۲میلیون در بخش صادرات فروش داشته‌ایم. محدود شدن ظرفیت فروش سبب شد تا تولید نیز تحت تأثیر قرار گرفته و باهماهنگ شدن دو بخش تولید و بازار مصرف نتیجه این شد تولید سیمان متوقف و تولید کلینکر ادامه پیدا کند.

دبیر انجمن کارفرمایان سیمان معتقد است: اگر ظرفیت بازار سیمان در سال ۱۴۰۴ حدود ۱۱۰میلیون تن در نظر گرفته شود، با توجه به پایان رسیدن پروژه‌هایی که بیشتر از ۵۰ درصد پیشرفت فیزیکی دارند، ظرفیت کارخانه‌های فعلی نیاز بازار در سال ۱۴۰۴ را تأمین خواهد کرد و به تأسیس کارخانه‌های جدید سیمان نیازی نخواهیم داشت.

بازار ما نیازمند بازاریابی و بازارسازی است

همچنین در این سند برای صنعت فولاد در کشور دستیابی به جایگاه هفتم دنیا و تولید سالانه ۵۵ میلیون‌تن پیش‌بینی شده که طبق نظر کارشناسان به دلیل رکود داخلی و خارجی رسیدن به این جایگاه دور از انتظار است.

در همین راستا رضا زائر حیدری، کارشناس فولاد درباره دستیابی به کسب جایگاه هفتم تولید فولاد دنیا که با تولید سالانه ۵۵میلیون تن فولاد خام در سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ کشور بر آن تأکید شده در گفت‌وگو با «فرصت امروز» می‌گوید: ما در این راه و رسیدن به سند ۱۴۰۴ به چند عامل نیاز داریم که یکی از مهم‌ترین این نیازها، علاوه بر سرمایه‌گذاری در صنعت فولاد، سرمایه‌گذاری بزرگی در زیرساخت‌ها است. به‌طور مثال سرمایه‌گذاری در زمینه راه‌آهن، انرژی، آب شیرین‌کن در صورت نزدیکی به دریا و... صورت گیرد.

او ادامه داد: از طرفی بازار فولاد ما نیازمند بازاریابی و بازارسازی برای فروش تولیدات است. رشد خیلی سریع و دورقمی پیش از این در کشورهای دیگر انجام شده و امکان‌پذیر است اما با وجود اینکه این شرایط در ایران تفاوت چشمگیری دارد، نیازمند اراده و توانی بسیار قوی است.

این کارشناس فولاد در ادامه درباره اینکه چه زمینه‌ها و زیرساخت‌هایی برای رسیدن به این افق لازم است، گفت: پیش از هرکاری باید در جهت جذب سرمایه اقدام کنیم و جذابیت‌های لازم را برای سرمایه‌گذاری ایجاد کنیم تا بتوانیم این اطمینان را به سرمایه‌گذار خارجی بدهیم که این سرمایه‌گذاری سوددهی کافی را خواهد داشت.

حیدری تأکید کرد: مهم‌ترین مسئله در صنعت فولاد در شرایط فعلی بازار فولاد است. اگر این بازار وجود داشته باشد، به‌طور حتم از رونق خوبی برخوردار خواهیم بود. در حال حاضر، این بازار وجود دارد اما کوچک و فاقد جذابیت و سوددهی لازم است. به همین دلیل، با توجه به ضعف ما در تأمین سرمایه، نیازمند جذب سرمایه‌گذار خارجی هستیم اما متأسفانه در شرایط فعلی بازار جذابیت لازم را ندارد تا قدرت جذب سرمایه‌گذار خارجی را داشته باشد.

مدیریت جدی بر صادرات ما وجود ندارد

اما شرایط صنعت سیمان و کاشی ما به‌گونه‌ای است که طبق توافق‌های صورت گرفته، فعالان این صنعت با تعطیلی سه ماهه کارخانه‌ها موافقت کرده‌اند، حال باید دید با توجه به این شرایط امکان دستیابی به جایگاه چهارم تولید سیمان در جهان امکان‌پذیر است یا خیر؟

مجتبی شیرآلی عضو انجمن صنفی تولیدکنندگان کاشی و سرامیک کشور و مدیرعامل شرکت آپادانا سرام در گفت‌وگو با «فرصت امروز» درباره کسب جایگاه چهارم در جهان با ظرفیت تولید سالانه ۷۰۰میلیون متر مربع و ۲میلیارد دلار صادرات معتقد است: درحال حاضر، رکود اقتصادی شدیدی بر صنعت ساختمان در کشور حاکم است و با توجه به اینکه ۳۶۰ صنعت با ساختمان درگیر است، دچار این رکود شده و رکود اقتصادی در صنعت ساختمان تأثیر مستقیمی بر سایر صنایع داشته است.

او ادامه داد: امسال چهارمین سالی است که صنعت ساختمان در کشور دچار رکود جدی شده که به تبع صنایع وابسته نیز با آن درگیر هستند. از نظر من صنعت کاشی و سرامیک ما با دو مشکل داخلی و خارجی مواجه است که هریک از این بخش‌ها به چندین عامل تقسیم می‌شوند. مشکلات داخلی در کشور در درجه اول به دلیل رکود حاکم بر صنعت ساختمان و صنایع وابسته آن است و سپس واردات بی‌رویه محصولات خارجی که موجب ضربه به تولیدکننده داخلی است.

عضو انجمن صنفی تولیدکنندگان کاشی و سرامیک می‌گوید: از سوی دیگر مشکلات خارجی نیز تأثیر جدی بر این بازار خواهد داشت که شامل تنش‌های سیاسی موجود در کشورهای همسایه است که کل منطقه را تحت تأثیر خود قرار داده است. عامل خارجی دیگر عدم نظارت بر صادرات از لحاظ کیفیت است، زیرا متأسفانه در حال حاضر عراق ۳۵میلیارد تومان واردات کاشی و سرامیک دارد که سهم ایران از این میزان بسیار ناچیز است. دلیل این سهم اندک صادرات محصولات بی‌کیفیت با قیمت یک و دو دلاری است که تنها نتیجه‌ای که برای ما داشته است، بی‌اعتمادی عراقی‌ها به محصولات و تولیدات ایرانی به دلیل کیفیت پایین آنها است. درحالی‌که ترکیه با وجود فاصله بیشتری که با عراق دارد، توانسته محصولات خود را به خوبی در بازار این کشور معرفی و عرضه کند و مشتری‌های خود را نیز جذب کرده‌اند. او می‌افزاید: از نظر من رسیدن به نقطه مورد نظر در سند ۱۴۰۴ بسیار خوشبینانه است زیرا هنگامی که به انبارهای تولید کاشی و سرامیک سر می‌زنیم اکثر آنها با بحران مواجه هستند که نتیجه آن دپو تولیدات آنها در انبار است. علاوه بر این کاشی و سرامیک به دلیل اهمیتی که دارد از جمله محصولات استراتژیک در کشور است.

به گزارش «فرصت امروز»، براساس نظر فعالان صنایع استراتژیک و مهم کشور رسیدن به اهداف سند ۱۴۰۴ قابل دسترسی و دور از ذهن نیست اما نیازمند تلاش جدی و همت دولتمردان و تولیدکنندگان است.

صنعت غذایی

تولیدکننده موادغذایی:

تصمیم‌های جزیره‌ای به زیان تولید است

رئیس انجمن تولیدکنندگان کره گیاهی کشور به مشکلات تأمین روغن خام مورد نیاز کشور اشاره کرد و افزود: بزرگ‌ترین مشکل ما به‌عنوان تولیدکننده تصمیم‌های جزیره‌ای است.

حسن محمد علیزاده، در گفت‌وگو با ایرنا افزود: ماده ۱۶ قانون افزایش بهره‌وری بخش کشاورزی و منابع طبیعی تأکید می‌کند که دولت باید به منظور حمایت از تولیدات داخلی، برای واردات کالا و محصولات بخش کشاورزی تعرفه مؤثر وضع کند، به‌گونه‌ای که نرخ مبادله همواره به نفع تولیدکننده داخلی باشد.

در ماده ۱۶ قانون افزایش بهره‌وری بخش کشاورزی و منابع طبیعی آمده است: «وزارت بازرگانی و سایر اشخاص حقیقی و حقوقی اعم از دولتی و غیردولتی قبل از واردات کالاها یا محصولات بخش کشاورزی (اعم از خام یا فرآوری شده) یا مواد اولیه غذایی مورد نیاز صنایع غذایی و تبدیلی موظفند از وزارت جهاد کشاورزی مجوز لازم را اخذ کنند. همچنین دولت مکلف است به‌منظور حمایت از تولیدات داخلی، برای واردات تمام کالاها و محصولات بخش کشاورزی تعرفه مؤثر وضع کند، به‌گونه‌ای که نرخ مبادله همواره به نفع تولیدکننده داخلی باشد.»

در تبصره (۲) این ماده قانونی آمده است: «مسئولیت انتخاب ابزار تعرفه‌ای، تعیین سهمیه مقداری، زمان ورود و مقدار تعرفه برای کالاهای کشاورزی و فرآورده‌های غذایی با وزارت جهاد کشاورزی خواهد بود.»

علیزاده در ادامه افزود: بنابراین، براساس این تبصره وزارت جهادکشاورزی هر ساله باید در حمایت از محصولات داخلی، ابزارهای تعرفه‌ای، سهمیه مقداری، زمان ورود و مقدار تعرفه را تعیین کند. در این زمینه، امسال ستاد تنظیم بازار برای جبران زیان تولیدکنندگان دانه روغنی داخلی مجوزی صادر کرد که بر مبنای آن، تعرفه‌ای به ازای هر کیلوگرم روغن‌خام وارداتی دریافت شود که این مجوز در شورای اقتصاد تصویب نشد.

رئیس انجمن تولیدکنندگان کره گیاهی کشور گفت: سپس این شرط تغییر کرد و وزارت جهادکشاورزی اعلام کرد هر واردکننده به ازای واردات ۴کیلوگرم روغن خام، باید یک کیلوگرم دانه روغنی داخلی خریداری کند. این طرح نیز با نقاط ضعف فراوانی همراه بود و در نهایت در هیأت دولت تصویب نشد. علیزاده با تأکید براینکه وزارت جهادکشاورزی باید هرساله برنامه خود را درمورد این ماده قانونی اعلام کند، افزود: این وزارتخانه مکلف است نیاز داخلی و میزان واردات را مشخص کند و ادامه فرآیند مربوط به سازمان توسعه تجارت است.

به گفته وی، ساز و کار ثبت واردات روغن خام برای واردکنندگان مشخص نیست؛ از یک طرف وزارت جهادکشاورزی اعلام کرده باید ثبت سفارش انجام شود و از طرف دیگر سازمان توسعه تجارت می‌گوید به ثبت سفارش نیازی نیست.

این مقام مسئول نیاز سالانه کشور به روغن خام را یک میلیون و ۵۰۰ هزار تن اعلام کرد و افزود: ۳۰۰هزار تن این میزان در داخل تولید می‌شود.

وی با اشاره به اینکه روغن خام وارداتی شامل پالم، آفتابگردان و سویا می‌شود، گفت: به دلیل امکان استفاده از روغن پالم بدون داشتن مجوزهای قانونی در صنایع غذایی، سازمان غذا و دارو به دنبال اعمال محدودیت در واردات روغن پالم است. از طرف دیگر، به دلیل اصلاح استانداردهای کره گیاهی در کشور، نیاز به استفاده از روغن پالم برای صنایع تبدیلی وجود دارد و انجمن به منظور جلوگیری از افزایش قیمت تمام شده، با افزایش تعرفه وارداتی روغن پالم موافق نیست و پیشنهاد می‌کند کماکان با نظارت سازمان غذا و دارو و حفظ سقف واردات روغن پالم، این سهمیه را انجمن‌های تخصصی میان کارخانجات صنایع تبدیلی توزیع کنند.

به گزارش ایرنا، سازمان توسعه تجارت پیش از این اعلام کرده بود، واردات روغن خام از ۲۵بهمن ماه امسال دیگر نیازی به اخذ مجوز (کد رهگیری) از وزارت جهادکشاورزی ندارد و با توجه به دستور وزیر صنعت، معدن و تجارت، از این تاریخ همه ثبت سفارش‌ها مربوط به واردات روغن خام، بدون نیاز به مجوز از وزارت جهاد کشاورزی قابل اقدام خواهد بود.

صنعت

وزیر صنعت معدن و تجارت:

بخش معدن فرصت مناسبی برای سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی است

وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت: اغلب اکتشافات انجام شده تاکنون به‌صورت سطحی بوده و میانگین عمق حفاری به ۵۰ متر نیز نمی‌رسیدکه باید با انجام سایر فعالیت‌های زمین‌شناسی از جمله ژئوفیزیک هوایی به سمت اکتشافات عمقی و زیرعمقی پیش رویم.

به گزارش شبکه اطلاع‌رسانی تولید و تجارت ایران (شاتا) «مهندس محمدرضا نعمت‌زاده» در مراسم افتتاح سی‌و چهارمین گردهمایی و دومین کنگره بین‌المللی تخصصی علوم زمین با بیان این مطلب افزود: کشور ما از لحاظ زمین‌شناسی، دارای ۶۸ نوع ماده معدنی است و به لحاظ تنوع جزو ۱۰ کشور برتر معدنی قرار دارد.

به گفته نعمت‌زاده، اگرچه فعالیت‌های خوبی در گذشته انجام شده اما، این فعالیت‌ها به هیچ عنوان برای بهره‌برداری از این منابع خدادادی کافی نبوده است.

وی افزود: در کشورهای دیگر عمده سرمایه‌گذاری‌ها در معادن بزرگ مقیاس صورت می‌گیرد اما عمده معادن کشور ما کوچک مقیاس هستند و برای رسیدن به معادن بزرگ مقیاس سعی کردیم مقیاس کارهای اکتشافی را بالاتر ببریم. وی در توضیح این مطلب افزود: در گذشته حداکثر وسعت محدوده اکتشافی ۴۰ کیلومتر مربع بوده ولی در حال حاضر با تعریف پهنه‌ها، این مقیاس بالاتر رفته و محدوده‌ها وسیع‌تر شده است که با انجام عملیات اکتشافی و رسیدن به محدوده‌های امیدوارکننده و ذخایر مواد معدنی، محدوده‌ها کوچک‌تر شده و پروانه اکتشاف برای آنها صادر خواهد شد. وی در بخش دیگری از سخنان خود گفت: بین سال‌های ۸۴ تا ۹۲ بالغ بر ۱۰۰ میلیون تن سنگ‌آهن از کشور صادر شد که ارزشی معادل ۵ میلیارد دلار داشت، درحالی‌که در همین فاصله زمانی با واردات ۳۰ میلیارد دلاری فولاد مواجه بوده‌ایم، بنابراین هرچقدر زنجیره تولید مواد معدنی کامل‌تر شود، ارزش افزوده بیشتری در بخش معدن رخ خواهد داد.

مهندس نعمت‌زاده در ادامه یادآور شد: از سال ۹۲ سازمان زمین‌شناسی کشور عملیات ژئوفیزیک کشور را سرعت داده و طی ۹ ماهه امسال نزدیک به ۱۵۰ هزار کیلومتر خطی عملیات ژئوفیزیکی را به انجام رسانده، این در حالی است که طی ده سال منتهی به سال ۹۲ در مجموعه ۲۲۰ هزار کیلومتر خطی ژئوفیزیک هوایی صورت گرفته بود.

وی گفت: وزارت صنعت، معدن و تجارت از ابتدای دی ماه سال جاری نیز اقدام به آزادسازی ۱۷هزار محدوده اکتشافی بلوکه شده از طریق سامانه کاداستر کرده‌اند. به گفته مهندس نعمت‌زاده هم‌اکنون ۴۰میلیارد تن انواع ذخیره معدنی در کشور وجود دارد و سالانه ۴۰۰میلیون تن مواد معدنی استخراج می‌شود که برای آن برنامه‌های بلندمدتی تدوین شده است.

وزیر صنعت، معدن و تجارت تأکید کرد: بخش معدن رویکرد خوب و نقش خاصی در اقتصاد مقاومتی دارد و در دوره‌های تحریم به دلیل وجود ذخایر عظیم خدادادی معدنی کمترین آسیب را دیده است که تنها آسیب این بخش از لحاظ تأخیر بر تحویل ماشین‌آلات معدنی بوده‌اند.

کشاورزی

رئیس سازمان چای خبر داد

پرداخت کامل مطالبات چایکاران

رئیس سازمان چای از پرداخت همه مطالبات ۱۳۶میلیارد تومانی چایکاران در سال جاری خبر داد و گفت: برای نخستین بار پس از ۱۵ سال، ۱۵ میلیارد و ۲۰۰ میلیون تومان تسهیلات به‌زراعی به چایکاران پرداخت شد.

محمدولی روزبهان، در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: در سال جاری بیش از ۸۷ هزار تن برگ سبز چای به ارزش ۱۳۶ میلیارد تومان از چایکاران خریداری شده که حدود ۱۹ هزار و ۶۰۰ تن چای خشک به تولید رسید، همچنین همه مطالبات چایکاران در روز گذشته پرداخت شد. وی با بیان اینکه ۹۱ میلیارد تومان از مطالبات سهم دولت و ۴۴ میلیارد تومان نیز سهم کارخانه‌های فرآوری چای بوده است اما برخی از کارخانه‌ها در این میان سهم خود را پرداخت نکرده‌اند، افزود: در راستای جوان‌سازی بته‌ها و باغ‌های چای پرداخت تسهیلات به‌زراعی به چایکاران در دستور کار قرار گرفت، به‌گونه‌ای که حدود ۲۴ هزار چایکار که متقاضی دریافت این تسهیلات بودند، پس از تشکیل این پرونده و انجام مراحل اداری بسته به سطح زیر کشت باغات‌شان توانستند از این تسهیلات استفاده کنند. رئیس سازمان چای ادامه داد: تسهیلات به‌زراعی پرداخت شده به چایکاران بدون سود و کارمزد بوده و پس از دو سال تنفس، طی سه سال از چایکاران دریافت می‌شود؛ به‌گونه‌ای که این اقساط از محل فروش برگ سبز چای به دولت کسر خواهد شد.

روزبهان گفت: در تمام مراحل پرداخت این تسهیلات به چایکاران نظارت‌های کامل صورت گرفته تا این تسهیلات صرف جوان‌سازی بته‌های چای شوند و اصولاً به چایکارانی پرداخت می‌شود که عملیات به‌زراعی را انجام داده باشند. وی اعلام کرد: برای نخستین بار پس از سال‌ها شاهد بودیم که ۹۵ درصد چای تولیدشده در کشور فروخته شد و این نشان‌دهنده استقبال مردم و بازار داخلی از چای ایرانی است.

بیمه‌نامه

دیدار دبیرمجمع تشخیص مصلحت نظام با مدیرعامل بیمه «ما»

دبیر مجمع تشخیص مصلحت نظام در دیدار مدیرعامل شرکت سهامی بیمه «ما» در راستای دستیابی به اهداف سند چشم‌انداز ۲۰ ساله توسعه ایران در سال ۱۴۰۴ خواستار بازنگری و تسهیل در دستورالعمل‌های صنعت بیمه شد.

به گزارش روابط عمومی بیمه «ما»، محسن رضایی دبیر مجمع تشخیص مصلحت نظام، محمد خرم مشاور وزیر ورزش جوانان و مجیدصفدری مدیرعامل شرکت بیمه «ما»، مسائل مهم صنعت بیمه ونقش نهادهای اجتماعی و سیاسی درگسترش فرهنگ بیمه را به بحث و بررسی گذاشتند.

براساس این گزارش، در این دیدار که در دبیرخانه مجمع تشخیص مصلحت نظام برگزار شد، محسن رضایی ضمن تأکید برآنکه گسترش فرهنگ بیمه و خدمات‌رسانی مناسب و شایسته باید در اولویت بیمه‌گذاران باشد، گفت: بسیاری از آحاد جامعه با منافع و تعهدات بیمه‌نامه‌ها آشنایی ندارند و صنعت بیمه کشور باید با ارائه اطلاعات شفاف و شاخص‌ها و ویژگی‌های انواع بیمه‌نامه‌ها این خدمات ارزنده را از کالای لوکس به کالای ضروری تبدیل کنند تا صنعتگران، تولیدکنندگان، بازرگانان و تمام مردم عزیزمان تمایل به خرید بیمه‌نامه داشته باشند. از طرفی، نقش بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری در تأمین رفاه جامعه بسیار مهم است و افراد مختلف کشور با ابتیاع این بیمه‌نامه‌ها دارای آینده‌ای روشن خواهند شد و با برنامه مالی معین دوران زندگی خود و خانواده تحت تکفل‌شان را مدیریت خواهند کرد.

دکتر محسن رضایی تأکید کرد: ضریب نفوذ بیمه کشورمان با افق سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ فاصله معناداری دارد و زیبنده ایران اسلامی با چنین ظرفیت‌های بالقوه جمعیتی و جغرافیایی نیست. بنابراین دست‌اندرکاران صنعت بیمه باید زیرساخت‌های افزایش ضریب نفوذ بیمه و آهنگ رشد این صنعت را فراهم کنند.

دبیر مجمع تشخیص مصلحت نظام در پایان خاطر نشان کرد: فرآگیری آموزش‌های جدید بیمه‌گری و اطلاع‌رسانی این آموزش‌ها در دوران پساتحریم از ضروریات است. همچنین قوانین، آیین نامه‌ها و دستورالعمل‌های صنعت بیمه در راستای سند چشم‌انداز ایران ۱۴۰۴ بازنگری و تسهیل شود تا به قدرت صنعت بیمه و ایجاد شرایط مناسب و شایسته افزوده شود.

بانکنامه

قابل توجه شرکت‌کنندگان در جشنواره فیلم ۱۸۰ ثانیه‌ای

لزوم ارسال مدارک جهت خرید سهام بانک پاسارگاد

به اطلاع کلیه شرکت‌کنندگان گرامی در نخستین جشنواره فیلم ۱۸۰ ثانیه‌ای بانک پاسارگاد می‌رساند، طبق دستور مدیرعامل بانک مبنی بر تخصیص سهام به شرکت‌کنندگان، تعدادی از هنرمندان تاکنون اقدام به ارسال مدارک خود نکرده‌اند. از آنجا که در نظر است هر چه زودتر سهام عزیزان خریداری شود لازم است مدارک کلیه شرکت‌کنندگان گرانقدر جمع‌آوری شود.

از این‌رو خواهشمند است به منظور احترام به حقوق هنرمندانی که مدارک خود را به موقع ارسال کرده‌اند، سایر عزیزان نیز در اسرع وقت جهت ارسال مدارک خود اقدام کنند. بدیهی است برگه سهام پس از خرید از بورس به همراه گواهی حضور در جشنواره به نشانی پستی شرکت‌کنندگان ارسال خواهد شد.

گفتنی است نخستین جشنواره فیلم کوتاه بانک‌پاسارگاد از خرداد سال جاری، طی فراخوانی، فعالیت خود را در سه محور اصلی «حفظ محیط‌زیست و منابع طبیعی»، «تکریم خانواده و حقوق اجتماعی»، «معرفی یکی از ویژگی‌های بانک پاسارگاد» و یک بخش جنبی با عنوان «ارسال ایده‌ها» آغاز کرد. در پی استقبال کم‌نظیر علاقه‌مندان و هنردوستان، مهلت ارسال آثار به این جشنواره تا پایان شهریور ۱۳۹۴ تمدید شد و بیش از ۵ هزار نفر در این جشنواره ثبت‌نام کردند که در نهایت ۱۸۹۴ فیلم و ۵۰۰ ایده به دبیرخانه جشنواره ارسال شد. در ارزیابی این آثار که توسط فیلمسازان و هنرشناسان بنام کشور همچون کمال تبریزی، روح‌اله حجازی، دکتر حسن بلخاری و دکتر محمود دهقان صورت گرفت، ۳۰۰ اثر و ۵۲ ایده انتخاب شد و از میان آثار منتخب در هر بخش، تعداد ۱۰ اثر برگزیده شد. نظر به استقبال کم‌نظیر علاقه‌مندان، طبق موافقت مدیرعامل بانک‌پاسارگاد، مقرر شد به کلیه شرکت‌کنندگان در جشنواره سهام بانک‌پاسارگاد اعطا شود. همچنین نفرات برگزیده در هر بخش در صورت ادامه تحصیل، بدون هیچگونه تعهدی، مانند برگزیدگان بورسیه بانک‌پاسارگاد در ۸ دوره کنکور سراسری، بورسیه خواهند شد. در این جشنواره به نفرات اول تا چهارم در هر بخش به ترتیب، تندیس جشنواره به همراه دیپلم افتخار و مبلغ ۶۰ میلیون ریال، تندیس جشنواره به همراه دیپلم افتخار و مبلغ ۴۰میلیون ریال، تندیس جشنواره به همراه دیپلم افتخار و مبلغ ۳۰ میلیون ریال و تندیس جشنواره به همراه دیپلم افتخار و مبلغ ۲۰ میلیون ریال اهدا شد. همچنین در بخش جنبی جشنواره به چهار ایده برتر در هر بخش، تندیس جشنواره به همراه دیپلم افتخار و مبلغ ۱۰میلیون ریال اهدا شد. گفتنی است علاقه‌مندان برای کسب اطلاعات بیشتر در خصوص جشنواره، اسامی برگزیدگان و آثار منتخب می‌توانند به سایت www.pasargadfilmfest.ir مراجعه کنند.

اصلاحیه

پیرو مناقصه عمومی ۹۴/۱۲۳ مورخ ۹۴/۱۱/۱۹ در روزنامه فرصت امروز، فراخوان عمومی صحیح می باشد.

۱۸۹۶ روابط عمومی راه و شهرسازی استان هرمزگان

۸۰درصد بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی تمدید می‌شود

آمارهای اضافه برداشت بانک‌ها در جعبه سیاه

مریم همتی
پژوهشگر پژوهشکده پولی و بانکی

افزایش زیاد بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی در سال‌های اخیر نشان‌دهنده فزونی مزمن مصارف نسبت به منابع در شبکه بانکی است. در سال‌های اخیر، نسبت تسهیلات اعطایی به سپرده‌های بانکی پس از کسر سپرده قانونی در ایران بیش از استاندارد بین‌المللی بوده است.

مطابق اظهار کارشناسان بانک مرکزی، تقریبا ۸۰درصد بدهی بانک‌های بدهکار تمدید می‌شود. به بیان دیگر، تراز برخی از بانک‌ها نزد بانک مرکزی به طور مستمر منفی است. بنابراین به نظر می‌رسد کسری مزمن ساختاری در ترازنامه بخشی از بانک‌ها اتفاق افتاده است.

به گزارش پژوهشکده پولی و بانکی، بانک‌های مرکزی به منظور محدود کردن انتشار ریسک نقدینگی بانک‌ها، منابع در اختیار بانک‌ها قرار می‌دهند، اما منابع بانک مرکزی فقط برای رفع کمبود نقدینگی بسیار کوتاه‌مدت بانک‌هاست و به هیچ وجه در افق فراتر از چند روز و برای جبران اعسار یا ورشکستگی بانک‌ها اعطا نمی‌شود. بنابراین، باید میان کسری موقت و مزمن بانک‌ها تفاوت قائل شد. بانکی که توانایی مالی جهت پرداخت دیون را دارد، ممکن است به دلیل شرایط غیرمنتظره مالی در کوتاه‌مدت دچار مشکل نقدینگی شود و بانک مرکزی این ریسک را به طور محدود، مشروط و بازدارنده پوشش می‌دهد، ولی اگر طرح کسب‌وکار یک بانک مناسب نباشد یا این کسری مزمن باشد، ادامه تزریق نقدینگی برای جلوگیری از ورشکستگی آن بانک سیاست مناسبی نیست. به منظور ریشه‌یابی کسری مزمن ترازنامه بانک‌ها، لازم است عوامل موثر در عدم توازن منابع و مصارف بانک‌ها بررسی شود. تسهیلات غیرجاری و تجدید مستمر تسهیلات اعطایی و نقدشوندگی کم دارایی‌های بانک‌ها به دلیل سرمایه‌گذاری در پروژه‌های ساختمانی از عوامل مهم و اثرگذار در محدودیت نقدینگی بانک‌هاست که در ادامه بیشتر به آنها پرداخته می‌شود.

تسهیلات غیرجاری و تجدید مستمر تسهیلات اعطایی

عطش نقدینگی که با مسائل دیگر به ویژه وضع تحریم‌ها تشدید شده، ضمن فراهم کردن فضای رقابتی ناسالم در شبکه بانکی وضعیتی ایجاد کرده است که بعضی از فعالان اقتصادی تمایلی به بازپرداخت تسهیلات دریافتی ندارند. در نتیجه، گردش مالی در بانک‌ها به شدت کاهش یافته و مصارف بانک‌ها در قالب تسهیلات غیرجاری حبس شده است. به عبارت دیگر از محل تسهیلات، اقساط وصول نشده، نقدینگی به بانک برنگشته و مدیریت نقدینگی در بانک‌ها با مشکل روبه‌رو شده است. حجم زیاد نقدینگی در اقتصاد ایران به دلیل عدم گردش، به مثابه دریاچه یخ‌زده‌ای است که فرد تشنه‌ای روی آن ایستاده است ولی نمی‌تواند از آن بنوشد.

از سوی دیگر، طبقه‌بندی دارایی‌ها در بانک‌ها با کیفیت مناسب انجام نمی‌شود. برای مثال براساس مفاد قوانین بودجه، دارایی‌ها از سرفصل غیرجاری به جاری آورده می‌شود که نشان می‌دهد وضعیت دارایی‌های غیرجاری بانک مطلوب است؛ در صورتی که چنین نیست. در سال ۱۳۹۳، شبکه بانکی نزدیک به ۳۴۲۰ هزار میلیارد ریال تسهیلات پرداخت کرده که از این میزان ۶۶درصد به تامین سرمایه در گردش اختصاص یافته است. از طرف دیگر طبق آمار معاونت اقتصادی بانک مرکزی تا پایان بهمن همان سال، تنها ۶۳۰ هزار میلیارد ریال تسهیلات اعطایی، حدود ۷۰۰ هزار میلیارد ریال تسهیلات جدید و بقیه تسهیلات احیایی، تمدیدی و تجدیدی است که بانک با دریافت سود تسهیلات از وام‌گیرنده در سررسید تجدید کرده است.

سهم عمده‌ای از تسهیلات دریافتی خاصیت همیشه سبز دارد (به این معنا که وام باید مانند گندم رشد کند و در نهایت از ساقه جدا شود)، ولی وام‌های اعطایی عموما همیشه سبز می‌مانند و همواره تمدید می‌شوند. تمدید مستمر تسهیلات اعطایی باعث می‌شود بانک نتواند فعالیت واسطه‌گری خود را انجام دهد. البته، تمدید تسهیلات اعطایی به مشتریان کلان بانک جهت توسعه کسب و کار برای چند دوره مشخص محدودیتی ندارد، اما تمدید مداوم این تسهیلات مانع از جریان نقدینگی می‌شود و به اصطلاح باعث می‌شود نقدینگی یخ بزند. تجدید مستمر تسهیلات دلالت بر این دارد که وام‌گیرنده و بانک هر دو با چالش کژمنشی مواجهند. در این وضعیت، بانک مرکزی هم به دلیل تبعات اقتصادی و اجتماعی توقف عملیات یا ورشکستگی بانک حل مشکل را به تعویق می‌اندازد و در نتیجه هر روز، دامنه آن گسترش می‌یابد. با اینکه به نظر می‌رسد همه طرف‌ها در تعادل قرار دارند، تجدید مستمر تسهیلات، تاثیر مخربی در تخصیص درست منابع و رشد اقتصادی دارد. به بیان دیگر، این راهبردی بلندمدت و بادوام نیست و باید هرچه سریع‌تر برای حل آن برنامه‌ریزی کرد و از این تعادل ناپایدار به تعادل پایدار رسید. تغییر این رویکرد نیازمند برقراری انضباط در بخش مالی و پولی و اعمال نظارت بانک مرکزی به نحوی است که بدون ایجاد تکانه ناگهانی، بدهی‌های انباشته شده در نظام بانکی کاهش یابد.

ساماندهی و ادغام موسسات مالی و اعتباری

بانک‌های دولتی (به علت تسهیلات تکلیفی و مطالبات از دولت) همواره بیشترین سهم را در رشد بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی داشته‌اند، اما در سال ۱۳۹۳ بانک‌های غیردولتی و موسسات اعتباری پیشتاز اضافه برداشت بوده‌اند و سهم بیشتری را در رشد بدهی بانک‌ها داشته‌اند. (به شکل ۱ نگاه کنید) در پایان سال ۱۳۹۳، میزان بدهی یکی از بانک‌های خصوصی به بانک مرکزی حدود ۲۰ درصد کل بدهی بانک مسکن در طرح مسکن مهر بوده است. به عبارت دیگر از حدود ۴۵۰ هزار میلیارد ریال اصل بدهی بانک مسکن بابت مسکن مهر، یک پنجم آن (حدود ۹۲ هزار میلیارد ریال) بدهی این بانک خصوصی به بانک مرکزی بوده است.

واکاوی این موضوع نشان می‌دهد این معضل از چگونگی شکل‌گیری برخی از بانک‌های خصوصی ایجاد شده است. معمولا، بانک‌هایی درگیر بحث اضافه برداشت بودند که از ادغام چند موسسه تعاونی وابسته به برخی از نهادها ایجاد شده بودند. در فرآیند ادغام، انتقال سپرده‌های موسسات در سمت بدهی‌های ترازنامه بانک تازه تاسیس به سادگی انجام می‌شد؛ در حالی که در سمت دارایی‌ها، انتقال تسهیلات اعطایی موسسات (که به لحاظ وثیقه دریافتی و رعایت ضوابط محتاطانه بانکی کیفیت مناسبی نداشت) به ترازنامه بانک با مشکلاتی مواجه بود، زیرا هیچ یک از دو طرف، تسهیلات اعطا شده توسط طرف مقابل را به رسمیت نمی‌شناخت. در نتیجه در ادغام موسسات مالی در سمت دارایی‌های بانک تازه تاسیس، بیشتر دارایی‌های ثابت (که عمدتا دارایی‌های با نقدشوندگی کم بود) انتقال یافت. از طرف دیگر، این بانک‌ها بعضا با درخواست سپرده‌گذاران مواجه شدند و برای پاسخ‌گویی به سپرده‌های منتقل شده به نقدینگی نیاز داشتند ولی به دلیل اینکه دارایی نقد اندکی به ترازنامه بانک منتقل شده بود،بانک با مشکل کمبود نقدینگی و برداشت از منابع بانک مرکزی مواجه شد. با توجه به اینکه ادامه حیات این بانک‌ها به تامین از این محل بستگی داشت و بحث صرفه و صلاح نبود، نرخ جریمه بانک مرکزی هم در حل این مشکل کارا نبود. این دلایل باعث شد برخی از بانک‌های خصوصی سهم زیادی در رشد بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی داشته باشند.

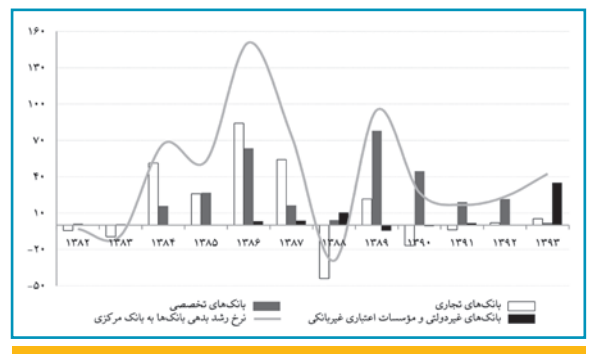
راهکارهای عملی رفع اضافه برداشت بانک‌ها

این بخش برخی از راهکارهای موجود برای کنترل بدهی بانک‌ها را به بانک مرکزی بررسی می‌کند. این راهکارها بسته به مدت زمان لازم برای تهیه بسترهای مورد نیاز به دو دسته کلی طبقه‌بندی می‌شود.

۱- راهکارهای کاربردی در افق کوتاه مدت و میان‌مدت شامل دریچه تنزیل، تعمیق و توسعه بازار بین بانکی، تقویت نظارت بر چگونگی مدیریت در بانک‌های بدهکار و کاهش نرخ سپرده قانونی ۲- راهکارهای کاربردی در افق بلندمدت شامل ارتقای سطح شفافیت در آمارهای پولی و اصلاح روابط دولت و بانک مرکزی. هر یک از این راهکارها در ادامه توضیح داده می‌شود.

دریچه تنزیل

دریچه تنزیل ابزاری برای حل مشکل نقدینگی در نظام بانکی در کوتاه‌مدت است. در استفاده از این ابزار، باید توجه شود که رتبه‌بندی بانک‌ها و تعیین نرخ تسهیلات بر حسب رتبه هر یک از آنهاست، به بیان دیگر، نباید تسهیلات برای تمام بانک‌ها – فارغ از چگونگی مدیریت دارایی‌ها و بدهی‌ها – با نرخ یکسان اعطا شود. رویکرد یکسان به بانک‌ها باعث بروز مسئله عدم تقارن اطلاعات و ایجاد بازار بنجل می‌شود. اعطای تسهیلات با نرخ‌های متناسب با عملکرد بانک‌ها باعث می‌شود مدیران (به‌منظور کاهش هزینه وجوه دریافتی) عملکردشان را ارتقا دهند.



سهم گروه‌های بانکی در رشد بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی (درصد).
منبع داده‌ها: بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، ماهنامه گزیده آمارهای اقتصادی در دوره زمانی ۱۳۹۳-۱۳۸۲ بخش پولی و بانکی.

تعمیق و توسعه بازار بین بانکی

یکی از مهم‌ترین اهداف بازار بین بانکی رفع مشکلات نقدینگی کوتاه‌مدت بانک‌ها و کمک به اجرای سیاست‌های پولی و تعیین نرخ سود تعادلی در بازار پول است. با وجود تشکیل رسمی بازار بین بانکی از سال ۱۳۸۷، این بازار هنوز نتوانسته است نقش فعالی در مدیریت بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی ایفا کند. نسبت پایین حجم وجوه مبادله شده در بازار بین‌بانکی به حجم نقدینگی در اقتصاد بر عمق اندک این بازار دلالت‌دارد.

عملکرد بازار بین بانکی حکایت از این دارد که تاکنون بانک مرکزی نقش فعالی در زمینه اعلام نرخ سیاستی در این بازار ایفا نکرده و آنچه اعمال شده، نرخ انضباطی بوده است. از طرف دیگر، وضعیت نامناسب بانک‌ها و درصد زیاد مطالبات غیرجاری، تمایل بانک‌ها را به ورود به این بازار محدود کرده است. علاوه بر این مشکلات، وجود واسط در بازار بین بانکی نشان‌دهنده ضعف این نهاد در کنترل بدهی بانک‌ها به بانک مرکزی است.

بازسازی و تقویت بازار بین بانکی به‌طوری که بتواند مازاد تقاضا و عرضه نقدینگی را به‌طور صحیح مدیریت کند، بیش از هر زمان دیگر ضروری به‌نظر می‌رسد. با فعال شدن هر چه بیشتر این بازار، وابستگی نظام بانکی به منابع بانک مرکزی تا حد زیادی برطرف می‌شود و بانک‌ها می‌توانند با اتکا به منابع آزاد در بانک‌ها و موسسات اعتباری دیگر در برابر پرداخت سود مناسب به فعالیت‌های خود بپردازند. بنابراین، کارآمدترین ابزار – برای کنترل بدهی بانک‌ها و جلوگیری از اضافه برداشت آنها از منابع بانک مرکزی – بازسازی بازار بین بانکی است. این بازار باید بتواند نقدینگی کوتاه‌مدت شبکه بانکی را با حداقل اتکا به دخالت بانک مرکزی فراهم کند. آنچه اهمیت زیادی دارد این است که بانک مرکزی باید در بازار بین‌بانکی با تعیین نرخ سیاستی به اعمال سیاست فعال پولی بپردازد.

تقویت نظارت بر چگونگی مدیریت در بانک‌های بدهکار

بانک مرکزی باید میان بانک‌هایی که به‌طور مزمن بدهکارند با بانک‌هایی که به‌طور موقت دچار کمبود نقدینگی می‌شوند تفاوت قائل شود. لازم است بانک مرکزی نظارت دقیقی بر چگونگی مدیریت در بانک‌هایی اعمال کند که با کسری مزمن نقدینگی مواجهند، به‌طوری که برای کاهش میزان بدهی این بانک‌ها فرصتی تعیین کند و از مدیران آنها برنامه مدونی بخواهد. در صورتی که مدیران در کاهش میزان بدهی بانک تحت اداره‌شان توفیق چندانی نیابند و نتوانند وضعیت را بهبود بخشند، باید بانک مرکزی درباره سلب صلاحیت مدیر تصمیم بگیرد.

کاهش نرخ سپرده قانونی

کاهش نرخ سپرده قانونی یکی از راهکارهایی است که بانک مرکزی می‌تواند در کوتاه مدت، به‌منظور تخفیف مشکل کمبود نقدینگی بانک‌ها اتخاذ کند. البته لازم است بانک مرکزی در کنار کاهش نرخ سپرده قانونی تصمیماتی اتخاذ کند که اثر تورمی این سیاست را تا حد ممکن کاهش دهد.

ارتقای سطح شفافیت در آمارهای پولی

یکی از بزرگ‌ترین مشکلات در حل معضل اضافه برداشت‌ها این است که سهم هر یک از عوامل در رشد آن به‌طور دقیق مشخص نیست. به عبارت دیگر، آمارهای این حوزه به مثابه یک جعبه سیاه است. برای مثال از اینکه چقدر از بدهی بخش غیردولتی ریشه دولتی دارد، اطلاعات دقیقی در دست نیست. در صورت شفافیت کم آمارهای عملکرد بانک‌ها، حل مشکل اضافه برداشت امکان ندارد. اهمیت لزوم شفافیت آمارها وقتی دوچندان می‌شود که بدانیم ریسک نقدینگی آثار خود را با تاخیر نشان می‌دهد. به این معنا که این ریسک نتیجه تمام ریسک‌های وارد بر نظام بانکی است.

اصلاح روابط دولت و بانک مرکزی

علاوه بر سلطه مستقیم مالی، عملیات شبه مالی دولت (مانند خطوط اعتباری مسکن مهر، تامین مالی طرح بنگاه‌های زودبازده و...) نیز از مسیر نظام بانکی باعث سلطه دولت بر بانک مرکزی می‌شود. براین اساس، اصلاح ساختار روابط دولت و بانک مرکزی ضرورتی انکارناپذیر است که از مسیر تقویت استقلال بانک مرکزی، انضباط بودجه‌ای و اصلاح فرآیند شکل‌گیری بودجه محقق می‌شود. در زمینه اصلاح فرآیند بودجه‌ریزی، لازم است تامین مالی طرح‌های دولتی در بودجه عمومی عمرانی کشور دیده شود و برای تامین مالی آنها از پول پرقدرت استفاده نشود.

نرخنامه

دلار ۳,۴۷۰

صرافان بازار ارز و سکه نرخ هر دلار آمریکا را ۳,۴۷۰ تومان و هر قطعه تمام بهار سکه آزادی طرح جدید را ۹۷۸,۵۰۰ تومان تعیین کردند.

هر یورو در بازار آزاد ۳,۸۸۵ تومان و هر پوند نیز ۵,۰۱۵ تومان قیمت خورد. همچنین هر نیم سکه ۴۹۸,۰۰۰ تومان و هر ربع سکه ۲۶۸,۰۰۰ تومان فروخته شد. هر سکه یک گرمی ۱۸۴,۰۰۰ خریدوفروش شد و هر گرم طلای ۱۸ عیار ۹۹,۶۸۰ تومان قیمت خورد. هر اونس طلا هم در بازارهای جهانی ۱۲,۰۶۱ دلار بود.

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت	
اونس طلا	۱۲,۰۶۱	▼
مثقال طلا	۴۳۲,۲۰۰	▼
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۹۹,۶۸۰	▼
سکه بهار آزادی	۹۷۹,۰۰۰	▼
سکه طرح جدید	۹۷۸,۵۰۰	▼
نیم سکه	۴۹۸,۰۰۰	
ربع سکه	۲۶۸,۰۰۰	
سکه گرمی	۱۸۴,۰۰۰	▼

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت	
دلار آمریکا	۳,۴۷۰	▲
یورو اروپا	۳,۸۸۵	▲
پوند انگلیس	۵,۰۱۵	▼
درهم امارات	۹۵۴	
لیر ترکیه	۱,۲۰۵	▲
یوان چین	۵۳۵	
ین ژاپن	۳۱	
دلار کانادا	۲,۵۶۰	▲
فرانک سوییس	۳,۵۳۵	
دینار کویت	۱۱,۶۲۰	▼
ریال عربستان	۹۲۸	
دینار عراق	۲۸۰	
روپیه هند	۵۷	
رینگت مالزی	۸۵۳	

خبرنامه

حال و هوای بانک‌ها پس از مصوبه جدید

تابلوهای سودهای سرکش بانکی پایین آمد

در سومین روز از اجرای رسمی مصوبه شورای پول و اعتبار برای کاهش نرخ سود بانکی، بانک‌ها این بار به‌گونه‌ای متفاوت از گذشته، سودهای جدید را به‌طور یکپارچه در دستور کار قرار دادند و شعب تابلوهای سودهای بالا را برداشتند.

به گزارش ایسنا، یکی از نکات جالب‌توجه در بین بانک‌ها این بود که حتی حساب در صندوق‌های سرمایه‌گذاری نیز از این پس باز نمی‌کنند. اغلب بانک‌ها اعلام کردند که حتی حساب صندوق سرمایه‌گذاری مربوط به خود بانک‌ها که در آن سودهای بالاتری با نرخ‌های مصوب به مشتریان پرداخت می‌شد نیز دیگر باز نخواهد شد یا اینکه سودها در حد همان ۱۸ درصد خواهد بود. به گفته مدیران شعب بانکی، طبق بخشنامه بانک مرکزی این اقدام انجام شده و سود صندوق‌های سرمایه‌گذاری نیز کاهش یافته است و بانک‌ها نمی‌توانند از این طریق سودبیشتری به‌مشتریان بپردازند.

تغییر رویه بانک‌ها در اجرای سودهای جدید در این دوره در حالی رخ می‌دهد که در دوره‌های گذشته با وجود کاهش نرخ سود در شورای پول و اعتبار و ابلاغ آن به شبکه بانکی، مدت‌ها زمان سپری می‌شد تا سودها به‌طور یکپارچه در بین بانک‌ها به اجرا درمی‌آمد به‌گونه‌ای که حتی اگر هم به اجرا درمی‌آمد، بسیاری از بانک‌ها راهی برای دور زدن نرخ‌های مصوب ایجاد می‌کردند. نرخ‌های سود سالانه را هم اگر ۲۰ درصد (طبق مصوبه قبلی) تعیین می‌کردند، نرخ‌های روزشمار تا ۲۰ درصد سالانه نیز قدرت مانور داشت و تعیین می‌شد. در عین حال که حساب‌های صندوق سرمایه‌گذاری بانک‌ها نیز راه دیگر دور زدن مصوبات سود بود و از این طریق سودهای ۲۲ تا ۲۵ درصد هم به مشتریان پرداخت می‌شد، ولی ظاهرا در دوره جدید فعلا خبری از این طرح‌ها نیست و بانک‌ها تابلوهای سودهای بالای ۲۰ درصد و طرح‌های مختلف آن را از شیشه‌های خود برداشته‌اند.

این در حالی است که با اقداماتی که اخیرا از سوی بانک مرکزی و مجموعه بانک‌ها انجام شد و در عین حال بررسی‌های کارشناسی‌ای که شورای پول و اعتبار در چند جلسه پیاپی در مورد نرخ سود و چگونگی کاهش و اجرای آن در دستور کار خود قرار داد، تا حدی این توقع وجود داشت که بانک‌ها در دوره جدید نسبت به سودهای مورد توافق خود و مصوب شورا پایبندتر از قبل باشند.

در جریان اقدامات انجام شده برای کاهش نرخ سود، ساماندهی موسسات غیرمجاز و کاهش نرخ سود در بازار بین‌بانکی به‌عنوان عامل موثر در کاهش هزینه بانک‌ها و همچنین آزادسازی بخشی از سپرده‌های قانونی به منظور افزایش نقدینگی بانک‌ها از عوامل موثری بودند که می‌توانست بر کاهش نرخ سود و اجرای منظم آن در شبکه بانکی تاثیرگذار باشد.

تجارت

هفته آینده تهران میزبان یک گروه جدید است

سفیر سوییس همراه ۴۰ سرمایه‌گذار به ایران می‌آید

«یوهان اشنایدر آمان» رئیس‌جمهوری کنفدراسیون سوییس در روزهای ۲۶ تا ۲۸ فوریه (۷ تا ۹ اسفند) به ایران سفر خواهد کرد.

به گزارش ایرنا از تارنمای فرانسوی‌زبان رادیو تلویزیون سوییس «ار تی اس»، هدف از این سفر که با همراهی حدود ۴۰ نفر از کارفرمایان و سرمایه‌گذار سوییسی صورت خواهد گرفت، گسترش مناسبات اقتصادی برن- تهران پس از لغو تحریم‌های اقتصادی اعلام شده است.

این گزارش حاکی است، صاحبان صنایع سوییس که قصد داشتند در این سفر اشنایدر را همراهی کنند بسیار بیشتر بودند اما تنها ۳۵ تا ۴۰ نفر از آنان موفق شدند در چارچوب هیأت همراه رئیس‌جمهوری کنفدراسیون سوییس در سفر به تهران قرار گیرند.

«فیلیپ ولتی» رئیس اتاق بازرگانی سوییس- ایران و سفیر سابق سوییس در تهران در مورد این سفر گفت: آنچه حائز اهمیت است، ارزش این سفر است. مسئله مهم تجدید ارتباط با ایران در سطح صنعتی و نیز در سطح مقامات است. این سفر در زمان خوبی صورت گرفته است. وی افزود: ایرانیان به سوییس اعتماد دارند و روابط دوستانه گذشته را به یاد دارند.

خانم «لیویا لو» (Livia Leu) که از سال ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۳ میلادی (۱۳۹۲-۱۳۸۸) مسئولیت سفارت سوییس در تهران را برعهده داشت و اکنون مسئول روابط دوجانبه ایران- سوییس در دبیرخانه دولتی امور اقتصادی سوییس (سکو) است، پیشتر در سفر دی‌ماه خود به ایران گفته بود کشورش موقعیت خوبی در روابط با ایران دارد و می‌تواند در این زمینه با سایرین رقابت کند. وی اردیبهشت ۹۴ پیش از نهایی شدن توافق هسته‌ای ایران نیز در رأس هیاتی اقتصادی و با هدف بررسی ظرفیت‌های سرمایه‌گذاری به ایران سفر کرده بود. سفیر سابق سوییس در تهران با ابراز رضایت از آن سفر، اعلام کرده بود ارزش مبادلات دو کشور از ۸۰۰ میلیون فرانک در سال ۲۰۰۷ (۱۳۸۶) به ۴۰۰ میلیون فرانک (بدون احتساب طلا) در سال ۲۰۱۴ (۱۳۹۳) میلادی رسید. شورای فدرال سوییس پیشتر با اعلام لغو تحریم‌های هسته‌ای علیه ایران، عنوان کرده بود: سوییس همیشه از روند مذاکره و اجرای توافق حمایت کرده است. شورای فدرال اطمینان دارد که اجرای توافق هسته‌ای و برداشتن تحریم‌های بین‌المللی، مراودات سیاسی و اقتصادی با ایران را افزایش می‌دهد. ۲۶ دی با انتشار گزارش آژانس بین‌المللی انرژی اتمی درباره انجام تعهدات هسته‌ای ایران در برنامه جامع اقدام مشترک (برجام)، اجرای تعهدات طرف مقابل (گروه ۱+۵) یعنی روند لغو تحریم‌های هسته‌ای غرب علیه تهران آغاز شد.

تدریس مجازی در کشور جدی گرفته نمی‌شود

آموزش الکترونیکی؛ مغلوب روش‌های سنتی شد

محمد ممتازپور
anoosh.m1986@gmail.com

آموزش الکترونیک در سال‌های گذشته توانسته با سرعت بالایی در جهان رواج پیدا کند و به علت هزینه پایین در مقابل بازدهی بالا، مورد استقبال بسیاری از دانشجویان و دانش آموزان قرار گیرد. در حال حاضر این روش آموزشی در مطرح‌ترین دانشگاه‌های جهان به کارگرفته می‌شود و سالانه تعداد زیادی از دانشجویان از این راه فارغ‌التحصیل می‌شوند.

طبق آمار منتشر شده، ویتنام، مالزی و رومانی پیشروترین کشورها در آموزش مجازی یا همان e. learning هستند و افراد زیادی از راه دور به کسب علم می‌پردازند. آمارها نشان می‌دهد که در کنار آموزش مجازی بازار پررونقی نیز ایجاد می‌شود و آن‌طور که آمارها نشان می‌دهد تا پایان سال ۲۰۱۶، درآمد ناشی از آموزش مجازی به بیش از ۵،۱۱ میلیارد دلار خواهد رسید که دو برابر این درآمد در سال ۲۰۱۱ است.

این درحالی است که این روش تحصیلی درکشور ما با استقبال چندانی مواجه نشده است و دانشگاه‌ها و دیگر مراکز آموزشی نیز علاقه‌مند به روش‌های سنتی بوده و کماکان از روش‌های سابق آموزشی استفاده می‌کنند.

وحید یزدانیان رئیس دانشکده علمی کاربردی پست و مخابرات با اشاره به اهمیت آموزش الکترونیک در کشور گفت: انتقال مفاهیم در حوزه تکنولوژی‌های جدید با استفاده از آموزش الکترونیکی با کیفیت‌تر انجام می‌شود، به همین دلیل در این زمینه همکاری خود را با انجمن یادگیری الکترونیک آغاز کرده‌ایم. وی به گستردگی جغرافیایی کشور و اتلاف هزینه و زمان براساس آموزش فیزیکی اشاره کرد و افزود: اینکه چه پلتفرم با چه استاندارد و محتوایی را برای آموزش الکترونیک انتخاب کنیم و تطبیق درست با استانداردهای موجود داشته باشیم، نیاز به بررسی‌های علمی داشت که ضرورت همکاری با انجمن یادگیری الکترونیک را ایجاب می‌کرد.

یزدانیان با بیان اینکه دانشکده پست و مخابرات تنها مرجع ارائه آموزش‌های کوتاه‌مدت تخصصی در حوزه ICT در وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات است، ادامه داد: ارائه آموزش‌های تخصصی مخابرات همچون نسل چهارم و پنجم ارتباطات سیار، اینترنت اشیا، M2N، رایانش ابری و... در دستور کار قرار دارد. رئیس دانشکده پست و مخابرات ادامه داد: اکثر استفاده‌کنندگان از آموزش‌های تخصصی، متقاضی ارائه آموزش‌ها به‌صورت الکترونیکی هستند تا حداقل اتلاف زمانی در وقت همکاران به‌وجود آید.

یزدانیان تصریح کرد: اگر بخواهیم نقش محوری و مرجعیت آموزشی خودمان را حفظ کنیم، چاره‌ای نداریم جز آنکه آموزش‌های خودمان را با استفاده از فناوری‌های روز در عرصه ICT ارائه دهیم.

وحید ملاوردی، مدرس دانشگاه و کارشناس در پاسخ به این سوال که چرا در ایران آن‌طور که باید آموزش الکترونیک جدی گرفته نشده است؟ به «فرصت امروز» گفت: در بیشتر کشورهای جهان ابتدا با هر روش مدرنی مقابله می‌شود و این تنها مختص کشور ما نیست، اما این وظیفه دانشگاه‌ها و مراکز آموزشی است که اطلاع‌رسانی در این زمینه داشته باشند تا مردم از آموزش الکترونیکی استقبال کنند.

وی افزود: در حال حاضر تعداد دانشگاه‌هایی که آموزش الکترونیک در آنها به‌طور عملی ارائه می‌شود بسیار کم است و متأسفانه هیچ راهبردی برای توسعه این روش آموزشی وجود ندارد. این استاد دانشگاه بااشاره به اهمیت آموزش الکترونیک در کشور گفت: این روش آموزشی به زیرساخت چندانی نیاز ندارد و با توجه به اینکه دورافتاده‌ترین نقاط کشور هم در حال اتصال به اینترنت پرسرعت هستند، می‌تواند به تحصیل روستاییان کمک زیادی کند.

ملاوردی اظهار کرد: متأسفانه هنوز در کشور ما آمار بی‌سوادی و کم سوادی بالا است که امیدواریم با جدی گرفته شدن آموزش الکترونیک، نمودار بی‌سوادی در کشور با سرعت بیشتری نزولی شود. وی افزود: اگر آموزش الکترونیک را بتوانیم رواج دهیم دیگر شاهد مهاجرت دانشجویان به شهرهای بزرگ نخواهیم بود و این هم می‌تواند به بالا رفتن تعداد دانشگاهیان کمک کند و هم از اتلاف وقت، هزینه دانشجویان و ازدحام شهرها تا حد زیادی جلوگیری به عمل آورد، ضمن اینکه دانشجویان می‌توانند در زادگاه خود به کار مشغول شوند و در کنار خانواده خود زندگی کنند.

این مدرس دانشگاه گفت: همانطور که آمارها نشان می‌دهد، کشورهای نه چندان توسعه‌یافته علاقه زیادی به پیشرفت این راه آموزشی دارند تا هر روز بر تعداد تحصیلکردگان کشور خود بیفزایند.

ملاوردی در پاسخ به این سوال که آیا آموزش مجازی روی یادگیری دانشجویان اثر منفی نمی‌گذارد؟ گفت: آموزش مجازی شاید در چند روز اول کمی برای مخاطبان ناآشنا باشد، اما بعد از گذشت چند روز این راه آموزشی بازدهی بالایی دارد، چون خستگی ناشی از رفت‌وآمد به کلاس و نشستن روی صندلی‌های مراکز آموزشی را ندارد. وی افزود: به هرحال امیدوارم تدابیری اندیشیده شود تا آموزش الکترونیک در کشور ما توسعه یابد و دانشگاه‌ها و دیگر مراکز آموزشی به این روش روی خوش نشان دهند.

صادرات

در آستانه برگزاری نمایشگاه اختصاصی ایران در افغانستان

صادرات کالای بی‌کیفیت به ضرر ایران است

رایزن بازرگانی افغانستان در ایران با اشاره به برگزاری نمایشگاه اختصاصی ایران در کابل گفت: مردم افغانستان به مصرف کالای ایرانی تمایل زیادی دارند به همین دلیل تجار ایرانی باید بکوشند کالاهای باکیفیت را در نمایشگاه خود به نمایش بگذارند تا بتوانند بازار افغانستان را حفظ کنند.

به گزارش روابط عمومی سازمان توسعه تجارت، عبدالحمید فرهنگ با بیان اینکه شرایط افغانستان اکنون با عضویتش در سازمان تجارت جهانی متفاوت از گذشته شده، گفت: مصرف کالاهای ایرانی در افغانستان به دلیل مشترکات فرهنگی و زبانی جا افتاده است و در بسیاری از موارد مردم افغانستان نسبت به کالاهای مشابه خارجی به کالاهای ایرانی تمایل نشان می‌دهند. رایزن بازرگانی افغانستان افزود: رقابت اصلی در افغانستان بر سر کیفیت است و قطعاً هر کشوری که نتواند کالای باکیفیت به افغانستان صادر کند در مصاف با سایر رقبا، بازار را واگذار خواهد کرد، این موضوع در مورد برخی کالاهای ایرانی نیز صادق است چراکه اجناس بی‌کیفیت ایرانی در افغانستان وجود دارد که این اتفاق قطعاً به ضرر ایران تمام خواهد شد.

فرهنگ در پاسخ به سوالی در مورد سخت‌تر شدن رقابت ایران در افغانستان با توجه به پیوستن این کشور به سازمان تجارت جهانی، خاطرنشان کرد: الحاق ما به سازمان تجارت جهانی و پیشرفت و توسعه افغانستان به سود ایران هم هست، اما باید تأکید کنم که افغانستان برای واردات از ایران هیچ‌گونه تبعیضی نسبت به سایر کشورهای عضو سازمان تجارت جهانی قائل نیست و تعرفه ورود کالاهای ایرانی نیز مانند سایر کشورها بین نیم تا ۴ درصد محاسبه خواهد شد.

رایزن بازرگانی افغانستان در ایران با اشاره به بازار وارداتی کشور متبوعش، گفت: اگرچه برگزاری نمایشگاه اختصاصی ایران در کابل برای معرفی محصولات ایرانی مفید و حائز اهمیت است اما با توجه به نیازهای گسترده افغانستان به واردات، اگر نمایشگاه‌ها با رویکرد تخصصی برگزار شود نتیجه بهتری حاصل شده و به نفع هر دو کشور است.

فرهنگ در مورد قراردادهای تجاری که سال گذشته در حاشیه نمایشگاه ایران در افغانستان به امضا رسید، گفت: تجارت ایران و افغانستان هنوز به صورت سنتی انجام می‌شود، سال گذشته نیز قراردادهای زیادی بین تجار دو طرف به امضا رسید اما چون این قراردادها الزام‌آور نبوده و از طریق سیستم بانکی نیز صورت نگرفته، نمی‌توان ارزیابی دقیقی از آن داشت، امسال با رفع تحریم‌های ایران می‌توان به سیستماتیک کردن قراردادهای تجاری امیدوار بود.

آگهی تجدید مناقصه

مناقصه گزار: **اداره کل امور مالیاتی استان خراسان شمالی**

موضوع مناقصه : خرید تجهیزات سخت افزار رایانه، پرینتر و اسکنر

۱- مبلغ تضمین به مبلغ ۲۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال معادل دویست و پنجاه میلیون ریال می باشد که باید توسط پیشنهاد دهنده به یکی از صورت های ذیل اقدام گردد :

۱-۱ :ضمانت بانکی صادر شده از بانکهای معتبر که تا سه ماه از تاریخ تسلیم پیشنهاد معتبر باشد.

۲-۱: سپرده بانکی به شماره حساب ۲۱۷۰۱۰۱۸۱۱۰۰۰ به نام دریافت وجوه سپرده. توضیح اینکه هر گونه چک اعم از حامل، بین بانکی و سایر موارد قابل قبول نمی باشد.

۲-محل دریافت اسنادمناقصه و تسلیم پیشنهادات: استان خراسان شمالی ، بجنورد، میدان بازرگانی، اداره کل امور مالیاتی خراسان شمالی - واحد امور اداری

۳-مهلت مراجعه جهت دریافت اسناد مناقصه از تاریخ ۱۳۹۴/۱۲/۴ لغایت ۱۳۹۴/۱۲/۱۰

۴-آخرین مهلت تحویل پاکت پیشنهادات پایان وقت اداری پنجشنبه ۱۳۹۴/۱۲/۲۰

۵- زمان بازگشایی پاکات مناقصه : ساعت ۱۰ صبح روز دوشنبه مورخ ۱۳۹۴/۱۲/۲۴

۶-به پیشنهادهای فاقد مهر و امضاء مشروط، مخدوش و پیشنهاداتی که بعد از انقضاء مدت مقرر در مناقصه واصل شود ، ترتیب اثر داده نخواهد شد.

۷- سایر اطلاعات و جزئیات مربوط در اسنادمناقصه درج شده است.

۸- اداره کل امور مالیاتی استان خراسان شمالی در رد یا قبول پیشنهادات ارسالی مجاز می باشد.

۹-نکته: اشخاص حقوقی و حقیقی می توانند در مناقصه شرکت نمایندکه در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir ثبت نام کرده باشند و اسنادو مدارک مناقصه را علاوه بر دریافت و ارسال پاکات از طریق سامانه مذکور به صورت فیزیکی نیز دریافت و تکمیل و تحویل واحد امور اداری نمایند.

۱۰- کلیه هزینه های مربوطه به انتشار آگهی در روزنامه فرصت امروز و روزنامه کیهان و روزنامه جام جم در یک نوبت به عهده برنده مناقصه خواهد بود که قبل از انعقاد قراردادباید به حساب نشریه واریز گردد.

شماره تلفن تماس: ۰۵۸۳۲۲۲۷۴۲۷

نوبت اول آگهی : سه شنبه ۹۴/۱۲/۴ روزنامه فرصت امروز و کیهان نوبت دوم آگهی : چهارشنبه روزنامه جام جم

تیمور حق بین - معاون توسعه مدیریت و منابع اداره کل امورمالیاتی خراسان شمالی ۱۸۹۹

عمران

رشد ۱۲ برابری تعاونی‌های مسکن در ۳دهه گذشته

معاون مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی گفت: تا سال ۱۳۵۷ در ایران تنها ۶۷۶ شرکت تعاونی مسکن داشته‌ایم اما در سال ۹۰ تعداد تعاونی‌های مسکن کشورمان به ۱۲ هزار و ۶۰۰ واحد رسید.

حامد مظاهریان در گفت‌وگو با پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی درباره نقش تعاونی‌های مسکن در ساخت و توسعه صنعت ساختمان اظهار کرد: با توجه به اینکه مسکن کالای گرانی محسوب می‌شود نحوه تامین مالی آن هم باید به روش‌هایی باشد که مردم بتوانند قدرت خریدوفروش آن را پیدا کنند. یکی از تجربه‌های تامین مالی مسکن در دنیا، تعاونی مسکن است که نخستین تعاونی مسکن، ۱۶۵ سال پیش و در سال ۱۸۵۰ در دانمارک شکل گرفت. پس از آن در کشورهای فرانسه، آلمان، اتریش و سوئد هم تعاونی‌های مسکن تشکیل شدند.

معاون امور مسکن و ساختمان وزارت راه و شهرسازی ادامه داد: در کشور خودمان نخستین شرکت تعاونی مسکن در سال ۱۳۳۱ از سوی کارکنان و کارگران شرکت نفت تشکیل شد. این موضوع نشان می‌دهد که فاصله زمانی ایجاد تعاونی مسکن در ایران با نخستین تعاونی مسکن در دنیا ۱۰۰ سال است؛ به این معنا که ما یک قرن از جهان در زمینه تشکیل تعاونی مسکن عقب‌تریم.

وی با بیان اینکه رشد تعاونی‌های مسکن در ایران به بعد از انقلاب مربوط می‌شود، گفت: تا سال ۱۳۵۷ در ایران تنها ۶۷۶ شرکت تعاونی مسکن داشته‌ایم، اما در سال ۹۰ تعداد تعاونی‌های مسکن کشورمان به ۱۲ هزار و ۶۰۰ واحد رسید؛ یعنی در سه دهه ۲۱ برابر شد.

مظاهریان درباره کامیابی‌ها و ناکامی‌های تعاونی‌های مسکن در این سه دهه بیان کرد: در برنامه نخست توسعه، تعاونی‌های مسکن توانستند به ۶۰درصد هدف‌گذاری‌ها در خصوص تولید مسکن دست یابند، در برنامه دوم توسعه نیز تعاونی‌های مسکن توانستند به ۵۰درصد برنامه‌های از پیش طراحی شده برسند. این نقش در برنامه سوم به ۱۵درصد کاهش یافت. در برنامه‌های چهارم و پنجم نیز با توجه به طرح گسترده مسکن مهر، نقش تعاونی‌های مسکن در ساخت واحدهای مسکونی تحت پوشش این طرح، به ۲۵درصد رسید. بنابراین تجربه بسیار گسترده‌ای از تعاونی مسکن در ایران داریم و همه مردم از این نهادهای اقتصادی درک واحدی دارند.

وی با بیان اینکه ضعف‌ها و قوت‌های تعاونی مسکن در ایران مشخص است، تصریح کرد: نباید نقش تعاونی‌ها را در بخش مسکن کشور نادیده گرفت، چرا که صدها هزار نفر در دهه‌های اخیر از این طریق خانه‌دار شده‌اند، بلکه کار منطقی آن است که با رفع ضعف‌ها به تقویت آنها کمک کنیم.

وی درباره تخلفات صورت گرفته از سوی تعاونی‌های مسکن، مجری طرح مسکن مهر در دولت قبل اظهار داشت: بیشترین تخلفات در تعاونی‌های مسکن، مربوط به طرح مسکن مهر در دولت قبل بود؛ در آن دوره تعاونی‌هایی که تشکیل می‌شد، واقعی نبودند؛ به این معنا افرادی که دور هم جمع می‌شدند از یکدیگر شناختی نداشتند بلکه افرادی که ثبت‌نام کرده بودند به ترتیب شماره پرونده و بدون نظرخواهی، در تعاونی‌های مسکن غیرواقعی قرار داده می‌شدند. این وضعیت، بدترین تجربه تعاونی مسکن در ایران بود. در حالی که تعاونی مجموعه‌ای از افرادی است که همدیگر را می‌شناسند و نوعی سیستم خودکنترلی را در بالای سرشان می‌بینند ولی در تعاونی‌های غیرواقعی مسکن مهر در دولت قبل به دلیل تعداد زیاد اعضا و ناشناس بودن‌شان نسبت به هم، این نوع سیستم وجود نداشت که سبب بروز تخلفاتی در آنها شده بود.

پیش‌بینی جمعیت ۱۹ میلیون نفری تهران و حومه در افق ۱۴۱۴

جلسه شورای‌عالی شهرسازی و معماری آغاز مطالعات طرح جامع ساماندهی تهران براساس افزایش شهرنشینی، تراکم و سکونتگاه‌های غیررسمی و وضعیت آب و هوایی کلانشهرها را در سال‌های آتی تصویب کرد.

به گزارش ایرنا، جلسه شورای عالی معماری و شهرسازی با دو دستور جلسه مطالعات طرح جامع ساماندهی شهر تهران و گزارشی از وضعیت پیش‌بینی گرم شدن زمین در آینده نزدیک و تاثیر آن بر پهنه‌های سکونتگاهی ایران با حضور وزیر راه و شهرسازی برگزار شد.

طی ۵۰ سال گذشته روند شهرسازی کشور نشان می‌دهد که جمعیت شهرنشین شش برابر شده و در نتیجه این افزایش جمعیت منجر به معضلاتی از جمله افزایش تراکم از ۲۸۳ نفر در هکتار به ۷۷۶ در مجموعه شهری تهران، ایجاد و افزایش سکونتگاه‌های غیررسمی شده است. از طرفی طبق پیش‌بینی‌ها، جمعیت مجموعه شهری (تهران و کرج) از ۱۴.۵ میلیون نفر فعلی به ۱۹ میلیون نفر در ۲۰ سال آتی خواهد رسید. بنابراین دخالت در ساختاری کالبدی مجموعه شهری تهران به‌شدت احساس می‌شود تا وابستگی به زمین از مرکز، تمرکززدایی شده و به نظر می‌رسد آینده شهرسازی بستگی به توسعه و حمل‌ونقل ریلی دارد.

تاثیرات اقلیمی بر عرصه سرزمین و پهنه‌های سکونتگاهی کشور دومین دستور جلسه بعدی بود. بر همین اساس، سال ۲۰۱۵ گرم‌ترین سال ثبت شده در جهان برای کره زمین بوده و خطر انتشار گازهای گلخانه‌ای در پی گرم‌شدن زمین در سال ۲۰۱۶ ادامه خواهد داشت که منجر به شیوع بیماری‌های خطرناک، پیدایش پدیده گرد و خاک و در نتیجه افزایش مهاجرت، بزرگ‌تر شدن کلانشهرها و تشدید حاشیه‌نشینی و شکل‌گیری جزیره گرمایی و در نتیجه کاهش امنیت اجتماعی و در نهایت تغییر اقلیم منجر به تهدید امنیت ملی خواهد شد.

«فرصت امروز» آینده راه‌های باری ایران را بررسی می‌کند

قفقاز، جدیدترین مقصد ترانزیتی کشور

هرچند در طول ماه‌های گذشته مشکلاتی که در مرز مشترک ایران و ترکیه به وجود آمده بود، شرایط را برای تداوم رابطه ترانزیتی ایران با یکی از اصلی‌ترین شرکای تجاری خود خاکستری کرد، اما به نظر می‌رسد با لغو تحریم‌ها افقی روشن پیش روی مسیرهایی باشد که در طول تمام سال‌های گذشته به دلیل محدودیت‌های تجاری، هرگز به شکل جدی مورد بررسی قرار نگرفته است.

ایران با توجه به جایگاه جغرافیایی خاصی که دارد، در طول تاریخ همواره به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین محورهای اتصال شرق به غرب و شمال به جنوب مطرح بوده و به تناسب جایگاه و وضعیت اقتصادی و سیاسی خود در جهان، در این حوزه نقش‌آفرینی کرده است.

مطرح شدن نام ایران به‌عنوان دروازه اصلی اتصال کشورهای شرق و جنوب شرق آسیا به‌طور ویژه چین به اروپای غربی از طریق کوتاه‌ترین مسیر جزیی از برنامه‌هایی بوده که در قالب جاده تاریخی ابریشم همواره جایگاه خود را حفظ کرده است.

با گسترش یافتن ترانزیت دریایی، در طول سده‌های گذشته نقش ایران در اتصال کشورهای آسیای میانه و اروپای شرقی به آب‌های آزاد نیز بیش از پیش مطرح شد. مبادلات تجاری ایران با کشورهایی مانند روسیه، آذربایجان، ارمنستان و حتی گرجستان و بلاروس -که در طول این سال‌ها همواره روندی صعودی داشته - می‌تواند در افق لغو تحریم‌های اقتصادی به‌عنوان گزینه‌ای جدی مطرح شود. اگر تا چند ماه قبل محدودیتی ایجاد شده و به‌غیر از مسیر ترانزیتی با ترکیه، گزینه‌های ترانزیت زمینی با کشورهای اروپای شرقی را مطرح کرده بود، حالا زمان آن رسیده است که با باز شدن دست ایران در حوزه‌های مختلف اقتصادی و بحث احیای جایگاه محوری کشور در این حوزه، شرایط برای استفاده حداکثری از این مسیر قابل توجه به وجود می‌آید. تنها مبادلات اقتصادی ثبت شده با روسیه و کشورهای همسایه آن به خوبی نشان می‌دهد که ظرفیت موجود در این مسیر جدید اهمیتی کلان خواهد داشت؛ اهمیتی که وزارت راه و شهرسازی نیز بر لزوم پیگیری آن تأکیدی جدی دارد.

اگر آن طور که وزیر راه و شهرسازی وعده داده لغو تحریم‌ها بتواند به بازگشت ایران به نقطه تعادل منطقه کمک کرده و بار دیگر این کشور را در چهارراه رفت‌وآمد اقتصادی جهان قرار دهد، می‌توان این امید را داشت که ارتباط و اتصال به کشورهای اروپایی از طریق مسیرهای جدید پیگیری شود. هرچند با بازگشت امنیت نسبی به کشور ترکیه، بار دیگر آمار ترانزیت ایران می‌تواند روندی مثبت به خود بگیرد اما در نگاهی کلان قفقاز برای ایران بردی بزرگ به حساب خواهد آمد.

جلسه مشترک با کشورهای اروپای شرقی در چند ماه آینده

مدیرکل دفتر ترانزیت و پایانه‌های بررسی سازمان راهداری اعلام کرد ایران از ماه‌ها قبل نسبت به استفاده از توان ترانزیتی موجود در کشورهای آسیای جنوب شرق برنامه‌ریزی داشته و در آینده‌ای نزدیک مقدمات این امر را فراهم می‌کند.

محمدجواد عطرچیان در گفت‌وگو با «فرصت امروز» با بیان این مطلب تصریح کرد: هرچند مشکلی در تداوم رابطه اقتصادی با ترکیه وجود نداشته و رفت‌وآمدها در مرز مشترک با این کشور به‌عنوان نخستین رابط با کشورهای اروپایی ادامه دارد، اما قطعاً ایران در جهت توسعه نفوذ ترانزیتی خود گام‌های جدی در این عرصه خواهد برداشت.

وی با بیان اینکه ظرفیتی بسیار مطلوب در ایجاد مسیرهای جدید ترانزیتی در مرزهای شمال غربی کشور وجود دارد، تأکید کرد: بحث استفاده از ظرفیت این مسیر، به هیچ عنوان موضوع جدیدی به حساب نمی‌آید و ایران از سال‌ها پیش مذاکرات ابتدایی خود را در این زمینه آغاز کرده که می‌توان امید داشت در آینده‌ای نزدیک به موفقیتی قابل توجه برسد.

مدیرکل دفتر ترانزیت سازمان راهداری با اشاره به برنامه‌ریزی برای برگزاری یک جلسه مشترک برای راه‌اندازی این مسیر ترانزیتی جدید توضیح داد: طبق برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته ظرف چند ماه آینده جلسه‌ای با حضور نمایندگان ایران و کشورهایی مانند روسیه، آذربایجان، گرجستان و بلاروس برگزار می‌شود که قطعاً نتایج جدیدی به همراه خواهد داشت.

عطرچیان افزود: پس از برگزاری این جلسه می‌توان به شکل جدی ابراز امیدواری کرد این مسیرهای جدید که می‌تواند حضور ایران را به‌عنوان قدرت اول ترانزیتی منطقه تضمین کند، شکل گیرد.

ظرفیت بالقوه موجود در این مسیر راهبردی موضوعی است که نمی‌توان نسبت به آن شک و تردیدی داشت، اما قطعاً توسعه یافتن این خط نیاز به ارزیابی‌های جدی و البته استفاده از توان داخلی و وارد کردن طرف‌های خارجی خواهد داشت. هرچند چندی پیش احمدرضا عامری در این رابطه به «فرصت امروز» اعلام کرده بود که ناوگان کشور آمادگی نقش‌آفرینی در حوزه‌های جدید را خواهد داشت ولی این موضوع به شرطی تحقق خواهد یافت که حمایت‌های لازم صورت گیرد، اما به نظر می‌رسد در شرایط فعلی فضای بزرگی به وجود آمده که از هم تمام توان داخلی و هم از حضور خارجی‌ها در این حوزه استفاده شود.

وزیر راه چندی پیش در جریان مذاکره با یک هیأت ایتالیایی پیشنهاد وارد شدن سرمایه‌گذاران این کشور به نوسازی بیش از ۶۵هزار کامیون و خودروهای عمومی در جاده‌های ایران را ارائه کرد که این موضوع در کنار مذاکراتی که اخیراً با طرف‌های خارجی صورت گرفته، می‌تواند افقی روشن را این بار در منطقه قفقاز برای ایران به وجود بیاورد.

گزارش ۲

رئیس مشاوران املاک استان تهران:

مسکن بدون رشد قیمتی وارد رونق می‌شود

رئیس مشاوران املاک استان تهران با بیان اینکه همین روند بازار مسکن تا پایان سال ادامه دارد، گفت: از نیمه اول سال آینده شاهد افزایش معاملات مسکن خواهیم بود که این افزایش معاملات و خروج از رکود بدون رشد قیمت‌ها در بازار خواهد بود.

به گزارش «فرصت امروز»، حسام عقبایی در نشست خبری روز گذشته با بیان اینکه اخذ کد رهگیری در معاملات مسکن براساس مصوبه هیأت وزیران سال ۸۷ قطعی و لازم‌الاجرا است، اظهار داشت: این قانون از سوی هیأت وزیران تصویب شده و دیوان عدالت اداری رأی به لغو کد رهگیری برای معاملات مسکن نداده است.

وی ادامه داد: هدف از صدور کد رهگیری، بستن روزنه‌های سوءاستفاده از انجام معاملات و فروش یک ملک به چند نفر است و طبق قانون اتصال سازمان ثبت اسناد به این سامانه برای صدور کد رهگیری و اینکه مشاوران املاک بتوانند وضعیت ثبتی ملک را رصد کنند ضروری بود اما تا به امروز هنوز هم این نهاد به این سامانه متصل نشده است.

رئیس اتحادیه مشاوران املاک استان تهران با بیان اینکه سازمان ثبت اسناد و املاک منافع مدیریتی خود را به منافع ملی ترجیح می‌دهد، گفت: پس از اینکه سازمان ثبت اسناد حاضر به همکاری با مشاوران املاک برای انتقال اطلاعات ثبتی نشد، گزینه دیگری را برای شاخص معاملات در نظر گرفتیم و با سازمان پست وارد تعامل شدیم. در نهایت قرار بر این شد کد رهگیری براساس کد پستی املاک صادر شود.

عقبایی ادامه داد: کد رهگیری برخلاف ادعای برخی از افراد به هیچ وجه حفره امنیتی ندارد. گفته می‌شود اگر یک عدد از کد پستی تغییر کند، کد رهگیری دیگر متعلق به آن ملک نیست و این دقیقا نشان‌دهنده ضریب بالای امنیتی کد رهگیری است، نه وجود حفره امنیتی. مشاوران املاک به هیچ وجه نباید به کد پستی مندرج در قبوض آب، برق، گاز، تلفن و کارت ملی استناد کنند، چرا که ممکن است این کدهای پستی ایراداتی داشته باشند. موثق‌ترین کد پستی املاک، کدی است که از سازمان پست استعلام شده باشد.

وی تأکید کرد: دیوان عدالت اداری رأی به عدم لزوم صدور کد رهگیری برای متعاملان سازمان امور مالیاتی داده است و انتشار خبر عدم الزام دریافت کد رهگیری برای متعاملان سازمان امور مالیاتی بر اذهان عمومی این‌گونه شکل گرفت که معاملات مسکن نیازی به دریافت کد رهگیری ندارند.

صدور کد رهگیری رایگان است

رئیس اتحادیه مشاوران املاک با بیان اینکه اخذ کد رهگیری برای تمام معاملات مسکن اجباری و ضروری است، ادامه داد: تأکید می‌کنم اخذ کد رهگیری از مشاوران املاک رایگان است و مشاوران املاک به جز حق‌الزحمه و ۹درصد ارزش افزوده هیچ مبلغی را بابت صدور کدرهگیری معاملات دریافت نمی‌کنند و اگر مشاوراملاکی نسبت به دریافت هزینه بابت صدور کد رهگیری اقدام کند، به‌طور قطع مرتکب تخلف شده است و با آن برخورد خواهیم کرد. وی با اشاره به این موضوع که ۴۰ تا ۵۰ درصد املاک کشورمان سند ندارند، گفت: امکان معامله این املاک بدون سند در دفاتر اسناد رسمی وجود ندارد و این املاک باید در بنگاه‌ها معامله شوند.

صدور بیش از ۱۰ میلیون کد رهگیری در ۷ سال گذشته

عقبایی درباره میزان صدور کد رهگیری از ابتدای طرح تاکنون، ادامه داد: از سال ۸۷ تاکنون ۱۰ میلیون و ۴۱۹ هزار و ۶۷۶ کد رهگیری برای معاملات مسکن صادر شده که از این تعداد ۶میلیون و ۶۷۴هزارو ۲۴ کد بابت مبایعه‌نامه بوده و ۳ میلیون و ۲۵ هزار و ۴۲کد رهگیری هم بابت قراردادهای اجاره‌نامه صادر شده و سایر کدهای رهگیری هم متعلق به مابقی قراردادها است.

واسطه‌گری لیزینگ مسکن بین بانک و مردم

رئیس اتحادیه مشاوران املاک با تأکید بر اینکه مخالف طرح لیزینگ مسکن هستم، گفت: رویکرد لیزینگ مسکن در جهت منافع عمومی نیست و باید بوروکراسی برای دریافت تسهیلات بانکی برای مردم راحت‌تر شود. وی ادامه داد: لیزینگی‌ها برای خود یک کارگزاری راه‌اندازی کرده‌اند و مجموعه‌ای را به وجود آوردند که واسطه‌گر بین بانک و مردم باشند. این در حالی است که در هیچ کجای دنیا چنین واسطه‌هایی بین بانک و مردم نیست. عقبایی با بیان اینکه در هیچ کجای دنیا به اندازه یک‌پنجم تسهیلات هزینه نمی‌پردازند، ادامه داد: در حال حاضر در ایران بابت وام ۶۰ میلیونی اوراق سپرده ممتاز باید تا یک‌پنجم این تسهیلات را متقاضی اوراق بخرد.

رشد معاملات مسکن در نیمه دوم سال

رئیس اتحادیه مشاوران املاک با بیان اینکه در پنج ماه گذشته معاملات مسکن در کشور با رشد چند درصدی مواجه شده گفت: در مهرماه سال جاری ۷۷ هزار و ۴۵۳ فقره قرارداد فروش، در آبان‌ماه ۸۱ هزار و ۲۱۰ قرارداد، در آذرماه ۸۵ هزار و ۱۱۸ قرارداد، در دی ماه ۱۰۷ هزار و ۷۳۷ قرارداد و در بهمن ماه ۱۰۶ هزار و ۴۹۶ فقره قرارداد فروش معامله شده است.

وی با بیان اینکه این رشد جزئی به معنای شکست یخ بازار نیست، ادامه داد: در سال‌های رونق مسکن یعنی سال‌های ۹۰ و ۹۱ رشد معاملات حداقل ۴ برابر اعداد و ارقام معاملات امروز بود. عقبایی با اشاره به وضعیت بازار مسکن در سال آینده، گفت: همین روند تا پایان سال ادامه دارد اما در نیمه اول سال آینده شاهد افزایش معاملات خواهیم بود اما این افزایش معاملات با رشد قیمت همراه نخواهد بود.

حمل و نقل

رشد ۱۰۰درصدی در حوزه ترانزیت در سال ۹۵

مدیرعامل شرکت راه‌آهن در جلسه شورای هماهنگی مدیران راه‌آهن با اشاره به برنامه‌ریزی برای رشد ۱۰۰ درصدی در حوزه ترانزیت در سال ۹۵ بر بسترسازی به منظور ارتقای خدمات در جهت کسب رضایت مسافران نوروزی تاکید کرد.

به گزارش روابط عمومی راه‌آهن جمهوری اسلامی ایران، محسن‌پور سیدآقایی مدیرعامل راه‌آهن در جلسه شورای هماهنگی مدیران راه‌آهن با تاکید بر آمادگی راه‌آهن در سفرهای نوروزی به مدیران نواحی و مناطق گفت: با توجه به شروع ایام سفرهای نوروزی و رشد تقاضا برای سفر باید برنامه‌ریزی دقیق و مناسب به منظور ارائه خدمات مطلوب و با کیفیت انجام و بسترسازی برای ارتقای خدمات به منظور کسب رضایت مسافران فراهم شود.

وی افزود: بررسی عملکرد راه‌آهن در یکسال گذشته در زمینه بار با ۱.۵ درصد رشد روبه‌رو شده اما همچنان در حوزه مسافری به نقطه مطلوب نرسیده‌ایم.

مدیرعامل راه‌آهن تصریح کرد: بهترین عملکرد در سال ۹۴ مربوط به حوزه ترانزیت با ۱۲۳ درصد رشد نسبت به مدت مشابه سال قبل روبه‌رو شده که این رقم با توجه به شرایط کشور قابل قبول بوده است.

پور سیدآقایی با اشاره به رقم کل بار حمل شده در کل کشور خاطر نشان کرد: سهم راه‌آهن از حمل بار در سال ۹۴ مثبت ۱.۵ درصد بوده و در مقایسه با کل بار جابه‌جا شده در کشور نشان از رشد ۹ درصدی دارد.مدیرعامل راه‌آهن با تاکید بر توسعه بخش مسافری خاطر نشان کرد: با توجه به برنامه ریزی‌های صورت گرفته در حوزه‌های مختلف مسافری از جمله هواپیمایی و... باید تلاش شود با رفع نقاط ضعف نسبت به افزایش اقبال عمومی به استفاده از قطار برای سفر اقدام شود.مدیرعامل راه‌آهن برنامه‌ریزی برای کاهش زمان سیر در حوزه‌های پر تردد مانند مشهد را از اولویت‌ها برشمرد و گفت: باید تلاش شود تا در کنار اقداماتی همچون دو خطه کردن خطوط، نصب علائم و سینگنالینگ در جهت ارائه خدمات مطلوب‌تر و با کیفیت‌تر و از همه مهم‌تر کاهش زمان سیر اقدامات لازم عملیاتی شود.پور سیدآقایی در ادامه، احداث خطوط سریع‌السیر در محور اصفهان ـ تهران را مدنظر قرار داد و افزود: عملیات اجرایی این مهم شروع شده و با راه‌اندازی کامل آن زمان سیر حرکت به دو ساعت تقلیل خواهد یافت و قطارها در این مسیر با سرعت ۲۵۰ کیلومتر در ساعت حرکت خواهند کرد.

وی تصریح کرد: بهره‌برداری کامل از این پروژه چهار سال زمان می‌برد و پس از آن تلاش خواهد شد تا با بهره‌گیری از این قطارهای پر سرعت، سرعت سیر در محور تهران ـ مشهد به ۲۰۰ کیلومتر در ساعت رسیده و این مسیر در بازه زمانی شش ساعت سیر شود. پورسیدآقایی همچنین از برنامه‌ریزی حداقل برای رشد ۱۰۰ درصدی در حوزه ترانزیت در سال ۹۵ خبرداد و گفت: انتظار داریم تا درسال آینده رقم ۱.۵میلیون تن ترانزیت را به ۳ تا ۴میلیون تن در سال برسانیم و تحقق این مهم همت والا و هماهنگی تمام بخش‌ها را می‌طلبد.مدیر عامل راه‌آهن تقویت و برنامه‌ریزی به منظور پوشش بارها در محورهای مهم ترانزیتی مانند سرخس و بندرعباس را مدنظر قرار داد و گفت: رسیدن به سهم حداقل ۳ میلیون تنی در حوزه ترانزیت تحول جدی در این مناطق را می‌طلبد و باید مدیران به شکل جدی نسبت به اجرای کار بازرگانی در این زمینه اقدام کنند.

مدیر کل ایمنی پرواز هما:

دیر بجنبیم ما را می‌بلعند

مدیر کل ایمنی پرواز شرکت هما معتقد است، در صورتی که ایرلاین‌های ایرانی در فرصت به وجود آمده پس از لغو تحریم‌ها برای توسعه و تجهیز ناوگان خود حداکثر استفاده را نبرند، در آینده شانسی برای رقابت با ایرلاین‌های منطقه نخواهند داشت.

اکبر میری روشن در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به روزهای سختی که برای ایرلاین‌های ایرانی در سال‌های گذشته وجود داشته است، اظهار کرد: در شرکت ایران‌ایر متخصصان و کارشناسان فنی تمام تلاش خود را کردند تا از امکانات باقی‌مانده حداکثر استفاده را برده و پروازهایی ایمن را برای مسافران ایرانی به وجود آورند.هرچند بسیاری از هواپیماهای ما در طول این سال‌ها به دلیل مشکلات فنی نتوانستند کار خود را ادامه دهند یا برای ادامه پرواز نیاز به تست‌های ایمنی فراوان داشتند، اما خوشبختانه با پیگیری‌های صورت گرفته، این شرکت ایمن‌ترین پروازها را به وجود آورد و در این مسیر نیز باقی ماند.

وی با اشاره به فرصت طلایی به وجود آمده برای ایران پس از لغو تحریم‌ها اظهار کرد: ما در طول این سال‌ها بررسی‌ها و مطالعات دقیقی برای خرید هواپیماهای جدید داشته‌ایم و قطعا سبد خرید فعلی ایران‌ایر براساس این مطالعات و بررسی‌ها درنظر گرفته شده است.میری‌روشن افزود: اینکه برخی نسبت به خرید ایرباس ۳۸۰ انتقاد می‌کنند متاسفانه بیشتر از آنکه توجیه فنی داشته باشد از اغراض سیاسی تبعیت می‌کنند.این در شرایطی است که مسئولان فنی کشور در طول این ماه‌ها بررسی‌های دقیقی درباره مدل‌های این هواپیماها داشته‌اند و ما اگر قصد داریم در عرصه جهانی شانسی برای رقابت با دیگر ایرلاین‌ها داشته باشیم قطعا در حال حاضر بهترین فرصت را در اختیار داریم.وی با اشاره به پیشرفت‌های قابل توجه ایرلاین‌های کشورهای همسایه ایران در طول سال‌های گذشته تصریح کرد: تنها شرکت امارات ایر ۷۵ فروند ایرباس ۳۸۰ را در ناوگان خود به کار گرفته و برای ۷۵ فروند ۳۸۰ جدید نیز درخواست رسمی داده است. دیگر ایرلاین‌های فعال در اطراف ایران نیز هر یک در همین فضا کار خود را ادامه داده و بسیار گسترده شده‌اند.از این‌رو نه تنها ما نمی‌توانیم در قراردادهای خرید هواپیماهای جدید شک و شبهه ایجاد کنیم که باید این واقعیت را بپذیریم که ما برای رقابت با آنها شانسی جز افزایش توان‌مان نداریم، زیرا اگر دیر بجنبیم این ایرلاین‌ها ما را می‌بلعند.

بین‌الملل

جنرال‌موتورز سومین سازنده اتومبیل پس از تویوتا و فولکس واگن

محمدمهدی میثمی
منبع auto.lapresse.ca

جنرال‌موتورز که به توزیع خودروهایش سرعت بخشیده است، پس از فروش ۹.۸میلیون دستگاه خودرو در سال گذشته در سراسر جهان، سومین سازنده اتومبیل جهان پس از تویوتا و فولکس واگن باقی ماند.

با افزایش ۰,۲درصدی در مقایسه با سال ۲۰۱۴، این گروه اتومبیل‌سازی روز پنجشنبه بیست‌ویکم ژانویه اعلام کرد که به موازات فروش‌هایش در حال راه‌اندازی یک سرویس به اشتراک‌گذاری خودرو با عنوان Maven در آمریکا برای جلب نظر مصرف‌کنندگانی است که کمتر مایل به مالک شدن یک خودرو هستند. کشور چین نخستین بازار خودروهای جنرال‌موتورز با ۳,۶میلیون دستگاه فروش باقی مانده که توسط آمریکا (با ۱,۳میلیون دستگاه)، برزیل و کانادا تعقیب می‌شود. برند اروپایی اپل/واکسهال بهترین میزان فروشش از سال ۲۰۱۱ را با ۱.۱میلیون دستگاه فروش ثبت کرده که در مقایسه با سال ۲۰۱۴ تغییری نکرده است. جنرال‌موتورز (شورولت، GMC، کادیلاک، بیوک) که مهیای بازگشتی برای ایجاد موازنه در اروپا برای سال ۲۰۱۶، پس از ۱۶ سال دوری می‌شود، برای رونمایی از نسخه جدید اتومبیل شهری اپل استرا به آنجا می‌رود. این گروه اتومبیل‌سازی تایید کرده که تاکنون ۸۰هزار پیش سفارش دریافت کرده است.

برند کادیلاک روند بازاریابی‌اش را به کمک چینی‌ها، جایی که نامش همیشه با تجمل همراه بوده است، ادامه می‌دهد. فروش این برند در سال ۲۰۱۵، ۸درصد افزایش داشته است.

جنرال‌موتورز در طول دهه‌ها و تا پیش از ورشکستگی‌اش در سال ۲۰۰۹ نخستین سازنده اتومبیل در جهان بوده است. از آن به بعد گروه ژاپنی تویوتا (تویوتا، لکسوس) رتبه اول را دراختیار داشته که در سال ۲۰۱۵ هم ۱۰.۱میلیون دستگاه خودرو را به فروش رسانده است. فولکس‌واگن (که شامل برندهایی چون آئودی، پورشه، اسکودا، لامبورگینی، بنتلی و بوگاتی است) دومین رتبه را با فروش ۹.۹۳میلیون دستگاه خودرو به‌دست آورده است. جنرال‌موتورز که به دنبال نوآوری‌هایی برای قرار گرفتن در صف اول حمل‌ونقل آینده است، همه سرویس‌های نوآورانه اشتراک‌گذاری خودرو و خودروهای بدون سرنشین را زیر یک چتر جمع می‌کند. سرویس جدید به اشتراک‌گذاری خودرو به شکل ساده‌ای عمل خواهد کرد: کاربری که برنامه کاربردی را دانلود کرده به‌طور آنلاین خودرویی را رزرو می‌کند و آن را در یک محل مخصوص فروش دریافت می‌کند و همچنین آن را در همان منطقه تحویل خواهد داد. نیز او از گوشی هوشمند خود برای قفل و باز کردن خودرو استفاده می‌کند. هزینه این سرویس براساس وب‌سایت Mavendrive.com ۶ دلار در هر ساعت شامل بنزین و بیمه برای خودروهای کوچک است و می‌تواند تا ۱۲ دلار برای خودروهای بزرگ افزایش یابد. جنرال‌موتورز توضیح داده که شهر آن آبر (میشیگان، شمال) نخستین شهر میزبان این سرویس است که باید تا پایان سال در دسترس مردم اکثر شهرهای آمریکا قرار بگیرد. این اعلامیه دو روز پس از آن منتشر شد که گروه آمریکایی جنرال‌موتورز، Sidecar را که یک سرویس اشتراک‌گذاری اتومبیل ورشکسته است، خرید.

گروه آلمانی دایملر (مرسدس بنز) نیز سرویس مشابهی دارد (Mercedes me).

حدود ۵ تا ۶میلیون نفر به‌طور مرتب از سیستم‌های اشتراک‌گذاری خودرو و VTC در سراسر جهان استفاده می‌کنند و شرکت جنرال‌موتورز افزایش این تعداد را در سال‌های آینده پیش‌بینی می‌کند.

مدل Audi A8 L بدون راننده و مخصوص مهمان‌های ویژه

ترجمه: سیروس ترکمان
منبع: guideautoweb. com

درحالی‌که برخی‌ها خودروهای خودکار یا بدون راننده را به‌عنوان روشی ساده و مناسب در حمل‌ونقل عمومی می‌پندارند، شرکت خودروساز آلمانی به دنبال توسعه این محصولات با کاربردهای جذاب است. در واقع بعد از اینکه مدل «S7» را با همین ویژگی روانه بازار ساخت، حال به دنبال آن است که از این فناوری در خودروهای لوکس تشریفات استفاده کند.

هنگام برگزاری جشنواره سینما برلین، آئودی مسئول انتقال دانیل برول، یک ستاره آلمانی، از هتل خود تا فرش قرمز بود. مدل A8 L با مجهز بودن به سنسورها و دوربین‌های مخصوص، اتومبیل را بدون نیاز به کمک‌های اضافی هدایت می‌کند.

البته این خودرو هنوز کاملاً به صورت مستقل عمل نمی‌کند و با استفاده از یک سری نقاط جغرافیایی و تطابق آن با نقشه موجود در حافظه از پیش تعبیه شده خود، قادر به شناسایی مسیرها و مقصد است. به این محصول نباید تنها از جنبه تبلیغاتی نگریست. فناوری در زمینه این قبیل خودروها پیشرفت چشمگیری داشته است و احتمالا قبل از اینکه در دسترس عموم قرار گیرد، برای مراسم‌های خاص و افراد مطرح به کار رود.

رایزنی ایسوزو، مزدا، فولکس واگن و رنو برای سرمایه‌گذاری در ایران

خودروسازان جهانی بلیت تهران می‌گیرند

عسل داداشلو
dadashloo@gmail.com

هفته دوم اسفند ماه، سومین همایش بین‌المللی خودرو در ایران برگزار خواهد شد. حالا برخلاف دو سال گذشته که هیچ قرارداد و مذاکره جدی از حاشیه این همایش بیرون نیامد، مسئولان برگزاری این دوره می‌گویند که چند خودروساز خارجی به احتمال زیاد با خودروسازان بخش‌خصوصی ایران قرارداد همکاری امضا خواهند کرد اما امضای قرارداد سایپا با رنو که پیش از این گفته می‌شد در حاشیه این همایش امضا می‌شود، به زمان دیگری موکول‌شده‌است.

پس از اجرایی شدن برجام، میوه‌های درخت مذاکرات خودروسازان با شرکای خارجی خود، شروع به رسیدن کرد. ابتدا تفاهم‌نامه ایران خودرو با بنز و سپس امضای قرارداد پرحاشیه پژو. در این بین گزینه‌های سرمایه‌گذاری خودروسازانی نظیر رنو، فولکس واگن و خودروسازان ژاپنی نیز روی میز بود که به گفته امیرحسین قناتی، مدیرکل دفتر نیرو محرکه وزارت صنعت، تکلیف همه این گزینه‌ها به‌زودی روشن خواهدشد.

رنو در حال مذاکره برای خرید پارس خودرو

روز گذشته در نشست خبری سومین همایش بین‌المللی خودرو، موضوع خرید سهام پارس خودرو توسط رنو مطرح شد.

قناتی که به تازگی به عضویت هیات‌مدیره سایپا منصوب شده در این نشست در پاسخ به اینکه آیا سهام پارس خودرو به رنو فروخته می‌شود، ابتدا گفت که این کار در حال انجام است و بعد از ۱۵ دقیقه حرف خود را تغییر داد و اظهار کرد: «مذاکرات برای شکل‌گیری جوینت ونچر رنو و سایپا در حال انجام است که فروش سهام پارس خودرو نیز در روند این مذاکرات پیگیری می‌شود.»

او درباره زمان امضای این قرارداد توضیح داد: «این قرارداد در حاشیه همایش بین‌المللی خودرو به امضا نخواهد رسید، زیرا هنوز نهایی نشده است.»

فولکس واگن در حال مذاکره با ۵ شرکت داخلی

نام شرکت فولکس واگن نیز در این نشست به میان آمد. از سال گذشته نام شرکت فولکس واگن به‌عنوان یکی از شرکای صنعت خودروسازی ایران مطرح می‌شود ولی تاکنون هیچ قراردادی با این خودروساز نهایی نشده است، اما مدیرکل دفتر نیرو محرکه وزارت صنعت همه اخبار غیررسمی را درباره این شرکت تایید کرد.

قناتی در پاسخ به پرسش «فرصت امروز» مبنی بر اینکه فولکس واگن با چه شرکتی در حال مذاکره است؟ بیان کرد: «فولکس واگن با پنج شرکت ایرانی که بخش خصوصی هستند، در حال مذاکره است و این شرکت براساس صلاحدید خود با یکی از این شرکت‌ها قرارداد جوینت ونچر امضا خواهد کرد.»

او درباره پیشنهاد برای سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی‌ها در صنعت خودروی ایران، گفت: «ما محدودیتی برای سرمایه‌گذاری ۱۰۰ درصدی خارجی‌ها نداریم اما باید بپذیریم اولویت هر شرکتی استفاده از پتانسیل‌ها داخلی هر کشور و نصف کردن میزان ریسک است. اکنون تلاش ما بر این است که سرمایه‌گذاران به سمت شرکت‌های چابک‌تر بروند و تاکنون همه پیشنهادات برای سرمایه‌گذاری جوینت ونچر بوده که از سوی شرکت‌هایی نظیر پژو، فیات، فولکس واگن، ایسوزو و مزدا بوده است.»

همچنین ساسان قربانی، دبیرکل سومین همایش بین‌المللی خودرو نیز در این نشست درباره اینکه امضای رسمی قراردادی در حاشیه این همایش صورت می‌گیرد، تصریح کرد: «هنوز از خودروسازان برای امضای قرارداد برنامه مشخصی دریافت نکردیم. اما به احتمال زیاد شرکت‌های خصوصی در حاشیه این همایش تفاهم‌نامه یا قرارداد امضا خواهند کرد. به غیراز ایران خودرو و سایپا، ما چند شرکت قوی در بخش خصوصی نظیر گروه بهمن، کرمان موتور و ماموت را داریم که اکنون ماموت در حال مذاکره جدی با اسکانیاست.»

چهار تفاهم‌نامه قطعه‌سازان

از دیگر برنامه‌های سومین همایش بین‌المللی خودرو، امضای تفاهم‌نامه قطعه‌سازان ایران با انجمن قطعه‌سازان جهانی است. اما آیا قرار است این تفاهم نامه‌ها به طور نمایشی مجددا به امضا برسند یا تفاهم نامه تازه‌ای هم در کار خواهد بود؟

قربانی در پاسخ به این پرسش «فرصت‌امروز» گفت: «این تفاهم‌نامه جنبه توافق‌نامه‌های همکاری بین دو نهاد صنفی دارد. انجمن قطعه‌سازان کشور ترکیه که ما از نظر صنعتی قرابت نزدیکی با این کشور داریم یکی از طرف‌های تفاهم‌نامه است. همچنین تفاهم‌نامه دیگری در ادامه همکاری با قطعه‌سازان فرانسوی به امضا خواهد رسید. تفاهم‌نامه دیگری با انجمن قطعه‌سازان هند که جایگاه خوبی در زنجیره تامین جهانی برای خود کسب کرده و امروز به یک مرکز تولید قطعه تبدیل شده، امضا خواهد شد.»

او با بیان اینکه چهارمین تفاهم‌نامه با قطعه‌سازان انگلیسی امضا می‌شود، اظهار کرد: «چند هیات دیگر هم در طول برگزاری کنفرانس، مذاکراتی را با قطعه‌سازان خواهند داشت اما این تفاهم‌نامه‌ها قرار است برای مشارکت‌های آتی بسترسازی کنند.»

پیش از این انجمن قطعه‌سازان ایران و ترکیه به عضویت یکدیگر درآمده و ایران با انجمن قطعه‌سازان فرانسه نیز تفاهم‌نامه امضا کرده است، بنابراین در این کنفرانس فقط دو تفاهم‌نامه تازه با کشورهای انگلستان و هند به امضا خواهد رسید.

سومین همایش بین‌المللی خودرو از ۱۰ تا ۱۱ اسفند ماه سال جاری در سالن اجلاس تهران برگزار می‌شود که همزمان با این همایش، نخستین نمایشگاه توانمندی‌های صنعت خودرو ایران برگزار خواهد شد.

گزارش ۲

دایملر از مدیرانش خواست از خودروهای برقی استفاده کنند

ترجمه: معراج آگاهی
منبع: www.europe.autonews.com

شرکت خودروسازی دایملر که در سال گذشته تعداد قابل توجهی از خودروهای برقی و هیبریدی را به بازار عرضه کرد، در گام بعدی خود به سوی تولید خودروهای سبز و دوستدار محیط زیست از مدیران خود خواسته است تا به این شرکت در کارزار حمایت از تولید خودروهای برقی بپیوندند. به این منظور و در آینده نزدیک، مدیران شرکت دایملر در اشتوتگارت باید از میان محصولات برقی و هیبریدی خود یکی را به‌عنوان خودروی شرکتی‌شان انتخاب کنند.

این برنامه سطوح عالی مدیریتی شرکت دایملر را نیز در برگرفته و تنها به مدیران میانی محدود نخواهد بود. به منظور تحقق این برنامه، شرکت دایملر خودروهای برقی و هیبریدی نظیر «C350e، S500e، GLE500e و GLC350e» را برای این طرح در نظر گرفته و اخیرا نیز خودروی «E350e» به این لیست اضافه شده است. انتخاب خودروهای مذکور از سوی دایملر در حالی صورت می‌پذیرد که مدل «S550e» و «C350e» در آمریکا به‌عنوان خودروهای برقی به فروش می‌رسند. در این رابطه «اولا کالینیوس» از اعضای هیات‌مدیره شرکت «Daimler AG» در بیانیه‌ای اظهار داشت که طرح مذکور بیانگر عزم شرکت متبوعش در حرکت به سوی تولید خودروهایی با میزان آلایندگی صفر است. کالینیوس ادامه داد: «استفاده از خودروهای برقی و تبدیل شدن آنها به بخشی از زندگی روزانه مدیران سطح بالای ما، می‌تواند به‌عنوان یک الگو برای مشتریان و خریداران خودرو بدل شود.»

در راستای افزایش تولید خودروهای برقی و هیبریدی توسط دایملر، این شرکت رقمی معادل ۳۰ میلیون یورو در زمینه توسعه شبکه شارژ خودروهای برقی در آلمان سرمایه‌گذاری کرده است. سرمایه‌گذاری اخیر دایملر در حالی صورت می‌پذیرد که در حال حاضر ۵۵۶ جایگاه مخصوص شارژ خودروهای برقی مخصوص به کارمندان در شرکت دایملر و نمایندگی‌های آن در سراسر آلمان وجود دارد. در همین ارتباط، مرسدس بنز نیز شرایط مناسبی را برای کارمندان خود جهت خرید خودروهای برقی فراهم کرده است. این موضوع این امکان را به کارمندان عادی این شرکت می‌دهد تا همراه با مدیران رده بالای این شرکت، از خودروهای برقی و الکتریکی موجود در میان محصولات آن استفاده کنند.

رشد ۸۶ و ۷۶ درصدی تولید تندر ۹۰ و سوزوکی گراندویتارا نسبت به پارسال

تولید ۱۱ ماهه ایران خودرو از مرز ۴۵۰ هزار دستگاه گذشت

تولید محصولات گروه صنعتی ایران خودرو از آغاز سال تا پایان بهمن ماه به ۴۵۲ هزار و ۸۰۰ دستگاه رسید.

به گزارش ایران خودرو، بیشترین شمار تولید در پایان ماه یازدهم امسال متعلق به محصول پژو ۴۰۵ با ۱۰۷ هزار و ۸۴۶ دستگاه بود. پژو پارس در رتبه بعدی شمارگان قرار دارد و ۱۰۴هزار و ۹۸۳ دستگاه از محصولات ایران خودرو را به خود اختصاص داد. همچنین تا بهمن ماه، ۹۶ هزار و ۸۳۰ دستگاه پژو ۲۰۶ و ۷۷ هزار و ۲۱۸ دستگاه سمند تولید و به بازار عرضه شد. تولید محصول تندر ۹۰ ایران خودرو نسبت به مدت مشابه پارسال ۸۶ درصد رشد داشت و به میزان ۱۷ هزار و ۷۱۲ دستگاه تولید و به مشتریان عرضه شد. شمارگان تولید تندر ۹۰ در پایان بهمن ماه پارسال ۹۵۳۷ دستگاه بود. ۱۷هزار و ۴۵۶ دستگاه آریسان نیز در سایت ایران خودرو تبریز تولید شد. میزان تولید دنا و رانا تا پایان بهمن ماه به ترتیب ۱۵ هزار و ۳۸۲ و ۱۳ هزار و ۵۸۶ دستگاه به ثبت رسید. ۱۱۴۷دستگاه سوزوکی گراندویتارا نیز در این مدت تولید شد که نسبت به مدت مشابه پارسال ۷۶ درصد افزایش را به ثبت رساند. شمار تولید این خودرو در پایان بهمن پارسال ۶۵۲دستگاه بود. ۵۹۶دستگاه هایما نیز در سایت ایران خودرو خراسان تولید شد. به گزارش ایرنا، در ۱۰ ماهه امسال ۷۱۶ هزار و ۹۳۹ دستگاه انواع خودروهای سواری در کشور تولید شد؛ خودروسازان داخلی در این دوره زمانی ۵۶ هزار و ۳۵۳ دستگاه وانت، ۸۳۲۷ دستگاه کامیون، ۵۶۱ دستگاه اتوبوس و ۴۴۲ دستگاه مینی بوس تولید کردند. همچنین در دی ماه امسال ۹۹ هزار و ۷۷۶ دستگاه انواع خودرو در کشور تولید شد که از این ۹۰ هزار و ۷۳۸ دستگاه خودرو سواری، ۸۳۱۷ دستگاه وانت، ۶۸۲ دستگاه کامیون، ۱۸ دستگاه اتوبوس و ۲۱ دستگاه مینی بوس بود. اکنون ۱۶ تا ۱۷ میلیون خودرو پلاک شده تولید داخل در کشور آمدوشد می‌کنند و سالانه یک میلیون و ۲۰۰ هزار دستگاه خودرو از سوی تولیدکنندگان داخلی به بازار تحویل داده می‌شود. بر پایه برنامه‌ریزی‌های انجام شده و با توجه به سیاست‌های وزارت صنعت، معدن و تجارت، تولید خودرو در افق ۱۴۰۴ باید به ۳ میلیون دستگاه در سال افزایش پیدا کند و یک سوم از این شمار به دیگر کشورها صادر شود.

خبر

مدیرعامل یک شرکت قطعه‌ساز:

پرداخت مطالبات قطعه‌سازان به ۹۰روز رسیده است

مدیرعامل یک شرکت قطعه‌ساز گفت: در زمان تحریم‌ها مطالبات معوق ما از ایران‌خودرو به ۱۸۰ روز نیز رسیده بود اما اکنون فرآیند پرداخت‌ها به ۹۰ روز رسیده است.

حمیدرضا صمدی در گفت‌وگو با ایسنا اظهار کرد: متاسفانه شرایط بازار در اوایل پاییز امسال و توقع نادرست برای کاهش قیمت خودرو موجب تاثیرپذیری خودروسازان و قطعه‌سازان شد که باعث شد زمان پرداخت مطالبات قطعه‌سازان به ۱۲۰ روز برسد. وی حمایت تمام قد دولت را لازمه ادامه حیات صنعت کشور از جمله خودرو، فولاد، پتروشیمی و نظایر آن دانست و گفت: تسهیلاتی که برای حمایت از خودروسازان درنظر گرفته شده به‌صورت کامل پرداخت نشده و دولت باید از محل سرمایه درگردش نسبت به حمایت همه‌جانبه از صنعت اقدام کند.

او از حضور شرکت‌های خودروساز بین‌المللی در ایران استقبال کرد و ضمن مثبت خواندن تغییرات پیش‌رو گفت: صنعت ما با این تغییرات به سمت افق‌های روشن حرکت می‌کند و روند حرکت باید طوری باشد که بیشترین هم‌افزایی را داشته باشیم.

صمدی آغاز دوره جدید همکاری با شرکت پژو را مثبت ارزیابی کرد و ضمن اشاره به نشست قطعه سازان ایرانی و پژو گفت: علاوه بر اینکه پژو با بازار خودروی ایران آشنایی دارد، ما هم ساختار این شرکت را می‌شناسیم و می‌توانیم در زمینه داخلی‌سازی محصولات در زمان کوتاه‌تری به نتیجه برسیم. وی اشتغال را از جمله نتایج مفید و مهم همکاری‌های بین‌المللی دانست و گفت: باید در مورد نحوه همکاری‌ها و سرمایه‌گذاری‌های اولیه هر چه سریع‌تر تصمیم‌گیری شود تا علاوه بر جلوگیری از ورود قطعات خارجی، مانع بیکار شدن جوانان کشور شویم.

برگشت ۲هزار کارگر قطعه‌ساز به چرخه تولید در مازندران

رئیس انجمن قطعه‌سازان خودرو مازندران از برگشت ۲هزار کارگر اخراجی واحدهای قطعه‌سازی این استان پس از پرداخت تسهیلات ۲۵۰میلیون ریالی خرید و رونق تولید خودرو خبرداد.

محمدعلی ذکریایی به ایرنا گفت: اکنون ۴۳۰ کارگاه و واحد تولید قطعه خودرو در این استان با ۸هزار کارگر درحال فعالیت هستند.

وی افزود: با وجود پرداخت بخشی از مطالبات قطعه‌سازان مازندران از سوی شرکت‌های خودروساز، آنها همچنان بابت فروش قطعات از این شرکت‌ها یک هزار و ۲۰۰ میلیارد ریال مطالبات سررسیدی دارند.

ذکریایی پیش‌بینی کرد با پرداخت مطالبات معوقه قطعه‌سازان این استان، آنها حداقل ۲۰۰ تا ۳۰۰ کارگر جدید را نیز به مجموعه‌های کارگری خود اضافه خواهند کرد.

ذکریایی گفت: مطالبات معوقه واحدهای قطعه‌سازی مازندران از شرکت‌های خودروساز باعث شد تا این واحدها با وجود دریافت بخشی از مطالبات‌شان از خودروسازان نتوانند به دلیل بدهی به کارگران و سایر مجموعه‌های تامین‌کننده مواد اولیه، بدهی خود را به تامین اجتماعی و امور مالیاتی بپردازند. وی درخواست قطعه‌سازان مازندران را تهاتر مطالبات‌شان با بدهی آنها به تامین اجتماعی و امور مالیاتی براساس قانون رفع موانع تولید و خروج از رکود اعلام کرد. روزانه ۱۱۰ دستگاه خودرو در سایت ایران خودرو مازندران تولیدمی‌شود.

انجمن قطعه‌سازان خودرو در مازندران در سال ۸۹ با راه‌اندازی نخستین سایت ایران خودرو در بندپی شرقی شهرستان بابل در این استان فعال شد و هم‌اکنون اکثر واحدهای قطعه‌ساز شناسنامه‌دار عضو این انجمن هستند.

یک کارشناس با اشاره به تثبیت تعرفه واردات:

به نیاز مصرف‌کنندگان خودرو توجهی نشد

عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبایی گفت: تعرفه واردات خودرو بالاست و تثبیت آن به معنای حمایت از خودروسازان و عدم توجه به نیاز مصرف‌کنندگان است.

علی خاکساری در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: مصرف‌کنندگان از بالا بودن تعرفه واردات خودرو متضرر می‌شوند و از آن سو نیز خودروسازان به دلیل بالا بودن تعرفه واردات انگیزه‌ای برای اصلاح عملکرد خود نخواهند داشت. وی با بیان اینکه تثبیت تعرفه واردات خودرو به معنای ادامه تولید خودروهای بی‌کیفیت داخلی با قیمت بالاست، خاطرنشان کرد: بنابراین مانند دو دهه گذشته ایران خودرو و سایپا به‌صورت انحصاری خودروها را با همان کیفیت و با قیمت‌های بالا عرضه خواهند کرد. عضو هیات علمی دانشگاه علامه طباطبایی ادامه داد: بر این اساس تثبیت تعرفه واردات خودرو در سال آینده به ضرر اقتصاد کلان کشور و مصرف‌کنندگان و به نفع خودروسازان و قطعه‌سازان خواهد بود. وی خاطرنشان کرد: با تثبیت و بالا نگاه داشتن تعرفه واردات خودرو، به دلیل ادامه تولید خودروهای بی‌کیفیت و آلاینده همچنان شاهد تصادفات جاده‌ای و آلایندگی محیط زیست خواهیم بود. به گزارش ایسنا، اخیرا اعلام شد که تعرفه واردات خودرو برای سال آینده تثبیت شده و تغییری نسبت به سال جاری نخواهد داشت. تعرفه واردات خودروهای با حجم موتور ۱۵۰۰ تا ۲۰۰۰ سی‌سی معادل ۴۰درصد و تعرفه واردات خودروها با حجم موتور ۲۰۰۰ تا ۲۵۰۰ سی‌سی معادل ۵۵ درصد 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

سه‌شنبه | ۴ اسفند ۱۳۹۴ | شماره ۴۵۲ | صفحه ۸
ایمیل: INFO@FORSATNET.IR سایت: WWW.FORSATNET.IR

با حضور رئیس‌جمهوری

مراسم عزاداری سالروز شهادت حضرت فاطمه(س) برگزار شد

مراسم عزاداری به مناسبت شهادت حضرت فاطمه زهرا سلام‌الله‌علیها با حضور حجت‌الاسلام و المسلمین دکتر حسن روحانی، رئیس جمهوری برگزار شد. به گزارش ایسنا، در این مراسم که روز دوشنبه و با حضور جمعی از معاونان رئیس جمهور، وزرا و کارکنان نهاد ریاست جمهوری در محل دفتر رئیس جمهوری برگزار شد، حجت‌الاسلام والمسلمین رستگاری درخصوص فضایل و کرامات صدیقه کبری فاطمه زهرا (س) سخنرانی کرد و یکی از مداحان اهل بیت (ع) نیز به ذکر مصیبت و مرثیه‌خوانی پرداخت. حاضران در پایان این مراسم، نماز ظهر و عصر را به امامت حجت الاسلام و المسلمین دکتر روحانی اقامه کردند.

ظریف: هنوز بر سر جزییات آتش‌بس در سوریه توافق نشده

محمدجواد ظریف، وزیر امورخارجه کشورمان در دیدار با مهمان خود از بوسنی و هرزگوین گفت که هنوز بر سر جزییات آتش‌بس در سوریه توافق نشده است.

به گزارش ایرنا، ظریف روز دوشنبه در نشست خبری مشترک با ایگور سراداک، وزیر خارجه بوسنی افزود: جمهوری اسلامی ایران از هر اقدامی که به توقف خونریزی‌ها بینجامد و جان مردم سوریه را حفظ کند، حمایت می‌کند. وی بیان کرد: جمهوری اسلامی همواره معتقد بوده که بحران سوریه راه‌حل نظامی ندارد و تنها راه، گفت‌وگو بین طرف‌های مختلف سوری و سپردن راه‌حل به مردم سوریه است.

ظریف ادامه داد: وظیفه سایر کشورها تسهیل گفت‌وگو و نه مشروط کردن آن و تلاش برای تعیین چارچوب این گفت‌وگوها است. رئیس دستگاه سیاست خارجی خاطرنشان کرد: آتش‌بس در طرح‌هایی که جمهوری اسلامی ایران در دو و نیم سال اخیر برای راه‌حل سیاسی ارائه کرده، قدم اول بوده و در نشست گروه بین‌المللی حمایت از سوریه در وین نیز جمهوری اسلامی ایران بر آتش‌بس فوری، همه‌جانبه و ارسال کمک‌های انسانی به همه مناطق سوریه تأکید کرده است و هنوز هم همین اعتقاد را دارد.

ظریف ادامه داد: آتش‌بس به معنای اجازه دادن به ادامه فعالیت داعش، النصره و گروه‌های دیگر مرتبط با القاعده که توسط جامعه بین‌الملل تروریست شناخته شده‌اند مثل احرارالشام و گروه‌های مشابه نیست، لذا آتش‌بس که با اسم توقف مخاصمات به روند آن اشاره می‌کند، ضرورت دارد چارچوب‌های مشخص و روشنی داشته باشد. وی اضافه کرد: در این راستا اولاً لازم است از ایجاد زمینه برای ارسال کمک به گروه‌های تروریستی و سایر گروه‌های مسلح در دوران آتش‌بس و همچنین از اعزام نیروی جدید و سربازگیری جدید توسط داعش و النصره جلوگیری کند که به معنای نظارت کامل بر مرزها است.

وزیر امور خارجه خاطرنشان کرد: علاوه بر آن، ضرورت جلوگیری از پنهان شدن داعش و النصره پشت دیگر گروه‌های مسلح از دیگر ضرورت‌های آتش‌بس در سوریه است. ظریف ادامه داد: هنوز جزییات مربوط به نحوه اجرای آتش‌بس مورد توافق قرار نگرفته است، اصل آتش‌بس در اجلاس مونیخ توسط گروه بین‌المللی حمایت از سوریه تحت عنوان توقف مخاصمات مورد توافق قرار گرفت و هنوز هم جزییات مورد بحث قرار دارد.

وی همچنین گفت: ما به‌عنوان جمهوری اسلامی از هر اقدامی که به توقف خونریزی بیانجامد و جان مردم سوریه را حفظ کند حمایت می‌کنیم و امیدواریم سایر کنشگران منطقه و جامعه جهانی با سیاست جدی و صادقانه به دنبال متوقف کردن تخاصمات باشند و نه گرفتن فرصت.

اخبار انتخاباتی

عارف: فراکسیون امید تشکیل می‌شود

محمدرضا عارف در گفت‌وگو با خبرنگار پایگاه اطلاع‌رسانی و خبری جماران، با اشاره به ردصلاحیت‌های صورت گرفته، تصریح کرد: مردم شرایط را درک می‌کنند و ان‌شاءالله با امید در انتخابات شرکت می‌کنند؛ الحمدلله ما توانستیم در سراسر کشور لیست وزینی را تقدیم کنیم.

مردم نیایند، اصلاح‌طلبان شکست می‌خورند

وی با تأکید بر اینکه عدم حضور مردم در انتخابات به معنی شکست ما است، یادآور شد: مرم می‌آیند و ان‌شاءالله پیروز می‌شویم.رئیس شورای سیاست‌گذاری اصلاحات با اشاره به تجربه اصلاحات و عملکرد برنامه سوم، گفت: مردم مطالبات بحقی دارند که ما فکر می‌کنیم اگر به مجلس بیاییم می‌توانیم پاسخگوی مطالبات مردم به‌ویژه در بخش‌های اقتصادی و اجتماعی باشیم.

اولویت اصلاح‌طلبان در مجلس دهم، توجه به معیشت مردم است

عارف درمورد اولویت‌های اقتصادی اصلاح‌طلبان، گفت: اولویت نخست ما در اقتصاد، رسیدگی به وضعیت معیشت مردم و جلوگیری از رشد تورم است.

نگاه‌مان در لیست ائتلافی است نه اصلاح‌طلبی

رئیس شورای سیاست‌گذاری اصلاحات درمورد سخنان علی مطهری مبنی بر اینکه اصلاح‌طلب نیست، گفت: ما بحث ائتلاف را با هم داشتیم. پیش از این گفتیم که لیست‌مان اصلاح‌طلبی است، اما وقتی وارد ائتلاف شدیم طبیعتا باید نگاه به طرف ائتلاف هم داشته باشیم. عارف با تأکید بر اینکه افراد حامی دولت در لیست اصلاح‌طلبان هستند، اظهار کرد: با نگاهی که داشتیم ان‌شاءالله اگر روند انتخابات سال ۱۳۹۲ ادامه پیدا کند، قاعدتاً لیست‌مان لیست ائتلافی است، نه اصلاح‌طلبی که البته قریب به اتفاق افراد در لیست اصلاح‌طلب هستند و ما هم با نگاه ائتلاف و حامیان دولت لیست ارائه کردیم. وی در پاسخ به این پرسش که آیا با همین نگاه مذکور برخی از اصلاح‌طلبان در لیست «صدای ملت» علی مطهری هستند؟ تأکید کرد: من از لیست دیگر خبر ندارم و نمی‌دانم ایشان چه کار کردند. ما مبنا را لیست خودمان گذاشته‌ایم.

فراکسیون حامیان دولت تحت عنوان «امید» شکل می‌گیرد

رئیس شورای سیاست‌گذاری اصلاحات گفت: ما میثاقی را با اصلاح‌طلبان برای فراکسیون اصلاحات در مجلس تهیه کردیم، اما مقرر شد فراکسیون جدیدی تحت عنوان امید شکل گیرد و همه حامیان دولت در آن فراکسیون خواهند بود.

◁ رئیس جمهور دولت اصلاحات در پیامی تصویری مردم را به شرکت در انتخابات تشویق کرد.

◁ سیدشهاب الدین چاوشی، رئیس ستاد انتخابات استان تهران با اشاره به اینکه باید زمینه حضور گسترده مردم در انتخابات فراهم شود تا مردم با خیال راحت پای صندوق‌های رأی بیایند، گفت: ما نباید در رأی مردم هیچ مداخله‌ای داشته باشیم. وی با اشاره به اینکه ما نمی‌توانیم گرایش‌های جناحی خود را انکار کنیم، اظهار کرد: ولی با این وجود باید انصاف، عدالت و حق‌الناس را رعایت کنیم.

◁ حسن رسولی، عضو شورای سیاست‌گذاری اصلاح‌طلبان کشور گفت: اصلاح‌طلبان به دنبال تشکیل مجلس کارآمد هستند. وی گفت: در حال حاضر دامنه مجموعه اصلاح‌طلبان گسترده شده و امروز نه‌تنها بخشی از سایر هواداران دولت به ما پیوسته‌اند، بلکه چهره‌های تعیین‌کننده‌ای از جریان اصولگرایی هم همراه جریان اصلاحات شده‌اند.

◁ عزیزالله کناری، رئیس کمیته امنیت ستاد انتخابات استان هرمزگان از در نظر گرفتن سه فروند بالگرد برای برگزاری انتخابات در هرمزگان خبر داد و گفت: برای جلوگیری از وقفه‌های احتمالی و رفع موانع برگزاری انتخابات در موارد ضروری همچون وقوع بارندگی، جاری شدن سیل، توفانی شدن دریا و عدم امکان جابه‌جایی صندوق‌ها از طریق دریا، تعداد سه فروند بالگرد در نظر گرفته شده است.

◁ سعید شبستری، رئیس ستاد انتخابات آذربایجان‌شرقی درباره آخرین نتایج تأیید صلاحیت کاندیداهای شرکت در انتخابات مجلس شورای اسلامی گفت: در روزهای اخیر حدود ۹ نفر به لیست تأیید صلاحیت‌شدگان کاندیداها اضافه شده‌اند و حتی یکی دو مورد هم رد صلاحیت داشته‌ایم و آن طور که به ما اطلاع داده شده است از این پس فردی به این لیست اضافه یا حذف نخواهد شد.

◁ اعضای ائتلاف اصلاح طلبان پیش از ظهر دوشنبه با آیت الله هاشمی رفسنجانی دیدار کردند. در این دیدار که با حضور داوطلبان اصلاح‌طلب در حوزه تهران صورت گرفت، آیت‌الله هاشمی تعبیر لیست انگلیسی را توهین به فهم و شعور مردم ایران دانست و گفت: تبلیغ بر این ماجرا که دشمنان برای مردم ایران تعیین تکلیف می‌کنند، بسیار زشت و زننده است، چون به گونه‌ای دارند القا می‌کنند که انگلیسی‌ها در سراسر کشور ایران نفوذ دارند! همچنین محمد رضا عارف در دیدار با رئیس مجمع تشخیص مصلحت نظام گفت: از مردم خواهش می‌کنیم که به هر ۳۰ نفر رأی بدهند و گزینشی عمل نکنند و در کنار این ۳۰ نفر مجلس به ۱۶ نفر خبرگان که ان‌شاءالله در این بخش بتوانیم وظیفه‌مان را انجام دهیم.

تأکید رئیس‌جمهوری بر تقویت و استمرار برنامه‌های دولت در حوزه سلامت

رئیس‌جمهوری، رضایت عمومی از اقدامات صورت گرفته در طرح تحول نظام سلامت را از افتخارات دولت یازدهم برشمرد و بر تقویت و استمرار برنامه‌های مربوط به حوزه بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و عمومی تأکید کرد.

به گزارش ایرنا از پایگاه اطلاع‌رسانی ریاست جمهوری، حجت‌الاسلام والمسلمین حسن روحانی این مطالب را صبح دوشنبه در جلسه شورای عالی سلامت و امنیت غذایی بیان کرد. وی افزود: اقدامات مناسب و ارزنده در زمینه پذیرش بیمار، روند و کیفیت خدمات درمانی، کاهش قابل توجه هزینه‌های پرداختی مردم، دسترسی‌های دارویی و نظارت مؤثر بر فرآیندهای بهداشتی و تغذیه عمومی همچنان باید مورد اهتمام مسئولان مرتبط با سلامت عمومی باشد.

رئیس شورای عالی سلامت همچنین ضمن گرامیداشت ایام شهادت حضرت فاطمه زهرا (س) و ذکر فضایل دخت گرامی رسول اکرم (ص)، فرهنگ‌سازی، آموزش عمومی در سطوح مختلف و جلب مشارکت اجتماعی برای ارتقای استانداردهای حوزه سلامت را ضروری دانست. در ادامه این جلسه، گزارشی از اقدامات انجام شده در ارتباط با مصوبات پیشین شورای عالی سلامت در زمینه بهبود کیفیت روغن‌های خوراکی، افزایش بهره‌مندی گروه‌های آسیب‌پذیر از شیر و محصولات لبنی، برنامه حمایتی شیر مدارس، کاهش آلاینده‌ها و آفت‌کش‌ها در محصولات کشاورزی و ارتقای فرهنگ عمومی جامعه در شیوه زندگی سالم؛ ارائه و بر تلاش و فعالیت بیشتر در این راستا تأکید شد.

بررسی وضعیت آلودگی هوا

در این جلسه و در جهت کاهش آلودگی هوا و اثرات آن بر سلامت جامعه، سازمان حفاظت از محیط زیست موظف شد اطلاعات برخط مربوط به ایستگاه‌های سنجش آلودگی هوا را در اختیار وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی قرار دهد و طی برنامه‌ای در شهرهای بالای ۳۰۰ هزار نفر نسبت به ایجاد ایستگاه‌های سنجش آلودگی هوا اقدام کند.

برنامه بهبود وضعیت سلامت کارکنان دولت و دانش‌آموزان

بررسی تدوین برنامه عملیاتی بهبود وضعیت سلامت کارکنان دولت و دانش‌آموزان و نیز بررسی کلیات برنامه کنترل و کاهش شیوع بیماری ایدز (HIV) در کشور از دیگر موضوعات مورد بحث در جلسه شورای عالی سلامت به ریاست رئیس‌جمهوری بود که مصوب شد دستگاه‌ها و اعضای کارگروه کشوری کنترل گسترش ایدز، ظرف سه ماه برنامه عملیاتی سازمان متبوع خود را در چارچوب اهداف و راهبردهای چهارمین برنامه استراتژیک کشوری کنترل ایدز تدوین و نسبت به اجرای آن اقدام کنند.

سیاست

ائتلاف ۱۴ مارس: دلیل اختلافات لبنان با عربستان، حزب‌الله است

ائتلاف ۱۴ مارس لبنان، حزب‌الله را مسئول تنش در روابط با عربستان دانست و خواهان عقب‌نشینی این حزب از سوریه شد. گروه ۱۴ مارس در پایان نشست خود در بیروت، حزب‌الله را مسئول «تنش در روابط با عربستان و ضربه زدن به ثبات امنیتی لبنان» دانست.

این ائتلاف سیاسی در بیانیه‌ای اعلام کرد: با تبدیل لبنان به پایگاهی برای استفاده از آن در دشمنی علیه کشورهای عربی و لطمه زدن به حاکمیت این کشورها مخالفیم. ۱۴ مارس از حزب‌الله خواست از سوریه عقب‌نشینی کند. ائتلاف ۱۴ مارس به‌عنوان رقیب اصلی جریان ۸مارس و حزب‌الله، مخالف مشارکت نیروهای این حزب در جنگ سوریه است، اما حزب‌الله تأکید دارد که اگر در جنگ سوریه شرکت نمی‌کرد، اکنون گروه‌های تروریستی به لبنان نیز رسیده بودند. ۱۴ مارس در بیانیه خود از دولت نیز خواست که به قانون اساسی و قطعنامه‌های بین‌المللی احترام بگذارد. ائتلاف ۱۴ مارس از طوایف مختلف لبنان تشکیل شده است. این ائتلاف شامل جریان المستقبل به رهبری سعد حریری، القوات اللبنانیه به رهبری سمیر جعجع، حزب الکتائب به رهبری امین الجمیل و حزب سوسیالیست ترقی‌خواه به رهبری ولید جنبلاط است. هیات علمای مسلمین لبنان نیز از دولت خواسته از عربستان و کشورهای عربی به دلیل کاری که «وزیر خارجه حزب‌الله به نام لبنان» کرده، عذرخواهی کند. این هیات در بیانیه‌ای خواهان برکناری جبران باسیل، وزیر خارجه لبنان شد و تاکید کرد که تمام سلام، نخست‌وزیر لبنان باید به مسئولیت خود عمل کرده و از اتفاق نظر عربی حمایت کند. این هیات از عربستان و کشورهای شورای همکاری خلیج‌فارس خواسته، تحریم‌های جمعی علیه تمامی لبنانی‌ها اعمال نکنند.

تیتراخبار

◁ مولود چاووش اوغلو، وزیر خارجه ترکیه عملیات زمینی کشورش و عربستان را در سوریه بعید دانست.

◁ راشد بن عبدالله آل خلیفه، وزیر کشور بحرین تهدید کرد که عرصه را بر شیعیان این کشور برای ادای مناسک و آداب دینی و مذهبی و آزادی‌های فردی‌شان تنگ خواهد کرد.

دیوید کامرون، نخست‌وزیر دولت محافظه‌کار انگلیس برای ارائه رسمی طرح برگزاری رفراندوم به پارلمان کشورش درباره عضویت در اتحادیه اروپا آماده می‌شود

جامعه

۱۳ هزار تاکسی مشمول نوسازی

عیسی محمدپور، مدیر نوسازی سازمان مدیریت و نظارت بر تاکسیرانی شهر تهران با اشاره به طرح نوسازی تاکسی‌های پایتخت از میانه بهمن ۹۴ تا پایان بهمن ماه گفت: در مرحله نخست تاکسی‌هایی که سال تولید آنها ۸۳ بود، مشمول این طرح می‌شدند که در تهران ۹ هزار و ۴۱۰ تاکسی ثبت نام کردند. وی ادامه داد: براساس اطلاعات پلیس راهور از پلاک خودروهای تاکسی در پایتخت، ۱۳ هزار تاکسی مشمول این طرح می‌شدند که حدود ۵۰۰ تاکسی را پیش از این نوسازی کرده بودیم. محمدپور در خصوص ۳ هزار تاکسی فرسوده‌ای که در طرح نوسازی ثبت‌نام نکرده‌اند، گفت: برخی از این تاکسی‌ها، تاکسی‌های پایتخت نیستند، در یک دوره زمانی هنگامی که پلاک ملی برای خودروها صادر شد، برخی از تاکسی‌های شهرهای اقماری نیز پلاک تاکسی تهران گرفتند. مدیر نوسازی سازمان مدیریت و نظارت بر تاکسیرانی شهر تهران در خصوص سرانجام نوسازی ون‌های غزال گفت: خودروهای ون که سال تولید آنها ۸۶ است، مشمول این طرح نمی‌شوند اما به دلیل عدم کارایی که داشتند ما در سال‌های گذشته مجوز اسقاط و نوسازی آن را گرفته‌ایم و امیدواریم دولت در نوسازی آن با مدیریت شهری همکاری کنند.

تیتراخبار

◁ سیدتقی نوربخش، مدیرعامل سازمان تامین‌اجتماعی از آغاز پرداخت «عیدی» مستمری‌بگیران از امروز (۴ اسفندماه) خبر داد.

◁ سازمان هواشناسی کشور پیش‌بینی کرده است که در غرب کشور شاهد افزایش گرد و غبار خواهیم بود اما با آغاز بارندگی در غرب و جنوب کشور، کیفیت هوا بهتر می‌شود.

آمارهای پزشکی قانونی کشور نشان می‌دهد در سال جاری ۳۹۵ شهروند بر اثر مصرف قرص برنج جان خود را از دست داده‌اند و در مدت ۸ سال این عدد به بیش از ۶ هزار نفر می‌رسد

فرهنگ

بهترین‌های سینمای جهان از نگاه انجمن سینمادوستان بین‌المللی

انجمن سینمادوستان بین‌المللی که از سال ۲۰۰۳ تأسیس شده و شامل یک گروه آنلاین از ۱۰۰ روزنامه‌نگار، محقق فیلم و تاریخ‌دان است، برترین‌های خود در سال ۲۰۱۵ را معرفی کرد. به گزارش ورایتی، فیلم «کارول» ساخته تاد هِینز روز یکشنبه از انجمن سینمادوستان بین‌المللی پنج جایزه از جمله جوایز بهترین فیلم و کارگردان را دریافت کرد. در تصدیق توجه گسترده این گروه به دستاوردهای سینمای آمریکا و بین‌الملل، «کارول» در بخش بهترین فیلم سال، ۱۰ فیلم دیگر را شکست داد که چهار فیلم به زبان خارجی بودند: «آدمکش»، «مد مکس: جاده خشم»، «ابرهای سیلس ماریا»، «۴۵ سال»، «L'il Quinquin»، «درون‌بیرون»، «دوک بورگوین»، «کبوتری روی یک شاخه نشست و به موجودیت فکر کرد»، «شب‌های عربی» و «نارنگی».

«کارول» همچنین برای رونی مارا هم جایزه بهترین بازیگر زن را به ارمغان آورد و به این ترتیب او هم‌بازی خود در این فیلم یعنی کیت بلانشت را هم پشت سرگذاشت و از جولیت بینوش در «ابرهای سیلس ماریا»، نینا هاس در «ققنوس» و شارلوت رمپلینگ در «۴۵ سال» پیشی گرفت. فیلم هینز همچنین برای آهنگ کارتر برول و فیلم‌نامه فیلیس ناگی که با اقتباس از رمان رمانتیک دهه ۱۹۵۰ پاتریشیا های‌اسمیت نوشته شده هم جایزه دریافت کرد.

تیتراخبار

◁ آمیتاب باچان ستاره بزرگ سینمای هند که یک بیماری خفیف را پشت سر می‌گذارد، اعلام کرد حالش خوب است.

◁ عودی آلونی کارگردان ۵۶ ساله صاحب اثر «تقاطع ۴۸» تنها چند ساعت پیش از دریافت جایزه پانوراما مخاطبان در جشنواره برلین به انتقاد از رژیم‌صهیونیستی و آنگلامرکل پرداخت.

علیرضا کمره‌ای، مدیرکل آموزش و پرورش شهرستان‌های تهران از آماده‌سازی پیک‌نوروزی برای دانش‌آموزان ابتدایی شهرستان‌های تهران خبر داد

ورزش

مربی لورکوزن اخراج شد ولی بیرون نرفت!

در دیدار بایرلورکوزن برابر بوروسیا دورتموند، سرمربی جوان لورکوزن حاضر نشد تصمیم داور برای اخراج از زمین را قبول کند و بازی ۱۰ دقیقه متوقف شد. به گزارش dpa، در هفته بیست و دوم بوندسلیگا، یک اتفاق جالب رخ داد. دو تیم بایرلورکوزن و بوروسیا دورتموند در ورزشگاه خانگی لورکوزن به مصاف هم رفتند که این دیدار در نهایت با پیروزی یک بر صفر شاگردان توماس توخل در دورتموند به پایان رسید.

داور بازی راجر اشمیت، سرمربی جوان لورکوزن را به خاطر اعتراض زیاد از بازی اخراج کرد اما نکته جالب اینکه سرمربی لورکوزن تصمیم داور را نپذیرفت و اصرار داشت که زمین بازی را ترک نمی‌کند. اشتفن کیسلیگ، کاپیتان لورکوزن تلاش کرد تا سرمربی تیم را آرام کند و او را به سکوها بفرستد اما او بسیار عصبی بود و تاکید کرد نمی‌خواهد زمین بازی را ترک کند و داور هم مجبور شد بازی را تمام شده اعلام و زمین را ترک کند. بعد از ۱۰ دقیقه، سرمربی لورکوزن برای اینکه بازی ادامه داشته باشد، زمین را ترک کرد و بازی از سرگرفته شد اما در ادامه گلی از خط دروازه‌ها عبور نکرد و بازی با پیروزی یک بر صفر دورتموند به پایان رسید.

سرمربی لورکوزن بعد از بازی در واکنش به اتفاقاتی که افتاد، به صحبت پرداخت و گفت: باید اعتراف کنم کمی لجباز بودم اما تنها می‌خواستم دلیل اخراجم را بدانم.

تیتراخبار

◁ امیرمحسن ضیایی، رئیس جمعیت هلال‌احمر، از سارا عبدالملکی بازیکن تیم ملی راگبی که در بیمارستان فوق تخصصی توانبخشی نورافشار بستری است، عیادت کرد.

◁ ویدال بازیکن میانی تیم فوتبال بایرن مونیخ گفت: به پیشنهاد منچستریونایتد پاسخ منفی داده تا به تیم آلمانی بپیوندد.

تمرینات تیم والیبال نوجوانان دختر ایران از روز دوشنبه با هدایت مایدا مربی اسلوونی‌الاصل آغاز شد و به مدت ۱۵ روز ادامه خواهد داشت

ستاره های تبلیغات

مقدمه‌ای بر معرفی آژانس‌های بازاریابی و تبلیغاتی دارویی

علیجاه شهربانویی
مشاور تبلیغات و برندسازی

در سلسله مطالب ارائه شده در ستون «ستاره‌های تبلیغات»، ۲۴ شبکه تبلیغاتی بزرگ جهان را مرور کردیم. اغلب این شرکت‌های بزرگ چند ملیتی، خدمات تبلیغاتی و بازاریابی را به‌صورت کامل به مشتریان ارائه می‌دهند. همان‌گونه که مستحضر هستید گاهی خود این شرکت‌های تبلیغاتی بزرگ نیز، زیر چتر هلدینگ‌های بزرگی مانند WPP، پابلیسیز و Omnicom قرار داشته و باهم مراودات کاری گسترده‌ای دارند، گاهی در قالب رقیب و گاهی هم در قالب شرکت‌های همکار.

برخی از این مجموعه‌ها مانند شرکت «مادر» بخش خلاقه قدرتمندی دارند و بعضی نیز، تخصصا رسانه‌دار هستند و در این بخش حساس به مشتریان خدمات ارائه می‌کنند. اگر نوشته‌های اخیر این ستون را مرور کرده باشید، شرکت‌های استارکام مدیا وست، OMD و PHD عمده فعالیت‌های خود را در این زمینه متمرکز کرده‌اند.

اما قصد دارم تا در چند شماره آتی به معرفی بخشی از این مجموعه‌های بزرگ بپردازم که اختصاصا در حوزه بازاریابی و تبلیغات دارویی و سلامت فعالیت دارند. با یک بررسی کوتاه در کسب‌وکار دارو و خدمات بهداشتی درمی‌یابیم، که استفاده از ابزار تبلیغات و بازاریابی به سادگی سایر صنایع نیست. زیرا در قالب صنعت‌های دیگر، تشویق مشتری یا بهتر بگویم بازارهدف به استفاده از محصولی خاص، با سلامت انسان‌ها به‌صورت مستقیم ارتباط ندارد، اما تولیدات صنایع دارویی و بهداشتی در این زمینه کاملا مستثنی بوده و باید با ظرایف خاص و درنظر گرفتن ملاحظات قانونی بسیار صورت پذیرد و همواره یک بازاریاب و تبلیغاتچی از لحاظ اخلاقی و قانونی باید به این سوال پاسخ دهد که «بیمار یا فردی را که تشویق به مصرف یک دارو یا محصول بهداشتی می‌کند، دچار مخاطرات بیشتر نمی‌کند؟ یا اساسا مصرف چنین کالایی برای سلامتی وی مفید است؟»

از تبلیغات درهم و برهم، بی‌نظم و گاه مهلک شبکه‌های زنجیره‌ای ماهواره‌ای بی‌نام و نشان نباید به‌سادگی گذشت. متاسفانه سال‌هاست که به جهت ارزان بودن پخش تبلیغات در چنین شبکه‌هایی، انواع و اقسام قرص‌ها و سایر کالاهایی که در زمینه‌های سلامتی و بهداشتی تولید شده است، تبلیغ می‌شوند و افزایش این شبکه‌ها و تبلیغات در آنها، بیانگر این مطلب است که مخاطبان این شبکه‌ها، بدون درنظر داشتن کمترین ملاحظات بهداشتی یا مشاوره با پزشک و صرفا تحت تاثیر تبلیغات گمراه‌کننده و قیمت‌های اندک چنین محصولاتی دست به خود درمانی می‌زنند که خبرهای مربوط به اثرات هولناک چنین محصولاتی را گهگاه در جراید کثیرالانتشار و رسانه‌های جمعی ملاحظه می‌کنیم.

از این شبکه‌های شوم ضد تبلیغی که بگذریم بد نیست برای آشنایی بیشتر برخی قوانین مرتبط با صنعت غذا، دارو و سلامت را که چارچوب‌های مناسبی پیش روی تبلیغاتچی‌ها و صنایع دارویی قرار می‌دهد، مرور کنیم:

در بخشی از بند(ب) ماده ۳ از فصل دوم قانون تشکیل سازمان نظام پزشکی جمهوری اسلامی ایران می‌خوانیم:

- تبلیغ داروها و نیز ذکر خواص درمانی در تبلیغات مواد خوراکی، آشامیدنی، آرایشی و بهداشتی در رسانه‌های عمومی ممنوع است.
- آگهی و تبلیغات داروها و خواص درمانی مورد تایید وزارت بهداشت در صورتی که صرفا برای صاحبان حرف پزشکی و موسسات مربوط قابل استفاده باشد، بلامانع است.
- درج هر نوع آگهی برای تجویز یا فروش داروها، از طریق تعیین پورسانت یا تعیین جایزه جهت تشویق به تجویز یا خرید یا روش‌های مشابه ممنوع است. از آنچه آورده شد، می‌توان دریافت که خیلی از بخش‌های ترویج و ترفیع کالا در این حوزه ممنوع است و بازاریابی در این حوزه یک عرصه بسیار تخصصی است. اما برای مثال ایالات متحده یکی از بازارهایی است که تبلیغات مستقیم به مصرف‌کننده (DTC) در این صنعت جنبه قانونی دارد. همان‌طور که گفته شد، در این شیوه تبلیغاتی همواره این دغدغه وجود دارد که تبلیغات مستقیم، مصرف‌کنندگان را تشویق به مصرف دارو می‌کند. دیگر مسئله مهم در این زمینه، افزایش قیمت فرآورده‌های دارویی است که مخارج سنگین تبلیغات روی آنها سربار می‌شود و این یکی از مسائل مهم شرکت‌های بیمه است.

بیشتر شرکت‌های تبلیغاتی بزرگ جهان یک زیرمجموعه ویژه را به این بازار بزرگ - دارو و بهداشت- اختصاص داده‌اند. خدمات این زیرمجموعه‌ها اکثرا شامل تبلیغات مستقیم به مصرف‌کننده (DTC) و بازاریابی کسب‌وکار به کسب‌وکار (B2B) می‌شود. از مطرح‌ترین مجموعه‌های ارائه‌دهنده خدمات دارویی و بهداشتی می‌توان به Publicis Healthcare Communications، inVentiv Health، CDM World Agency، Havas Health، Ogilvy Commonhealth، Draftfcb، McCann Health، Sudler & Hennessey، GHG و ICC Lowe اشاره کرد که در شماره‌های آینده به معرفی این شرکت‌ها و شرح خدمات‌شان خواهم پرداخت.

ارتباط با نویسنده: alijah.ir

نگاهی به کمپین تبلیغاتی بانک گردشگری

کارت‌هایی برای توسعه گردشگری

نرگس فرجی
nargesfaraji1389@yahoo.com

طراحان کمپین برای انتقال پیام تبلیغاتی‌شان از تصاویر مکان‌هایی استفاده کرده‌اند که این روزها بسیاری از مخاطبان دائم به آنها فکر می‌کنند. بانک گردشگری اخیرا کمپینی را اکران کرده که در آن از تصاویر مکان‌های دیدنی کشورمان استفاده کرده‌است؛ مکان‌هایی که مسافران نوروزی برای سفر به آنها در حال برنامه‌ریزی هستند. بانک گردشگری کمپین اخیر خود را به منظور معرفی یکی از خدمات خود با عنوان گردش کارت اکران کرده‌است. این بانک قرار است از طریق این کارت، خدماتی را در حوزه گردشگری به مخاطبان ارائه دهد. «فرصت امروز» برای بررسی ابعاد مختلف این کمپین سراغ ایمان ملاجعفری مدرس و مشاور تبلیغاتی رفته است. در این گزارش، ناهید عقیقیان مدیر خلاقیت کمپین بانک گردشگری به نمایندگی از کل گروه اجرا کننده کمپین به سوالات مختلفی پاسخ داده که در ادامه می‌خوانید.

تصویر و شعار در کمپین همدیگر را ترجمه کرده‌اند

ایمان ملاجعفری درباره کمپین بانک گردشگری می‌گوید: نخستین نکته‌ای که درمواجهه با این کمپین به چشم می‌آید، همخوانی شعار و تصویر است، یعنی تصویر آگهی و شعار آن یکدیگر را ترجمه کرده‌اند یا به نوعی طرح آگهی، شعار کمپین را به تصویر کشیده‌است. این شیوه عملکرد از یک زاویه مثبت است و از زاویه دیگر منفی. جنبه مثبت آن، این است که مخاطب به راحتی با دیدن شعار می‌تواند، تصویر را بفهمد و جنبه منفی آن، این است که در تبلیغات بهتر است که تصویر و شعار مکمل هم باشند و مخاطب با دیدن هر کدام نکته‌ای را دریافت کند و در نهایت از کنارهم قرار دادن آنها پیام کامل را دریابد.

آغاز ایرانگردی با گردش کارت

ملاجعفری درباره تصویر آگهی کمپین بانک گردشگری می‌گوید: تصویر آگهی این کمپین جذابیت خاصی دارد و جداشدن بخشی از تصویر توسط یک دست در آگهی حس خوبی را به مخاطب منتقل می‌کند. مخاطب با دیدن تصویر احساس می‌کند که بخشی از آن مکان دیدنی در دستش است و می‌تواند آن را لمس کند. علاوه بر این، توضیح مکملی که کنار تصویر آمده نیز به درک آگهی کمک کرده است. جمله «آغاز ایرانگردی با گردش کارت» کمک زیادی به انتقال مفهوم شعار آگهی کرده‌است. اما آگهی دچار ابهاماتی است که گروه ایده‌پردازی بهتر بود آنها را برطرف کنند. در این آگهی، اینکه گردش کارت چه خدمتی قرار است به مشتریان ارائه دهد مبهم است. به نوعی در کمپین گفته شده که این کارت به گردشگری کمک خواهد کرد ولی اینکه این کمک در قالب چه امکاناتی است، برای مخاطب گنگ و نامفهوم است. حتی اگر به سایت بانک نیز مراجعه کنید، توضیح واضحی در ارتباط با موضوع گردشگری و خدمات این کارتِ به‌خصوص وجود ندارد و اطلاعات همچنان تا حدودی گنگ است.

در طراحی تبلیغات، طرح مسئله و سوال در بطن تصویر آگهی مرسوم است و می‌تواند به تأثیرگذاری تبلیغ کمک کند. برای دستیابی مخاطب به پاسخ، در این‌گونه آگهی دو روش وجود دارد: اول اینکه طراح در دل تصویر یا نوشتار پاسخ را می‌گنجاند و مخاطب با کنکاش بیشتر آن را کشف می‌کند (و لذت کشف به ماندگاری پیام کمک می‌کند) و در حالت دوم طرح، مخاطب را به رسانه یا منبع دیگری (مانند سایت) هدایت می‌کند تا پاسخ را در آنجا جست‌وجو کند. به اعتقاد من ایده‌ای که بانک گردشگری در کمپین خود به کارگرفته است میان این دو روش معلق است؛ یعنی برای پاسخ این سوال که: چگونه باید دست به کارت شوم و ایرانگردی را آغاز کنم؟ تصویر پاسخی دارد و آن گردش کارت است، ولی در پاسخ به این سوال که: گردش کارت چه کمکی به من می‌کند؟ تصویر پاسخی ندارد. با تمام این توصیفات، طرح آگهی به خاطر خطای دیدی که ایجاد کرده جذاب است. این نکته مهم است که مخاطب بارها تصویر یک مکان دیدنی و تصویر یک دست را دیده ولی طراح با ایجاد همان خطای دیدی که گفتم آن را متفاوت و جذاب کرده است. علاوه بر این به نظر بانک امکانی را برای گردش کارت تعریف کرده که مشتری حین استفاده می‌تواند، طرح دلخواه خود را از یکی از مناطق دیدنی کشور سفارش و کارت را با آن طرح مورد استفاده قرار دهد، امکانی که به نظرم بهتر بود در کمپین به آن اشاره می‌شد.

دست به کارت شوید

این مشاور تبلیغاتی درباره شعار این کمپین می‌گوید: طراح شعار این کمپین جمله‌ای محاوره‌ای را که برای همگی مخاطبان آشناست با دو تغییر به‌کار گرفته و با این کار کپی این کمپین را به شعاری موفق تبدیل کرده‌است. نکته مهم این است که طراح «جمله» را با فعل جمع به‌کار برده است یعنی به‌گونه‌ای جمله‌ای دستوری را محترمانه به مخاطبان ارسال کرده‌است. نکته جالب دیگر شعار این است که طراح به کلمه کار درجمله «دست به کار شوید» حرف ت را اضافه کرده و آن را تبدیل به «دست به کارت شوید» کرده است یعنی جمله را به خدمت کمپین و پیام خود درآورده است. به نوعی شعار به مخاطبان می‌گوید که علاوه بر سرعت در تصمیم‌گیری، گردش کارت را در دست گرفته و از خدمات آن بانک استفاده کنید. علاوه بر همه نکاتی که ذکر شد شعار پیام دیگری نیز در بطن خود دارد: دست به کار شدن یعنی آغاز، ولی دست به کارت شدن یعنی مسلح شدن به کارت (درواقع ارجاعی است به اصطلاح دست به اسلحه شدن). به‌طورکلی طراح نکاتی را که عنوان کردم به خوبی به شعار اضافه و آن را تبدیل به شعاری زیبا و تأثیرگذارکرده است.

> **شعار آگهی به مخاطبان می‌گوید که علاوه بر سرعت در تصمیم‌گیری، می‌توانند گردش کارت را در دست گرفته و از خدمات ویژه بانک گردشگری استفاده کنند. علاوه بر همه نکاتی که ذکر شد شعار پیام دیگری نیز در بطن خود دارد: دست به کار شدن یعنی آغاز، ولی دست به کارت شدن یعنی مسلح شدن به کارت (درواقع ارجاعی است به اصطلاح دست به اسلحه شدن).**

در پایان باید بگویم خدمتی که بانک گردشگری در این کمپین معرفی کرده متناسب با برند آن است و به نظرم این شیوه عملکرد به برند بانک و تصویر آن در ذهن مخاطبان کمک زیادی خواهد کرد. بانک گردشگری برخلاف بانک‌های دیگر متمرکز عمل می‌کند و در راستای تصویری که از خود میان مخاطبان ساخته حرکت می‌کند. در مجموع این اقدام قابل توجه است.

ترغیب مردم به ایرانگردی در کمپین

ناهید عقیقیان درباره زوایای مختلف کمپین بانک گردشگری می‌گوید: بانک گردشگری اقدام به چاپ کارت بانکی خود «گردش کارت» با تصاویر متنوع از نقاط دیدنی استان‌های مختلف کرده است، به این معنی که هر استان کارت ویژه منحصر به خود را خواهد داشت. هدف این کمپین علاوه بر معرفی این کارت‌های متنوع، برندینگ «گردش کارت» بانک گردشگری نیز بود.

عقیقیان می‌گوید: گردش کارت تنها یک کارت معمولی بانکی نیست، کارتی که علاوه بر ارائه خدمات بانکی امکانات و مزایایی را برای سفر و گردش در اختیار مخاطب قرار می‌دهد. با توجه به نام و اهداف بانک گردشگری و با توجه به فرا رسیدن ایام نوروز و به تبع آن سفرهای نوروزی؛ تیم ما به این نتیجه رسید که هدف اصلی این کمپین را علاوه بر معرفی چهره جدید و متنوع گردش کارت، نشان دادن خدمت و رسالت اصلی بانک گردشگری در خفای چهره « گردش کارت»؛ یعنی ترغیب مردم به ایرانگردی قرار دهد. در ایده تصویری این کمپین دستی که درون کادر قرار گرفته با در دست گرفتن گردش کارت به جای کارت در واقع همان مکان دیدنی را که روی کارت چاپ شده در دست دارد. ضمن اینکه ایده تصویری در خدمت و تکمیل کننده شعار است و به نوعی می‌گوید که با گردش کارت تمامی مناطق کشور در نزدیکی مردم و به نوعی در دست‌شان است.

ما سعی کردیم از همان عکس‌هایی که روی گردش کارت چاپ شده استفاده کنیم تا حس آشنا پنداری و معنای اصلی کمپین را در ذهن مخاطب حفظ کنیم.

شعار خلاقانه و سوال برانگیز همراه با تصاویر جذاب این کمپین با توجه به نزدیک شدن سفرهای نوروزی مخاطب را جذب و نسبت به گردش کارت کنجکاو خواهد کرد و پس از آن مخاطبانی که خواهان دریافت اطلاعات بیشتر درباره آن باشند، می‌توانند با مراجعه به سایت بانک اطلاعات کامل را دریافت کنند.

در مورد طراحی آگهی این کمپین نیز از تکنیک عکاسی استفاده کردیم، تعدادی عکس از عکاسان معروف تهیه و با تصویر عکس دست هماهنگ کردیم.

عقیقیان در پایان می‌گوید: این آگهی در روزنامه‌های سراسری و پوستر آن در سراسر شعب بانک و همچنین در رسانه‌های مجازی ارائه شده و آگهی‌های محیطی این کمپین در استان تهران و چند استان دیگر اکران شده است.

تبلیغات خلاق

آگهی پودر شوینده Vanish - شعار: هیچ لکه‌ای نمی‌تواند مقاومت کند

ایستگاه تبلیغات

دسته گل رز Doritos از جنس چیپس

ولنتاین امسال، برند چیپس کانادایی Doritos با صرف نظر از گل و شکلات، راهی هیجان انگیزتر برای ابراز عشق ارائه داد؛ یک دسته گل رز از جنس چیپس با طعم سس کچاپ.

این دسته گل‌ها، زاییده افکار آژانس تبلیغاتی BBDO تورنتو، هدیه‌ای مناسب برای تقدیم کردن به زنان در روز ولنتاین به شمار می‌رود. امکان تحویل این دسته گل در تورنتو، مونترال و ونکوور وجود دارد، اما ساکنان خارج از این حوزه می‌توانند با مراجعه به سایت DoritosKetchupRoses. ca و پیروی از دستورالعمل‌های عرضه شده به منظور ساخت دسته گل غیر خوراکی مخصوص به خود، ماهرانه عشق خود را ابراز کنند. (امکان تهیه چیپس کچاپ Doritos در آمریکا وجود ندارد، بنابراین عاشقان آن در این کشور باید با استفاده از پنیر ناچو و انواع مختلف فلفل‌های تند و شیرین دسته گل دلخواه خود را می‌سازند.)

اقدام فوق در قالب یک ویدئو با تم دهه ۷۰ تبلیغ شد که اشاره به بسته بندی هماهنگ با چیپس سس کچاپ Doritos دارد.

بازاریابی مجانی

یک بازاریاب هدفمند ساکن نیست

عطیه عظیمی

عـادات بعـد از کار بـرای یـک بازاریاب بـا روزی پر از مشـغله و فروش و فکر و ایـده و خلاقیت روی شـکل‌گیری روحیه روز بعد او در کار تاثیر می‌گذارد، پس آنها را جدی بگیرید. چنین فردی برای موفقیت در کار وقتی روز بدی در کار داشته باشد، باید در طول روز بـا مرور اتفاقات خودش را پیدا کند. یک بازاریاب در مسـیر موفقیت باید به‌صورت فیزیکی رویداد را در بدنش تکرار کند و هورمون‌های اسـترس را در بدنش بالا نگه دارد. این فرد اگر خودش را ساکن بیابد، بهتر می‌داند چند دقیقه به خود فرصت دهد تا واقعه را در ذهنش بازسـازی کند و بفهمد کـه از این تجربه چه درسی می‌توان گرفت.

اینکـه یـک بازاریاب در مسـیر موفقیـت به مرور کارهایـش بپردازد یک عادت مثبت اسـت که کمک می‌کند گرایش به سـاکن بودن را فراموش کند. یک روش خوب برای رسـیدن بـه آرامش و آمادگی برای ورود به روز کاری بعدی این است که یک رسم عصرانه برای مرور کارها ایجاد کند. قبل از اینکه اقدام به خروج از محیط کاری کند، یک توصیه مهم این است که به مرور سه موضوع در طول روز که منجر به خوشحالی او شده بپردازد. این رسم کوچک باعث می‌شود هر روز به نکات مثبت توجه کند و مغز او تفکر مثبت و مسیر رو به رشـدی داشته باشـد. چنین فردی می‌داند که برای ساختن روز خود باید کارهای خوب انجام دهد و در کنار توجه داشـتن به روح و جسم خود در کار، در نظر داشته باشـد که عادت انجام یک کار خوب برای همکاران می‌تواند حس بهتری به او بدهد.

یک بازاریاب در مسـیر موفقیـت می‌داند که روی نکات قوت خـود تمرکز کند، نه نقاط ضعف، هرچند گاهی اوقات در تلاش برای بهتر شـدن، زمان و انرژی زیادی را صرف کسـب مهـارت در بخش‌هایی از کار می‌کند که با استعداد طبیعی او همخوانی ندارد. این فرد می‌داند که به بهترین شیوه خودش کار کند و آگاه اسـت که همه افراد در شرایط یکسـان به یک اندازه خوب کار نمی‌کنند. البته گاهی یک بازاریاب در مسیر موفقیت با توجه به تغییـرات کوچک، می‌تواند آن را به محیط کاری روزانـه ایده‌آل خود تبدیل کند. یک بازاریاب در مسیر موفقیت می‌داند که باید طرز برخورد خود را کنترل کند. حسی که او را به کار وا می‌دارد نه تنها روی اخلاق و عملکرد کاری‌اش تاثیرگذار اسـت، بلکه روی کسانی که اطراف او هستند نیز موثر است. بنابرایـن یک عادت خوب دیگر که یـک بازاریاب در مسـیر موفقیت باید روزانه آن را تمرین کند، کنترل کـردن طرز برخورد روانی اسـت. یـک مثل قدیمی می‌گوید شهر شادی‌ها در کشور ذهن جای دارد. یک استراتژی دیگر برای تنظیم طرز برخورد، فکر نکردن به روابط خارج از کار و چالش‌های شخصی است. اگر جسـم‌تان در کار باشـد و ذهن‌تان روی مسائل دیگر زندگی، شـما در واقع روی کار متمرکز نخواهید شد. در واقع یک بازاریاب موفق برای آنکه مدیران شرکت همیشـه خواهان او باشـند باید سـاکن نبوده و یک بازاریاب رؤیاپرداز باشـد. او به دیدن شـفاف آنچه که قرار است برای ایجاد موفقیت رخ دهد نیاز دارد. حتی می‌توان گفت این چنین بازاریابی نیاز به توانایی برای الهام بخشیدن به دیگران نیز دارد.

آیا می‌دانستید

سهم ذهنی مشتری

آیا می‌دانسـتید سهم ذهنی مشـتری در حقیقت نخسـتین نام و نشان تجاری است که در آن صنعت خاص به ذهن مشتریان خطور می‌کند؟ مثلاً هنگامی که از مشتری پرسیده می‌شود که در زمینه دستمال کاغذی یا ... چه نام و نشان‌های تجاری را می‌شناسد، وی نخسـتین نام و نشـان تجاری که بیان می‌کند همان سهم ذهنی مشتری است. سهم ذهنی مشتری یا توسعه آگاهی مصرف‌کننده یا عمومیت یافتن یک نام و نشـان تجاری، امـروزه یکی از هدف‌های اصلی در تبلیغات اسـت. وقتی مردم به نمونه‌هایی از یک محصول فکر می‌کنند، معمولاً طیف محدودی از آن طبقه از نام و نشان‌های تجاری را به خاطر می‌آورند.

بنابراین سهم ذهنی مشتری به این خاطر اهمیت دارد کـه مـا بتوانیم فضـای ذهنی بیشـتری را از مصرف‌کننـده به خود اختصاص دهیم. نکته دیگری که در سهم ذهنی مشتری حائز اهمیت است، حالتی اسـت که مصرف‌کنندگان یا مشـتریان، آن طبقه از محصول را با یک نام و نشان تجاری ویژه می‌شناسند. از شـرکت‌هایی کـه در ایـن زمینه موفـق بوده‌اند می‌توان به کلینکس، ریکا، تاید، ساندیس و آسپرین اشـاره کرد. تعاریف بسـیار از سـهم ذهنی مشتری وجـود دارد اما تعریـف دقیق‌تر آن بـه اندازه‌گیری این امر می‌پـردازد که چگونه اغلب مصرف‌کنندگان درصدی از همه زمان‌ها را به یک نام و نشـان تجاری ویژه نسبت به دیگر نام و نشان‌های تجاری که در آن طبقه قرار دارند فکر می‌کنند. سـهم ذهنی مشتری همچنیـن می‌تواند به‌عنـوان ادراکات مثبت از نام و نشـان تجاری که از طریق تحقیقات بازار به دسـت آمده تعریف شده باشد. درحالی‌که سهم بازار، عرض جایگاه یک شـرکت را در بـازار اندازه‌گیری می‌کند، سهم ذهنی به اندازه‌گیری عمق آن می‌پردازد.

فعالیت‌های ارتباطاتی برند دُرسا زیر ذره‌بین «فرصت امروز»

برند رنگ پریده

امیر کاکایی
a9631m@gmail.com

داشتن اسـتراتژی مشخص و یکپارچه در فعالیت‌های ارتباطاتی برند یکی از ملزومات هر سازمانی اسـت که باعث می‌شـود تمامی فعالیت‌های سـازمان در راستای ایجـاد یک هویـت برنـد واحد طرح‌ریزی شـود. درسـا یکی از برندهـای ایرانی در حـوزه چرم اسـت که فعالیت‌هـای مختلفی را در راسـتای معرفی برند خود به بـازار انجام داده و کمپین‌های مختلفـی را لانـچ کرده اسـت. شـاید به‌تازگی بـا تبلیغات این برند مواجه شده باشید که در آن مردان و زنان صورت‌های خود را سفیدرنگ کرده‌اند و شاید برایتان این سـوال مطرح‌شـده باشد که برندی مانند درسا در این تبلیغات چه هدفـی را دنبال می‌کند. این کمپین که «سرزمین سپید» نام دارد، یکی از کمپین‌های تبلیغاتی شرکت درسا اسـت که برخی از مشاوران و کارشناسان حوزه برند و بازاریابی بر این باور هستند که لانـچ این‌گونه کمپین‌ها نشـان از نداشـتن اسـتراتژی مشخص و یکپارچـه در فعالیت‌هـای ارتباطاتـی برنـد درسـا دارد و این‌گونه کمپین‌هـای تبلیغاتی حتی می‌تواند به برند درسا لطمه بزنـد. اینکه درسـا در راسـتای فعالیت‌هـای ارتباطاتـی برند و بازاریابی باید چه اقداماتی را انجام دهد و برندهـای معتبر خارجی چـه اقداماتـی را در این راسـتا انجـام می‌دهند، بهانه‌ای شـد تا «فرصت امروز» سراغ دکتر فرزاد مقدم، طراح برنامه‌های تبلیغات و برندینگ برود. آنچـه در ادامه می‌خوانید نظرات این کارشناس دربـاره فعالیت‌هـای ارتباطاتی برند، فعالیت‌های بازاریابی، هویت بصری، رسـانه‌های تبلیغاتی و... اسـت که در سـه بخـش مجزا تنظیم‌شده‌است.

در بحث برندسـازی پوشـاک و چـرم همـه می‌دانیـم کـه مجموعه‌ای از عوامل هستند که باعث خلق برند می‌شوند. عده‌ای بر این عقیده بوده و هسـتند که تبلیغات برای ساخت برند کافی اسـت اما آنان که تجربـه کار با برندهای واقعی را دارند می‌دانند که تبلیغات به‌تنهایی در راستای برندسـازی کفایـت نمی‌کند و برای خلق تصویـر ذهنی باید از فعالیت‌هـای بازاریابـی دیگری همچون استراتژی قیمت‌گذاری اسـتفاده کرد. طبـق مدل‌های کاربـردی ارزش ویژه برند، تمام فعالیت‌های بازاریابی برند مانند توسـعه محصول، خدمات همراه محصول، قیمت‌گـذاری، توزیع، اسـتراتژی‌های ترویـج فروش، نقاط تماس برند، برخورد پرسنل فروش فروشـگاه‌ها و بسیاری از متغیرهای دیگر باید در راستای هویت برند تعریف شـوند. برای نمونـه، مقوله قیمـت در خلق تصویر برنـد در ذهن مخاطبان تاثیر زیـادی می‌گذارد؛ برندهای پوشـاک در برخـی از مواقـع تخفیف‌هایی را برای محصولات در نظـر می‌گیرند تـا به‌صورت مقطعی فروش را افزایش دهند یا به خروج کلکسیون‌های قدیمی کمک کنند؛ اما در برخی از مواقع بعضـی از برندها تخفیف‌هایی را به‌صورت طولانی روی محصولات خود لحاظ می‌کنند و مشتری به این باور می‌رسد که حتما ارزش قیمتی محصول پایین‌تر از قیمت ارائه‌شـده است که این برند دائم در حـال تخفیـف دادن اسـت. معمـولا تخفیف‌ها در راسـتای ایجـاد تحریک آنی بـرای خرید لحـاظ می‌شـود و بایـد در بازه زمانی کوتاه ارائه شود.

ارتباطات برند

در بحـث طراحـی و ارسـال پیـام در کمپین‌هـای تبلیغاتی این موضوع بسـیار حائز اهمیت اسـت کـه سـازمان‌ها بتوانند به‌درسـتی گروه مخاطبان خود را شناسـایی کنند و با اسـتفاده از تحقیقـات بـازار نیازهای این گروه از مخاطبان شناسایی شود که چـه موضوعی برای این گروه مخاطبـان حائز اهمیت اسـت. سازمان‌ها باید در قدم دوم برای این مخاطبـان ایده‌ای را طراحی کنند و براساس ایده اولیه پیامی برای همه رسانه‌ها طراحی شود، اگر انسـجام در ایـده به معنای یکسـان بـودن تمامـی پیام‌ها نیسـت، یعنی این ایده است که باید ثابت بماند نه پیام.

امـا تجربه تبلیغـات در قرن اخیر موضوعـی را به آژانس‌های تبلیغاتـی و برندها یـاد داده که آن چیـزی که به‌عنـوان هویت برند طراحی می‌شود با آن چیزی کـه در مقصد به ذهن مخاطبان می‌رسـد و تصویـر برند اسـت، معمولا یکسـان نیسـت؛ یعنی آژانس‌هـا یا برندهـا روی کاغذ موضوعـی را طراحـی می‌کنند و بـر این بـاور هسـتند که این پیام‌ها تصویر مناسـبی را از برند در ذهن مخاطبان ایجاد می‌کند؛ امـا معمولا میـان آن چیزی که سازمان در نظر دارد با آن چیزی که در عمل مخاطبان آن را درک می‌کننـد، تفاوت‌های فاحشـی وجود دارد.

تست پیام در گروه‌های کانونی

در چند سـال اخیر سازمان‌ها به دنبال این موضـوع بودند که شـکاف بین پیام طراحی‌شده و آنچه مخاطبان درک می‌کنند را پر کنند و راه‌حل این چالش نیز این بود که پیام‌های طراحی‌شده در گروه‌هـای مختلـف کانونی تسـت شـود؛ البته ایـن راه‌حل قدیمی برای رفع این چالش بوده و معمولا در این راه‌حل شـش تا هشت گروه کانونی تشکیل شده که هر گـروه شـامل ۱۰ تا ۱۲ نفر اسـت و این پیام را به شکل ارائه اولیه به این مخاطبان نشان می‌دهند. انتخـاب این گروه‌ها و افراد به شـکلی است که گروه به بازار هدف برند نزدیک باشد.

با پیشرفت علم، نورولوژی نیز وارد بازاریابی و برندسـازی شد و مبحثی به اسـم نورومارکتینگ آغـاز شـد کـه در آن از طریق حسـگرها، سـیگنال‌هایی کـه از بـدن فرسـتاده می‌شـود یـا تغییرات انجام‌شـده در مردمک چشم‌اندازه‌گیری می‌شود تا ضمن مقایسه با الگوهای موجود به این موضوع برسـند که مخاطبان از این پیام خوششـان می‌آید یا نه؛ درواقع به دنبال کم‌کردن شکاف موجود میان پیام ارسالی و تصویر دریافتی توسط مخاطب هستند.

ارائه پیامی متفاوت

این روزها برند درسـا، پیامی را در رسـانه‌های مختلـف ارائه داده کـه در ایـن کمپین جدید درسا، زن و مردی با صورت‌های سـفید وجود دارند. این کمپین سرزمین سپید نام دارد. چنانچه در سایت این شرکت آمده درسا بر این باور اسـت که سـرزمین سـپید، دنیای بی‌رنگـی و پاکی است و در سـایت شرکت آمده: سرزمین سـپید جایی است که در آن پاکـی، صداقـت، وجدان، عدالت و نوع‌دوسـتی نخسـتین تفکر انسان‌هاسـت. یا پیام‌هایی همچون سرزمین سپید خواستار پاکی و سلامتی انسان‌ها به‌جای هر نوع آلودگی اسـت. تا اینجای کار کـه نه‌تنها بد نیسـت، بلکه بسـیار هم عالی است که برندی حـس مسـئولیت اجتماعـی و تفکـرات این‌چنینی برای کمک بـه جامعه خـود دارد؛ اما اگر ما در جست‌وجوهای خود به سراغ صفحات مجازی برند نمی‌رفتیم و فقط به پیام رسانه‌های محیطی اکتفـا می‌کردیـم آیـا چنیـن برداشتی حاصل می‌شد؟

از نظرهـای برآمـده از افـراد مختلـف و از نظرهـای موجود متخصصـان در دنیـای مجازی مشخص اسـت که مخاطبان در نگاه اول چنین موضوعی را متوجه نشـده‌اند و حتی برداشـت‌های برخـی از مخاطبـان ربطـی به فلسـفه این کمپین ندارد؛ یعنی شکاف ادراکی زیادی در دریافت پیام این کمپین مشاهده می‌شد. به نظر می‌رسـد، چنانچه گفته شد فاصله‌ای بین آنچه به‌عنوان هویت یا ایده طراحی‌شـده و آن چیزی که به‌عنوان پیام دریافت شـده اسـت، وجود دارد که این شـکاف واقعا شـکاف بزرگی در نـوع خود تلقـی می‌شـود و به گفته برخی از مصاحبه‌شوندگان، تبلیغات محیطی درسا آنان را یاد افـراد رنگ‌پریده‌ای که کسـالت دارند، می‌اندازد. فراموش نکنیم که مخاطبان رسانه‌های محیطی در پنـج ثانیه نخسـت فقط به چهره‌های افراد نگاه می‌کنند!

برداشت تصویرهای متفاوت از کمپین

از حـدود ۱۲ نفر از افرادی که مشـاغل غیرتبلیغاتی داشتند و همچنین از شاگردان یک کلاس درس تبلیغات درباره این کمپین پرسیده شد تا آنچه را از تبلیغات محیطی درسـا فهمیده‌اند، شرح دهنـد. مخاطبـان معمولی که بـه دنبـال تفسـیرهای هنری نبودنـد از این کمپین برداشـت می‌کردند که ایـن افراد در حال مرگ هستند یا حتی می‌گفتند کمک به افراد سـرطانی مدنظر تبلیغات بوده است؛ اما بچه‌های تبلیغات معمولا به دنبال معانی مختلفی که در تصویر نهفته است می‌گشـتند و معتقـد بودند که همه‌چیز سفید شده تا محصولات درسا در آینده دیده شوند، اما باز به لحاظ ارتباطی پیام سـرزمین سپید درسا را دریافت نمی‌کردند.

برش باریک

اصطلاحی در روانشناسـی تبلیغات تحت عنوان «برش باریک» وجود دارد و چنین تشـریح می‌کنـد، هنگامی‌که مخاطبان تصویری را مشاهده می‌کنند در کمتر از یـک ثانیه برش باریکی از تصویـر را برمی‌دارند و به نزدیک‌ترین اطلاعاتـی که در مغزشـان درباره آن موضـوع ذخیره شـده اسـت، مرتبط می‌کنند؛ برای مثـال اگر نزدیک‌ترین موضـوع بـه تصویر افـراد رنگ‌پریده، موضـوع بیماری باشـد؛ ایـن موضوع را از تصویر برداشـت می‌کنند. شـاید به همین دلیل اسـت کـه این کمپین تاثیـر اولیه خوبی ندارد و البته درسـا با تحقیق ارزان‌قیمتی می‌تواند به این موضوع برسـد. به‌جرأت می‌توان گفت کـه این کمپین به‌جـای کمک کردن به برند حتی به برند درسـا لطمه زده است.

بحثـی در تبلیغـات تحـت عنوان درگیرسـازی ذهنی وجود دارد با این پیش‌فرض که تبلیغات باید مخاطبان را بـه هر قیمتـی درگیر کند. شـاید بـه همیـن دلیـل، برخـی از مدیران همچنـان بـر این بـاور هسـتند که این تبلیغ موفق اسـت؛ زیـرا همه‌جا در مـورد آن صحبـت می‌شـود و در شـبکه‌های اجتماعی مختلف نقد آن را به اشـتراک می‌گذارند امـا درواقع شاید مفهوم درگیری ذهنی به‌درستی برای این عزیزان تعریف‌نشـده اسـت؛ چـون در حقیقت آنچه کـه برند باید برای رسـیدن به آن تلاش کند درگیر کردن مخاطبان با یـک هویت مثبت ذهنی است، همان هویتی که در ابتدا برای برند طراحی‌شـده است. اگر فقط میـزان درگیـر شـدن و در یادماندن مـلاک موفقیت باشـد، می‌توان تبلیغ زشـت و عجیبی را بـه مخاطبان ارائه داد کـه معمولا این‌گونـه تبلیغات در ذهن مخاطبان ماندگار اسـت اما این موضوع باعث می‌شـود تا مخاطب یک تداعی منفی را با خود از برند به همراه داشته باشد.

اگر تنها بـه همین تبلیغـات اکتفا کنیم، کمبود اسـتراتژی برندسـازی در درسـا مشاهده می‌شـود؛ اما شاید اسـتراتژی دیگری در پـس آن نهفته اسـت که در آینده با کمپین تاج درسا ظهور کند و نشـان دهد که درسـا از این پیام‌ها هدف دیگری به‌غیر از ارائه یک پیام در حیطه مسئولیت اجتماعی داشته است.

پیام‌های متفاوتی از درسا وجود دارد کـه باوجود حرفه‌ای بـودن طراحی‌ها بـرای عکاسـی (کـه به‌حـق خوب و مناسـب اسـت) نمی‌توان میان آنها و کمپین سرزمین سپید ارتباطی برقرار کرد. بـه همین دلیل بـه نظر می‌آید که درسـا در حال حاضر به‌شدت نیاز بـه یک قطعه دیگر از پـازل برندینگ خـود دارد تا تمامـی فعالیت‌هایش را به یکدیگـر متصل کند و معنای مورد انتظار را در ذهن مخاطب از خود خلق کند.

شیفتگی به یک پیام

درسـا در سـایت خود بـه دنبال کمپین سرزمین سپید، زمینه سایت را سیاه کرده است و بلافاصله بعد از بالا آمدن سایت، مخاطبان با کمپین سرزمین سپید آشنا می‌شود که این موضوع علاقه درسا را به رساندن این پیام می‌رسـاند. به‌جای اینکه سایت درسـا مخاطبـان را بـا محصولات مرتبـط سـازد و محصـولات را به مخاطبان معرفی کند، این سرزمین سپید اسـت که مخاطبان را با درسا آشـنا می‌سـازد. حال این پرسـش مطرح می‌شود که اگر پیام سرزمین سـپید برای مخاطبان شـفاف بود، شـاید بد هم نبود که به‌جای دیدن همیشـگی محصولات با یـک پیام عاطفی مواجه شویم.

پیام‌هـای برند درسـا این موضوع را نشـان می‌دهد که درسـا به‌ظاهر گروه‌هـای مختلفی را نشـانه گرفته اسـت، از طرفی به دنبال مخاطبانی اسـت که سـرزمین سـپید را بدون کمک می‌فهمند و به دنبال برندهای متمایـز و رویکردهـای متمایز آنان هستند تا بدین ترتیب با کمک برند موردعلاقه‌شـان در ابراز خود موفق باشـند و از طـرف دیگـر مخاطبان حسـاس به قیمت در حراج سـپید درسـا گروه هدف هستند زیرا درسا روی محصـولات خـود تخفیف‌های نسبتا بالایی را لحاظ کرده است.

بـرای روشـن شـدن مطلـب، بد نیست اشاره‌ای به برخی از برندهای معتبـر در دنیا که در حـوزه کاری چـرم مشـغول فعالیـت هسـتند، داشـته باشـیم. برخی از این برندها از رنگ‌هـای سـفید و مشـکی یـا رنگ‌های تیره و روشـن در تبلیغات خود اسـتفاده می‌کنند و این رنگ‌ها در فعالیت‌هـای ارتباطاتـی برنـد، سـایت، محصـول و سازمان‌شـان به‌طور دائم مشـاهده می‌شود. برای مثـال، برنـد دری مُـد در ترکیه از دورنـگ سیاه‌وسـفید به‌عنوان یکی از عناصـر اصلی هویـت بصری برند خود اسـتفاده کرده اسـت. معمولا جایگاه ذهنی این برندها با اسـتفاده از کاراکترهای مشـهور و محصولات بسیار خاصی در بازار شکل می‌گیرد. برخـی از برندهای چرم هـم با ارائه پیام‌های هنری و نخبه پسـند سعی در تغییـر جایـگاه خـود از میانـه بـه بـالای بـازار دارند کـه در آنجا حساسـیت بـه قیمت بسـیار کمتر اسـت. به همین خاطر شـاید دلیل تمرکز بر رنگ سفید و مشکی درسا هم ارائه کمپین بعدی این برند است که فروش محصـولات چرم و طلا را در کنـار هـم در پیـش رو دارد؛ اما این حرکت، بازهم مشکل نخست را حل نمی‌کند، یعنی میان اسـتراتژی تخفیـف، درک متفـاوت مخاطب از پیام برنـد و جایـگاه موردنظر برند همچنان فاصلـه قابل‌توجهی وجود دارد!

مشتریان ابدی

راهکارهایی برای بهبود تجربه مشتری در خریدهای آنلاین

قسمت سوم

پیام ناوی
مدرس و مشاور CEM ، CRM و باشگاه مشتری

در دو یادداشـت قبلی در ستون مشتریان ابدی به بررسـی هشـت راهکار بهبود تجربه مشـتری در فضای مجـازی و خریدهای آنلاین پرداختیم. پیش از این بررسی کردیم که برای بهبود تجارب مشـتری در فضای آنلاین باید روی سـرعت لود وب‌سـایت، ناوبـری و موتورهای جسـت‌وجوی سـایت، ارائه تصاویر با کیفیـت از محصولات در سـایت، مدیریت محتوا، اسـتفاده از بررسی‌های مشـتریان در ارتبـاط با محصـول، بهره‌گیری از روان‌شناسـی رنگ در طراحی وب‌سایت، نمایش اطلاعات موجودی و زمـان تامین محصول، ارائه اطلاعات و ساده‌سـازی تماس با شـرکت تمرکز کنیـم. بالطبـع مجموعه این راهکارها احسـاس بهتری را در مشـتری شـما ایجاد خواهد کرد. با گذر از مرور مجدد محتوای یادداشت‌های پیشین، در ادامه به بررسی چهار راهکار باقیمانده خواهیم پرداخت.

۹- امکان چت آنلاین را فراهم کنید

یکـی از مهم‌تریـن نـکات برای بهبـود تجربه مشتری این است که به مشتری خود اجازه دهید با شما یک چت واقعی و آنلاین داشته باشد. نصب نرم‌افزارهای چت آنلاین حتی در شـرکت‌هایی با کسب‌وکار B2B، باعث افزایش مبادرت مشتریان بالفعـل و بالقـوه به چت‌های آنلاین شـده و آنها به‌سـادگی از ایـن راه با سـازمان ارتبـاط برقرار می‌کنند و بدون اینکه مجبور باشـند از ایمیل یا تلفن استفاده کنند به‌راحتی قادرند پاسخ سوالات خود را در ارتباط با محصولات دریافت کنند.

چت آنلایـن همچنین می‌توانـد بازخوردهای واقعـی در ارتباط با محصـول، قیمت و چگونگی کارکرد وب سـایت یک کسـب‌وکار را به سازمان بدهد.

۱۰- یـک گزینـه سلف‌سرویسـی ماننـد صفحه FAQ در سایت خود فراهم کنید

مطابق یک تحقیـق صورت گرفته، ۷۳درصد از مصرف‌کننـدگان معتقدند باید خودشـان توانایی حل اغلب موضوعات مرتبط با محصول یا خدمات را داشـته باشـند. همچنین بیش از دوسـوم این افراد می‌گویند احسـاس خیلی خوبی نسـبت به شرکت و خویشتن دارند، زمانی‌که می‌توانند بدون داشتن تماس و مکالمه‌ای با حتی یک کارشناس خدمات مشـتریان، پاسخ سـوال خود را یافته و مشـکل خویش را حل کنند. بنابراین در صورتی که می‌توانید، حتما این امکان را برای مشـتریان خود راه‌اندازی کنید.

۱۱- فرآینـد انتخـاب تا خریـد محصول را ساده‌سـازی کنیـد، اجازه دهیـد خریداران سبد تکمیل شده خود را ذخیره کنند

یکـی از مهم‌تریـن چیزهایـی کـه اغلـب خرده‌فروشـان آنلایـن در آن شکسـت می‌خورد و تـا حد زیادی متاثر از مدیریت تجربه مشـتری بوده، عدم ساده‌سـازی و موثرسازی فرآیند سبد خرید اسـت. دقـت کنید! مردم سـعی می‌کنند که پول خود را پیش شـما خرج کننـد بنابراین انجام این کار را برای‌شـان آسـان کنید، چگونه؟ با سـاده و موثرسـازی فرآیند نهایی‌سـازی سبد خریـد و بـا بصری‌سـازی فرآیند به‌گونـه‌ای که مشـتری در هـر لحظـه بداند در کجای مسـیر قرار دارد.

شـما باید تا حد امکان دسترسی به سبد خرید و مرحله نهایی پرداخت را برای آنها آسـان کنید. محـدوده توجه مشـتریان در خریدهـای آنلاین بسـیار کوتاه است بنابراین شـما باید کاری کنید که مشتریان به هدف نهایی خود، با حداقل میزان کلیک (در حد دو یا سـه) دسـت یابند. چنانچه تکمیـل عملیات خرید طولانی شـود، مشـتری خسته شـده و فرآیند را در نیمه راه ترک خواهد کرد.

از طـرف دیگر به مشـتریانی کـه درآن لحظه آمادگـی برای خرید ندارند این شـانس را بدهید که بتوانند آیتم‌های انتخابی را در لیسـت انتظار ذخیره‌سـازی کنند و در صورت امکان طول عمر نگهداری این سـبدهای انتظار را در سیستم خود طولانی کنید زیرا بسـیاری از این مشتریان برای تکمیـل فرآیند خرید خـود مجـددا بازخواهند گشت.

۱۲- تحویـل کالاهـای خـود را به‌صـورت رایگان انجام دهید

مشتریان عاشق تحویل رایگان هستند. تا زمانی که امـکان مدیریـت هزینه‌های خـود را دارید، پیشـنهاد تحویل رایگان را برای اینکه در شرایط رقابتی به‌عنوان یک فروشگاه آنلاین باقی بمانید، حفظ کنید. با حمل‌ونقل و تحویل رایگان، نیازی نیسـت که مشتریان شما نگران هزینه‌های پنهان خود باشند و این موضوع باعث می‌شود که فرآیند خرید برای آنها شـفاف‌تر بـوده و از تجربه خرید خود شادمان‌تر خواهند شد.

ارتباط با نویسنده:
Email:payam.navi@gmail. com

تریبون

توصیه‌هایی کاربردی برای مدیران روابط عمومی (۵۷)

احیای برند

ترجمه: علی آل علی

بسیاری از شـرکت‌ها و برندها دوسـت دارند که در نظر مشـتریان خود جایگاه موقر و متینی داشته باشـند. این امر به خودی خود بسیار خوب است اما اغلب اوقات باعث خسته‌کننده و شبیه به هم شدن برندها و شـرکت‌ها به یکدیگر می‌شـود. همچنین برای برندی که درگذشـته بسـیار خلاق و متفاوت با دیگران بوده اسـت این امر یعنی مانند دیگران به نظر رسیدن، پسرفت وحشـتناکی است. تغییر این جایگاه کسالت آور نیازمند تلاش فراوان برای تغییر نگرش تثبیت شـده مردم در مورد برنـد مورد نظر می‌باشد.

یکی از این راه‌های مناسـب بـرای تغییر نگرش عمومی نسـبت به برند و شـرکت احیا و بازسـازی محصولات قدیمی شرکت به طور خلاقانه است. این چالش بزرگـی برای اغلب شـرکت‌ها در طول زمان اسـت. از یک‌طرف بازسـازی محصولات قدیمی به معنـای وفاداری شـرکت به الگـو و طرح‌های خود اسـت و از طرف دیگر این امر نیازمند جلب رضایت هر دو گروه مشـتریان قدیمی و مشتریان جدید که به طبع سلیقه‌های متفاوتی دارند است.

ایده

شـرکت ایتالیایی Piaggio تولید اسـکوترهای ششهور Vespa را از سال ۱۹۴۶ شروع کرد. - Ve pa در زبان ایتالیایی به معنای وز وز زنبور اسـت و اشاره به سروصدایی که این اسـکوتر هنگام حرکت تولید می‌کـرد دارد. در دهـه ۵۰ و ۶۰ میلادی این اسـکوتر جایگزین بسیار شـیک و مناسـبی برای موتورسـیکلت‌ها بود که مورد اسـتفاده اغلب مردم قرار می‌گرفت.

پس از دهه ۶۰ میلادی و به‌خصوص در سال‌های اخیر محبوبیت برنـد Piaggio به‌شـدت کاهش یافـت؛ به همین دلیل رؤسـای شـرکت تصمیم به بازسازی و احیای برند خود گرفتند. در همین راستا آژانس روابط عمومـی Piaggio در بریتانیا از افراد مشـهور این کشـور دعوت کرد تا Vespa رویای خود را طراحـی کنند و بـه شـرکت تحویل دهند تا در نهایـت طرح برگزیـده این کمپین بـه تولید رسـیده و به‌عنوان یادبود بـه طراح آن اهدا شـود. این کمپین با استقبال افراد مشـهور بریتانیا مواجه شـد برای مثال هلن فیلدینگ نویسـنده مجموعه رمان‌های بریجیـت جونز طرح وسـپای مخصوص بانوان را ارائـه کرد در حالی کـه دیوید بیلی عکاس مشـهور بریتانیایی طرح وسـپای پوشـیده شده با خـز را ارائه کرد. به مـوازات این کمپیـن یک طرح دیگر نیز از جانب شـرکت ارائه شـد و آن به نمایش درآمدن طرح‌های پیشـنهادی در حراجی مشـهور Sotheby's بود. همچنین شـرکت Piaggio به شـرکت‌کنندگان قـول داد تا علاوه بـر تولید طرح برگزیده، یـک نمونه واقعـی از تمامـی طرح‌های پیشنهادی را به طراحان آن هدیه بدهد.

این کمپین بدون هیچگونه تردیدی تاثیر بسـیار زیادی بر احیای دوباره این شـرکت داشـت. علاوه بر منفعتی که برای شـرکت Piaggio فراهم شد، در یک اقدام بشـر دوسـتانه شـرکت‌کنندگان این کمپین تصمیـم گرفتنـد طرح‌های خـود را برای کمک به موسسـات خیریه فعال در زمینه اعتیاد در حراجی Sotheby's به فـروش بگذارند. همچنین در هنگام برگـزاری کمپین شـرکت یـک مدل از اسکوتر Vespa متعلق به «سالوادور دالی» را نیز از موزه Guggenheim به امانت گرفت و در تبلیغ کمپین خود از آن استفاده کرد.

همچنین کمپین شـرکت Piaggio مورد توجه بسیاری از رسانه‌های سراسر دنیا نیز قرار گرفت. در نتیجه پوشش خبری مناسـب این کمپین، شرکت افراد مشـهور در آن و اسـتقبال مردم از آن اسکوتر Vespa نـه تنها به جایـگاه فروش قبلـی خود در اواسـط دهه ۵۰ و ۶۰ میـلادی بازگشـت، بلکه به پرفروش‌ترین محصول بازار نیز تبدیل شد.

آنچه در عمل باید انجام دهیم

-مطمئن شوید که داوطلبان نسـبتا زیادی برای شرکت در کمپین شما وجود دارد؛ برای این کار باید اطلاع‌رسانی گسترده‌ای در مورد کمپین خود انجام دهید. برای سـهولت می‌توان از روزنامه‌ها و مجلات نیز برای اطلاع‌رسانی بهتر کمک گرفت.

-برای متمایل کردن افراد مشـهور به شرکت در کمپین خود یک یـا چند طـرح خیرخواهانه را نیز در کمپین خـود بگنجانید؛ این کار باعث می‌شـود تا علاوه بر افراد مشـهور مـردم نیز علاقـه و توجه بیشتری نسبت به کمپین شما نشان دهند.

-از افراد مشـهوری که در کمپین شـما شـرکت می‌کننـد پذیرایی مناسـب به عمل بیاورید. شـما از این افراد سـود می‌بریـد پس طبیعی اسـت که در جهت جلـب رضایت آنها حداکثـر تلاش خود را بکنید.

-از عکاسـان نیز برای تهیـه تصاویر مناسـب از کمپین خود دعوت به عمل بیاورید.

برای مطالعه ۴۰۴ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می توانید به سایت forsatnet.ir مراجعه و روی همین بخش کلیک کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسـش: مدیر منابع انسانی سازمان کوچکی هسـتم. با نزدیک شـدن به تعطیلات عید نوروز، برخی از کارمندان درخواست مرخصی‌های بلندمدتی را دارند اما با توجه به نوع کسب‌وکار ما اتفاقا در این ایام رونق بیشتری در کسب‌وکار ما ایجاد می‌شود و نیاز به حضور کارمندان در سازمان بیشتر احساس می‌شود اما برخی از کارمندان اصرار زیادی به دریافت مرخصی‌های بلندمدت دارند. ازنظر شما با توجه به این موضوع چه اقداماتی را باید لحاظ کرد که کارمندان بیشتری در سازمان حضور پیدا کنند؟

افزایش درخواست‌های مرخصی

پاسخ کارشـناس: به صورت کلی با نزدیک شدن به تعطیلات عید نوروزی بسـیاری از کارمندان قصد رفتن به مرخصی‌هـای طولانی دارنـد و این موضـوع طبیعی اسـت که آنها قصد مسافرت داشته باشـند اما با توجه به توضیحی که شـما در مـورد نوع کسـب‌وکارتان دادید، پیشنهاد می‌شود سازوکار مشـخصی را در این باره اتخاذ کنید و تقسـیم کاری در سـازمان داشـته باشـید؛ این موضوع زمانی رخ می‌دهد که سـازمان اولویت‌های خود را مشخص کرده باشد و معلوم کند کدام یک از پست‌های سـازمانی باید در تعطیلات عید نوروز در سازمان حضور پیدا کرده باشند.

پس از مشخص شدن این موضوع می‌توانید طرح‌های تشـویقی را برای کارمندان در نظر بگیریـد و افرادی که در تعطیلات عید نوروز در سـازمان حضور دارند، مزایای خاصی برای آنها در نظر گرفته شـود؛ به‌عنـوان نمونه به آنها این وعده را بدهید که اگر در سـازمان حضور داشته باشـید هم از حقـوق و مزایای مالی بیشـتری برخوردار خواهید بود و هم می‌توانیـد پس از تعطیلات به مرخصی طولانی برویـد. در این میان اگر ایـن معضل و چالش در سازمان شما بسیار گسترده است، حتی می‌توانید با یکی از آژانس‌های مسـافرتی قراردادی را لحـاظ کنید که در اواخر فروردین ماه تورهای تفریحی را به شما ارائه دهند و شـما با تخفیف‌هایی این تورهـا را در اختیار کارمندان مختلف قرار دهید؛ این موضوع باعث می‌شود افرادی که صرفا قصد مسافرت دارند در سازمان بمانند و از موقعیت بهتر بهره ببرند.

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.

مونا اشرف‌زاده
mona.ashrafzade@gmail.com

وقتی صحبت درباره جلسات کاری می‌شـود، تاثیـر اولیـه می‌توانـد بسـیار تعیین‌کننده باشد. در بسیاری از موارد پیش آمده که در همان ۳۰ تا ۶۰ ثانیه اول جلسه ملاقات، بیشتر افراد تصمیم‌شـان را گرفته‌انـد. این حقیقت تلخ و رعب‌آور اسـت، در عین حال می‌تواند در جهت منافع‌تان به کار گرفته شود، اگر خودتان را به‌درسـتی آماده آن کنید. در زندگـی روزمره، اغلب می‌توانیم بر تاثیری بدی که در اولین برخورد ایجاد می‌شـود، غلبه کرده و آن را در طول زمان برطـرف کنیم، امـا در تجارت، تاثیر اولیه از اهمیت بسـیاری برخوردار است. در زندگی، مردم اغلب یک شانس دوم دارند، اما در کسـب‌وکار همه چیز درباره فروش اسـت، چه قرار باشـد از شـخصی که ملاقات می‌کنید چیزی بخرید یا به او بفروشید. اگـر می‌خواهید به‌عنـوان یک مدیـر راهکارهایی را کـه افراد موفق کسب‌وکار، کارآفرینان و مدیران اسـتفاده می‌کنند، یاد بگیرید تـا بتوانید تاثیـر اولیه و مثبـت را در ملاقات‌هـای کاری‌تان داشته باشید، نکاتی را که در این مطلب ذکر شده مورد مطالعه قرار دهید.

از زبان بدن بااعتماد به‌نفس و مثبت استفاده کنید

داشـتن اعتمـاد به‌نفـس و اسـتفاده از زبـان بـدن (body language) به‌طـور مثبت و قدرتمنـد می‌تواند در تاثیرگـذاری در ملاقـات اولیه بسیار موثر باشـد. بیشتر مردم از معاشرت با مردمی که اعتماد به‌نفس دارنـد و مثبت و معقول هسـتند، لذت می‌برند. نه‌تنها افراد به کسـانی که با اعتماد به نفس هسـتند، باور دارند بلکه سـعی می‌کنند با آنهـا رابطه بهتری نیـز برقـرار کننـد. از راهکارهایی که بتوان به وسیله آنها زبان بدن را با اعتماد به‌نفس بیشـتر و به صورت قدرتمندتر گسـترش داد می‌تـوان بـه ایسـتادن صاف، محکم دست دادن به طرف مقابـل، برقراری ارتبـاط چشـمی، ایسـتادن به‌گونـه‌ای که دسـت‌های‌تان بـه راحتـی در دوطرف‌تـان قرار گرفتـه باشـد و فقط روی اعتماد به‌نفس و به اندازه کافی قدرتمنـد بـودن اشـاره کرد. بیشـتر وقت‌ها بدن مـا آنچه را که درون‌مان احساس می‌کنیم، به نمایش می‌گـذارد، بنابراین چند ثانیه‌ای وقت بگذارید تا به خودتان یـادآوری کنید اعتماد به‌نفس و نیـروی کافی را دارید تا ظاهرتان نیز همین احساس را به نمایش بگذارد.

یاد بگیرید که به گرمی با دیگران برخورد کنید

به گرمـی برخورد کـردن با دیگران حسـی از آسـودگی و پذیرش اسـت که می‌توانیم در ملاقـات بـا دیگـران و در اولین جلسـه به آنها القا کنیـم. برخورد گرم داشـتن یـک ویژگـی خاص است که احساس راحت بودن را به افرادی کـه در اطراف‌تـان هسـتند منتقـل و آنها را تشـویق می‌کنـد تا بـه راحتـی و هرچـه سریع‌تر با شـما ارتباط برقرار کننـد. برخی از افـراد این ویژگـی را به طـور طبیعـی دارنـد، امـا هرکسـی می‌توانـد روی ایـن خصیصـه کار کنـد و آن را گسـترش دهد. بـرای اینکه برخورد گرمی داشـته باشـید روی برخی نکته‌ها مثل لبخند زدن تـا جایـی کـه پذیرفتنی اسـت، بی‌تفاوت نشـان ندادن خودتـان، سـوال پرسـیدن و علاقه نشان دادن به حرف‌هایی که طـرف مقابل‌تـان می‌زند، تمرکز کنید.

لباس مناسب بپوشید

لباسـی کـه می‌پوشـیم و آن‌طوری که به نظر می‌رسـیم، اغلـب بیان‌کننـده میـزان حساسـیت‌مان بـه ظاهرمان اسـت، امـا واقعیت این اسـت که مردم اغلـب تمایـل دارند با افـرادی معاشـرت کنند که خوش‌پـوش بـوده و ظاهـری مرتـب داشـته باشـد. هیـچ مدیر اهـل تجارتـی در ضمیر ناخودآگاهـش تمایل نـدارد با کسی که موهای نامرتب، دهان بدبـو، کت‌وشـلوار کهنـه و... دارد، ارتباطـی برقـرار کند. در دنیای کسـب‌وکار اغلب مایلند که بـا افـرادی موفـق ملاقات کنند، بنابرایـن اگر می‌خواهید ارتباطات کاری موفقی داشـته باشـید، بایـد ظاهرتـان نیـز بخشـی از این موفقیت باشـد. همیشـه لباس تمیز بپوشـید، نکات بهداشتی را رعایت کنید، عطر بزنید، موهای‌تان را مرتب کنیـد، کت‌وشـلوار مناسـب بپوشـید و البتـه لازم نیسـت کـه خیلـی گرانقیمت باشـد، کفش‌های مناسـبی بپوشـید که با کت‌وشـلوارتان همخوانی داشـته باشـد و در آخر لباس چـروک نپوشـید و لباس‌تان همیشه اتوکرده باشد.

داشتن اعتماد به‌نفس و استفاده از زبان بدن (body language) به‌طور مثبت و قدرتمند می‌تواند در تاثیرگذاری در ملاقات اولیه بسیار موثر باشد. بیشتر مردم از معاشرت با مردمی که اعتماد به‌نفس دارند مثبت و معقول هستند، لذت می‌برند. نه‌تنها افراد به کسانی که با اعتماد به نفس هستند، باور دارند بلکه سعی می‌کنند که با آنها رابطه بهتری نیز برقرار کنند

در گفتارتان مبادی آداب باشید

از کلمـات و جمله‌هایـی اسـتفاده کنید که مناسب فرد یا افـرادی هسـتند کـه برای اولین بـار ملاقـات می‌کنید و لحن و آهنگ کلام‌تان را تغییر ندهید. اگر جلسه‌تان با افرادی حرفه‌ای باشـد که قصـد دارید محصول یا خدمات‌تان را به آنها ارائه دهید، جمله‌های تخصصی و حرفـه‌ای بـه کار ببریـد که مربوط به فعالیت آن افراد باشد، به عنـوان مثال یک مشـتری را در یـک بـازی بسـکتبال ملاقـات کردیـد، دوسـتانه‌تر و غیررسـمی‌تر بـا او صحبـت کنید. هیـچ راه جادویی وجود ندارد که همیشه حرف درست را بزنید یا کار درسـت را انجام دهید، اما نکته مهمـی که باید همیشـه موردتوجه قرار بگیرد محتوا و مفاد گفت‌وگوهاسـت. از جملاتـی اسـتفاده کنید که مناسب افرادی اسـت که با آنها سـروکار دارید، از مخالفت‌های شدید اجتناب کنید، مگر اینکه ملاقاتـی را در جهت رسـیدن به همین هـدف ترتیـب داده باشـید. فقط حرفه‌ای باشید تا زمانی‌که نشانه‌هایی را دریافت کنید، آن‌وقت می‌توانید به‌گونه دیگری رفتار کنید.

هدف داشته باشید

وقتی صحبت از کسـب‌وکار و تجارت اسـت، یـک ملاقات کاری بـه همیـن موضـوع مربـوط می‌شـود. بیشـتر افراد هرگـز بی‌دلیل با کسـی ملاقات نمی‌کنند یا جلسـه‌ای نمی‌گذارنـد، به همیـن دلیل بایـد زمانی‌کـه قـرار ملاقاتی می‌گذارید یا جلسـه‌ای برگـزار می‌کنیـد، یک هدف شفاف در ذهن‌تان داشـته باشـید. البتـه هـدف‌دار بودن بـه این معنا نیست که باید سرد رفتـار کنید و حسـابگر باشـید، اما باید در عین حال تمـام تلاش‌تان را بکنیـد تا وقت کسـی را که در جلسه حضور پیدا می‌کند، تلف نکنید.

کسب‌وکارتان را تعریف کنید

بزرگ‌تریـن بخـش یـک هدف این اسـت که بتوانید در همـان ابتدای جلسـه کاری را کـه می‌خواهیـد انجـام دهید شـرح داده و به طرف مقابل‌تان بگویید چرا باید با شما کار کند. این چالشی اسـت که در ابتدا با آن مواجه هسـتید. باید بتوانید کسـب‌وکارتان را شـرح دهید و آن را بـه فروش برسـانید. در واقع یک زمان کوتـاه ۱۵ تا ۳۰ ثانیه‌ای وقت داریـد تا توضیح دهید که دقیقا چه کاری انجام می‌دهیـد و چگونـه می‌توانید آن را با شـخص دیگـری بهتر و متفاوت‌تـر انجـام دهیـد. از کسب‌وکارتان تعریف مشخصی داشـته باشـید و بگویید دقیقا چه کاری انجـام می‌دهید، چه پیشـنهادی برای آنهـا که در جلسـه حاضر شـده‌اند دارید و در نهایت چگونـه می‌توانید به افرادی که با شما کار می‌کنند، کمک کنید.

یاد بگیرید صدای‌تان را کنترل کنید

صداهایـی که از عمق سـینه خارج می‌شوند و اعتماد به‌نفس بیشـتری در آنها نهفته اسـت، توجه بیشـتری را به خود جلب می‌کنند، در عیـن حال گرمای بیشتری را در روابط به اطرافیان منتقل می‌کنند. خیلـی از افراد تمایل دارند تودماغـی و گرفته صحبت کننـد، البتـه آنها این کار را انجـام می‌دهند زیرا باعث می‌شـود که صدای خودشـان را بهتـر بشـنوند، اما ایـن کار صدای‌شان را برای اطرافیان‌شان تضعیف می‌کند. سعی کنید یک ترانه کوتاه را زمزمه کرده و تلاش کنید تا بدانید ارتعاش صدای‌تان از کجـا نشـأت می‌گیـرد. اگر این ارتعاشـات در ابتدا در سر یا گلوی‌تان احساس شدند، سعی کنید صاف بایسـتید و بگذارید هـوا از ریه‌های‌تان خارج شـود. باید بتوانید ارتعاشاتی را از عمق سـینه‌تان می‌آیند، احسـاس کنید. باید سعی کنید اغلب از این روش استفاده کنید، به خصوص بـرای تاثیرگـذاری در اولیـن برخورد.

خلق‌وخو و انرژی‌تان را مطابقت دهید

در کنـار اسـتفاده از کلمات و جمـلات مناسـب در اولیـن ملاقـات، باید بیـن خلق‌وخو و انرژی‌تـان نیز مطابقـت ایجاد کنید. اگـر جلسـه‌ای جدی در حـال برگـزاری اسـت، باید از شـوخی کردن و لبخنـد زدن بیش از اندازه خـودداری کنید. بسـیار مهم اسـت کـه بتوانید احساسـات فردی را که ملاقات می‌کنید، خیلی سـریع متوجه شوید. اگر آن شخص یا اشخاص اسـترس دارند، بهترین راه این اسـت که معارفه را کوتاه کنید و دربـاره اصل مطلـب صحبت کنید، اما اگر آنها راحت هستند و آماده‌اند، می‌توانید با آسودگی بیشتری به کارتان ادامه دهید.

تمام این راهکارهـا و ابزارها می‌تواننـد توانایی‌تـان را برای تاثیرگـذار بـودن در اولیـن برخـورد افزایش دهنـد، پس این نکات را به‌خاطر بسپارید تا دفعه بعدی که در کسب‌وکارتان شخص مهمی را ملاقات کردید از تاثیرشان شگفت‌زده شوید.

مدیریت امروز

۴ نکته برای افزایش بهره‌وری

مرضیه فروتن

افزایـش بهـره‌وری کسـب‌وکار از مهم‌تریـن خواسته‌های مدیران مشـاغل مختلف است. نکات زیر در راسـتای افزایش بهره‌وری می‌توانند سال ۲۰۱۶ را به بهترین سال برای کسب و کارتان تبدیل کنند.

۱- برنامه‌ریزی کنید

تهیه یک فهرست از کارهای روزمره به خودی خود چیز بدی نیست، اما چرا بسیاری از افراد یک فهرست بزرگ را می‌نویسند ولی هرگز به آن عمل نمی‌کنند؟

برنامه‌ریزی روزانه می‌تواند مفید واقع شـود. به این ترتیب محدود کردن زمان به نفع شما است.

برای هـر کارتان جایـی روی تقویم‌تان مشـخص کنید. اسـتفاده از تقویم خـواه به‌صـورت فیزیکی یا اینترنتی سودمند است.

در صورت برنامه‌ریزی بـرای انجام کارهای روزمره، شما اجازه انحراف از برنامه اصلی را به خود نمی‌دهید. گوشی موبایل خود را خاموش کنید، ایمیل‌های خود را چک نکنید و به کارتان برسید.

۲- مهم‌ترین کار خود را اول انجام دهید

با بررسـی برنامـه روزانه خـود متوجه می‌شـویم که فقـط یـک یـا دو کار باعـث پیشـرفت حرفه‌ای مـا می‌شـوند. بلـه، کارهای بی‌شـماری در لیسـت فعالیت‌های روزمره شما قرار دارند اما یک یا دو کار از بقیه بسیار مهم‌تر هستند.

با اهمیت‌ترین کارهـای خود را قبـل از همه انجام دهید. با برنامه‌ریزی منظم می‌توانید به این هدف نائل شوید.

به این ترتیب شـما برای بقیه کارهـای روزانه خود ریتمی را تعیین می‌کنید و در نتیجه کسب و کارتان با سرعتی باور نکردنی پیش خواهد رفت.

۳- به شکلی درست و مناسب چند کاره باشید

صرف‌نظر از حرف‌های اطرافیـان به ندرت چند کار را با هم انجام دهید. با شـلوغ کردن برنامه روزانه خود هیچ کاری را به شـکل خوب و موثر به پیش نخواهید برد. مغز شـما سـعی می‌کند تا بین کارهای مختلف در حال رفت‌وآمد باشـد، اما در ادامـه بخش مهمی از روزتان را از دست می‌دهید.

تمرکـز کامـل روی یـک کار در یک زمـان برای بسیاری از مردم سخت است، اما تلاش برای انجام این کار مفید خواهد بود.

البته یک اسـتثنا درباره عدم انجام چند کار به طور همزمان، گوش دادن به کتاب‌های صوتی است. گوش دادن به کتاب‌های صوتـی یا فایل صوتـی دیجیتال پادکسـت را می‌توان به‌عنوان یکـی از بهترین راه‌ها برای تغییر سبک زندگی به شمار آورد که نیاز به وقت اضافی نیز ندارد. شـما می‌توانید حین رانندگی، انجام حرکات ورزشی، پختن شـام و حتی به خواب رفتن به آنها گوش دهید. این راهی عالی بـرای انجام چند کار به طور همزمان و پیشرفت شخصی محسوب می‌شود.

۴- از قدرت فرآیندها بهره ببرید

به هر چیزی به‌عنوان یک فرآیند و یک سیستم نگاه کنید که قابلیت مستندسازی، تکرار و برون‌سپاری را دارد.

بهترین فایده فرآیند سـاختن از هـر چیزی کاری است که قابلیت برون‌سپاری را دارد. سپردن قسمتی از مسـئولیت‌ها بـه دیگـران فرصت انجـام کارهای سخت‌تر و مهم‌تر را به شما می‌دهد.

رعایت نکات فوق از سـال ۲۰۱۶ بهترین فرصت را برای پیشرفت کسب و کارتان خواهد ساخت.

www.entrepreneur.com

آیا می‌دانستید

متغیرهای محیط کاری

آیـا می‌دانسـتید متغیرهـای محیـط کاری در سـطح صنعت بـه چند دسـته تقسـیم می‌شـوند؟ ۱- رقبـا: یعنـی سـازمانی که با سـایر سـازمان‌ها رقابـت می‌کنـد. ۲-مشـتریان: یعنی هر فـردی که جهت کسـب محصـولات یـا خدمات یک سـازمان پولـی را پرداخـت می‌کننـد. ۳- حمایت‌کننده: یک سازمانی که برای سـازمان‌های دیگر منابعی را تامین می‌کند. ۴-تنظیم‌کننـده: یعنی واحـدی که قدرت کنترل، قانون‌گذاری یاتاثیر گذاشـتن بر سیاسـت‌ها و فعالیت‌هـای سـازمانی دیگـری را دارد. ۵-گـروه مشترک‌المنافع: گروهی هسـتند که توسط اعضایش سازمان یافته و تلاش می‌کند سازمان‌ها را تحت تاثیر قرار دهد. ۶- شرکای استراتژیک: یعنی سازمانی که با یک یا بیش از یک سـازمان دیگر به‌صورت شراکتی یا طریقه دیگری کار می‌کند.

خبر

هیات ۳۰ نفره بورس استانبول دوشنبه آینده به تهران می‌آید

روح الله حسینی‌مقدم، معاون ناشران و اعضای شرکت بورس از حضور هیات ۳۰ نفره مدیران بورس استانبول در ۱۰ اسفند ماه امسال به منظور مذاکره با متولیان بورس خبر داد. وی از بازدید این هیأت از بورس تهران خبر داد و گفت: با توجه به امضای تفاهمنامه مشترک با بورس استانبول و فراهم شدن شرایط مناسب برای افزایش تعامل دوجانبه بورس تهران با بورس‌های بین‌المللی، هیاتی از بورس استانبول روز ۱۰ اسفند ماه امسال به تهران می‌آید. معاون ناشران و اعضای شرکت بورس افزود: تونجای دینچ، مدیرعامل بورس ترکیه به همراه ۳۰ نفر از مدیران نهادهای مالی، کارگزاری، سبدگردان و سرمایه‌گذاری این کشور از بورس تهران بازدید خواهند کرد.

فرابورس

ارزش معاملات اسناد خزانه به یک هزار و ۱۷۸ میلیارد تومان رسید

رضا غلامعلی‌پور، معاون توسعه بازار فرابورس ایران از آغاز فعالیت بازارگردان نمادهای «اخزا۲۱» و «اخزا۳۱» اسناد خزانه اسلامی خبر داد و گفت: از زمان عرضه اولیه این اسناد تاکنون یک هزار و ۱۷۸ میلیارد تومان معامله در بازار اسناد خزانه اسلامی به ثبت رسیده است. وی با بیان اینکه به دنبال عرضه اولیه چهار نماد جدید اسناد خزانه اسلامی در بازار ابزارهای نوین مالی طی هفته‌های گذشته شاهد استقبال بیش از پیش خریداران و فروشندگان از این بازار بودیم، افزود: در مجموع تاکنون یک هزار و ۱۷۸ میلیارد تومان معامله در بازار اسناد خزانه اسلامی انجام شده است. به گفته وی، تعداد کل اوراق قابل تخصیص به پیمانکاران در مراحل دوم و سوم اسناد خزانه اسلامی شامل ۲۰ میلیون ورقه ۱۰۰ هزار تومانی است که به ترتیب در روزهای ۲۱ شهریور و ۲۱ مهرماه سال ۹۵ سررسید می‌شوند.

عرضه بلوکی سهام «پترول» در بازار فرابورس ایران

شرکت سرمایه‌گذاری ایران تصمیم به واگذاری ۱,۱۶ درصد از سهام شرکت گروه پتروشیمی سرمایه‌گذاری ایرانیان از طریق بازار دوم فرابورس ایران گرفته است. این بلوک شامل ۲۳۲ میلیون سهم است و هر سهم آن با قیمت پایه یک هزار و ۷۰۰ ریال و قیمت پایه کل ۳۹۴ میلیارد و ۴۰۰ میلیون ریال عرضه می‌شود. سرمایه پایه این شرکت که به سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های انتفاعی به صورت مستقیم و غیرمستقیم مشغول است در قالب ۲۰ میلیارد سهم بوده و آخرین سرمایه ثبت شده آن ۳ هزار میلیارد ریال است. گفتنی است، سپرده لازم برای حضور در این رقابت به میزان ۱۱ میلیارد و ۸۳۲ میلیون ریال تعیین شده است و شرکت کارگزاری حافظ، عرضه‌کننده این سهام در نماد «پترول۴» خواهد بود.

بورس کالا

توافق بورس کالا و مؤسسه Platts برای انتشار آمارهای معاملاتی

بورس کالای ایران و مؤسسه Platts بر سر به اشتراک‌گذاری اطلاعات بازار به‌طور هفتگی توسط بورس کالای ایران جهت انتشار در نشریه Platts توافق کردند. سردبیر ارشد بازارهای مؤسسه Platts چهارشنبه هفته گذشته (۲۸ بهمن ماه) به منظور افزایش سطح تعاملات این مؤسسه با شرکت بورس کالای ایران با مدیران این بورس دیدار کرد. طی این نشست خانم «دیانا کینچ»، سردبیر ارشد بازارهای مؤسسه Platts زمینه‌های همکاری این مؤسسه با بورس کالای ایران را تشریح کرد و حامد سلطانی‌نژاد، مدیرعامل بورس کالای ایران و تعدادی از مدیران و متخصصان بورس کالا نیز خلاصه‌ای از ساختارها، بازارها، ابزارهای مالی و فرآیندهای عملیاتی بورس کالا را بازگو کردند.

عرضه ۵۵ هزار تن سنگ آهن فلات مرکزی در تالار صادراتی

مجتمع سنگ آهن فلات مرکزی ایران، روز دوشنبه ۳ اسفند ماه، با ۵۵ هزار تن سنگ آهن دانه‌بندی در تالار صادراتی بورس کالای ایران حضور یافت؛ قیمت پایه این کالا ۱۵ دلار در هر تن بود. تالار مذکور همچنین شاهد عرضه ۶۳۵۰ تن قیر ۶۰۷۰ و ۹۶ تن گوگرد پودر بود. در این روز و در تالار محصولات صنعتی و معدنی، ۱۲۱ تن تیرآهن ۳۰ و ۴۴ تن تیرآهن ۱۴ شرکت ذوب‌آهن اصفهان روی تابلوی عرضه رفت. شرکت آلومینیوم ایران (ایرالکو) نیز با ۴۰۰ تن شمش هزار پوندی ۹۹.۸ در تالار مذکور حضور یافت. دیگر عرضه‌های تالار محصولات صنعتی و معدنی شامل ۱۰ کیلوگرم طلا و ۱۰ تن سولفورمولیبدن بود. ۱۶ هزار تن لوب کات، ۳۴ هزار تن وکیوم باتوم، ۵۴۹۹ تن انواع مواد پلیمری، دو هزار تن سلاپس واکس و ۱۳۰۰ تن گوگرد در تالار فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی عرضه شد. گفتنی است، ۱۰۰ تن روغن خام سویای آرژانتین راهی تالار محصولات کشاورزی شد.

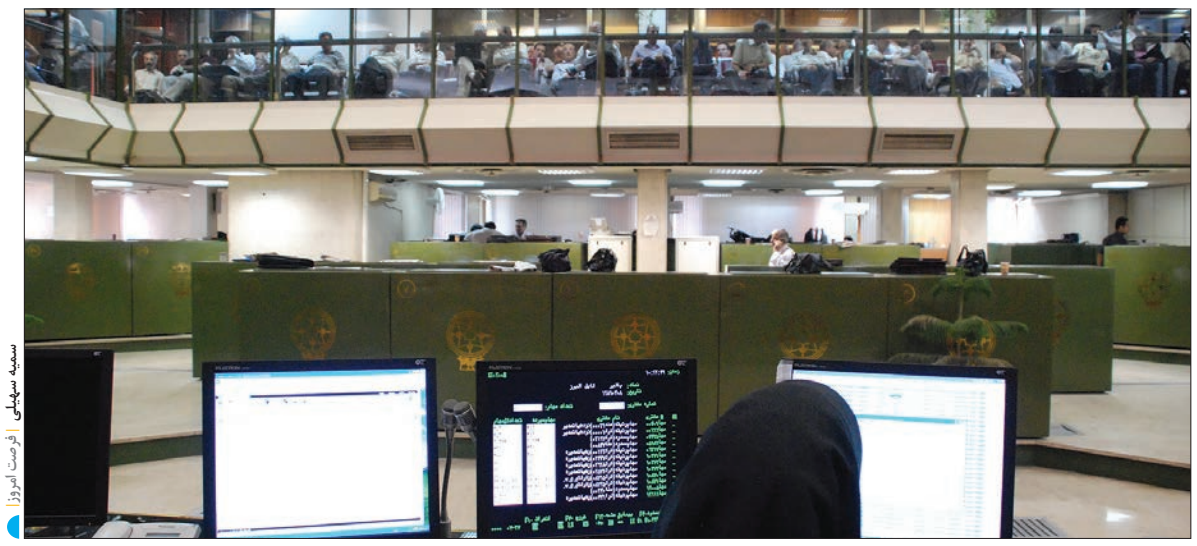
بورس انرژی

عرضه‌های نفت کوره شرکت ملی نفت ایران در رینگ بین‌الملل

در جریان معاملات در تابلوی سلف موازی استاندارد برای قراردادهایی با سررسید یک‌سال و بیشتر در بازار مشتقه بورس انرژی ایران، در کلیه نمادهای فعال، ۵۲۵ قرارداد با ارزشی قریب به ۵ میلیارد و ۵۶۹ میلیون ریال مورد معامله قرار گرفت. در این روز همچنین در بازار برق بورس انرژی ایران ۲۰۰ قرارداد معادل ۴۸۰۰ مگاوات ساعت به ارزش ۱ میلیارد و ۴۴۰ میلیون ریال معامله شد. در آغاز جلسه معاملاتی این روز نمادهای بار پیک، کم‌باری، میان‌باری و بارپایه روزانه ۳ فروردین۹۵ گشایش یافته و در پایان نمادهای بار پیک، کم‌باری، میان‌باری و بارپایه روزانه ۶ اسفند ۹۴ متوقف شدند.

بازار برای صعود انرژی مضاعف گرفت

سایپا، شگفتی‌ساز گزارش شرکت‌ها



سمیه سهیلی | فرصت امروز

سیدمحمدصدرالغروی
sadrolgharavi@yahoo.com

شاخص کل بورس و اوراق بهادار در معاملات روز دوشنبه با ۳۵۲ واحد رشد پس از دو روز افت پیاپی به ارتفاع ۷۷ هزار و ۵۸۷ واحدی صعود کرد. در این روز همه شاخص‌های بورس به جز شاخص بازار دوم صعودی بودند. در جریان معاملات گروه‌های خودرویی، بانک‌ها و شیمیایی‌ها با بیشترین حجم و ارزش معاملات در صدر جدول برترین گروه‌های صنعت قرار گرفتند. طی دو روز آغازین اسفند ماه شاهد روند نزولی معاملات بورس بودیم اما روز گذشته روند معاملات در اکثر نمادها مثبت بود و انتظار ادامه روند صعودی منطقی دور از ذهن نیست. کاهش نرخ سود سپرده‌های بانکی به ۱۸درصد و احتمال رسیدن آن به ۱۶درصد طی ماه‌های ابتدایی سال آینده از جمله اتفاقات مثبتی است که در بازار سهام رخ داده و چشم‌انداز مناسبی را برای این بازار به‌وجود آورده است. از سوی دیگر بازار سهام شاهد انتشار برخی گزارش‌های مثبت در نمادهای معاملاتی پربیننده بود. چنان که گزارش‌های شوکه‌کننده‌ای در گروه خودروسازان منتشر شد. در این گروه سایپا با اعلام زیان ۱۷۵ ریالی هر سهم خود را به سود ۴۶۲ ریالی تبدیل کرده است. در بازار مثبت دیروز تمایل سهامداران به خرید سهم و همچنین نوسان‌گیری موجب افزایش حجم و ارزش معاملات شد به طوری که در مجموع ۱۷۵ میلیون سهم به ارزش ۴۶۱ میلیارد تومان دادوستد شد و ارزش بازار سهام به ۳۳۵ هزار میلیاردتومان رسید.

خرید حقوقی‌ها در گروه بانکی

در گروه بانک، معاملات با روندی صعودی و مثبت آغاز شد اما شاهد معاملات نوسانی در طول روز بودیم و در نهایت معاملات نمادها مثبت و منفی به پایان رسید. بانک پارسیان و بانک اقتصاد نوین با صف خرید معاملات را به اتمام رساندند. با معامله ۱۷۶,۷میلیون سهم، بانک صادرات ایران بیشترین حجم معاملات را در گروه به خود اختصاص داد. نکته قابل توجه خرید حقوقی در نمادهای بانکی برخلاف روزهای گذشته بود. در گروه خودرو و ساخت قطعات در دو روز گذشته در پی عرضه عمده سایپا و نیز گشایش حق تقدم ایران‌خودرو، معاملات با روندی نزولی انجام گرفته بود و شاهد صف‌های فروش بسیاری از نمادهای گروه بودیم، اما با اعلام گزارش‌های سایپا، سرمایه‌گذاری رنا و زامیاد با تعدیلات مثبت سنگین، روند معاملات گروه ۱۸۰درجه تغییر کرد نمادهای خودرو با صف خرید همراه شدند، البته بسیاری از نمادهای گروه متوقف بودند. با معامله ۳۲۳میلیون سهم حق تقدم نماد ایران‌خودرو بیشترین حجم و ارزش معاملات کل بازار بورس را داشت. نمادهای گروه فرآورده‌های نفتی که از دوم اسفند با تقاضا مواجه شدند، تمام نمادها مثبت و اکثریت با صف خرید معاملات را به پایان رساندند. با معامله ۳۳میلیون سهم، پالایش نفت بندرعباس بیشترین حجم و ارزش معاملات گروه را داشت. نمادهای گروه پالایشی و پتروشیمی به دلیل عقب ماندن از روند صعودی بورس طی چند وقت اخیر و از سوی دیگر در پی افزایش بهای جهانی نفت از توانایی رشد سودآوری و ارزش سهام برخوردارند.

ارزش معاملات فرابورس از ۴هزار میلیارد ریال فراتر رفت

بیش از ۶۶۷ میلیون اوراق بهادار به ارزش ۴هزار میلیارد ریال در بازارهای فرابورس مورد معامله قرار گرفت. بازار فرابورس سومین روز اسفند را با دادوستد ۶۶۷میلیون اوراق بهادار در ۳۰هزار و ۲۷۹ نوبت به پایان رساند و ارزش معاملات به ۴هزار و ۸۸ میلیارد و ۹۵۰ میلیون ریال رسید. شاخص کل نیز با رشد بیش از یک درصدی معادل ۸,۵واحد نمایشگر عدد ۸۲۷,۲۲ شد که شرکت‌های پالایش نفت تهران، ذوب‌آهن اصفهان و سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی بیشترین تاثیر مثبت را بر شاخص داشتند. روز گذشته، ۲۸۲میلیون و ۶۸۰هزار اوراق بهادار به ارزش ۷۹۳میلیارد ریال در بازار اول مورد معامله قرار گرفت و بیشترین حجم معاملات در نماد سرمایه‌گذاری سبحان انجام شد. در بازار دوم نیز ۱۷۶میلیون اوراق بهادار به ارزش ۵۳۳میلیارد ریال خریدوفروش شد و بیشترین افزایش قیمت در این بازار را شرکت‌های پالایش نفت شیراز، لاوان و بهمن دیزل داشته‌اند. همچنین شرکت‌های سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی، گروه فن‌آوا و پالایش نفت شیراز بالاترین رشد قیمت را در بازار سهم داشتند و شرکت‌های معادن مس تکنار، بیمه سامان و صنعت روی زنگان با بیشترین کاهش قیمت روبه‌رو شدند. روز گذشته شاهد بازگشایی نمادهای معاملاتی شرکت توسعه فناوری اطلاعات خوارزمی و مهندسی ساختمان، تاسیسات راه‌آهن و شرکت گروه سرمایه‌گذاری میراث فرهنگی و گردشگری ایران پس از ارائه اطلاعات پیش‌بینی بودیم و نماد معاملاتی شرکت اعتباری کوثر مرکزی با توجه به دریافت اطلاعات مبنی بر تعدیل با اهمیت پیش‌بینی سود هر سهم سال مالی ۱۳۹۵ متوقف شد.

حرف‌های درگوشی بازار

رحمت‌الله توکلی یرکی
Raham. tavakoli. 1366@yahoo. com

کچاد: خبرها حاکی از آن است که شرکت معدنی و صنعتی چادرملو با همکاری مشترک «مدیریت سرمایه‌گذاری امید» و «معدنی و صنعتی گل‌گهر» از طریق شرکت «کاوند نهان زمین» اقدام به سرمایه‌گذاری در قزاقستان کرده است.

پترول: خبرها حکایت از این دارد که دومین عرضه عمده «پترول» چهارشنبه جاری انجام می‌شود تا یک سهامدار حقوقی درصورت انجام معامله، برای همیشه از ترکیب این شرکت ۲ هزار میلیارد تومانی خارج شود. به این ترتیب شرکت سرمایه‌گذاری ایران که مالک ۱.۱۶ درصد این شرکت است، چهارشنبه جاری ۵ اسفند از طریق کارگزاری حافظ اقدام به عرضه نقد ۲۳۲ میلیون سهم «پترول» به قیمت پایه هر سهم ۱۷۰ تومان و به ارزش ۳۹.۴ میلیارد تومان می‌کند تا در صورت وجود مشتری و انجام معامله، برای همیشه از ترکیب سهامداری آن خارج شود. گفتنی است هلدینگ پتروشیمی فارس با ۶۵ درصد به همراه شرکت بازرگانی پتروشیمی و گروه توسعه مالی مهرآیندگان با ۷ و ۶.۶ درصد، سهامداران اصلی پترول هستند.

پالایشی‌ها: شنیده‌ها حکایت از اختصاص سوبسید جدید به پالایشگاه‌ها و متحول شدن سود آنها دارد.

شسپا: خبرها حاکی از تکمیل شدن پروژه تولید پارافین جامد در این شرکت است.

بفجر: شنیده‌ها حکایت از یک عرضه ۵ میلیونی و یک عرضه ۲۰ میلیون سهمی پتروشیمی فجر طی دو روز دارد.

زاگرس: شنیده‌ها از این شرکت حکایت از افزایش سرمایه ۳۰۰ درصدی از محل تجدید ارزیابی دارایی‌ها دارد.

قثابت: زمزمه‌هایی مبنی بر انتقال زمین شرکت به آستان قدس رضوی و قطعی شدن آن در بازار به گوش می‌رسد.

فارس: شنیده‌ها از فارس حکایت از امضای یادداشت تفاهم این شرکت به ارزش یک میلیارد یورو با شرکت ایتالیایی تکنی مونت دارد.

کمرجان: خبرها حاکی از تقسیم سود به ازای هر سهم ۲۳۴ ریال دارد.

تایرا: شنیده‌ها از طرح تعویض تراکتورهای فرسوده در سال ۹۵ در این نماد حکایت دارد.

عمق بازار

خوش‌بین‌ها و بدبین‌های بازار چه تصمیمی می‌گیرند؟

فرشید شجاع
farshid. shoja@gmail. com

بازار سرمایه کشور بار دیگر با سرعتی بالا شرایط خود را تغییر داد و از روندی نزولی و کسالت‌بار به هیجان خرید پناه برد. در جلسه معاملاتی روز گذشته، شاخص کل بازار بورس اوراق بهادار تهران با ۳۵۲,۸۱ واحد صعود به رقم ۷۷۵۸۴,۷ واحد رسید. نه‌تنها رشد شاخص کل در این جلسه معاملاتی با توزیعی یکنواخت همراه نبود، بلکه این رشد در گشایش بازار به وقوع پیوست. با آغاز جلسه معاملاتی گذشته، شاخص کل در مسیر صعودی قرار گرفت و رشدی بیش از ۵۰۰ واحد را در ۳۰دقیقه به ثبت رسانید. پس از آن و با کاهش عرضه در نمادهای صف خرید و افزایش عرضه در نمادهای کم اقبال، شاخص کل در روندی نزولی و با شیب کم قرار گرفت. نوسان‌های رو به پایین شاخص کل تا پایان این جلسه معاملاتی ادامه داشت و به این ترتیب افزایش ارتفاع شاخص کل در این جلسه به ۰,۴۶ درصد محدود شد. ارزش کل معاملات جلسه گذشته این بازار حدود ۴۶۱ میلیارد تومان به ثبت رسید و این ارزش طی ۹۵۵۹۱ معامله محقق شد. به این ترتیب ارزش میانگین هر معامله این جلسه در حدود ۴,۸ میلیون تومان محاسبه می‌شود که تفاوت چندانی با روزهای پیشین خود ندارد. بازار فرابورس ایران نیز شرایطی مشابه بازار بورس و حتی بهتر از آن داشت. شاخص کل این بازار در جلسه اخیر با ۸,۵ واحد رشد به رقم ۸۲۷,۲ واحد رسید و ارزش کل معاملات این بازار نیز حدود ۴۰۹ میلیارد تومان به ثبت رسید.

به گزارش «هفت ثانیه از بازار»، ۵۸ درصد از کل حجم معاملات روز گذشته بازار به دو گروه بانک و خودرو تعلق داشت؛ این مهم در حالی اتفاق افتاد که تنها ۴۵ درصد از ارزش کل معاملات به این دو صنعت اختصاص داشت. گروه خودرو با شرایط دو ماه اخیر خود تفاوت نسبتا زیادی با گروه بانکی پیدا کرده است. دو ماه گذشته، دو گروه خودرو و بانک حجم زیادی از معاملات بازار را به خود اختصاص می‌دادند و ارزش معاملات‌شان به‌شدت کمتر از حجم معاملات‌شان بود، اما اکنون تنها گروه بانکی این شرایط را دارد. در جلسه گذشته، ۲۳ درصد از حجم کل معاملات بازار به نام گروه بانک ثبت شد و تنها ۱۴ درصد از ارزش کل معاملات بازار به این حجم مربوط بود. به کلام ساده‌تر، گروه خودرویی توانسته است شرایط خود را با بازار پساتحریم وفق دهد و بانکی‌ها هنوز توان انجام این مهم را ندارند. این موضوع مسئله ساده‌ای را به ذهن می‌کشاند که زمان بانکی‌ها چه وقت خواهد بود و لیدرشیپ این گروه چگونه خواهد بود؟

نکته منفی معاملات روز گذشته بازار، کاهش نرخ دخالت حقیقی‌ها در بازار به یک‌سوم از کل است. در این جلسه معامله‌گران حقیقی به انفعال شدیدی روی بردند و این مسئله می‌تواند از غیرمتداوم بودن شرایط صعودی روز گذشته بازار خبر دهد. قرینه دیگر بر این موضوع نزدیک بودن زمان انتخابات و در واقع نزدیک بودن زمان تصمیم‌گیری بازار در مورد برخورد با مسئله انتخابات است. بازار سرمایه در دو روز کاری پیش رو باید در مورد این موضوع مهم تصمیم‌گیری کند و این به آن معناست که بسیاری از بدبین‌های بازار در این دو روز برای نقد کردن سرمایه خود اقدام می‌کنند. با این توضیح، انتظار می‌رود در این دو روز شاهد افزایش معاملات در بازار سرمایه باشیم؛ چراکه بازار خوش‌بین‌هایی هم دارد که از این فرصت برای خرید استفاده خواهند کرد.

با توجه به شرایط حاضر بازار انتظار می‌رود با آغاز معاملات در جلسه معاملاتی پیش رو شاهد افزایش شاخص کل باشیم. تقاضا در ابتدای جلسه کاری امروز بدون شک قوی‌تر از عرضه خواهد بود، اما این رویه تا پایان زمان معاملات ادامه نخواهد داشت. منطقی‌ترین سناریو برای ادامه کار افزایش عرضه است که این مهم نه‌تنها می‌تواند شاخص کل را در مسیر نزولی قرار دهد، بلکه می‌تواند این شاخص مهم راه به سمت قرمز تابلو بکشد. با توجه به شرایط کنونی، منطقی‌ترین عمل تصمیم‌گیری در مورد انتخابات و اتخاذ تصمیمات همسو با آن است و این تصمیمات باید امروز تا پیش از بازار اتخاذ و در بازار امروز عملی شوند.

نماگر بازار سهام

بیشترین درصد افزایش

لابراتوار داروسازی عبیدی در حالی عنوان نخست جدول بیشترین درصد افزایش را از آن خود کرد که چرخشگر ایران در جایگاه دوم این گروه قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
داروسازی عبیدی	۶,۵۶۴	۲۲.۸۸
چرخشگر	۳,۳۱۹	۹.۷۹
الکتریک خودرو شرق	۲,۵۳۲	۸.۷۶
کمک فنر ایندامین	۱,۲۳۷	۶.۸۲
بیمه پارسیان	۲,۹۰۱	۵.۶۱
پتروشیمی فجر	۱۳,۳۱۱	۴,۹۹
مهرکام پارس	۲,۰۲۲	۴,۹۸

بیشترین درصد کاهش

شهد صدر نشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. قند پیرانشهر در رده دوم این گروه ایستاد و معدنی و صنعتی چادرملو هم در میان سهم هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
شهد	۴,۷۷۶	(۴.۹۷)
قند پیرانشهر	۴,۲۹۷	(۴.۸۳)
معدنی چادرملو	۲,۹۳۱	(۴.۸۱)
شیمیایی سینا	۱۲,۱۹۲	(۴.۷۴)
داروسازی زهراوی	۲۶,۰۸۳	(۴.۶۷)
قند اصفهان	۵,۶۵۴	(۴.۵۷)
محصولات پارس	۴,۹۷۶	(۴,۱۲)

پرمعامله ترین سهم

حق تقدم ایران خودرو پرمعامله ترین سهم بازار بورس شناخته شد. بانک صادرات ایران در رده دوم این گروه ایستاد. ایران خودرو و ایران خودرو دیزل هم در رده های بالا قرار گرفتند.

نام	قیمت	تعداد دفعه
ح . ایران خودرو	۲۱۸۷	۳۲۳.۴۶۰
بانک صادرات	۱۱۳۳	۱۷۶,۷۰۰
ایران خودرو	۳۲۶۹	۹۵,۶۶۸
ایران خودرودیزل	۱۳۰۰	۹۲,۲۹۵
بانک ملت	۲۴۲۲	۸۴,۰۱۱
بانک تجارت	۱۲۰۹	۵۴,۷۳۹
لیزینگ رایان سایپا	۳۰۳۹	۵۱,۸۸۷

بیشترین ارزش معامله

جایگاه نخست بیشترین ارزش معامله را حق تقدم ایران خودرو به خود اختصاص داد و ایران خودرو رتبه دوم را به دست آورد. بانک ملت هم در بالای جدول بیشترین ارزش معاملات قرار گرفت.

نام	قیمت	جمع معاملات
ح . ایران خودرو	۲۱۸۷	۷۰۷.۵۰۴
ایران خودرو	۳۲۶۹	۳۱۲,۷۰۶
بانک ملت	۲۴۲۲	۲۰۳,۴۵۹
بانک صادرات	۱۱۳۳	۲۰۰,۱۳۸
لیزینگ رایان سایپا	۳۰۳۹	۱۵۷,۶۷۷
پالایش نفت بندرعباس	۴۰۴۵	۱۳۵,۶۲۳
پلی‌اکریل	۵۵۲۳	۱۳۲,۱۶۰

بیشترین سهام معامله شده

بانک صادرات ایران در حالی رتبه نخست جدول بیشترین سهام معامله شده را به دست آورد که بانک ملت در این گروه دوم شد و حق تقدم ایران خودرو در رده سوم جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	تعداد سهام معامله شده
بانک صادرات	۱۱۳۳	۷۳۴۳
بانک ملت	۲۴۲۲	۴۵۴۶
ح. ایران خودرو	۲۱۸۷	۴۴۲۹
ایران خودرو دیزل	۱۳۰۰	۳۷۱۳
پلی اکریل	۵۵۲۳	۳۲۶۹
ایران خودرو	۳۲۶۹	۳۱۰۰
بانک تجارت	۱۲۰۹	۲۵۵۰

بالاترین نسبت P/E

رده نخست بالاترین نسبت P/E را در روز گذشته فنرسازی زر به دست آورد. سهم پست بانک ایران در جایگاه بعدی قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	P/E
فنرسازی زر	۱۶۳۴	۱۶۳۴
پست بانک	۱۸۳۵	۹۱۸
قند نقش جهان	۷۸۱۳	۸۶۸
آلومراد	۲۶۶۹	۶۶۷
کاشی حافظ	۳۱۲۴	۳۴۷
کابل البرز	۳۱۲۷	۳۱۳
کمک فنر ایندامین	۱۲۳۷	۲۴۷

کمترین نسبت P/E

روز گذشته سرمایه گذاری اعتبار ایران در صدر جدول کمترین نسبت P/E ایستاد. سرمایه گذاری پردیس جایگاه دوم این گروه را از آن خود کرد.

نام شرکت	قیمت	P/E
سرمایه گذاری اعتبار	۱۴۹۲	۲.۷۶
سرمایه گذاری پردیس	۹۰۷	۲.۷۲
بیمه پارسیان	۲۹۰۱	۴.۲۰
سیمان کارون	۳۲۵۴	۴.۳۴
گلتاش	۱۰۰۵۱	۴.۳۷
پتروشیمی فناوران	۱۶۵۳۲	۴.۶۱
سرمایه گذاری شاهد	۱۴۷۳	۴.۷۸

نگاه کارشناس

مدیرکل دفتر جمعیت نیروی کار و سرشماری مرکز آمار ایران اعلام کرد

چگونگی محاسبه شاخص‌های نابرابری در طرح «هزینه و درآمد خانوار»

مدیرکل دفتر جمعیت نیروی کار و سرشماری مرکز آمار ایران گفت: طرح جامع «هزینه و درآمد خانوار» که از ۵۲ سال پیش در مرکز آمار ایران انجام می‌شود، شاخص نابرابری‌ها را به لحاظ هزینه و درآمد نشان دهد.

به گزارش ایرنا، فریبا سادات بنی هاشمی افزود: هیچ طرحی به اندازه این طرح کاربرد ندارد، زیرا ابعاد مختلف اقتصادی را با یکدیگر می‌سنجد.

وی یکی دیگر از کاربردهای طرح یاشده را محاسبه خط فقر عنوان کرد و گفت: نتایج حاصل از این طرح می‌تواند در اختیار مراکز بین‌المللی قرار گیرد. به طور نمونه می‌توان از طریق اطلاعات طرح متوجه شد هزینه بهداشت چه درصدی از درآمد خانوار را به خود تخصیص می‌دهد.

بنی هاشمی، طرح هزینه و درآمد خانوار در ایران را مطابق استانداردهای بین‌المللی ذکر کرد و افزود: استانداردها در پرسشنامه هزینه و درآمد خانوار از سال ۱۳۸۳ تغییری نکرده است، اما پرسش‌ها بنا به ضرورت می‌تواند تغییراتی داشته باشد.

این کارشناس آمار کشور ادامه داد: به طور نمونه درآمد حاصل از یارانه‌های نقدی یا سهام عدالت باید در طرح هزینه و درآمد خانوار لحاظ شود.

وی درباره چرایی کمتر بودن درآمدها از هزینه نیز توضیح داد: به طور نمونه، وقتی فردی وام می‌گیرد، این وام در هزینه آنها لحاظ می‌شود و در نتیجه هزینه از درآمد فزونی می‌گیرد.

بنی‌هاشمی اظهار داشت: آخرین نتایج طرح هزینه و خانوار در کشور برای پارسال اعلام شده است. آمارگیری درباره اجرای طرح هزینه و درآمد خانوار از اول اردیبهشت تا پایان فروردین ماه سال بعد ادامه می‌یابد. وی یادآورشد که در این طرح، هزینه‌های خوراکی، بهداشتی، مسکن، اوقات فراغت، آموزشی و برخی موضوع‌های دیگر به تفکیک نشان داده می‌شود.

به گزارش ایرنا، طرح آمارگیری هزینه و درآمد خانوار از سال ۱۳۴۲ در مناطق روستایی و از سال ۱۳۴۷ در مناطق شهری از سوی مرکز آمار ایران اجرا شده است. در سال‌های اولیه فقط هزینه‌های خانوار مورد پرسش قرار می‌گرفت و از سال ۱۳۵۳، پرسش از درآمد خانوارها نیز به پرسشنامه طرح افزوده شد.

هدف کلی از اجرای طرح یاد شده، برآورد سالانه میانگین هزینه‌های کل، خوراکی (در ۱۰صفت اصلی)، غیرخوراکی (در ۱۰ صفت اصلی)، درآمد و برآورد تغییرات سالانه این میانگین‌ها در سطح مناطق شهری و روستایی کل کشور و نیز برآورد سالانه میانگین هزینه‌های کل، خوراکی، غیرخوراکی و درآمد برای یک خانوار در سطح نقاط شهری و روستایی هریک از استان‌هاست.

جامعه هدف در این طرح، شامل همه خانوارهای معمولی ساکن و گروهی در مناطق روستایی و شهری کشور است. خانوارهای معمولی غیرساکن و موسسه‌ای از شمول این طرح مستثنی هستند.

روش آمارگیری در این طرح، «نمونه‌گیری» است. در سال‌های اخیر تعداد نمونه‌های طرح در هر یک از مناطق شهری و روستایی بین ۱۸ تا ۲۰ هزار خانوار است.

تحلیل

رئیس همایش بین‌المللی اقتصاد شهری عنوان کرد

تولید ناخالص داخلی ۵۰ شهر بزرگ برابر با GDP چین

رئیس همایش بین‌المللی اقتصاد شهری با بیان اینکه ما برای ساختن شهرهای فردا نیاز داریم تا از روش‌های نوین مدیریتی و اقتصادی بهره ببریم، خاطرنشان کرد: دیگر نمی‌توان قفل‌های جدید را با کلیدهای قدیمی و فرسوده گشود.

به گزارش ایلنا، حسین محمدپورزرندی با اشاره به نقش و جایگاه شهرها در حوزه‌های اقتصادی گفت: در جهان شهری شده کنونی اگر بتوانیم مزیت‌های رقابتی شهرها را بشناسیم، می‌توانیم از توان آنها برای حضور در عرصه‌های اقتصادی بهره ببریم.

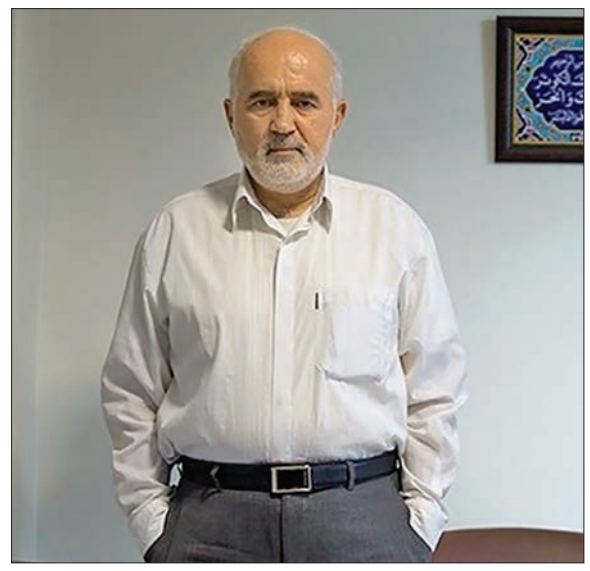
وی با اشاره به اینکه روز به روز بر حجم و میزان تاثیرگذاری شهرها در اقتصاد جهانی افزوده می‌شود، گفت: به نوعی امروز شهرها از سطح ملی و منطقه‌ای به سطح جهانی رسیده‌اند و به کانون تولید ثروت تبدیل شده‌اند.

عضو هیات علمی دانشگاه با عنوان این مطلب که طبق آمارها تولید ناخالص داخلی ۵۰ شهر بزرگ جهان بیش از ۹٫۶تریلیون دلار است، یادآور شد: این رقم بیش از کل تولید ناخالص داخلی کشور چین است.

رئیس همایش بین‌المللی اقتصاد شهری با تاکید بر اینکه حضور موفق شهرها در عرصه‌های اقتصادی منوط به رویکردهای علمی و فنی در مدیریت شهری است، گفت: امروز پارادایم توسعه پایدار مسیر جدیدی را در پیش روی شهرها قرار داده است.

دکتر پورزرندی با بیان اینکه ما برای ساختن شهرهای فردا نیاز داریم تا از روش‌های نوین مدیریتی و اقتصادی بهره ببریم، خاطرنشان کرد: دیگر نمی‌توان قفل‌های جدید را با کلیدهای قدیمی و فرسوده گشود.

رئیس انجمن علمی اقتصاد شهری ایران در پایان با اشاره به برگزاری همایش بین‌المللی اقتصاد شهری در اردیبهشت ماه سال آتی گفت: امید داریم از دل این همایش راهکارهای نوینی برای حل معضلات کلانشهرهای کشورمان در زمینه‌های اقتصادی، آلودگی هوا، ترافیک و... بیرون بیاید.



اشتباه محاسباتی احمد توکلی، نامه تشریحی مسعود نیلی

منتقد دولت تسلیم آمار درست شد

گروه اقتصاد کلان – ۲۷بهمن ماه بود که احمد توکلی نامه‌ای به جهانگیری، معاون اول رئیس جمهور نوشت و در آن به موضوع ایجاد اشتغال و بیکاری در دولت یازدهم پرداخت. یکی از مهم‌ترین محورهای نامه احمد توکلی استناد به آمارهایی بود که پیش از این مسعود نیلی، مشاور اقتصادی رئیس جمهور در برنامه پایش اعلام کرده بود. وی در این نامه آورده بود: «(مسعود نیلی)ضمن مقایسه آمار مشابه تعداد شاغلان سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۰ نشان داد در طول سال‌های میانی دولت سابق، هر سال فقط ۱۴هزار شغل ایجاد شده است.» در ادامه این نامه با ارائه آماری ادعا شده بود که با به‌کارگیری همان روشی که دکتر نیلی آمار مذکور را استخراج کرده است، می‌توان نتیجه گرفت که خالص اشتغال ایجاد شده در فاصله ۲۷ ماه فعالیت این دولت (از پایان تابستان ۱۳۹۲ تا پایان پاییز ۱۳۹۴) با بیش از ۱۴۴ هزار نفری کاهش مواجه بوده است.

چگونه مخاطب به اشتباه می‌افتد

اما به دنبال این موضوع مسعود نیلی با انتشار نامه‌ای خطاب به احمد توکلی اثبات کرد که وی در برداشت‌های آماری خود دچار خطا شده است؛ موضوعی که احمد توکلی آن را پذیرفت و به خطای خود در این باره اعتراف کرد. مسعود نیلی دربخشی از نامه‌اش خطاب به توکلی آورده است: همانطور که در نمودار(۱) این نوشتار مشاهده می‌شود، تعداد شاغلان کل کشور همواره در فصول بهار و تابستان بیش از پاییز و زمستان بوده است. از آنجا که برخی شغل‌ها در کشور، به‌خصوص در بخش‌های کشاورزی و ساختمان، فصلی است، در فصول بهار و تابستان که فصل فعالیت‌های بیشتر است، افراد بیشتری نسبت به فصول پاییز و زمستان مشغول کار هستند. بنابراین اگر کسی بخواهد مخاطب را به اشتباه بیندازد، مستقل از اینکه چه دوره‌ای را بررسی می‌کند می‌تواند آمار پاییز را با تابستان مقایسه کند و نتیجه دلخواه خود را در زمینه نامطلوب بودن عملکرد اشتغال بگیرد. برای تشخیص بهتر تغییرات فصلی تعداد شاغلان، در نمودار(۲) متوسط تعداد شاغلان فصول چهارگانه کشور طی سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۳ منعکس شده است. مشاهده می‌شود که در ۱۰ سال گذشته، اشتغال فصل پاییز به‌طور متوسط، حدود ۶۳۰ هزار نفر از فصل تابستان کمتر بوده است. لذا ممکن است اشتغال فصل پاییز در یک سال کمتر از اشتغال فصل تابستان سال قبل باشد ولی کل اشتغال سال بیشتر باشد یا بالعکس. به همین دلیل متغیرهای فصلی را در هر فصل «صرفاً با فصول مشابه» در سال‌های مختلف مقایسه می‌کنند و مقایسه آمار فصل پاییز یک سال با فصل تابستان دو سال قبل اساساً مقایسه‌ای نادرست و بی‌معنی است.

مقایسه شاغلان تابستان و پاییز ۹۲ با ۹۴

در ادامه این نامه آمده است: با توجه به توضیحات ارائه شده، اگر به‌جای مقایسه نادرستِ آمار اشتغال فصل تابستانِ ۱۳۹۲ با پاییز ۱۳۹۴، به‌طور صحیح، تعداد شاغلان فصلِ تابستان و پاییز ۱۳۹۲ متناظراً با تابستان و پاییز ۱۳۹۴ مقایسه شود، مشاهده خواهید کرد که برخلاف نتیجه‌ای که جنابعالی گرفته‌اید، در فصل تابستان ۱۳۹۴ نسبت به تابستان ۱۳۹۲، ۲۱۲ هزار نفر (ماهانه۸۸۳ نفر افزایش اشتغال) و در فصل پاییز ۱۳۹۴ نسبت به پاییز ۱۳۹۲، یک میلیون و ۱۷۹ هزار نفر به تعداد شاغلان (افزایش ماهانه بیش از ۴۹ هزار نفر) طی ۲۴ ماه گذشته افزوده شده است (ارقام در نمودار ۱ نشان داده شده است). البته برای اعمال دقت و اطمینان کامل، لازم است ارقام فصلی‌زدایی شده سالانه مورد استفاده قرار گیرد اما تا زمان انتشار آن، محاسبه ارائه شده در اینجا، حداقل از این نظر که ارقام قابل مقایسه با یکدیگر را مورد استفاده قرار داده، اشتباه فاحش رخ داده در محاسبات جنابعالی را ندارد. در اینجا برای جلوگیری از اطاله کلام به افزایش غیرطبیعی تعداد شاغلان در دو فصل اول سال ۱۳۹۲ نمی‌پردازم. کسانی که علاقه‌مند به بررسی این موضوع جالب هستند می‌توانند به مجموعه مقالات ارائه شده در کنفرانس سال گذشته اقتصاد ایران، برگزار شده توسط مؤسسه عالی آموزش و پژوهش مدیریت و برنامه‌ریزی مراجعه کنند. همین قدر اشاره کنم که تابستان سال ۱۳۹۲ مبنای مناسبی برای ارزیابی مقایسه‌ای اشتغال نیست.

تعداد شاغلان افزایش یافته است

نیلی در ادامه این نامه آورده است: از مطالب ارائه شده می‌توان نتیجه گرفت که برخلاف ادعای کاهش اشتغال طی دوره مورد اشاره به میزانِ بیش از ۵۰۰۰ نفر در ماه، اگر مقایسه به‌صورت صحیح انجام شده و سعی نشود از آمار و ارقام به‌طور نادرست در ایام انتخابات استفاده شود، مشاهده خواهد شد که تعداد شاغلان افزایش نیز داشته و انتظار می‌رود با تداوم این روند، اشتغال سال ۱۳۹۴ به‌طور معناداری بیش از اشتغال سال ۱۳۹۲ باشد.

لازم به توضیح است اساساً موضوع اشتغال و بیکاری مسئله پیچیده‌تری نسبت به تورم و رشد اقتصادی است و لذا بهبود وضعیت بازار کار در دوره طولانی‌تری نمود پیدا می‌کند. باید توجه داشت بازار کار کشور در اثر تحولات اقتصادی یک دهه گذشته و عدم اشتغال‌زایی طی این دوره به وضعیت کنونی رسیده است و نباید انتظار داشت طی دو سال مشکلات آن حل شود. بهبود وضعیت بازار کار نیاز به زمان و اتخاذ سیاست‌های صحیح اقتصادی دارد. از طرفی توفیق سیاست‌های اقتصادی نیز نیازمند فضای آرام سیاسی و اقتصادی در کشور است. بنابراین شایسته است افرادی که خود را خیرخواه مردم معرفی می‌کنند سعی نکنند ضمن بازی با آمار و ارقام، فضای سیاسی - اقتصادی کشور را متلاطم کرده و مردم را نسبت به سیاست‌های اقتصادی که طی دو سال گذشته سبب ثبات اقتصادی کشور شده و برخی شاخص‌های اقتصادی را از وضعیت بحرانی سال‌های ۹۱ و ۹۲ به دامنه‌های قابل‌قبول‌تری رسانده، بی‌اعتماد کنند.

در بخش پایانی این نامه آمده است: جناب آقای دکتر توکلی، جنابعالی در مناسبت‌های مختلف، خود را به‌عنوان یک فرد منصف و فارغ از مناقشات گروهی معرفی کرده‌اید. واقعاً جای این سوال به‌طور جدی وجود دارد به‌عنوان کسی که تحصیلات اقتصاد دارد و سال‌ها در کسوت نمایندگی گزارش‌های مختلف اقتصادی تهیه شده توسط سازمان‌ها و وزارتخانه‌های مختلف را ملاحظه کرده، چگونه عدم ایجاد اشتغال در فاصله سال‌هایی که کشور به‌طور استثنایی از وفور درآمدهای نفتی برخوردار بوده است را آن هم با یک محاسبه غلط -که احتمال سهوی بودن آن کم است- با دوره‌ای که اقتصاد ایران از یک طرف بزرگ‌ترین رکود تورمی تاریخ خود را تجربه کرده و از طرف دیگر با شدیدترین کاهش مهم‌ترین عنصر درآمدی خود (درآمدهای نفتی) مواجه است و اتفاقاً در دوره وفور، بسیار به آن وابسته‌تر شده مقایسه می‌کنید. مطمئن هستم این را می‌دانید که کل درآمد ارزی حاصل از صادرات نفت امسال کشور بسیار نزدیک به رقم حدود ۲۱ میلیارد دلار تحت عنوان عجیبِ اشتباهاتِ آماری!!! یکَ سالِ دوره وفور وَ تنها کمی بیشتر از درآمد نفتی دو ماه کشور در سال ۱۳۹۰ بوده است. ارقامی که نمی‌دانم چطور از سوی جنابعالی نادیده گرفته شد. همچنین مطمئن هستم که می‌دانید کشور با تنگنای شدید ارزی، بسیار دشوار اداره می‌شود و در بیان جزییات این دشواری هم محدودیت‌هایی دارد که باز مطمئنم به آن واقفید. آنگاه فقط برای جلب توجه انتخاباتی همه این بدیهیات را نادیده می‌گیرید.

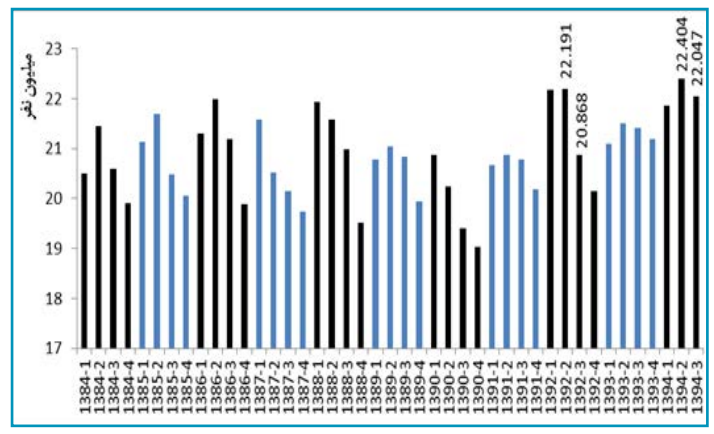
گزارشی را که من در سال ۱۳۹۲ از اشتغال‌زایی نزدیک به صفر پنج ساله اقتصاد ارائه کردم حاصل یک محاسبه ساده بود. از صمیم قلب آرزو می‌کردم که برای اثبات حسن نیت و منصف بودن، این جنابعالی بودید که همانند این روزها که خیلی فعال با آمار و ارقام برخورد می‌کنید در آن زمان هم آمار بروز فاجعه اشتغال را اعلام می‌کردید. هرچند از متن ارائه شده در نامه شما این‌طور برمی‌آید که به‌جای ناراحتی از بروز این فاجعه، از اینکه رسانه‌های اصلاح‌طلب از این گزارش استقبال کرده‌اند ناراحت شده‌اید. قبول کنید که اشتغال و توجه به فاجعه ذکر شده، نباید به سطح یک مسئله جناحی اصولگرایی و اصلاح‌طلبی تنزل داده شود، بلکه باید به‌عنوان مسئله مهم کشور و نظام جمهوری اسلامی مورد توجه قرار گیرد. بنده تا آنجا که می‌شد صبر کردم که شاید فرد دیگری از جمله جنابعالی آن آمار را اعلام کند اما متأسفانه این‌گونه نشد.

پاسخ توکلی به نامه نیلی

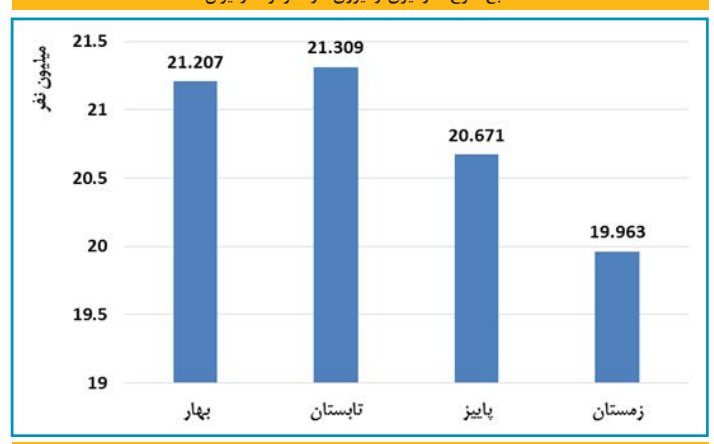
دکتر احمد توکلی هم با انتشار توضیحاتی در سایت الف به نامه مسعود نیلی به این شرح پاسخ داد: ضمن تشکر از ایشان، دو نکته را امروز قابل ذکر می‌دانم:

استدلال ایشان از حیث استناد به آمارها و استنتاج وضعیت بیکاری در دولت فعلی درست است و چنانچه خودشان هم اشاره داشتند اشکال کار من ناشی از اعتماد به گزارش کارشناسی تهیه و منتشر شده در سایت الف بوده است.

آقای دکتر نیلی ضمن توضیح درستی که داده‌اند دعاوی نادرستی نیز داشته‌اند. مانند اینکه من در دولت قبلی در برابر کژروی‌ها موضع نمی‌گرفتم یا در تحلیل عملکرد دولت فعلی توجه به تفاوت امکانات این دولت و دولت سابق ندارم یا انگیزه انتخاباتی محض از بیان آمارها داشته‌ام. پاسخگویی به این موارد را به بعد از انتخابات موکول می‌کنم تا باز زمینه تعبیر و تفسیر انتخاباتی فراهم نشود و سوء تصور جدیدی پیش نیاید. البته آقای دکتر نیلی به حقیقت مهمی که جان‌مایه پاسخ اینجانب به معاون اول محترم رئیس‌جمهور بوده است اذعان کرده‌اند که کشور دچار فراگیرترین و بی‌سابقه‌ترین رکود شده است؛ حقیقتی که با اعلام مکرر رئیس‌جمهور محترم مبنی بر خروج کشور از رکود مغایرت آشکار دارد.



نمودار ۱- تعداد شاغلان کل کشور در فصول مختلف سال
منبع: طرح آمارگیری از نیروی کار- مرکز آمار ایران



نمودار ۲- متوسط تعداد شاغلان کل کشور در فصول چهارگانه طی سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۳

عمق بازار

اصلاح قانون مالیات‌ها گامی در جهت شفافیت فعالیت‌های اقتصادی

مطالعات و بررسی‌های صورت گرفته در کشورهای مختلف جهان حکایت از این امر مسلم دارد که رابطه مستقیم و تنگاتنگی میان رضایت‌مندی و جلب اعتماد مودیان از یک‌سو و تمکین مالیاتی از سوی دیگر وجود دارد. این موضوع در کشور ما نیز مصداق داشته، به همین سبب از آغاز شکل‌گیری سازمان امور مالیاتی کشور، مودی مداری و جلب اعتماد و رضایت‌مندی آنان یکی از مهم‌ترین و اساسی‌ترین طرح‌ها و برنامه‌های این سازمان بوده است. زیرا متولیان و دست اندرکاران سازمان مذکور به خوبی به این موضوع واقفند که هر چه مودیان رضایت‌مندی بیشتری از سیستم‌های مالیاتی داشته باشند، به همان نسبت نیز تمکین مالیاتی فزونی گرفته و در نتیجه وصول مالیات افزایش می‌یابد و این امر در نهایت به افزایش درآمدهای مالیاتی منتج می‌شود.

از آنجایی که شاهد کاهش شدید قیمت نفت هستیم و این امر در کاهش منابع درآمدی دولت بسیار چشمگیر است، از این‌رو می‌طلبد دولت تلاش خود را در تحقق سایر منابع درآمدی از جمله درآمدهای مالیاتی معطوف کند. به گزارش رسانه مالیاتی ایران، صاحبنظران و کارشناسان معتقدند که برای افزایش سهم درآمدهای مالیاتی، در وهله نخست باید درجه اعتماد و رضایت‌مندی مودیان افزایش یابد. گفتنی است تحقق این امر فقط در گرو تشخیص دقیق درآمد مشمول مالیات و تعیین مالیات حقه امکان‌پذیر بوده، که لازمه آن داشتن اطلاعات دقیق از فعالیت‌های مودیان و اسناد و مدارک آنان است. ملاحظه می‌شود که شفافیت فعالیت‌های مودیان اهمیت فوق‌العاده‌ای در تعیین دقیق درآمد مشمول مالیات آنان خواهد داشت. از این‌رو قانون‌گذار در آخرین اصلاحیه قانون مالیات‌های مستقیم، مصوب ۹۴/۴/۳۱ تلاش داشته است با گنجاندن برخی از مواد در راستای شفافیت فعالیت‌های اقتصادی اشخاص حقیقی و حقوقی، گام‌های موثر و بلندی را بردارد.لذا در ذیل به اهم موارد مذکور اشاره می‌شود. صاحبان مشاغل موظف هستند دفاتر یا اسناد و مدارک حسب مورد را که با رعایت اصول و ضوابط مربوط ازجمله اصول و ضوابط مربوط به تنظیم دفاتر تجاری موضوع قانون تجارت درخصوص تجار تنظیم می‌شود، برای تشخیص درآمد مشمول مالیات، نگهداری و اظهارنامه مالیاتی خود را براساس آنها تنظیم کنند.(صدر ماده ۹۵)

درصورتی که مودی از ارائه اظهارنامه مالیاتی در مهلت قانونی و مطابق با مقررات خودداری کند، سازمان امور مالیاتی کشور نسبت به تهیه اظهارنامه مالیاتی برآوردی براساس فعالیت و اطلاعات اقتصادی کسب‌شده مودیان از طرح جامع مالیاتی و مطالبه مالیات متعلق به‌موجب برگ تشخیص مالیات اقدام می‌کند. در صورت اعتراض مودی چنانچه ظرف مدت ۳۰روز از تاریخ ابلاغ برگ تشخیص مالیات، نسبت به ارائه اظهارنامه مالیاتی مطابق مقررات مربوط اقدام کند، اعتراض مودی طبق مقررات این قانون مورد رسیدگی قرار می‌گیرد. این حکم مانع از تعلق جریمه‌ها و اعمال مجازات‌های عدم تسلیم اظهارنامه مالیاتی در موعد مقرر قانونی نیست. (بخشی از ماده ۹۷)

به ازای هر ۱۰درصد افزایش درآمد ابرازی مشمول مالیات اشخاص موضوع این ماده نسبت به درآمد ابرازی مشمول مالیات سال گذشته آنها، یک واحد درصد و حداکثر تا پنج واحد درصد از نرخ‌های مذکور کاسته می‌شود. اشخاص حقوقی و صاحبان مشاغل موضوع این قانون که حسب اعلام سازمان امور مالیاتی کشور موظف به ثبت‌نام در نظام مالیاتی می‌شوند، مکلف هستند برای انجام معاملات خود صورتحساب صادر و شماره اقتصادی خود و طرف معامله را در صورتحساب‌ها، قراردادها و سایر اسناد مشابه درج و فهرست معاملات خود را به سازمان مذکور ارائه کنند. عدم صدور صورتحساب یا عدم درج شماره اقتصادی خود و طرف معامله یا استفاده از شماره اقتصادی خود برای دیگران یا استفاده از شماره اقتصادی دیگران برای معاملات خود، حسب‌مورد مشمول جریمه‌ای معادل ۲درصد مبلغ مورد معامله می‌شود. مودیان مالیاتی موضوع این ماده موظف هستند از سامانه صندوق فروش «صندوق ماشینی (مکانیزه) فروش» و تجهیزات مشابه استفاده کنند. معادل هزینه‌های انجام شده بابت خرید، نصب و راه‌اندازی تجهیزات فوق اعم از نرم‌افزاری و سخت‌افزاری از مالیات قطعی‌شده مودیان مزبور در نخستین سال استفاده یا سال‌های بعد آن قابل کسر است.

سازمان امور مالیاتی موظف است به تدریج و براساس اولویت، اشخاص مشمول حکم این تبصره را تعیین کند و تا شهریور ماه هرسال از طریق درج در یکی از روزنامه‌های کثیرالانتشار و روزنامه رسمی کشور اعلام و از ابتدای فروردین ماه سال بعد از آن اعمال کند. معادل ۱۰درصد از مالیات ابرازی عملکرد مودیانی که توسط سازمان امور مالیاتی ملزم به استفاده از سامانه صندوق فروش و تجهیزات مشابه شده‌اند، مشروط به رعایت آیین‌نامه اجرایی مربوط، برای مدت دو سال اول بخشوده می‌شود. عدم اجرای حکم این تبصره موجب تعلق جریمه‌ای به‌میزان ۲درصد فروش می‌شود. به‌منظور شفافیت فعالیت‌های اقتصادی و استقرار نظام یکپارچه اطلاعات مالیاتی، پایگاه اطلاعات هویتی، عملکردی و دارایی مودیان مالیاتی شامل مواردی نظیر اطلاعات مالی، پولی و اعتباری، معاملاتی، سرمایه‌ای و ملکی اشخاص حقیقی و حقوقی در سازمان امور مالیاتی کشور ایجاد می‌شود. وزارتخانه‌ها، موسسات دولتی، شهرداری‌ها، موسسات وابسته به دولت و شهرداری‌ها، موسسات و نهادهای عمومی غیردولتی، نهادهای انقلاب اسلامی، بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری، سازمان ثبت‌اسناد و املاک کشور و سایر اشخاص حقوقی اعم از دولتی و غیردولتی که اطلاعات مورد نیاز پایگاه فوق را در اختیار دارند یا به نحوی موجبات تحصیل درآمد و دارایی برای اشخاص را فراهم می‌آورند، موظف هستند اطلاعات به شرح بسته‌های فوق را در اختیار سازمان امور مالیاتی کشور قرار دهند.

بازار جهانی

کاغذ دیواری؛ راهکاری مقرون به‌صرفه برای نوسازی منازل

ترجمه: فهیمه خراسانی

بـازار کاغذ دیـواری به‌عنوان یکـی از مهم‌ترین بازارهای مربوط به بازسـازی منازل مسـکونی، در دنیای تجاری امروز، حضوری برجسـته پیدا کرده و پیش‌بینی می‌شود که تا سال ۲۰۲۰ به ارزشی برابر با ۳۲میلیارد دلار برسد.

ساخت‌وسـازهای مسـکونی در جهان، به‌صورت فزاینـده‌ای در حال افزایش هسـتند و در این میان خصوصـا تقاضـا برای بازسـازی و نوسـازی منازل اهمیـت ویـژه‌ای یافته اسـت. با توجه بـه افزایش جمعیت جهان، بـالا رفتن اسـتانداردهای زندگی، خصوصا در کشـورهایی با اقتصادهای نوظهور و در مناطقی مانند آسـیا و آمریکای لاتین، توجه مردم بـه کیفیـت و زیباسـازی محیط زندگی خـود و... کسب‌وکارهای مربوط به دکوراسیون منازل اهمیت زیادی پیدا کرده اسـت. در اینجا سـعی می‌شـود به وضعیت تجـاری کاغذ دیواری در سـطح جهان پرداخته شـده و روند رشـد اقتصـادی این صنعت بررسی شود. طبق نظر تحلیلگران، بازار جهانی کاغذ دیـواری تا سـال ۲۰۱۵ بـه ارزش ۲۶ میلیارددلار رسـیده که این امر نشـان‌دهنده رشـد این صنعت در سـال‌های اخیر است. البته در این میان گرایشی که به سـوی بازسـازی منازل در جهان ایجاد شده نیز به این رشـد کمک شـایانی کرده است، چراکه فرهنگ بازسـازی مسکن، جایگزین خرید خانه‌های جدید شده و مردم به جای هزینه کردن برای منازل جدید، با تغییر دکوراسیون و کاغذ دیواری، سعی در نوسـازی منزل خود دارند. تقاضا برای کاغذ دیواری در بازارهای بزرگ آن یعنی آمریکا، اروپا و آسیا رشد زیادی داشـته که البته در این میـان تحولات این صنعت نیز به این تقاضا دامن زده است.

فناوری جدید: تحولی در بازار کاغذ دیواری

فناوری‌های جدید مانند چاپ دیجیتالی از جمله پیشـرفت‌هایی است که در صنعت کاغذ دیواری رخ داده اسـت، همچنین علاوه بر کاربـرد فناوری روز دنیـا، از جمله نقاط برجسـته در این تجارت، طراح اسـت، به‌طوری‌که در بسیاری از موارد تنها نام یک طـراح معروف بـرای موفقیت این محصـول کافی اسـت که این جنبه از صنعت کاغذ دیواری آن را در موازات صنعت طراحی مد قرار می‌دهد. همچنین از جمله تحـولات جدید صنعت کاغذ دیواری می‌توان به اسـتفاده از کاشـی‌های تزیینی در هر دو بخش مسـکونی و غیرمسـکونی اشـاره کرد که بازار قابل توجهی پیدا کرده است.

بزرگ‌ترین تولیدکنندگان و مصرف‌کنندگان

چین به‌عنوان یکـی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان مصالـح سـاختمانی در جهان به شـمار می‌رود که رتبـه اول را در تولید کاشـی‌های سـرامیکی دارد، به‌طوری‌کـه در حـال حاضـر شـانگهای یکـی از بزرگ‌ترین مراکز تجاری در تولید مصالح ساختمانی محسوب می‌شود. محصولات مربوط به تزیین دیوار مانند کاشی، رنگ، پوشش‌های دیواری و... از جمله ایـن تولیدات عمده هسـتند. در ایـن میان، هند با داشـتن یک پتانسیل عظیم دسـت‌نخورده، بازاری جـذاب بـرای تولیـدات تزیینی دیـوار مانند کاغذ دیـواری و... بوده و با ورود هند به سـازمان تجارت جهانـی، بـازار کاغذ دیـواری این کشـور به روی تولیدکنندگان باز شـده است. همچنین کشورهای آمریـکای لاتین مانند برزیل و شـیلی نیز از جمله بازارهـای موفـق در زمینـه محصـولات مربوط به تزیینات دیواری هسـتند. اروپا و آسـیا نیز دو بازار منطقه‌ای بزرگ برای این تجارت محسـوب شده و خصوصا پتانسیل رشد در آسیا امیدوارکننده‌تر است و با نرخ رشد سالانه ۳درصد تا سال ۲۰۱۵، خصوصا در کشـورهایی نظیر چین، هند، اندونزی، تایلند و... این روند رشد تایید شده است.

پیش‌بینی بازار جهانی کاغذ دیواری

طبـق پیش‌بینی تحلیلگران، بـازار کاورهای دیواری به طور کلی، تا سـال ۲۰۲۰ بـه ارزش ۳۲میلیارد دلار خواهد رسـید. رشد سریع شهرنشـینی، بهبود شرایط اقتصـادی، افزایش مداوم تولید ناخالص داخلی جهانی، رشد طبقه متوسـط، بالا رفتن استانداردهای زندگی و نیاز به فضاهای مسکونی و تجاری بیشتر از جمله عواملی هستند که منجر به رشد این صنعت در سال‌های پیش‌رو می‌شوند. در دوره مورد نظر، اروپا بزرگ‌ترین بازار مصرف را داشته و آسـیا نیز با نرخ رشد ۵٫۷درصد، سریع‌ترین بازار روبه‌رشد را در این تجارت رقم خواهد زد.

یک شرکت ایتالیایی موفق

کمپانـی پاراتـو (PARATO SRL) یکـی از مهم‌ترین شـرکت‌های تولیدکننده کاغـذ دیواری در ایتالیاسـت که در سـال ۱۹۸۵ توسـط ماریو مسی تاسـیس شـده و در طی دوران کوتاهی توانسـت به یکـی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان این صنعت تبدیل شود. راز موفقیت این برند نیز استفاده از ماشین‌آلات مختلف چاپ، منبت و... بود که البته با آموزش نیروی انسانی نیز همراه بود. این کمپانی در حال حاضر یکی از بزرگ‌ترین و معروف‌ترین شـرکت‌های تولیدکننده تزیینات دیواری محسـوب می‌شود که توانسته است بازار خارجی قابل توجهی را برای خود رقم بزند.

گزارش «فرصت امروز» از بازار کاغذ دیواری در ایران

یک بازار در حال احیا

صابر افشارزاده

دیوارهایی را که با رنگ و روغن و گچ پوشیده شـده‌اند، دیگر فقط می‌تـوان در عکس‌های قدیمی پیدا کرد. سال‌هاست که دنیای مدرن زاده‌ای برای پوشـاندن دیوارها با رنگ و نقش متفاوت یافته اسـت که مخاطبان اسـتقبال گسـترده‌ای از آن کرده‌اند. ایـن دیوارپوش‌ها پاسـخگوی سـلیقه‌های مختلفی هستند که به مشـتری حق انتخاب بالایـی می‌دهند اما امروزه این سلیقه توسـط تولید داخلی پاسخ داده نمی‌شـود و این کالاهای وارداتی هستند که بر سلیقه‌های ایرانی موج‌سواری می‌کنند. تولیدکننده‌هـا به واردکننده تبدیل شـده‌اند و رنـگ و روی چینـی و اروپایـی بـر چهره بـازار کاغذدیواری ایرانی نشسـته اسـت. در این گـزارش رئیس اتحادیـه تزیینات داخلی توضیحاتی را به «فرصت امروز» داده است.

کلیاتی از کاغذ دیواری

روش‌هـای چـاپ کاغـذ دیـواری شـامل چاپ سطحی، چاپ به‌وسـیله حکاکی، چاپ سیلک ابریشمی، چاپ به‌صورت دیجیتالی یا چاپ به‌وسیله ماشـین چاپ چرخشی است. همچنین مواد اولیه این کاغذها عموما خارجی اسـت که از اروپا و بعضی کشـورهای آسیایی مانند چین تامین می‌شـود و تفاوت قیمت در آنها مشهود اسـت. در سال‌های اخیر به دلیل تحریم و افزایـش قیمت‌هـا، تولیدکنندگان بیشتر به سمت چینی‌ها گرایش پیدا کرده‌اند. هوای سرد رکود که این روزها بر اکثر مشاغل و بازارهای کشور وزیده، بازار کاغذدیواری را از این قاعده مسـتثنا نکرده اسـت. بهروز چودار میلانی، رئیس اتحادیه تزیینات داخلی در این باره به «فرصت امروز» می‌گوید: در حال حاضر بیش از مصرف داخلی محصول وارد بازار شده و این یکـی از عوامل مهم رکود فعلی در بازار اسـت. در حال حاضر ۲ تا ۳میلیون رول کاغذ دیواری توسـط برخی افراد وارد بازار شده که بیش از نیاز داخلی بوده و مشتری ندارد. با این اوضاع بازار در اغما فرورفته و فعالان این حوزه حال خوشی ندارند.

کارخانه‌های صرفا هزینه‌بر

رئیس اتحادیه تزیینات داخلی درباره تعداد کارخانه‌های فعال کاغذ دیواری در ایران گفت: به طور کلی دو کارخانه تولید محصولات کاغذ دیـواری در ایـران وجود دارد کـه از پیش از انقلاب مبادرت به تولید محصولات می‌کردند و مشتریان خاص خود را داشتند. از زمانی که توفان واردات آغاز شد و محصولات کشورهای آلمان، ایتالیا، فرانسـه و چین به بازار سـرازیر شـد، این کارخانه‌ها تضعیف شدند. همچنین تولیدات آنها نیز از لحاظ کیفی افت کرد و توان رقابت را از دست داد.

وی افـزود: این کارخانه‌هـا در حال حاضر با تولید ماهانه ۳۰هـزار رول توجیه اقتصادی ندارنـد و با توجه به حجـم انرژی مصرفی که دارند هزینه‌های اضافی بر دوش اقتصاد کشور تحمیل می‌کنند و در این میان سـرمایه‌هایی تلف می‌شود. از طرفی تولیدات چین معمولا با طرح‌هایی تقلبی و کپی با قیمت مناسب وارد کشور می‌شوند و به این جهت بازار داخلی را در اختیار گرفته‌اند. در این میان قاچاق، ضربه‌های جبران‌ناپذیری به بازار وارد کرده اسـت که با ادامه این روند نمی‌توان انتظار داشت که اتفاق جدیدی رخ دهد. از سوی دیگر به گفته میلانی علاوه بر کیفیت اجناس، متنوع نبودن تولیدات هم از دیگر مشکلات شرکت‌های ایرانی است که نمی‌تواند نظر مشتری را جلب کند. میلانی ادامه می‌دهد: تولیدکنندگان کاغذ دیواری در بازار جهانی بر سـر طرح‌های جدید و خلاقانه رقابت دارنـد اما ما در ایـران صنعت طراحی نداریم در حالی که طراحان خلاق بسیار زیادی داریم.

فرانسوی‌ها نسیمی تازه در تولید داخلی

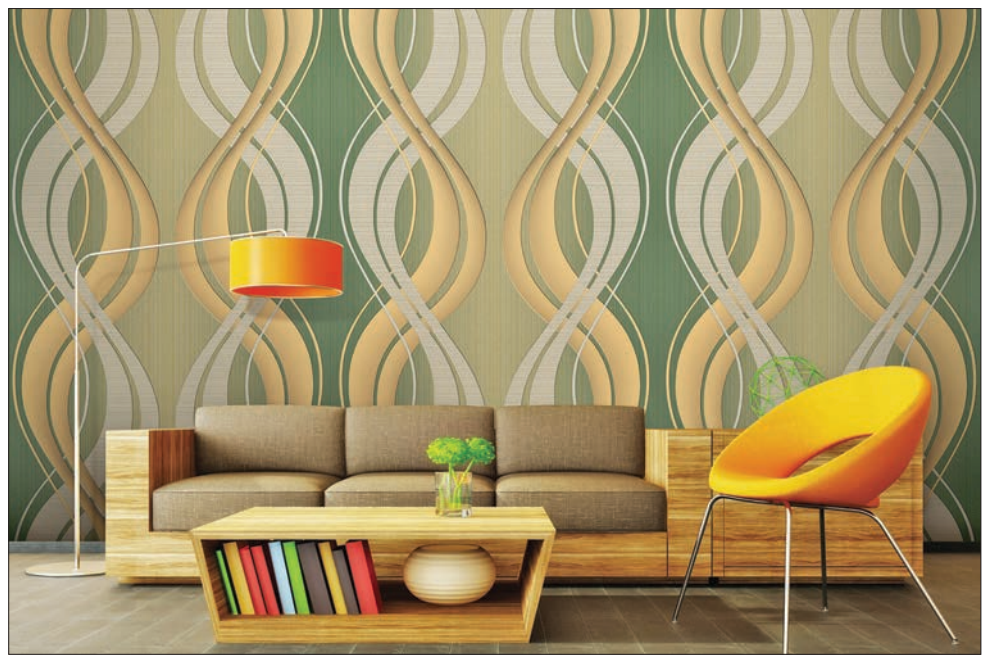
اما انگار ایرانی‌ها نمی‌خواهند بازار همچنان در دستان چینی‌ها باقی بماند. بنابراین قصد خرید خط تولیدی از فرانسـوی‌ها را دارند. همچنان که بهـروز میلانی از خرید خط تولید کارخانه Grantil فرانسه توسط بخش خصوصی خبر داده و اعلام می‌کند: از حدود یک سـال پیش مذاکرات برای خرید امتیـاز و خط تولید این شرکت آغاز شد. این کارخانه ۸خط تولید دارد که اگر به‌صورت سـه شیفت کار کند می‌تواند حداقل سه خط از تولیدات خود را صادر کند. وی همچنین در مورد مسـئله نیروی انسانی متخصص برای کار با این ماشین‌آلات وارداتی اضافه می‌کند که مهندسان این شرکت اعلام آمادگی کردند تا به مدت سه‌سال بر تولیدات و نحوه کارکرد خط تولید نظارت کنند. همچنین شرکت فرانسوی تعهد داده تولیدات را کنترل کیفـی کند. به همین جهـت امیدواریم که با ایـن راهکار اجناس ایرانی توان رقابتی خود را بازیابند. وی همچنیـن می‌گوید: این کارخانه توان اشتغال‌زایی را برای بیش از ۲۰۰نفر دارد. این کارخانه در تهران و در شـهرک خوارزمی در فضایی حدود ۴۰هزار متر مسـتقر شـده اسـت. همچنین ۲۵هزار متر سوله ایجاد شده و دسـتگاه‌ها نصب شـده‌اند. رئیـس اتحادیه تزیینات داخلی ادامـه می‌دهد: انتظار می‌رود که این کارخانه بـا توجه به میزان تولید خود پس از چهار یا پنج سال سرمایه اولیه صاحبان خود را برگرداند.

تاسیسی در پیچ و خم اداری

میلانی درباره مراحل اخذ مجوز برای شروع چنین کسب‌وکاری می‌گوید: برای احداث یک کارخانه لازم اسـت پس از ثبت شرکت، برای دریافت مجوز از سازمان محیط زیست و اصناف اقدام کرده و پس از آن به وزارت صنعت، معدن و تجارت مراجعه کنند و اقدامات لازم را انجام دهند. وی همچنین اضافه می‌کند: به‌طور قطع برای راه‌اندازی خط تولید کاغذ دیواری نیاز به تجهیزات و دستگاه‌های خاصی است که اکثرا قیمت‌های بسـیار بالایی دارنـد. از این جهت بسـیاری از تولیدکنندگان برای حضور در این بازار ریسـک نمی‌کنند اما به‌طور کلی سرمایه اولیه مـورد نیاز برای راه‌انـدازی یک کارخانه کاغذ دیواری با ماشـین‌آلات مدرن و امروزی کـه کالایی بـا کیفیت بالا تولیـد کند، بیش از ۱۰۰میلیـارد تومان اسـت. این مبلغ بدون احتسـاب هزینه‌های لازم برای مکان و نیروی انسانی است و تنها هزینه تهیه مواد اولیه از جمله کاغذ(Paper) و رنگ است که عموما از چین تهیه می‌شود.

دست و پای بسته بخش خصوصی

رئیـس اتحادیـه تزیینـات داخلـی درباره مشـکلات بخش خصوصی برای ورود به این حوزه می‌گوید: شـرکت‌های خصوصی نیازی بـه حمایت دولت ندارند. یکـی از بزرگ‌ترین مشـکلات آنهـا گمـرک و پیـچ و خم‌های قانونـی موجـود اسـت. همین شـرکتی که امتیاز Grantil فرانسـه را خریداری کرده در مرحله اول ۲۵۰کانتینر دسـتگاه وارد کرد که بـه دلایل مختلف اجازه ترخیص به آن ندادند که هزینه‌های اضافی بسیاری برای آنها ایجاد کرد. میلانی می‌افزاید: مشکلات آنها به همین جا ختم نشـد. این گروه پس از پیچ‌وخم‌های بسـیاری کـه در راه به‌دسـت آوردن مـکان تحمل کرد، مشـکلی با اداره بـرق پیدا کرد. برای اختصاص یک فاز برق برای این کارخانه اداره برق ۷۵۰میلیون‌تومان درخواست کرد که پرداخـت آن از توان آنها خارج بود و به همین دلیـل چندین مـاه کار عقب افتـاد. در حال حاضر، پس از توافقی کـه با اداره برق صورت گرفته مقرر شـد این مبلغ را به‌صورت ۴قسط به این اداره پرداخت کنند.



بر طراحی بومی تکیه کنید

در شرایط پسابرجام انگار بازار کاغذدیواری هم قرار است تکانی به خود بدهد. اما مشتری طی چند سال اخیر با ورود اجناس باکیفیت در کنار ورود بی‌کیفیت بـه نوعی بازار را به خوبی شناخته است. جنس خوب و باکیفیت را می‌شناسـد و اگر کسی می‌خواهد در این بازار فعالیت کند باید به‌دنبال تولید باکیفیت باشد. فعالان بازار هم به این نکته اذعان دارند. مهدی غلامی یکی از فروشـندگان تزیینات سـاختمانی در این رابطه به «فرصت امروز» می‌گوید: در حال حاضـر بیش از ۸۰درصد محصولاتـی که در بازار به فروش می‌رسـد کالاهـای خارجی اسـت و این نـه به‌دلیل تبلیغات و جوسازی برای فروش محصولات خارجـی، بلکـه به خاطـر کیفیت اسـت. غلامی در تکمیـل صحبت‌هایش می‌افزاید: مصرف‌کننـده حق انتخاب دارد و می‌خواهد کالای باکیفیت خریداری کند. مسئله دیگر در تنـوع طرح‌ها و خلاقیـت در تامین نیاز همه سلیقه‌های بازار اسـت که در تولیدات داخلی این بخش رعایت نمی‌شـود، از طرف دیگر تنها عامـل قیمت پایین هم نمی‌تواند مصرف‌کننـده را مجاب بـه خرید کند و در حال حاضر، مشـتری محصـول باکیفیت را می‌خرد و جای چنیـن محصولاتی در بازار خالی اسـت. این فعال بـازار در پایان اضافه می‌کند: وجود تقاضا بـرای کالای باکیفیت فرصتی اسـت که تولیدکنندگان می‌توانند مدنظر داشته باشند تا هم نیاز بازار داخلی را برآورده کنند و هم بازارهای صادراتی را پوشـش دهند. علاوه‌بر این توجه به نقش طراحـان و ایده‌پـردازان در ایـن صنعت بسیار قابل توجه است، بنابراین تازه‌واردها با تکیه بر دانش طراحی بومی می‌توانند در بازارهای داخلی سـهم از دست رفته خود را بازیابند.

سرمایه‌گذاری

گزارش «فرصت امروز» از سرمایه‌گذاری در تولید کاغذ دیواری

با ۴تا۵میلیارد هم می‌توان آغاز کرد

وقتـی صحبت از خانـه، تزیینات داخلی و زیبـا کردن آن به میان می‌آید همه توجهات ناخودآگاه به برجسـته‌ترین قسمت هر خانه یعنی دیوارهای آن جلب می‌شود. آسان‌ترین راه دکـور کردن دیوارهای هـر خانه هم در دنیای پر از خرج و مخارج امروزی، اسـتفاده از کالایی است که تحت عنوان کاغذ دیواری از آن یاد می‌شـود و چندین دهه اسـت که در بـازار ایـران هم جولان می‌دهـد و اتفاقا اسـتقبال خوبی هم از آن شده است. خلاصه اسـتفاده از این محصول تـا آنجا پیش رفته که در بسـیاری از منازل و محیط‌های اداری دیوارهای سـفید جای خود را به دیوارهایی با کاغذدیواری‌ها طرح جنگل‌های پردرخت، نقوش رنگی هندسـی و هنرمندانه داده‌اند و امروزه به زیبایی این پوشش باید کارکردهای دیگـری همچـون عایـق حرارتـی، برودتی و صوتـی را هـم اضافـه کـرد. در این میان وزارت صنعـت، معدن و تجـارت در آخرین گزارش فرصت‌های سرمایه‌گذاری‌اش، بخش تولیـد کاغذدیـواری را یکـی از بخش‌های اولویت‌دار معرفی کرده است. به‌همین دلیل در این گزارش به بررسـی بـازار این کالای مشتری‌پسند و شرایط سرمایه‌گذاری در این حوزه پرداخته‌ایم.

تنها دو تولیدکننده داریم

از حـدود چهـار دهه پیش چند شـرکت ایرانی مبادرت بـه تولید و عرضه این کالای دنیای مدرن کردند کـه با وجود محصولات مشابه خارجی مشتریان بسیاری داشتند. اما این همه داسـتان نبود؛ تحریم‌های اقتصادی از راه رسـیدند و نه تنهـا ضربه‌های کاری بر پیکـر نحیف تولید در ایران وارد کردند، بلکه راه را بـرای ورود قانونـی و غیرقانونی انواع کالاهای باکیفیت و بی‌کیفیت هم باز کردند. بازار کاغذدیواری هم از این بلبشـو بی‌نصیب نماند تا فعـالان این حوزه عطای تولید را به لقایش ببخشـند و کار تا آنجا پیش رفت که بعضی از آنهـا که خود تولیدکننده بودند، به بزرگ‌ترین واردکننده این کالا تبدیل شدند.

در ارتبـاط بـا بـازار ایـن کالا و شـرایط سـرمایه‌گذاری بـرای تولید در ایـن حوزه، مجتبی ضیایـی، مدیرعامل نمایندگی تهران شرکت آذران پلاسـتیک به «فرصت امروز» می‌گوید: تعیین سـرمایه اولیه مورد نیاز در این بخش برای تولید محدود با در نظرگرفتن مشـکلات تهیه مواد اولیه و دسـتگاه‌ها بدون احتساب نیروی انسـانی حداقل ۵۰۰میلیون تومان اسـت که ایـن عدد صرفا بـرای خرید دستگاه‌های اولیه هزینه می‌شود که برای شروع کار مناسب به نظر می‌رسد. برای تولید کیفی و گسترش کار همچنین در اختیار گرفتن تیم متخصص طراحی و زمین مطلوب برای احداث کارخانه این میزان باید به ۳ تا ۴میلیارد تومان افزایش پیـدا کند. این میزان سـرمایه‌گذاری به‌طور تقریبی برای حـدود ۵۰۰نفر به‌صورت مسـتقیم و غیرمستقیم ایجاد اشتغال می‌کند کمـا اینکه در گروه تولیدی مـا هم این تعداد افراد صاحب شغل شده‌اند.

این تولیدکننده درباره تعداد شـرکت‌های تولیدکننـده کاغـذ دیـواری در ایـران و کیفیـت اجنـاس تولیدی نیـز می‌گوید: در حال حاضـر تنهـا دو شـرکت تولیدکننده کاغذ دیواری در ایران مشـغول کار هسـتند کـه آنهـا همچون شـرکت مـا تمرکز خود را از بحـث کاغذ دیواری گرفتـه و به تولید پوشش‌های دیواری و سـقف‌کاذب هم روی آورده‌اند، زیرا حجم بالایی از نیاز بازار توسط چینی‌هـا و کشـور ترکیه تامین می‌شـود. وی همچنیـن اضافـه می‌کنـد کـه دلایل زیـادی در به‌وجـود آمدن چنیـن وضعیتی دخیل هسـتند اما بزرگ‌ترین مشـکلات به سـاختار دولتی در کشـور ما برمی‌گردد که پیچ‌وخم‌هـای بسـیاری برای سـرمایه‌گذار ایجاد کرده و انگیزه تولیدکنندگان را از بین برده است.

واردات عمده مواد اولیه از چین و ترکیه

وی در ادامه می‌افزاید: تولیدات ایرانی از تنوع و کیفیت لازم برخوردار نیستند. مصرف‌کننده به دنبـال کالای با قیمت مناسـب و کیفیت بالاسـت. کاغذ دیواری تولید ایران در هر متر مربع ۵ تا ۶هزار تومان قیمت دارد یعنی هر رول ۲۵تا ۳۰هـزار تومان. این در حالی اسـت که کالای سـاخت چین موجود در بازار با کیفیت بهتـر و خاصیت ضدآب رولـی ۴۰ تا ۴۵هزار تومان به فروش می‌رسـد. به‌همیـن دلیل در ایـن شـرایط کالای ایرانـی امـکان رقابت با تولیدات کشورهای دیگر را سال‌هاست از دست داده است.

این تولیدکننده با اشـاره به مراحل تولید کاغذ دیـواری تصریح می‌کنـد: بزرگ‌ترین مانع فعالان این حوزه تهیه پیپر (PAPER) اولیه اسـت. پیپر در ایران نایاب است و برای وارد کـردن آن بایـد هزینـه بسـیار بالایی پرداخت شـود. عمده ایـن محصول از چین و ترکیـه به ایـران وارد می‌شـود. همچنین یکـی از ملزومات تولید کاغـذ دیواری پودر وینیل اسـت که از ایتالیا وارد می‌شـود. این تولیدکننـده همچنیـن در مورد مشـتریان محصولات ایرانی می‌گوید: عراق، ارمنستان، آذربایجان، سوریه و پاکستان مشتریان بالقوه دیوارپوش و سـقف کاذب ما هسـتند. اما به دلایلـی که ذکر شـد، کاغذ دیـواری ایران امکان صادرات ندارد و در مقایسه با کالاهای موجود در بازار جهانـی از کیفیت نامطلوبی برخـوردار اسـت. در صورتی که اگـر تولید باکیفیت داشـته باشـیم می‌توانیم صادرات قابل‌توجهی داشـته باشیم که هم ارزآوری را در پی دارد و هم زمینه‌های اشتغال بسیاری را فراهم می‌کند.

۲تا ۳سال حداقل زمان برای انتظار بازگشت سرمایه

مدیرعامـل نمایندگـی تهـران آذران پلاستیک در ادامه حرف‌هایش و درباره مدت زمانی که سـرمایه‌گذار باید انتظار بکشـد تا برگشت سـرمایه و سوددهی کارش را شاهد باشـد، می‌گوید: کارخانه‌ها و کارگاه تولیدی کاغـذ دیواری ایرانـی نمی‌توانند محصولات خـود را در بازار عرضه کنند و مدت‌هاسـت مشـتریان خود را از دست داده‌اند. مهم‌ترین امـر برای یـک واحـد تولید، رونـق فروش اسـت و در این وضعیت اصلا مهم نیسـت تا چه میزان تولید شـده اسـت. کارخانه کاغذ دیـواری میلیاردها تومان تولیـد دارد اما از حداقـل فروش برخوردار نیسـت. این اوضاع گروه تولیدی را محکـوم به تعطیلی یا روی آوردن به تولیـدات دیگر می‌کند. وی اضافه می‌کند: سـرمایه‌گذار برای برگشت سرمایه خـود با در نظرگرفتن رکـود موجود حداقل باید دو تا سـه سال منتظر باشـد. البته این زمان می‌تواند کوتاه‌تر باشـد که بسـتگی به مدیریـت فـروش و بازاریابی واحـد تولیدی دارد. ضیایی حمایت‌های غیراصولی از برخی محصولات نامناسـب داخلی را نگران‌کننده دانسـته و می‌افزاید: ایـن رویکرد غلط یعنی حمایـت از محصولات بی‌کیفیـت داخلی و بی‌تفاوتی نسـبت به واردکنندگان غیرمجاز باعث بی‌اعتمادی مصرف‌کننده داخلی شـده و تولیدکننده را نیز مجبور به عقب‌ماندگی و عقب‌نشینی کرده است.

ظرفیت پولشویی در حوزه سینما و شبکه نمایش خانگی بررسی می‌شود

این خانه برای پولشویی کوچک است

سارا برومند
sara.boroumand@gmail.com

اقتصاد ایران همواره اقتصاد شکننده و حساسی بوده. اما اکنون با بحرانی شدن اوضاع، حساسیت نسبت به دلایل آن بالا گرفته است. بسیاری دلیل عمده مشکلات اقتصادی را فسادهای مالی و پولشویی می‌دانند. مفسدان مالی که از هر حوزه برای پیشبرد اهداف‌شان استفاده می‌کنند. اما حوزه فرهنگ در این میان این روزها در مظان اتهام است. اصولاً پولشویی جایی سربرمی‌آورد که چندان سودده نیست و حوزه فرهنگ و به‌خصوص سینما و شبکه خانگی در این میان به دلیل شائبه ضرره بودن در این رده قرار گرفته است. مدتی است که حوزه شبکه نمایشی اعم از سینما و شبکه خانگی روزهای رکود خود را می‌گذرانند و سینماگران تمام تلاش خود را می‌کنند تا بخش‌خصوصی را برای همراهی و بازگشت رونق تشویق کنند. اتفاقی که با حضور برخی چهره‌های حاشیه‌دار سبب شد تا این نگرانی مطرح شود که پول‌هایی که در سینما و شبکه خانگی سرمایه‌گذاری می‌شود پول‌هایی هستند که منبع آنها مشخص نیست و ممکن است سینما محملی برای پولشویی قرار گیرد. این حاشیه‌ها مطرح شد تا در مجموعه شهرزاد که در شبکه خانگی ارائه شد به اوج خود رسید. حاشیه‌هایی که اقبال از این مجموعه سبب شد تا کنار زده شوند.

نگرانی اهالی سینما از پولشویی در شبکه خانگی

سوالی که مطرح است این است که چرا اهالی سینما نسبت به این مقوله نگران شده‌اند و تلاش می‌کنند تا سینما را از حوزه پولشویی دور نگه دارند. نخستین کسی که شبکه نمایش خانگی را مورد سوال قرار داد غلامرضا موسوی، رئیس اتحادیه تهیه‌کنندگان بود. موسوی در پاسخ به این سوال خبرگزاری ایلنا که چرا در شبکه نمایش خانگی هنرمندان بسیار فعال هستند و ما شاهد هستیم تقریباً هر ماه چند فیلم و سریال تولید می‌شود اما در سینما رونق ساخت‌وساز کاهش یافته است، گفت: «استقبالی که از شبکه نمایش خانگی می‌شود خوب نیست. این آمار شوخی است و آمار واقعی داده نمی‌شود. آنچه ارائه می‌شود بیشتر برای استفاده تبلیغاتی است و جز موارد نادر؛ در بیشتر موارد آمار تبلیغاتی است. مثلاً یک سریالی ادعا می‌کند ۵۰۰ هزار نسخه در یک نوبت فروخته؛ اما وقتی از کارخانه سوال می‌کنیم؛ می‌گوید کمتر از ۳۰۰ هزار نسخه تولید شده است. پس چطور ۵۰۰ هزار تا فروخته شده است؟»

موسوی ادامه داد: اساساً دخل و خرج برخی از این سریال‌ها به‌هم نمی‌خورد، زیرا تعداد شمارگان آنها بسیار پایین است و مشخص است در فروش سود زیادی کسب نمی‌کنند. در این سریال‌ها؛ پول‌ها معمولاً بی‌حساب و کتاب خرج می‌شود به همین دلیل دستمزد بازیگران و عوامل را بالا می‌برند. بنابراین زمانی‌که یک تهیه‌کننده سینما برای ساخت فیلم سراغ آنها می‌رود؛ با مشکل مواجه می‌شود.

موسوی با اشاره به اینکه عرضه سریال‌ها و فیلم‌ها در شبکه نمایش خانگی معمولاً بازگشت سرمایه ندارد، گفت: اینجاست که بحث پولشویی در ساخت این سریال‌ها به میان کشیده می‌شود. وقتی شما یک‌بار یا دوبار سریال ساختید و ضرر کردید که دیگر نباید دوباره آن را تکرار کنید. پس این تصور پیش می‌آید که سازندگان برخی از این آثار؛ اهداف دیگری دارند.

موسوی افزود: وقتی یک فیلم متوسط در سینما ساخته می‌شود بین ۸۰۰ میلیون تا یک میلیارد تومان هزینه دارد و ضررآن بعد از اکران در سینماها و عرضه در تلویزیون و شبکه نمایش خانگی حداکثر ۲۰ تا ۳۰ درصد است اما در سریال‌سازی میزان این ضرر بیشتر است زیرا نه نمایش تلویزیونی دارد و نه سینمایی. پس باید پولش از درون شبکه نمایش خانگی دربیاید که تقریباً غیرممکن است.

وی ادامه داد: معمولاً بخشی از این پول‌ها از نقاطی می‌آید و از منابعی وارد سینما می‌شود که نیاز به توجیه دارد. تا منابع این پول‌ها مشخص نشود؛ نامش پولشویی است. درست مانند همان اتفاقی که سال‌ها قبل درباره خرید خانه در خارج کشور رخ داده بود و خیلی‌ها از سراسر دنیا برای خرید خانه به خارج از کشور می‌رفتند و با خرید خانه پولشویی می‌کردند.»

رقم‌های هزینه شده در شبکه خانگی برای پولشویی شوخی است

اما هادی رضوی، سرمایه‌گذار مجموعه شهرزاد در گفت‌وگو با «فرصت امروز» درباره شائبه مطرح شده می‌گوید: «پولشویی در دنیا مفهوم مشخصی دارد. منبع یا محل درآمد کثیف و محل صرف کثیف یا نمود پول کثیف و تبدیل آن به پول تمیز را پولشویی می‌گویند. اما در ایران تعبیر اشتباهی از پولشویی شده است و آن این است که شخصی از جای کثیفی کسب درآمد کرده است می‌خواهد به نوع درآمدش نمود تمیز بدهد. یعنی محل درآمد این شخص کثیف است و وارد کار تمیزی می‌شود تا یک تبلیغاتی بکند و نشان دهد که محل درآمد من اینجاست. همه جا می‌توان این انگ را به افراد زد و مانع استفاده از ظرفیت‌ها شد. مثلاً حوزه گردشگری حوزه خوبی در ایران است اما هر کس تصمیم می‌گیرد وارد آن شود ترسانده می‌شود و به او گفته می‌شود که اگر سرمایه‌گذاری کند متضرر می‌شود.»

او در ادامه می‌گوید که بحث پولشویی و اتهام آن در اوایل مجموعه شهرزاد به این کار زده شد که هنوز مشخص نبود این مجموعه سودده خواهد بود. اکنون با گذشت زمان و مشخص شدن سودده بودن این کار همه افرادی که انگ پولشویی را به این کار زده‌اند حرف‌شان را پس گرفته‌اند. حتی برخی مطرح کردند که اصلاً منظور مجموعه شهرزاد نبوده و کلیت شبکه خانگی بوده است. اما یک نفر ممکن است در این میان در جایگاه پاسخگو وارد شود و بقیه سکوت پیشه کنند و ترجیح دهند که در موارد دیگر در آن حوزه سرمایه‌گذاری نکنند.»

او معتقد است اساساً رقم‌هایی که در شبکه نمایش خانگی یا سینما جابه‌جا می‌شود در حوزه پولشویی به شوخی مانند است. او در این زمینه توضیح می‌دهد که کار خیلی فاخر و خوبی اگر در شبکه خانگی ساخته شود چیزی بین ۱۰ تا ۱۵ میلیارد تومان هزینه می‌برد. این هزینه خرید یک آپارتمان در شمال شهر است. بنابراین دلیلی ندارد فرد برای پولشویی وارد حوزه سینمای خانگی شود. این رقم‌ها گاه چنان بزرگ جلوه داده می‌شود که تصور می‌شود چه رقم‌هایی در حال جابه‌جایی است. درحالی‌که اگر رقم را قیاس کنیم با مثلاً قیمت خرید یک واحد آپارتمان در شمال شهر می‌بینیم که این رقم‌ها بسیار ناچیز است و رقمی نیست که فردی تحت عنوان پولشویی بخواهد سراغ آن برود. بنابراین کسی که قصد پولشویی در این ارقام را دارد، راه بهتر این است که آپارتمان را بخرد جای اینکه بیاید و در شبکه خانگی سرمایه‌گذاری کند و خودش را روی زبان‌ها بیندازد. در اصل مانند این است که کسی قصد پولشویی دارد؛ شو راه بیندازد و نظر همه را جلب کند تا همه حساس شوند که چه اتفاقی در پشت پرده افتاده است. چنین کاری غیرمنطقی است. فردی که به دنبال تمیز کردن پولش است، نمی‌رود جایی که انگشت اتهام به راحتی به طرفش نشانه برود.

او ادامه می‌دهد: وقتی درباره پول کثیف صحبت می‌کنیم، بهتر است بدانیم که از چه رقم‌های نجومی صحبت می‌شود. افراد متخصص و کارشناس که در حوزه پولشویی کار می‌کنند، خوب می‌دانند که رقم‌های پولشویی ارقامی است که گاه در کاغذ و مخیله نمی‌گنجد. آپارتمانی در تهران خریدوفروش می‌شود ناگهان هزارمیلیارد

> **خیلی‌ها وارد سینما شدند اما آن‌هایی ماندند که جایشان سینما بوده است. سینما هم برخی بی‌اخلاقی‌ها و فسادها را در حاشیه خود از سر می‌گذراند، اما نباید به آنها پرداخت. این اتفاق فقط باعث بدبینی مردم می‌شود و تنها سینما و فرهنگ قربانی آن خواهد بود**

آن پول تمیز می‌شود و بیرون می‌آید. بدون آنکه حساسیتی برانگیخته شود. بنابراین نه مدیوم سینما و شبکه خانگی پتانسیل چنین رقم جابه‌جایی را دارد و نه کسی که هدفش پولشویی است خودش را با ورود به این حوزه در معرض توجه و نمایش می‌گذارد. وقتی بحث پولشویی در سینما و شبکه خانگی مطرح می‌شود اول باید گشت و نیت افراد را در این میان پیدا کرد که چیست. آقای فتحی مطرح کردند که ۱۳ میلیارد و ۷۰۰ میلیون برای این پروژه هزینه شده است، ما نیز بر این حرف صحه می‌گذاریم و همان را ملاک قرار می‌دهیم. با یک معادله دو دوتا چهارتا نیز ما ثابت کردیم که این پروژه سودده است. در ابتدا دلیل انگ پولشویی برای این به شبکه خانگی زده شد که افراد معتقد بودند این پروژه ورشکسته است. ما در مجموعه شهرزاد اثبات کردیم که این پروژه ورشکسته نیست. در ایران و خارج از کشور بسیاری از خانواده‌های ایرانی درگیر مجموعه شهرزاد هستند و همین نشان می‌دهد که این مجموعه ورشکسته نیست. این اتفاق قشنگی در حوزه شبکه خانگی بود و ما نشان دادیم که روند اقتصادی شبکه خانگی می‌تواند سودده باشد.

شبکه خانگی ضرره نیست!

سرمایه‌گذار مجموعه شهرزاد معتقد است پولشویی اصولا در جاهایی انجام می‌شود که ضرره هستند و برای همین گفته می‌شود شبکه خانگی ضرره است و برای همین شائبه پولشویی در آن مطرح می‌شود. درحالی‌که این صحبت اشتباه است و او توضیح می‌دهد که برای اتهام زدن به هر چیزی، می‌شود اتهام پولشویی زد. حتی ممکن است کسی یک ادوکلن بخرد و بشود به او اتهام پولشویی زد. درحالی‌که ما باید اول بدانیم پولشویی چرا انجام می‌شود. آقای مدیری با قهوه تلخ نشان داد که شبکه خانگی ظرفیت سوددهی دارد. شما ابتدا یک ورودی به بیزینس دارید، سپس محل توسعه و ساخت پروژه دارید و در انتها یک خروجی دارید. در این سه مقطع اگر شما برنامه داشته باشید، می‌دانید که ضرر، ریسک و سود آن پروژه چقدر است. ما خودمان از سود شهرزاد غافلگیر شدیم. رسانه‌های ضد انقلاب خیلی به این بحث پولشویی دامن زدند تا کاری در جمهوری اسلامی انجام نشود. درحالی‌که این اتفاق خوبی برای سینما و شبکه نمایش خانگی ما نیست. مدام شنیده می‌شود که سینمای ما ورشکسته است.

این ورشکستگی برای این است که سینمای ما دولتی است و اجازه نمی‌دهند که بخش‌خصوصی وارد آن شود. درحالی‌که اگر بخش‌خصوصی وارد شود، می‌تواند سود خوبی هم در این حوزه داشته باشد. کار خوب و فاخر باید در جمهوری اسلامی انجام شود. کار خوب ارائه نشود مردم هم استقبال نمی‌کنند. پروژه‌های سودده در قالب پولشویی نمی‌گنجد. پولشویی وقتی است که سودی دیده نمی‌شود اما در شبکه خانگی سوددهی اتفاق می‌افتد. او معتقد است که نباید بدون سند به کسی یا پروژه‌ای انگ پولشویی زد. اتهام پولشویی به کارهای شبکه خانگی و کارهای سینمایی دودش نخستین بار به چشم خود اهالی سینما و شبکه نمایش می‌رود. اساسا طرح مسئله پولشویی روند اشتباهی است. در ابتدا صحبتی شد که خودشان در زمان کوتاه شاهد بودند که با وجود تصور اشتباه نسبت به ضرردهی کار در حال سوددهی است. من فکر می‌کنم هرجا که سوددهی اقتصادی اتفاق می‌افتد و هجمه‌ای راه می‌افتد شک نکنید که پشت پرده آن داخلی نخواهد بود.

با شائبه حوزه سینما و فرهنگ را به خطر نیندازیم

برخی اما معتقدند هرچند که رقم‌هایی که برای ساخت پروژه‌های سینمایی یا شبکه خانگی هزینه می‌شود اندک است اما فضا برای فاکتورسازی فراهم است و افراد از این طریق می‌توانند پولشویی کنند. اما هادی رضوی این مقوله را رد می‌کند و می‌گوید: با قوانین جدیدی که در حوزه دارایی انجام شده و یک‌دست‌سازی اداره دارایی، عملا دیگر فاکتورسازی امکانپذیر نیست. حتی اگر شنیده شود جایی فاکتورسازی می‌کند یا فاکتور می‌فروشد، سریع در لیست سیاه این اداره قرار می‌گیرد. این صحبت اکنون اصلاً عملیاتی نیست. زمانی سیستم یکپارچه نبوده و این اتفاق‌ها عملیاتی بوده است. اما اکنون این امکان نیست. این صحبت را جدی بگیرید، پولشویی در دنیا در لول‌هایی انجام می‌شود که در مدیوم سینما قابل تصور نیست. نهایت در یک پروژه سینمایی یک تا دو میلیارد شما هزینه کنید. این رقم برای پولشویی به شوخی می‌ماند.

با این پاسخ باز هم این موضوع مطرح است که در همین مدیوم سینما فقط رقم فیلم‌سازی محدود به دو میلیارد نیست. توان اقتصادی و بازدهی سینما رقم بالاتری را برای سرمایه‌گذاری فراهم نکرده است. اما ما فیلم‌هایی هم داشته‌ایم که با رقم‌های بسیار بالا ساخته شده‌اند. هرچند که برخی متعلق به بخش‌خصوصی نیستند و از منابع دولتی تامین می‌شوند اما مسئله درباره ظرفیت‌هاست. حقیقت این است که در سینما تا هزارها میلیارد می‌توان

> **حقیقت این است که در سینما تا هزارها میلیارد می‌توان سرمایه‌گذاری کرد و نمی‌توان گفت چون در سینما دو میلیارد تنها سرمایه‌گذاری شده پس توان پولشویی با رقم‌های بالا وجود ندارد**

سرمایه‌گذاری کرد و نمی‌توان گفت چون در سینما دو میلیارد تنها سرمایه‌گذاری شده پس توان پولشویی با رقم‌های بالا وجود ندارد. پس وقتی درباره ظرفیت‌ها صحبت می‌کنیم، نمی‌توانیم بگوییم ظرفیت فراهم نیست. اما این سرمایه‌گذار معتقد است حتی اگر بگوییم این ظرفیت وجود دارد حقیقت این است که چنین پروژه‌هایی در ایران نداشته‌ایم. و ادامه می‌دهد که در شبکه خانگی در مجموعه شهرزاد بیشترین مبلغ تاکنون سرمایه‌گذاری شده که ما آن را اعلام کردیم و مطرح کردیم که اگر قصد پولشویی باشد به جای این شبکه می‌توان رفت یک آپارتمان خریداری کرد. بنابراین وقتی درباره ظرفیت‌ها صحبت کنیم و این مقوله را زیر سوال ببریم دیگر کسی در سینما و شبکه خانگی سرمایه‌گذاری نمی‌کند. اگر همین ظرفیت محدود را با این صحبت‌ها به خطر بیندازیم فرهنگ و سینما متضرر آن خواهد بود. این اتهام‌زنی و بازکردن چنین بحث‌هایی فقط سبب می‌شود که سرمایه‌گذاران از این حوزه فراری شوند. پس چرا وقتی سندی برای پولشویی در این فضا و حتی ظرفیت‌های موجود خبر می‌دهند که چنین چیزی نیست چرا به این شائبه‌های بی‌دلیل دامن بزنیم و حوزه فرهنگ و سینما را به خطر بیندازیم؟

او به نقل از یکی از بزرگان می‌گوید: «چه حمامی تمیزتر از حوزه فرهنگ است؟ در ادامه این بحث من این را مطرح کنم که بخش‌خصوصی باید به حوزه فرهنگ ورود کند. این بخش‌خصوصی نیز یک منبع درآمدی و سرمایه‌ای دارد که می‌تواند وارد شود. حقیقت این است که در کشور ما هر شخصی که سرمایه دارد مورد انگ قرار می‌گیرد. وقتی هم مدام ما به دنبال منبع پول بخش‌خصوصی باشیم و آن درآمد را محل سوال قرار دهیم، به نظر شما دیگر کسی وارد حوزه فرهنگ و سرمایه‌گذاری در آن می‌شود و فرهنگ پا می‌گیرد؟»

رضوی در پاسخ به اینکه ضرره بودن شبکه خانگی و سینما این شائبه را ایجاد کرده است، می‌گوید: «گفته می‌شود که این شائبه‌ها به خاطر کم سودده‌بودن مدیوم سینما و شبکه خانگی است. اصلا این حرف صحت ندارد. با گستردگی پخش مجموعه شهرزاد در کل کشور سود هر قسمت چیزی حدود یک میلیون و ۶۰۰هزار تومان به سرمایه‌گذار بر می‌گردد. این رقم نشان می‌دهد، مجموعه شهرزاد نه‌تنها ضرره نیست، بلکه سودده نیز هست. من فکر می‌کنم این بحث که سینما ضرره و ورشکسته است مصداق آن است که عده‌ای در حال سودبری از آن هستند و دوست ندارند، دست در این حوزه زیاد شود. من صادقانه به بخش‌خصوصی توصیه می‌کنم که اگر مطابق ذائقه مخاطب وارد این حوزه شوند حتما سود خواهند کرد. مهران مدیری نخستین نفری بود که این امر را اثبات کرد. بهتر است جای اینکه هر شخصی را که قدم خوبی برداشت، مورد سوال قرار دهیم، تشویقش کنیم. بگذاریم نهادهای مسئول اشتباهات و پولشویی‌ها را شناسایی کنند و بی‌دلیل با انگ‌زنی پتانسیل رشد فضای فرهنگی را به مخاطره نیندازیم.

هر جایی می‌توان پولشویی کرد؛ اما انگ نزنیم

به بابک زنجانی که ورودش به سینما سبب شده تا این شائبه‌ها ایجاد شود، اشاره می‌کنیم که هادی رضوی در پاسخ می‌گوید: «بابک زنجانی مسئله‌اش چیز دیگری است. این فرد رقم بسیار بالایی از دولت گرفته و آن را برنگردانده است. این فرد در حوزه سینما وارد شد اما کار مطرحی را ارائه نکرد. چرا فقط به خاطر یک آدمی که حضورش شائبه برانگیز است همه افراد را زیر سوال می‌بریم. سینما، شرعی آن مانند آب کر می‌ماند. آب کر کثیفی را به خود نمی‌گیرد. یعنی سینما اگر عنصر کثیفی به آن وارد شود را دفع می‌کند. سینما آدم‌های مطهر را در خود نگه می‌دارد و می‌پروراند. سینما جای حاتمی کیاها، فتحی‌ها و شورجه‌هاست. خیلی‌ها وارد سینما شدند اما آنهایی ماندند که جایشان سینما بوده است. سینما هم برخی بی‌اخلاقی‌ها و فسادها را در حاشیه خود از سر می‌گذراند، اما نباید به آنها پرداخت. این اتفاق فقط باعث بدبینی مردم می‌شود و تنها سینما و فرهنگ قربانی آن خواهد بود.»

در انتها از او می‌پرسیم واقعاً معتقدید سینما ظرفیت پولشویی ندارد و کسی به قصد پولشویی وارد آن نمی‌شود. هادی رضوی می‌گوید: «نمی‌توان صددرصد گفت که ظرفیت سینما این نیست که افراد در آن پولشویی کنند. هر جایی می‌توان پولشویی کرد. ممکن است کسی یک میلیارد پول کثیف داشته باشد و از طریق سینما آن را تمیز کند. نمی‌توان گفت که سینما ظرفیت پولشویی به شکل مطلق ندارد. همیشه پولشویی رقم بالایی نیست. گاهی آفتابه دزد هم پیدا می‌شود. بحث من انگ‌ها هستند. بگذاریم نهادهای نظارتی این آفتابه دزدها را پیدا کنند. با انگ زدن به همه، فضای سینما را مسموم نکنیم و شرایطی فراهم نکنیم تا کسی که قصد سرمایه‌گذاری داشته باشد بترسد از اینکه وارد این حوزه شود. انگ را بزنیم کسی نمی‌تواند انگ را جمع کند. اتهام‌زنی قشنگ نیست، در حوزه‌ای که به اندازه کافی مورد بی‌مهری قرار می‌گیرد. سینمایی که پشتوانه نداشته باشد نمی‌تواند در مقابل هالیوود بایستد. بگذارید دزد را نهادهای نظارتی بگیرند ولی ما به‌عنوان رسانه و افرادی که در حوزه فرهنگ و سینما فعال هستیم افرادی را که قصد سرمایه‌گذاری دارند برای سرمایه‌گذاری تشویق کنیم.

آزموده

نفوذ پولشویی، از بالیوود تا هالیوود

ترجمه و گردآوری: رویا پاک سرشت

کلمه «پولشویی» برای بسیاری افراد یادآور عده‌ای خلافکار با چهره‌هایی مشخص است که در حال انجام معاملات غیرقانونی و مخفیانه هستند. این تداعی ذهنی در بخش مفهومی تا حدودی با واقعیت همخوانی دارد. پولشویی هرگونه تخلف مالی را که تحت پوشش اعمال دیگر صورت گرفته و در نتیجه دیده نمی‌شود، شامل می‌شود. اما افرادی که به پولشویی مبادرت می‌ورزند برای مخفی کردن جرائم خود نیاز به راهکارهایی دارند که در اکثر موارد در قالب مشاغل ظاهری و نمادین عینیت پیدا می‌کنند. این مشاغل می‌توانند تولیدی، صنعتی و حتی آموزشی باشند؛ مشاغلی که به‌ظاهر مثبت و قانونی ولی در باطن کاذب و حامی پول کثیف هستند. صنعت پرزرق و برق سینما، یکی از پوشش‌هایی است که برای پوشش پول‌های کثیف نقابی مناسب به نظر می‌رسد. در برخی کشورها صنعت سینما تا حد زیادی با این معضل درگیر است و در برخی دیگر کمتر، اما آنچه عجیب به نظر می‌رسد، وجود پولشویی در پشت پرده سینمای تعداد زیادی از کشورهای جهان است.

سینمای هند و پول‌هایی که کثیف هستند

سینمای هند را شاید بتوان جزو بدنام‌ترین سینماها در حوزه پولشویی رده‌بندی کرد. مدیران، تهیه‌کنندگان و حتی بازیگران هندی بارها به سبب اتهامات پولشویی به مراجع قانونی احضار شده‌اند و این روند تاکنون ادامه داشته است. نشریه دیلی‌میل در گزارشی به بررسی وضعیت پول‌های سیاهی پرداخته که به تعبیر گزارشگر این نشریه با عبور از فیلتر سینما به پول سفید تبدیل می‌شوند. واشو باگنانی، تولیدکننده فیلم‌های پربیننده‌ای چون قهرمان، معتقد است یکی از مشکلات سینمای هند، که تولیدکنندگان را به سمت جریان‌های فاسد می‌کشاند، عدم نظارت درست بر سیستم مالیات و فروش است. مشکلات دیرینه بین سرمایه‌گذاران فیلم‌ها و دولت باعث شده، فیلمسازان از هر پیشنهاد پرسودی که چند روپیه کم‌ارزش به آنها کمک کند استقبال کنند. همین مسئله راه را برای ورود پول‌های کثیف به بالیوود باز کرده است.

توقع بالای برخی بازیگران و عوامل فیلم مشکل دیگری است که از دید وی بر رونق بازار پولشویی در بالیوود دامن می‌زند، برخی بازیگران ارقامی برابر با تولید ۱۰ فیلم متوسط را فقط برای بازی در یک فیلم مطالبه می‌کنند. این حجم مطالبات راهی جز پیوستن به جریان‌های مبهم باقی نمی‌گذارد.

با دیدگاهی متفاوت‌تر، سومای آدیپتا، کارشناس و روزنامه‌نگار هنری هندی‌تبار در مقاله‌ای به نکته‌ای جالب اشاره کرده است؛ در شرایطی که بین ۸۰ تا ۹۰درصد فیلم‌های هندی نمی‌توانند در بازگرداندن سرمایه تولید به گیشه موفق عمل کنند، چگونه صنعت سینمای هند تا این حد پررونق است؟ آیا سرمایه‌گذاران نگران بازگشت سرمایه‌های هنگفت خود نیستند؟ بررسی وضعیت سینمای هند حیرت‌آور و تکان‌دهنده است. در حال حاضر بسیاری از بازرگانان سطح میانی در اقتصاد هند به سینما به‌عنوان یک کاتالیزور مالی نگاه کرده و با عبور دادن پول‌های سیاه خود از این صافی تلاش دارند پول‌های خود را پاکیزه جلوه دهند. به عبارت دیگر سرمایه‌گذاری در سینما راهی مطمئن برای پولشویی محسوب می‌شود.

چین و پولشویی‌های فریبنده

از اواخر دهه ۸۰ و اوایل دهه ۹۰ میلادی، سینمای چین درگیر نوعی پولشویی فریبکارانه بود. درواقع استقبال مردم از صنعت سینما با سرمایه‌گذاری‌های پرتعداد بخش خصوصی در صنعت سینما همراه شد. مشکل، اما به نوع حضور سرمایه‌گذاران بازمی‌گشت. بسیاری از دفاتر فیلمسازی به‌عنوان پوششی برای خروج ارز، قاچاق و انواع تخلف‌های مالیاتی عمل می‌کردند. این دفاتر برای پوشش هر چه بهتر جرائم خود، گاه حتی با مخاطبان همراه شده و از سرمایه‌های مردمی برای انجام برخی پروژه‌ها کمک می‌گرفتند. چنین روشی در عین ساده و بدوی بودن موفق به کلاهبرداری‌های پرشمار از شرکت‌های فیلمسازی در این دوره شد و وضعیت پولشویی سنتی را به کلی تغییر داد.

تهیه‌کنندگان نوظهور در هالیوود

تا چندی پیش بزرگ‌ترین دغدغه پلیس فدرال ایالات متحده قاچاق غیرقانونی فیلم‌ها و مسائل مربوط به عدم رعایت قوانین کپی‌رایت محسوب می‌شد، اما بنابر گزارش نشریه لس آنجلس تایمز، برخی شرکت‌های فیلمسازی تازه به دوران رسیده در هالیوود، شرایطی را ایجاد کرده‌اند که زمینه‌ساز پولشویی‌های پرتعداد شده است. از سال ۲۰۰۶ تاکنون، چندین پرونده پولشویی از سوی مقامات پلیس فدرال به دادگاه‌های ایالات متحده ارسال شده‌اند که به نوعی با این شرکت‌ها مرتبط هستند. اکثر این پرونده‌ها به قاچاق مواد مخدر و قرص‌های روانگردان مرتبط است.

یکی از جنجالی‌ترین پرونده‌های پولشویی در هالیوود در تاریخ ژوئن ۲۰۰۶ به دادگاه کشیده شد؛ پرونده‌ای که حکایت از پولشویی وسیع دو شرکت فیلمسازی در غرب کالیفرنیا داشت. معامله میلیون‌ها قرص اکستازی و قاچاق مواد مخدر اتهاماتی بود که مدیران این شرکت‌ها را درگیر کرده بود. اما چنین پرونده‌هایی فقط مختص افراد گمنام هالیوودی نیست، پرونده نوه چارلی چاپلین مشهور که او نیز متهم به پولشویی در صنعت سینما بود نمونه دیگری است که در رسانه‌ها بازتابی گسترده داشت. گرچه وی توانست از سد اتهامات بگذرد، اما اتهاماتی چون قاچاق مواد مخدر تا مدت‌ها با وی همراه بود.

آخر فرصت امروز
شماره ۴۵۲ www.forsatnet.ir صفحه ۱۶ تلفن مستقیم: ۸۶۰۷۳۲۸۳

نگاه آخر

کسب و کار کساد شده ورزشی‌ها در انتخابات

مصطفی شوقی
روزنامه‌نگار ورزشی

انتخابات مجلس شـورای اسـلامی ۷ اسـفند ماه در حالی برگزار می‌شود که تعدد نامزدهایی با سـابقه ورزشی به نسبت انتخابات گذشته، کمتر شده است و تنها چهره شاخص ورزشی کشـور که در انتخابات شـرکت می‌کند، آرش میراسماعیلی قهرمان سـابق جودوی جهان از زادگاه خود خرم‌آباد است. البته او از جمله نامزدهایی بود که به اصطلاح در دقیقه ۹۰ به جمع نامزدهای انتخابات پیوست. با این حال این انتخابات تفاوت بسـیار فاحشـی با انتخابات گذشـته هم از نظر حضور چهره‌های ورزشی و هم مشارکت ورزشی‌ها در حمایت از چهره‌ای خاص دارد.

جمعه‌ای که گذشـت برای دیدن کورس اسـبدوانی به گنبد کاووس رفتم. در میانه کـورس نامزدهای محلی انتخابات از حضور و فرصت جمعیت پرشـوری که در میدان اسـبدوانی حضور داشتند، استفاده می‌کردند و برای دقایقی بدون اینکه با هم تداخل زمانی و مکانی داشته باشند در جایگاه ویژه حضور می‌یافتند. در میانه مسابقه بود که سـردار آزمون، بازیکن جوان و ترکمن تیم ملی که اتفاقا اسـبش نیز در مسابقه مقام اول را کسب کرده بود، به جایگاه ویژه آمد.

یکـی از نامزدهـای انتخابات که بخت با او یار بود از سـوی همراهانش برای عکس انداختن با این بازیکن جوان تشـویق شـد و بالاخره عکسی یادگاری هم انداخته شد. اما قبل از اینکه عکسـی انداخته شود، این نامزد محلی انتخابات به سردار آزمون خود را معرفی کرد و خواسـت که در کنار او بایستد. دقیقا از چهره سردار آزمون احساس کـردم کـه در موقعیت خاصی قرار گرفته، نه می‌توانسـت او را پس بزند و نه اینکه با وی گرم بگیرد.

این شـرایط ناخواسـته برای سـردار آزمون اما در گذشـته کسـب و کار برخی از ورزشکاران در ایام انتخابات بوده است. در دهه هفتاد و اوایل دهه هشتاد یادمان است که ورزشکاران بی‌شماری از صبح کت و شلوار پوشیده و شیک به ستادهای انتخاباتی نامزدها می‌رفتند و با آنها عکس می‌انداختند. آش اما آنقدر شور شده بود که برخی از آنها، پس از اینکه با نامزدی عکس می‌انداختند بلافاصله به ستاد نامزد رقیب می‌رفتند و از او نیز اعلام حمایت می‌کردند!

اما در دهه بعد خود ورزشکاران احساس کردند که باید به صندلی‌های قانون‌گذاری و حتی ریاست جمهوری بنشینند. در مجلس و شورای محلی شهری‌ها این ورزشکاران بودنـد کـه یکه تاز رقابت‌هـای انتخاباتی بودنـد و در برخی موارد نیـز موفق به فتح کرسی‌های مورد نظر شدند.

اینجا بود که ورزشـکاران دیگر حامیان سیاسـیون نبودند بلکه یک پله بالاتر از این سیاسـیون بودند که آنها را در لیسـت‌های انتخاباتی خود قرار می‌دادند تا از معروفیت آنها به سود لیست خود بهره ببرند.

این دو تجربـه تاریخی اما امروز دیگر کارکردی ندارد. در انتخابات پیش رو اما اهل ورزش جایگاه کمی در لیست‌های انتخاباتی یافته است. شاید دو عامل در این خصوص تاثیرگذار باشد. اول از همه تجربه تلخ حضور ورزشی‌ها در نهادهای قانون‌گذاری و دوم اجتماعی شدن مطالبات عمومی در شرایط کنونی است.

بـه ایـن معنی که مردم با توجه به سـطح توقع خود از مسـئولان، تحقق آن را در تـوان ورزشـکاران نمی‌بیننـد. این موضـوع از آن جهت اهمیت دارد که در گذشـته چهره‌هـای ورزشـی محلی و ملـی به دلیل توجـه به برخی از خواسـت‌های عمومی محبوبیت کلی داشـتند اما امروز وقتی ورزشـکاری در منطقه‌ای که زندگی می‌کند یا در سـطح ملی به دنبال ایجاد شـرایط بهتر زندگی برای خود و اطرافیان درجه یکش اسـت. به همین دلیل اسـت که جایگاه اجتماعی ورزشکاران امروز با لطمه‌های جدی مواجه است.

اینجاسـت که حتی آن کارکرد مقطعی و کوتاه مدت در زمان انتخابات را نیز ندارد. این موضوع در سـطح ملی با توجه به آسـیب‌های اجتماعی که از قهرمان پروری‌های بیهوده و شعارگونه به وجود آمده، قطعا با چالش‌هایی مواجه است، اما در سطح محلی نیز به دلیل رقابت‌های کاذب و پردامنه اثر چندانی ندارد. از این روسـت که ورزشی‌ها بازنـده همه انتخابات‌های اخیر بوده‌اند چه آنکه ابزارهای خود را هم در نامزدی و هم حمایت از نامزدی خاص از دست داده‌اند.

دور دنیا

اقتصاد جهانی در انحصار نرخ بهره منفی

ترجمه: فائزه مصباح
منبع: Nouvel observateur

در حـال حاضر، یک چهارم از بدهی‌های کل جهان، حاصل نرخ بهره منفی اسـت. این نرخ معادل ۵.۵۰۰ میلیارد دلار در جهان است. کارشناسان در این باره می‌گویند این فساد در اقتصاد، به نوعی تبدیل به هنجاری شده که هیچ کس توانایی پیش‌بینی سیر آن را ندارد.

طبق گفته «میشـل لژر»، رئیس موسسه «مسین»، نرخ بهره منفی نشأت گرفته از ایده‌ای عجیب و غریب و مرموز اسـت. اگر قانون جاذبه را بر نظام سرمایه‌داری اعمال کنیـم و برای زمان، ارزشـی منفی در نظر بگیریم، وضعیـت باورنکردنی‌ای در اقتصاد ایجاد می‌شود که باعث به‌وجود آمدن نرخ منفی خواهد شد.

نرخ منفی چیست؟

نـرخ منفی یا نرخ تورم منفـی در اقتصاد، به معنای کاهش شـاخص قیمت کالا و خدمات اسـت. تورم منفی زمانی روی می‌دهد که تورم به زیر صفر درصد نزول کند. تورم ارزش واقعی پول را در طول زمان کاهش می‌دهد و به عکس، تورم منفی ارزش واقعی پول را بالا می‌برد.

امروزه اقتصاددانان تورم منفی را یک مشکل اساسی در اقتصاد مدرن تلقی می‌کنند، زیرا با افزایش ارزش واقعی بدهی، ممکن است رکود را تشدید کند و منجر به مارپیچ تورم منفی شود.

در قـرن نوزدهم میلادی، سیسـتم «فـدرال رزرو» و مدیریت فعـال آن در ایالات متحـده، غالبـا دچار تورم منفی حاصل از پیشـرفت تکنولوژی بـود، در حالی‌که این پیشرفت باعث رشد قابل توجهی در اقتصادش شد.

فـرض کنید قیمت کالا در حال کاهش اسـت. به همین خاطر مصرف کننده، برای خریـد صبر می‌کند تا قیمت‌ها بیشـتر پایین بیاید؛ این مسـئله، خـود باعث کاهش فعالیت اقتصاد کل می‌شـود، چرا که این شـرایط منجر به بی‌استفاده ماندن ظرفیت تولید و همچنین کاهش سـرمایه‌گذاری می‌شـود. به دنبال آن سطح تقاضای کل نیز کاهش می‌یابد.

براسـاس نظریـه اقتصاددانان، تورم منفی باید همراه بـا کاهش عرضه پول، کاهش سرعت گردش آن یا افزایش تعداد معاملات رخ دهد اما در عمل هر یک از این عوامل می‌تواند به تنهایی و بدون تورم منفی اتفاق بیفتد.

بـه طور معمـول، بانک مرکـزی نمی‌تواند نرخ سـود را منفی تعییـن کند. حتی می‌تـوان گفـت سـود صفر اثـر تحریکـی کمتری نسـبت به سـود با نـرخ اندکی بالاتـر از صفـر دارد، چـرا که سـود صفر در یـک اقتصاد بسـته به معنای داشـتن بـازده صفـر، بـرای اوراق بهـادار دولتـی یا حتی بـازده منفـی در سررسـیدهای کوتاه‌مدت است.

همین مسـئله در اقتصاد باز، منجر به نگهداری سرمایه و کاهش ارزش پول خواهد شـد. کاهش ارزش پول، باعث افزایش قیمت واردات بدون انگیزش برای صادرات، در همان سطح می‌شود. هرچند بانک مرکزی اروپا، اخیرا طی اقدامی بی‌سابقه، نرخ بهره را کاهش داده و بهره سپرده‌های بانک‌ها را جهت جلوگیری از منفی شدن تورم و بروز رکود، منفی کرده است.

قـاب

اتاق بازرگانی اتحادیه اروپا در کشور چین روز دوشنبه اعلام کرد که تولید مازاد صنایع سنگین چین به اقتصاد جهان آسیب گسترده‌ای وارد می‌کند. این موضوع به خصوص در تولید و عرضه بیش از حد چین دیده می‌شود که تولیدکنندگان اروپایی را با مشکلی اساسی روبه‌رو کرده است.

۳۶۰

اعتراض هواداران لیورپول به قیمت بلیت به بار نشست

آیا فوتبال بیش از حد گران است؟

ترجمه: سارا گلچین
منبع: economist

هواداران باشگاه فوتبال لیورپول انگلستان طرفدارانـی وفـادار هسـتند. بنابراین وقتی حدود یک چهارم از ۴۴ هزار تماشاگر حاضر در ورزشـگاه آنفیلد روز ششم فوریه درحالی که هنوز ۱۵ دقیقه از بازی باقی مانده بود در اعترض به قیمت بالای بلیت‌ها، آنجا را ترک کردند، جنب و جوشـی در میـان فوتبالی‌ها پیش آمد. جالب اینکه لیورپولی‌ها در فاصله کوتاهی دو گل برتری خود در این مسـابقه را از دسـت دادنـد. تاکنون افـراد زیادی در حمایت از ترک ورزشگاه از سوی تماشاگران معتـرض صحبـت کرده‌اند. اسـلاون بیلیچ، سـرمربی باشگاه لندنی وسـتهام در این باره گفـت: «فوتبال مثل واترپولـو یا حتی گلف ورزش نخبگان نیست که تماشاگرانش افراد خاص باشند. فوتبال ورزش مردم است.»

معترضان بـه بهای بالای بلیت سـرانجام به خواسـته خود رسـیدند: لیورپول تسلیم طرحی شـد که هزینـه ۷۷ پونـدی (۱۱۰ دلاری) بـرای گران‌ترین بلیت‌هایش را تقبل کند. این کار دیگر باشـگاه‌ها را هم ترسـاند. ساندرلند، دیگر باشـگاه انگلیسی اعلام کرد قیمـت بلیت‌هـای فصلـی خـود را کاهش می‌دهد. اتحادیه فوتبـال انگلیس نیز قیمت بلیـت دور نهایـی جـام حذفی موسـوم به FA Cup را کاهش داد.

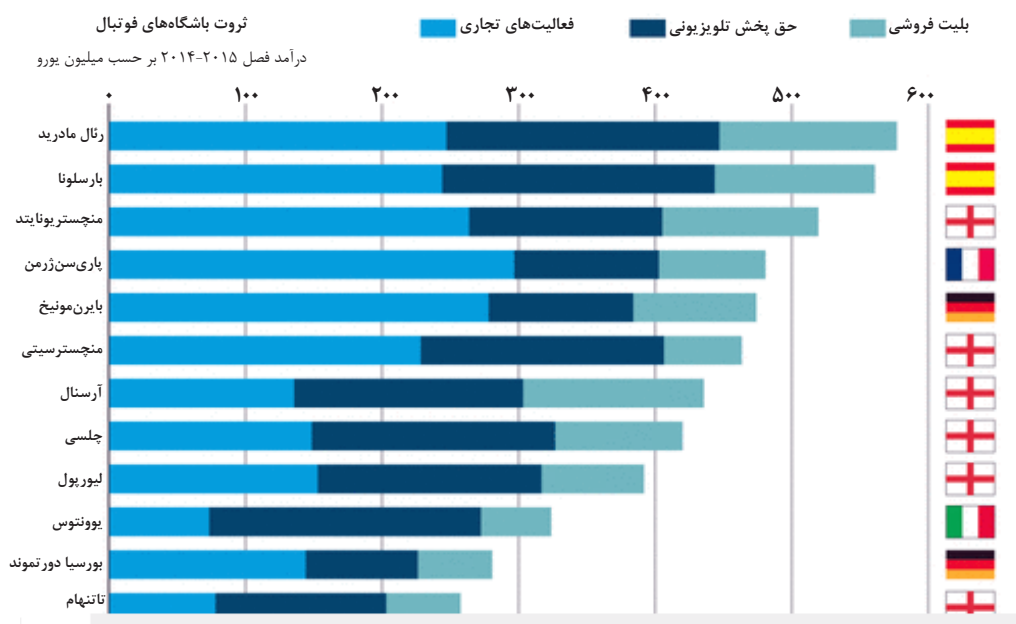
تعییـن قیمـت بلیت برای باشـگاه‌ها یک حربه به شـمار می‌آید. هـواداران می‌گویند بسـتن یک قرارداد چندیـن میلیارد پوندی این اجازه را به باشگاه‌ها می‌دهد که قیمت‌ها را پاییـن بیاورند اما رشـد درآمد تلویزیونی فقط صرف افزایش تعـداد صفرهای قرارداد بازیکنـان و هزینه‌هـای مربـوط بـه انتقال بازیکـن می‌شـود. در انگلیـس تقاضا برای بلیت بازی‌های لیگ برتر بسـیار زیاد است، طوری‌کـه فصل گذشـته بلیـت ۹۶ درصد صندلی‌های ورزشـگاه‌ها فروخته شد که این میـزان از هـر لیگ معتبری در دنیا بیشـتر اسـت. این تنها دلیل کوچکـی برای کاهش قیمت بلیـت بازی‌های فوتبـال در انگلیس است.

البتـه بلیت‌هـای فصلی کـه عموما یکجا تهیه شـده و قیمت‌شـان از خریـد جداگانه هر بلیـت برای یـک بازی کمتر اسـت، در باشـگاه پرطرفدار منچسـتریونایتد در پنج سال گذشته ثابت مانده و در چندین باشگاه دیگر هم رشـدی کمتر از تورم داشته است. بلیـت بازی در برخـی دیگـر از ورزش‌ها و لیگ‌های ورزشی بسـیار گران‌تر است. برای مثال، هواداران فوتبال آمریکا در طول فصل بیـش از ۱۰۰ دلار پـول بلیـت می‌دهنـد. قیمت‌گذاری «پویا» که براساس تقاضا برای تماشای بازی متغیر اسـت، تاکنون از سوی باشگاه‌های فوتبال در انگلیس پذیرفته نشده است.

چرا باشگاه‌ها حاضر به پذیرش هزینه‌های بیشـتر نیسـتند؟ آمدن جمعیت هوادار در بازی‌هـای خانگـی مزیت بزرگی بـرای هر باشـگاه به شـمار می‌آیـد، مزیتـی که اگر نباشد ممکن اسـت احتمال برد را کم کند. در فصل گذشته احتمال اینکه تیم‌ها بتوانند بازی‌هـای خانگی‌شـان را ببرنـد ۵۰ درصد بیشتر از بازی‌های خارج از خانه بود. در سال ۲۰۱۳ کاهش حضور تماشاگران تیم مهمان در ورزشـگاه‌ها هفت باشگاه را بلافاصله وادار کرد که تسـهیلاتی برای این هواداران فراهم کنند کـه شـامل نوشـیدنی و حتی کمک هزینه خرید بلیت می‌شـد. ترک ورزشگاه از سوی لیورپولی‌ها در دقیقه ۷۷ باعث شد که این هواداران بتواننـد امتیازاتی را ازآن خود کنند. البته طبیعی اسـت کـه این هواداران برای اینکه به حق خود برسـند هنوز هم به انجام کارهای بیشتری نیاز دارند.

نحوه درآمدزایی باشگاه‌ها

حـال کـه صحبت از لیـگ برتـر جزیره، تیـم محبوب لیورپـول و قیمـت بلیت‌های سرسـام‌آور بازی‌ها بـرای هواداران اسـت، بد نیسـت نگاهـی به میزان درآمـد و نحوه درآمدزایـی پولدارترین باشـگاه‌های جهان بیندازیم. جدول پیش رو درآمد ۱۲ باشـگاه ثروتمند جهان را به تفکیک نحوه درآمدزایی در فصـل ۲۰۱۵-۲۰۱۴ بـه پونـد نشـان می‌دهد.



جدول امروز

قیمت بلیت قطار

مبدا	مقصد	واگن	قیمت (ریال)
تهران	مشهد	صبا (تندرو-اتوبوسی)	۴۰۷,۰۰۰
تهران	اهواز	۶ تخته لوکس مهتاب	۳۵۶,۵۰۰
تهران	یزد	نور	۴۱۰,۵۰۰
تهران	کاشان	لوکس ۶ نفری	۱۱۵,۰۰۰
تهران	اصفهان	۶ تخته لوکس	۲۴۵,۰۰۰
تهران	بندرعباس	لوکس ۶ نفری	۴۷۱,۰۰۰

کیوسک

رونمایی سامسونگ از گوشی جدید S7 Edge

BUSINESS INSIDER

شـرکت سامسـونگ روز یکشنبه از گوشـی جدیـد تولید خـود با نـام Galaxy S7 و همچنیـن از مـدل برتر این گوشـی Galaxy S7 Edge هـم رونمایـی کـرد. Galaxy S7 خاصیـت ضد آب دارد، یعنی می‌تواند بیش از ۳۰ دقیقه تا ۵ فوت زیر آب قرار بگیرد.

S7 Edge از یـک نمایشـگر ۵,۵ بـا دو لبـه خمیـده و دقت Quad HD بهـره می‌برد و همانند Galaxy S7 از دوربینی ۱۲ مگاپیکسلی، درگاه کارت حافظه و بدنه‌ای مقاوم در برابر نفوذ مایعات و گردوغبار برخوردار است. مهم‌ترین تفاوت Galaxy S7 Edge و Galaxy S7 آن اسـت که باتری اسـتفاده شده در S7 Edge دارای ظرفیت ۳۶۰۰ میلی‌آمپرساعت است.

سامسـونگ بـرای لـبه‌هـای خمیـده Galaxy S7 Edge هـم، چنـد ترفند جدید اضافه کرده است. سطح لبه خمیده کمی بیشتر شده و حالا می‌توان به کارهای بیشـتری مثل دسترسی مستقیم به برنامه‌ها و قابلیت‌های گوشـی، اخبـار، تماس‌ها و تقویم در آن اشاره کرد. حتی می‌توان از طریق این لبه خمیده، عکاسی سلفی هم کرد. فناوری Always-on هم برای نشـان دادن سریع هشدارها، تقویم و ساعت، بدون بیدار کردن گوشـی وجود دارد. به لطف فناوری AMOLED در نمایشگر، نیازی به روشن شدن کل نمایشگر برای نشان دادن هشـدارها، ساعت یا تقویم نیست و فقط پیکسل‌های مربوطه روشن خواهند شد.

تفاوتی بیـن Galaxy S7 و Galaxy S7 Edge از لحاظ دوربین وجود ندارد. Galaxy S7 Edge هم از حسگری ۱۲ مگاپیکسـلی با پیکسل‌های بزرگ‌تر، لرزش‌گیـر اپتیـکال تصویر و فنـاوری Dual Pixel برخوردار است.

قرار اسـت این دو گوشی از ۱۱ مارس (۲۱ اسفند) وارد بازار شوند.

درخواست اروپا از شرکت‌های IT برای ساخت اپلیکیشن ردیابی پناهجویان

theguardian

دولـت هـای اروپایـی کـه قصد کنتـرل بحـران ورود پناهنـدگان به اروپا را دارند، در صدد اسـتفاده از اپلیکیشن‌ها و کارت‌های بیومتریک و هوشمند هستند تا از طریق آنها بتوانند مهاجران را تحت کنترل داشته باشند.

دولت‌های اروپایی به اتفاق Frontex (آژانس مرزی خارجی اروپا) از شـرکت‌های فناوری خواسته‌اند راهی پیدا کنند تا بتوان کسانی را که قصد رسیدن به اروپا را دارند، قبل از آنکه وارد این قاره شوند، ردیابی و کنترل کنند.

یکی از پیشـنهادات مطرح شده آن است که از یک کارت شناسایی هوشمند برای کنترل دسترسی به غذا و محل سـکونت کسانی که وارد اروپا شده‌اند، استفاده کرد. پیشنهاد دیگر آن است که به‌گونه‌ای پناهجویان را ترغیب به دانلود اپلیکیشن‌های ردیابی روی گوشی‌های هوشمندشـان کرد. گفته می‌شـود شـرکت‌های IT می‌توانند پناهجویان را در قبال دریافت اطلاعات مربوط به آب و هوا یا امنیت راه‌های متفاوتی که برای رسیدن به اروپا طی می‌کنند، ترغیب به دانلود اپلیکیشن‌های ردیابی روی گوشی‌هایشـان کنند. جلسه صحبت در مورد کنترل سیل پناهجویان به اروپا توسط Frontex ماه گذشته در لسبوس یونان برگزار شد.

نماینـدگان دولت‌هـای اروپایی و تعـداد زیادی از شرکت‌های فناوری در این جلسه حضور داشتند.

مقامات شرکت فناوری آمریکایی Unisys، در این جلسه اعلام کردند که تکنولوژی این شرکت می‌تواند از ورود برخی پناهجویان سـوری به اروپا جلوگیری کند. این شرکت اعلام کرده است که هدفش آن خواهد بود که پناهجویان سوری را قبل از خارج شدن از کشورشان شناسایی و ردیابی کند.

اتحادیه اروپا خواهان راه‌حل سریع برای کنترل ورود پناهجویان به این قاره اسـت و در جلسات خود مطرح کرده که به دنبال فناوری‌هایی است که بتوان به‌زودی آن را اعمال کرد.