روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

سه‌شنبه ۷ اردیبهشت ۱۳۹۵

Tue. 26 Apr 2016

۱۸ رجب ۱۴۳۷ - سال دوم

شماره ۴۹۱ - ۲۰ صفحه - ۱۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

رهبر معظم انقلاب اسلامی در دیدار اعضای شورای‌عالی مرکز الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت:

تحقق تمدن اسلامی بدون الگوی پیشرفت اسلامی - ایرانی ممکن نیست

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای تولید الگوی پیشرفت اسلامی- ایرانی را لازمه تحقق «تمدن اسلامی» خواندند و گفتند: تمدن اسلامی، کشورگشایی نیست، بلکه به معنای تأثیر پذیرفتن...

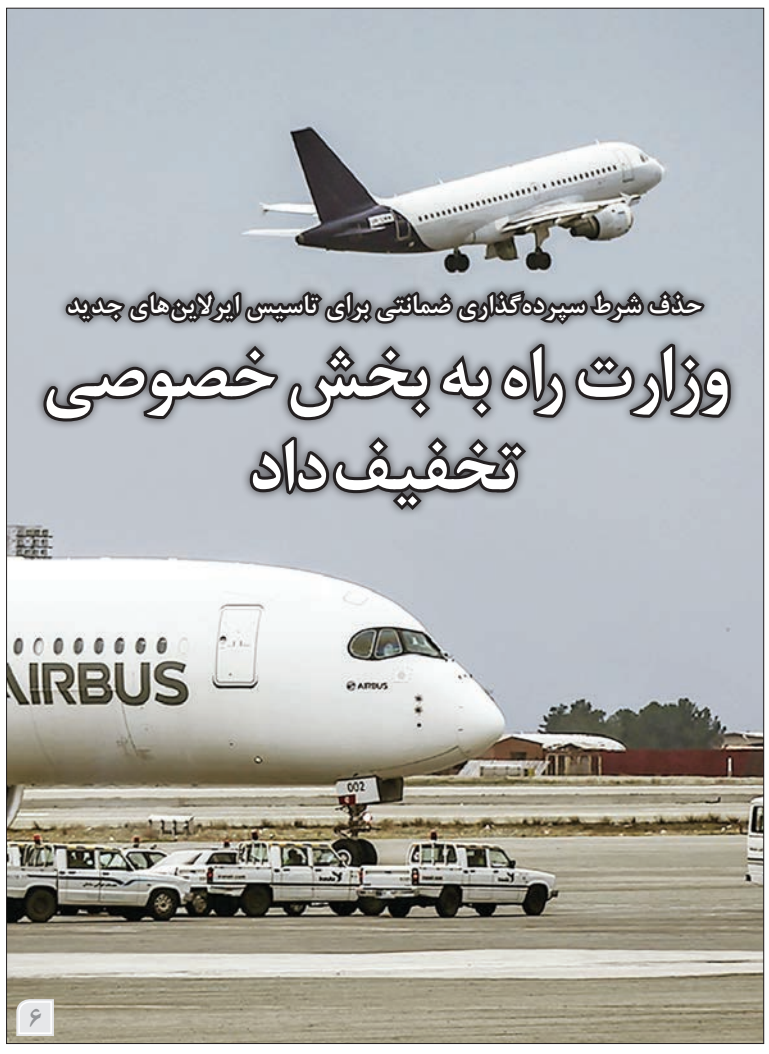
۱

«فرصت امروز» توقعات از چگونگی اجرای برجام را بررسی می کند

برجام؛ فاصله واقع‌بینی تا توقع

زمانی که جزییات برجام به تصویب مجلس رسید، وزارت امور خارجه موظف شد هر سه ماه گزارش خود را از اجرای بندهای این توافق به مجلس ارائه کند. اما در گزارشی که به تازگی به مجلس ارائه شده، مجلس عقیده دارد که برجام نتوانسته مطالبات خود را پیش ببرد و تغییرات مطلوب را در فضای اقتصادی ایجاد کند. البته مجلس تنها سویه منتقد برجام نیست. همواره بسیاری از منتقدان برجام معتقد بودند که مشکلات اقتصادی با برجام برطرف نخواهد شد و بیش از برجام باید به فکر برداشتن موانع و مشکلات داخلی بود؛ مقوله‌ای که بیشتر سویه سیاسی تا کارشناسی داشت، زیرا همین منتقدان سیاست‌های غیرکارشناسانه دولت قبل را شاهد بوده‌اند و در برابر آن سکوت کرده‌اند. به هر حال اینکه مشکلات داخلی بخش عمده مشکلات اقتصادی کشور را تشکیل می‌دهند چندان ارتباطی به مسئله برجام ندارد. آنچه مسلم است برداشتن تحریم‌ها مهم‌ترین قدم برای رفع موانع پیش روی کشور بوده است و وزارت خارجه به‌عنوان بازوی بین‌الملل کشور رسالت خود را به سرانجام رسانده است. حال اینکه متوقع باشیم یک شبه...

۱۵



حذف شرط سپرده‌گذاری ضمانتی برای تاسیس ایرلاین‌های جدید

وزارت راه به بخش خصوصی تخفیف داد

۶

مدیران

گزارش خبرنگار اعزامی «فرصت امروز» از نمایشگاه بین‌المللی پکن

جنگ برندها به سبک اژدها

چینی‌ها دیوارهای‌شان را برداشتند

عسل داداشلو | فرصت امروز

۷

سرمقاله

اقتصاد سیاسی برجام

محمدصادق جنان‌صفت
عضو شورای سردبیری

اقتصاد سیاسی برخلاف اقتصاد کلان که به مسائل تکنیکی می‌پردازد و رفتار شاخص‌هایی مثل نرخ تورم، نرخ بهره و بیکاری را بررسی می‌کند، پیامدهای هر تحولات کمی و کیفی هر کدام از این شاخص‌ها را در رفتار گروه‌های ذی‌نفع بررسی می‌کند. به‌طور مثال اقتصاد سیاسی تورم این نکته را در کانون توجه قرار می‌دهد که اگر نرخ تورم شتابان شده و از عرف خارج شود، کدام گروه اجتماعی منتفع می‌شود و کدام گروه اجتماعی آسیب می‌بینند. اقتصاد سیاسی همچنین این مساله را در کانون بررسی‌ها قرار...

۱

چه کسانی از رتبه‌بندی سازندگان نفتی متضرر می‌شوند؟

نفوذ دلالان به صنعت نفت

۲

گزارشی درباره ارزان‌ترین شهرهای جهان

کراچی نخستین و تهران دهمین شهر ارزان دنیا

اکونومیست در گزارشی به بررسی ارزان‌ترین شهرهای جهان پرداخته است. به گزارش خبر آنلاین افزایش هزینه تأمین مایحتاج زندگی، زمین، محصولات غذایی، امکانات لوکس و رکود اقتصادی حاکم بر جهان، هرساله تعداد بیشتری از مردم سراسر دنیا را به فکر زندگی در شهری ارزان‌تر یا حداقل با هزینه‌های مقرون‌به‌صرفه‌تر می‌اندازد. تفسیر واژه ارزان برای مردم هر منطقه از دنیا متفاوت است و با توجه به استانداردهای زندگی، مردم هرکجای دنیا درک متفاوتی از کلمه ارزان دارند. جای تردید نیست که گسترش ارتباطات و جهانی شدن، موجب افزایش استانداردهای زندگی در سراسر دنیا شده است. اما باید در نظر داشت هنوز ممکن است هزینه‌ها در بعضی از شهرها یا کشورها بسیار ارزان‌تر از هزینه‌های گذران زندگی در کشورهای پیشرفته باشد اما کسب درآمد و گذران زندگی در آنها سخت‌تر از کشورهای متمدن باشد. در این رده‌بندی ارزان‌ترین شهرهای دنیا با در نظر گرفتن بزرگی (امکانات کافی) آنها رتبه‌بندی شده است. شاخص‌های اقتصادی در نظر گرفته‌شده برای تخمین و مقایسه هزینه‌های زندگی در شهرها عبارتند از: سبد خرید (شاخص قیمت مصرف‌کننده، شاخص اجاره، شاخص موادغذایی و شاخص قدرت خرید محلی.)

از میان شهرهای بزرگ دنیا که توسط نشریه اکونومیست و با شاخص‌های ذکرشده بررسی شده‌اند، ۱۰ شهر زیر ارزان‌ترین شهرهای جهان به شمار می‌روند.

۱۰- تهران، ایران

اگرچه هزینه اقامت یا خرید خانه در تهران نسبت به بسیاری از شهرهای جهان بالاتر است، اما هزینه‌های آموزش، خدمات پزشکی، تأمین موادغذایی و ارتباطات در آن نسبت به بسیاری از شهرهای دنیا کمتر است. در مجموع هزینه‌های زندگی در تهران نسبت به بسیاری از شهرهای جهان، در محدوده قابل قبولی قرار می‌گیرد. تهران یکی از شهرهای جهان است که زندگی در آن، نیاز مبرمی به استفاده از اتومبیل شخصی دارد، اگرچه با حمایت‌های دولت هزینه استفاده از سیستم حمل‌ونقل عمومی بسیار ارزان است.

۹- جده، عربستان سعودی

هزینه اقامت یا خرید خانه در جده از بسیاری از شهرهای مهم جهان پایین‌تر است. در این شهر هزینه‌های آموزش، درمان، حمل‌ونقل، ارتباطات و تأمین موادغذایی به‌طور چشمگیری پایین‌تر از بسیاری از مناطق دنیا است. هزینه سوخت در عربستان سعودی به‌طور قابل‌ملاحظه‌ای پایین‌تر از سایر نقاط دنیاست و در مجموع اقامت در جده هزینه‌های زندگی پایینی به همراه دارد.

۸- پاناماسیتی، پاناما

هزینه‌های پایین زندگی در این شهر نیز مانند تهران، بیشتر به هزینه‌های پایین درمان، آموزش، حمل‌ونقل و تأمین موادغذایی برمی‌گردد. هزینه اقامت یا خرید خانه در این شهر ارزان نیست اما از بسیاری از نقاط مشهور دنیا پایین‌تر است.

۷- کلمبو، سریلانکا

اگر مجموعه‌ای از هزینه‌های زندگی در این شهر را در نظر بگیریم، کلمبو شهر ارزانی تلقی می‌شود. هزینه اقامت یا خرید خانه در این شهر بسیار پایین است. همچنین هزینه‌های آموزش، ارتباطات، پوشاک و موادغذایی در این شهر خیلی کم است. اما سلامت و درمان در این شهر، نسبت به سایر کشورهای آسیایی هزینه بسیار بیشتری دارد. قیمت سوخت در سریلانکا بسیار بالاست و حمل‌ونقل نیز یکی دیگر از هزینه‌های اصلی زندگی در این شهر را به شهروندان تحمیل می‌کند.

۶- بخارست، رومانی

بخارست در مجموع یکی از پایین‌ترین هزینه‌های زندگی را دارد. از لحاظ بین‌المللی و به‌ویژه با در نظر گرفتن استانداردهای اروپایی، هزینه درمان، آموزش، ارتباطات، موادغذایی و حتی تفریح و سرگرمی در بخارست بسیار پایین‌تر از سایر شهرهای مهم اروپایی است. با توجه به سیستم حمل‌ونقل توسعه‌یافته، مردم این شهر برای جابه‌جایی هم هزینه پایینی پرداخت می‌کنند.

۵- الجزیره، الجزایر

الجزیره بالاترین هزینه زندگی در میان شهرهای شمال آفریقا را داراست اما اگر سایر استانداردها را در نظر بگیریم و با هزینه‌های زندگی در سایر شهرهای مطرح جهان مقایسه‌اش کنیم، الجزیره یکی از مناسب‌ترین شهرها برای زندگی در شمال آفریقا است. هزینه تأمین مسکن در الجزیره نسبت به سایر شهرهای مهم جهان تا حدودی به‌صرفه است، اما این هزینه‌های بسیار پایین درمان، آموزش، موادغذایی، حمل‌ونقل و حتی ارتباطات است که الجزیره را در جایگاه پنجم ارزان‌ترین شهرهای جهان قرار داده است.

۴- کاتماندو، نپال

کاتماندو یکی از به‌صرفه‌ترین شهرهای اقتصادی آسیا برای اقامت است که هزینه گذران زندگی در آن بسیار پایین است. اگر از مردم سایر نقاط نپال وضعیت قیمت‌ها را در این شهر بپرسید، آنها به شما خواهند گفت که کاتماندو شهر بسیار گرانی است، اما اگر هزینه‌های این شهر را با سایر شهرهای مهم جهان مقایسه کنید از ارزانی در این شهر شگفت‌زده خواهید شد. هزینه تأمین مسکن، خرید موادغذایی، آموزش، بهداشت و درمان، ارتباطات و حمل‌ونقل در این شهر بسیار پایین است، اما ممکن است برای خرید اجناسی چون سیگار یا تنباکو با قیمت بالایی مواجه شوید.

۳- دهلی‌نو، هند

جالب است بدانید دهلی‌نو یکی از گران‌ترین شهرهای هند، اما یکی از ارزان‌ترین شهرهای دنیا نیز محسوب می‌شود. هزینه تأمین مسکن در دهلی‌نو به نسبت مقرون به‌صرفه است و سایر هزینه‌ها همچون خرید لباس، موادغذایی، حمل‌ونقل، آموزش و بهداشت و درمان در این شهر فوق‌العاده ارزان‌تر از سایر نقاط دنیاست. بااین‌حال برای خرید کالاهایی چون تنباکو و سیگار به دلیل مالیات‌های سنگین دولت باید هزینه بالایی پرداخت کنید.

۲- بمبئی، هند

هزینه تأمین مسکن در بمبئی بالاست اما در حومه شهر قیمت‌های ارزان‌تری پیدا می‌کنید. سایر هزینه‌ها مانند هزینه‌های آموزش، بهداشت و درمان، تأمین موادغذایی و لباس، ارتباطات و حمل‌ونقل در این شهر بسیار پایین است. هزینه خرید لوازم مراقبت‌های شخصی همچون مواد آرایشی و بهداشتی نسبت به سایر کالاها در این شهر کمی بالاتر است.

۱- کراچی، پاکستان

کراچی در رده‌بندی سال ۲۰۱۵ نشریه اکونومیست نیز رتبه ارزان‌ترین شهر دنیا را برای خود حفظ کرد. این شهر که یکی از پرهزینه‌ترین شهرهای پاکستان است، با توجه به معیارهای بین‌المللی شهر به‌شدت ارزانی به شمار می‌رود. به‌جز هزینه تأمین مسکن در این شهر که در رده متوسط قرار می‌گیرد، سایر هزینه‌های زندگی در این شهر همچون آموزش، بهداشت و درمان، حمل‌ونقل، ارتباطات، خرید لباس و موادغذایی و حتی رزرو هتل و رستوران و سرگرمی‌های آن به‌طور حیرت‌انگیزی پایین است.

سرمقاله

اقتصاد سیاسی برجام

اقتصاد سیاسی برخلاف اقتصاد کلان که به مسائل تکنیکی می‌پردازد و رفتار شاخص‌هایی مثل نرخ تورم، نرخ بهره و بیکاری را بررسی می‌کند، پیامدهای تحولات کمی و کیفی هر کدام از این شاخص‌ها را در رفتار گروه‌های ذی‌نفع بررسی می‌کند. به‌طور مثال اقتصاد سیاسی تورم این نکته را در کانون توجه قرار می‌دهد که اگر نرخ تورم شتابان شده و از عرف خارج شود، کدام گروه اجتماعی منتفع می‌شود و کدام گروه اجتماعی آسیب می‌بینند. اقتصاد سیاسی همچنین این مساله را در کانون بررسی‌ها قرار می‌دهد که اگر تجارت خارجی آزاد شود چه بر سر کارگران می‌آید و کدام گروه بهره‌برداری می‌کند. اقتصاد سیاسی ایران در سال ۱۳۹۴ یک تجربه بزرگ را در خود ضمیمه کرده که آثار و پیامدهای آن هنوز زیر ذره‌بین قرار نگرفته است. این تجربه بزرگ مصالحه با غرب در قالب گروه کشورهای ۵+۱ بود که به برجام مشهور شده است. برجام یعنی برنامه جامع اقدام مشترک میان ایران و گروه کشورهای ۵+۱، این اثر را دارد که ذی‌نفعان تحریم را دگرگون کرده و ذی‌نفعان تازه‌ای پس از تحریم پدیدار شده‌اند. ذی‌نفعان پیش از تحریم ممکن است آسیب‌های جدی دیده‌اند و گروه برندگان برجام نیز فایده‌هایی به دست آورده‌اند و تقابل آنها ممکن است شرایط را دشوار کند. بازیگران و تصمیم‌سازان در پارادایم تحریم کسانی بودند که اکنون مسئولیت تصمیم‌سازی در نهادهای اداره‌کننده جامعه را ندارند، اما در مراکز دیگر فعال شده‌اند. نوع تعامل با دنیا و نقش هر کدام از عناصر و نیروهای سیاسی و گروه‌های اقتصادی مثل بازرگانان و صنعتگران فعال در بخش خصوصی و مدیران دولت و شرکت‌های خصولتی نیز یک مساله در بطن اقتصاد سیاسی ایران است که تلاطم دارد و باید تا جایی که می‌شود آن را به سوی آرامش هدایت کرد. در صورتی که توافق سیاسی در داخل ایران پدیدار نشود اقتصاد کلان نیز روی آرامش را نمی‌بیند و متغیرهای اقتصادی مثل تورم، نرخ بهره، نرخ ارز، بیکاری، تراز تجاری و تراز سرمایه دستخوش هیجان و بازارهای مرتبط با آنها نیز از توازن خارج می‌شوند. اقتصاد سیاسی پس از برجام باید در کلان‌ترین سطح سیاست در ایران مدیریت شود.

رهبر معظم انقلاب اسلامی در دیدار اعضای شورای‌عالی مرکز الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت:

تحقق تمدن اسلامی بدون الگوی پیشرفت اسلامی - ایرانی ممکن نیست

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای تولید الگوی پیشرفت اسلامی- ایرانی را لازمه تحقق «تمدن اسلامی» خواندند و گفتند: تمدن اسلامی، کشورگشایی نیست، بلکه به معنای تأثیر پذیرفتن فکری ملت‌ها از اسلام است.

به گزارش ایرنا از پایگاه اطلاع‌رسانی دفتر مقام معظم رهبری، حضرت آیت‌الله خامنه‌ای رهبر معظم انقلاب اسلامی پیش از ظهر دوشنبه در دیدار اعضای شورای‌عالی مرکز الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت، هدف انقلاب اسلامی را «تحقق تمدن اسلامی» خواندند و با اشاره به مبانی غلط و ناکارآمدی الگوهای توسعه جهانی و ضرورت ارائه الگوی جدید اسلامی- ایرانی، «کار جهادی و انقلابی»، «استفاده از ظرفیت غنی و قوی منابع اسلامی و حوزه‌های علمیه»، «برخورداری از قوت علمی» و «گفتمان‌سازی» را از الزامات تولید و تدوین «الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت» برشمردند.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای در تبیین مراحل پنجگانه تحقق اهداف انقلاب اسلامی و نسبت آن با الگوی پیشرفت، گفتند: مرحله اول در این فرآیند، شکل‌گیری انقلاب اسلامی است و پس از آن باید بلافاصله نظام اسلامی تشکیل شود که هنر بزرگ امام خمینی (ره) نیز ایجاد نظام اسلامی بود.

رهبر معظم انقلاب، مرحله سوم را که اکنون در آن قرار داریم، «تشکیل دولت اسلامی» یعنی تشکیل دولتی براساس الگوها و معیارهای کاملاً اسلامی خواندند و افزودند: تا وقتی این مرحله به‌طور کامل محقق نشده است، نوبت به «تشکیل جامعه اسلامی» نمی‌رسد و در این صورت، موضوع سبک زندگی اسلامی نیز صرفاً در سطح گفتمان‌سازی در جامعه باقی خواهد ماند.

ایشان، گام نهایی در مراحل پنجگانه اهداف انقلاب اسلامی را تحقق «تمدن اسلامی» دانستند و خاطرنشان کردند: تمدن اسلامی، کشورگشایی نیست، بلکه به معنای تأثیر پذیرفتن فکری ملت‌ها از اسلام است.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای تولید الگوی پیشرفت اسلامی- ایرانی را لازمه تحقق «تمدن اسلامی» خواندند و در پاسخ به این سوال که «چرا الگوهای موجود و آزموده‌شده در دنیا نمی‌توانند الگوی مطلوبی برای ما باشند؟ »، گفتند: الگوهای رایج توسعه، از لحاظ مبانی، غلط و بر پایه اومانیسم و اصول غیرالهی هستند و از لحاظ آثار و نتایج نیز نتوانسته‌اند وعده‌هایی را که در خصوص ارزش‌هایی نظیر آزادی و عدالت داده بودند، محقق کنند.

رهبر معظم انقلاب، وضعیت نامناسب برخی کشورهای دنبال‌کننده این الگوها در شاخص‌هایی نظیر بدهی‌های کلان مالی دولت‌ها، بیکاری، فقر و اختلاف طبقاتی شدید را نشانه‌هایی از ناکارآمدی الگوهای رایج خواندند و افزودند: این جوامع اگرچه پیشرفت‌هایی نیز داشته‌اند اما پیشرفت‌ها تا اعماق آن جوامع نفوذ نکرده و به «اخلاق، عدالت، معنویت و امنیت» منتهی نشده است، بنابراین ما باید الگوی پیشرفت بومی خود را متکی بر مبانی اسلامی و فرهنگ ایرانی، تعریف و ارائه کنیم.

ایشان، «اسلامی بودن» الگوی پیشرفت را اساس کار خواندند و تأکید کردند: لازمه تحقق این موضوع، تحقیقات عمیق اسلامی و ارتباط وثیق و پیوسته با حوزه‌های علمیه و فضلای متفکر، آگاه و مسلط بر مبانی فلسفی، کلامی و فقهی است.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، توجه به وَجه ایرانی در عنوان الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت را نیز مهم ارزیابی کردند و افزودند: ایران، زمینه تحقق این الگوست و اگر به فرهنگ، تاریخ، جغرافیا، اقلیم، آداب و سنن و سرمایه‌های انسانی و طبیعی کشور توجه نشود، الگوی پیشرفت، سندی غیرقابل تحقق و بدون استفاده خواهد شد.

رهبر معظم انقلاب پس از بیان اهمیت و ضرورت الگوی پیشرفت اسلامی- ایرانی به بیان الزامات تولید آن پرداختند.

ایشان، «تنظیم و تدوین علمی»، «ایجاد زمینه برای بحث و تضارب آرا درباره الگو»، «مشخص شدن مرزبندی‌ها و تمایزات الگو با نسخه‌های فراوان و مکاتب موجود در دنیا»، «توجه توأمان به آرمان‌ها و واقعیات»، «کاربردی بودن» و «برخورداری از قوت و مقاومت علمی در برابر نظرات معارض و مخالف» را از جمله الزامات تدوین الگوی پیشرفت اسلامی- ایرانی خواندند.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای در ادامه چند توصیه نیز خطاب به اعضای شورای‌عالی مرکز الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت بیان کردند.

«عجله نکردن در تهیه و تدوین الگو»، «آسیب‌شناسی عملکرد پنج‌ساله مرکز»، «نقد جدی و قوی الگوهای رایج توسعه جهانی»، «کار جدی، جهادی و انقلابی و استفاده از محققان جوان، خوش‌فکر، مؤمن و انقلابی»، «ارتباط با دستگاه‌ها و بدنه مدیریتی کشور» و «گفتمان‌سازی» توصیه‌های رهبر معظم انقلاب اسلامی به اعضای شورای‌عالی مرکز الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت بود.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای با تأکید بر اهمیت «گفتمان‌سازی»، افزودند: باید با استفاده از دستگاه‌ها و امکانات، به نحوی گفتمان‌سازی شود که الگوی پیشرفت اسلامی- ایرانی، به گفتمانی حاکم بر ذهن‌ها و دل‌های جوانان یعنی نسل آینده مدیران کشور تبدیل شود.

ایشان همچنین شرط لازم برای موفقیت در هر اقدامی را «ایمان و اعتقاد راسخ» خواندند و از فعالیت‌های رئیس و اعضای شورای‌عالی مرکز الگوی اسلامی - ایرانی پیشرفت تشکر کردند.

پیش از سخنان رهبر معظم انقلاب اسلامی، دکتر واعظ‌زاده رئیس شورای‌عالی مرکز الگوی اسلامی- ایرانی پیشرفت، گزارشی از فعالیت‌ها و برنامه‌های مرکز و مراحل تهیه و تدوین الگوی پایه پیشرفت اسلامی- ایرانی بیان کرد.

به تعدادی نیروی مجرب با روابط عمومی بالا (ترجیحاً خانم) جهت فعالیت در بخش امور مشترکین شرکت مطبوعاتی نیازمندیم.

تلفن های تماس: ۸۸۸۵۳۹۱۹ - ۸۸۹۳۷۴۲۸ - ۸۸۸۹۴۳۴۲

نفت

نماینده اندونزی در هیأت عامل اوپک:

محدودیت تولید دیگر ضرورتی ندارد

نماینده اندونزی در هیأت عامل اوپک اعلام کرد که با توجه به رسیدن قیمت نفت به سطح ۴۵ دلار، دیگر محدودیت عرضه از سوی تولیدکنندگان ضرورتی ندارد.

به گزارش شانا از خبرگزاری رویترز از ابوظبی، ویدهیاوان پراویراتمادجا، نماینده اندونزی در هیأت عامل اوپک، دیروز (دوشنبه، ۶ اردیبهشت) اعلام کرد قیمت نفت ۴۵ دلار برای هر بشکه «بد نیست» و اگر این قیمت ادامه یابد، دیگر توافق برای محدودیت تولید ضرورتی ندارد.

وی همچنین اعلام کرد که ممکن است قیمت نفت ۵۰ تا ۶۰ دلار مطلوب‌تر باشد، اما باز هم به نسبت، ارزان است. اندونزی برای ادامه تولید نفت، به نفت بالای ۵۰ دلار برای هر بشکه نیاز دارد.

نماینده اندونزی در هیأت عامل اوپک گفت: وضع مطلوبتر این خواهد بود که اوپک بتواند در عمل با تولیدکنندگان غیرعضو اوپک به توافق دست یابد و همزمان به رشد اقتصاد جهانی نیز کمک کند.

نماینده اندونزی در هیأت عامل اوپک همچنین اعلام کرد که این کشور هنوز با ایران برای واردات ال پی جی توافقی امضا نکرده است زیرا برخی موانع همچون شیوه پرداخت بهای ال پی جی به ایران وجود دارد.

وی همچنین از اعلام رقم مطلوب برای واردات ال ان جی از ایران خودداری کرد اما گفت: ما آماده‌ایم هر چقدر که آنها می‌فروشند خریداری کنیم، مشروط بر اینکه شرایط پیشنهادی آنها از دیگر منابع بهتر باشد.

هلدینگ

نیاز ۵۰میلیارد یورویی هلدینگ خلیج فارس

عادل نژادسلیم، مدیر عامل شرکت صنایع پتروشیمی خلیج فارس گفت: پروژه‌های جدید این هلدینگ به ۵۰ میلیارد یورو سرمایه نیاز دارد.

او در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به اینکه در حال حاضر این هلدینگ ۶میلیارد یورو پروژه در حال انجام دارد، عنوان کرد: پروژه‌های جدید هلدینگ خلیج‌فارس که قرار است با همکاری و مشارکت شرکت‌های خارجی انجام شود به ۵۰ میلیارد یورو سرمایه نیاز دارد که آن را علاوه بر منابع خارجی با فروش سهام به دست می‌آوریم. نژادسلیم با تاکید بر اینکه پس از برجام تقریبا تمام شرکت‌های خارجی برای مذاکره و انجام فاینانس اعلام آمادگی کرده‌اند، تصریح کرد: ما به‌زودی خبر همکاری یکی از این شرکت‌های خارجی را برای پروژه بزرگی اعلام می‌کنیم.

مدیر عامل هلدینگ خلیج فارس ادامه داد: ایران مزایایی برای سرمایه‌گذاری در صنعت پتروشیمی دارد که باعث می‌شود با رفع مسائل تحریم، بهترین جا برای سرمایه‌گذاری باشد.

وی با اشاره به اجرای یک استراتژی پنج‌ساله از سال ۱۳۹۳ برای استفاده بیشتر از ظرفیت تولید خاطرنشان کرد: ما تاکنون استفاده از ظرفیت تولید خود را به ۷۷ درصد افزایش داده‌ایم که این میزان امسال به ۸۵ درصد خواهد رسید.

مدیر عامل هلدینگ خلیج فارس با اشاره به اینکه خوراک شرکت‌های تابعه این هلدینگ بیشتر NGL است که به دلیل تحریم‌ها و کاهش تولید نفت خوراک آنها نیز کمتر شده است، درباره بزرگ‌ترین مشکل صنعت پتروشیمی کشور اظهار کرد: مشکل ما این است که باید مدیریت توسعه داشته باشیم و برای ارتباط جهانی موانع پیش‌رو را برداریم.

سوخت

خبر «افزایش قاچاق سوخت» تکذیب شد

قاسم خورشیدی، مدیر کل دفتر مبارزه با قاچاق سوخت ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز گفت: «اینکه گفته می‌شود قاچاق سوخت افزایش یافته درست نیست.»

او در گفت‌وگو با ایسنا توضیح داد: «در سال گذشته مصرف روزانه سوخت حدود ۱۹۶,۵میلیون لیتر بود و این در حالی است که این میزان در سال ۱۳۹۲ حدود ۲۴۷ میلیون لیترگزارش شده و اینکه گفته می‌شود قاچاق افزایش یافته، درست نیست.»

خورشیدی با بیان اینکه انحراف از شبکه نیروگاهی و قاچاق در این بخش به حداقل خود رسیده است، گفت: زمانی که کامیون‌ها وارد نیروگاه‌ها می‌شوند با دوربین‌های پلاک‌خوان چک می‌شوند و از طرفی با کاهش دخالت عوامل انسانی میزان تخلفات نیز بسیار کاهش یافته است. مدیرکل دفتر مبارزه با قاچاق سوخت ستاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز ادامه داد: در حال حاضر کامیون‌ها از مبدأ انبارهای پخش بارگیری شده و در کریدور مشخص شده موظف به حرکت هستند و نباید انحرافی از مسیر مشخص شده داشته باشند. وی در عین حال بیان کرد: امروز به عدد هر کامیون، یک حساب جداگانه در سامانه هوشمند سوخت ایجاد کرده‌ایم و برنامه‌ریزان به راحتی می‌توانند در مورد هر کامیون تصمیم خاصی بگیرند و نتیجه استفاده از این قابلیت باعث شده که روزانه بیش از ۹ میلیون لیتر کاهش مصرف در بخش حمل‌ونقل دیزلی داشته باشیم که در گذشته این‌طور نبود.

چه کسانی از رتبه‌بندی سازندگان نفتی متضرر می‌شوند؟

نفوذ دلالان به صنعت نفت

الهه ابراهیمی
ebrahimi1941@gmail.com

شرکت‌های تولیدکننده تجهیزات نفتی هنوز رتبه‌بندی حرفه‌ای و مستقل نشده‌اند و این موضوع به ضرر صنعتگران دانش بنیان شده است. در این میان با وجود تلاش وزارت نفت برای محقق شدن این موضوع در وندورلیست جامع برخی افراد مانع از اجرای رتبه‌بندی سازندگان می‌شوند؛ افرادی که در بدنه سازندگان و حتی کارفرمایی حضور دارند.

دانش بنیان بودن، سطح توان فناوری، صادراتی بودن، میزان ارز آوری، نوآوری و سطح خوداتکایی از شاخص‌های اصلی رتبه‌بندی سازندگان تجهیزات نفتی می‌توانند باشند. اگرچه این شاخص‌ها ملاکی برای وزارت نفت است تا در وندورلیست جامع خود از آنها بهره ببرند اما تاکنون با وجود تلاش‌های صورت گرفته از سوی انجمن سازندگان تجهیزات نفتی و اتاق بازرگانی گام عملی در رتبه‌بندی سازندگان برداشته نشده است.

رضا پدیدار، مدیرعامل گروه آیسسکو و رئیس سابق انجمن سازندگان تجهیزات نفت (استصنا) با بیان اینکه در ایران رتبه‌بندی حرفه‌ای و مستقل انجام نشده است، به «فرصت امروز» می‌گوید: «تاکنون رتبه‌بندی تولیدکنندگان صنعت نفت توسط استصنا، اتاق بازرگانی و وزارت نفت براساس معیارهای مختلف انجام شده است اما هرگز رتبه‌بندی‌های صورت گرفته تجمیع نشده و مورد انطباق نیز قرار نگرفته‌اند. البته رتبه‌بندی اتاق بازرگانی براساس کالا و خدمات برای کارفرمایان وزارت نفت مقبول واقع شده است اما ارزیابی تولیدکنندگان براساس نیاز مصرف‌کننده و خریدار تعیین می‌شود که هم‌اکنون این رویه در شرکت‌های پتروشیمی در حال انجام است.»

وی با بیان اینکه ناتوانی در رتبه‌بندی سازندگان آسیب جدی به صنعتگران وارد کرده است، می‌افزاید: «اگر سازنده‌ای بخواهد وامی دریافت کند باید طرح‌های توجیهی تهیه کند. این کار در انجمن‌هایی از قبیل انجمن شرکت‌های مهندسی مشاور سرمایه‌گذاری و نظارت بر طرح‌ها انجام می‌شود. در این انجمن طرح‌های توجیهی براساس خواست مشتری تهیه و تطبیق داده می‌شود، در حالی که اگر نظام رتبه‌بندی شرکت‌ها به‌صورت حرفه‌ای وجود داشت باید براساس این نظام تهیه می‌شد.»

پدیدار معتقد است ایران در رتبه‌بندی بسیار فقیر است. از این رو شاهد هستیم که موضوع دلالی که در حقیقت کار فراقانونی است بیشتر از مسائل قانونی مورد توجه قرار می‌گیرد و به واسطه این دلالی است که رتبه‌بندی شرکت‌ها تهیه و تایید می‌شود.

بدون شک عدم رتبه‌بندی شرکت‌های تولیدکننده تجهیزات صنعت نفت به نفع سازندگان و حتی بدنه کارفرمایی صنعت نفت نیست، اگرچه در این میان برخی کارفرمایان از نبود رتبه‌بندی سود ناچیزی عایدشان می‌شود اما در کل رتبه‌بندی تجهیزات به کاهش هزینه‌های قرارداد و خرید کالا کمک شایانی خواهدکرد.

احمد شیروانی، عضو کمیسیون راهبردی انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران با تایید این مطلب به «فرصت امروز» می‌گوید: «تولیدکنندگان تجهیزات صنعت نفت رتبه‌بندی نشده‌اند اگرچه این موضوع در بدنه کارفرمایی اعمال شده است. متاسفانه به دلیل بی‌توجهی به موضوع رتبه‌بندی براساس شاخص‌های علمی و فنی از جمله دانش بنیان بودن موجب شده تا شرکت‌هایی که تولیدکننده حقیقی نیستند و بیشتر نمایش تولید دارند، در رأس قرار گیرند. در این میان فعالیت دلالان بیش از گذشته نمود خواهد کرد. متاسفانه این فضا موجب شده تا هم‌اکنون تولیدات با کیفیت پایین در پروژه‌های نفتی مورد استفاده قرار گیرند.»

وی با بیان اینکه خروجی رتبه‌بندی سازندگان تجهیزات نفت در ارائه تسهیلات از جمله تسهیلات بانکی موثر خواهد بود، می‌افزاید: «این رتبه‌بندی موجب می‌شود براساس کیفیت، کالا به بدنه کارفرمایی نفت تزریق شود و موسسات اعتباری نه تنها براساس سپرده، بلکه براساس اعتبار سازندگان وام بدهند. از سویی موجب خواهد شد تا بدنه کارفرمایی بداند چند شرکت تولیدکننده کالایی با کیفیت بالا هستند، این مسئله روند اداری برگزاری مناقصات را نیز تسهیل خواهد کرد.»

در این باره محمود تبریزی، مدیر عامل شرکت سیلندرسازی تهران با بیان اینکه دلالان در صنعت تجهیزات نفت حتی اگر رتبه‌بندی شرکت‌ها انجام شود، همچنان فعالیت خود را ادامه خواهند داد، می‌گوید: «متاسفانه آنچه برای رتبه‌بندی سازندگان ملاک عمل است میزان فروش و گردش مالی آنها است، در حالی که دانش بنیان بودن و دستیابی به سطح توان فناوری است که بایدملاک باشد. متاسفانه بسیاری از شرکت‌هایی که موردتوجه بدنه کارفرمایی هستند نیاز داخل را از خارج از کشور تامین می‌کنند و با اقداماتی از قبیل مونتاژ و نام‌گذاری به نام شرکت‌شان محصولاتی را به بازار تزریق می‌کنند که قابلیت دفاع ندارند و کیفیت محصولات داخلی را زیر سوال می‌برد.»

وی نبود رتبه‌بندی در بدنه سازندگان تجهیزات نفتی را عاملی برای حضور برخی افراد سودجو به نام دلال می‌داند و می‌افزاید: «دلالان می‌توانند با رابطی که با بدنه کارفرمایی دارند سود کلانی را عاید خود کنند. فعالیت این افراد موجب شده تا بدنه کارفرمایی تولیدات خارجی را در اولویت قرار دهند و برای از رده خارج‌کردن تولیدات داخلی بهانه کمبود زمان و توانایی در تولید بالا را مطرح کنند. از مدت‌ها قبل از بدنه وزارت نفت خواسته‌ایم نیاز خود را در این صنعت اعلام کرده تا سازندگان براساس توانایی واقعی محصول مورد نیاز را تولید کنند.»

بین‌الملل

آغاز فروش گسترده نفت در بازار قیمت این محصول را پس از سه هفته کاهش داد

ترجمه: معراج آگاهی
منبع: رویترز

پس از سه هفته روند صعودی قیمت نفت خام در بازارهای جهانی، فعالان بازار به منظور کسب سود بیشتر محموله‌های خود را به فروش رسانده و از این طریق زمینه را برای کاهش ۱ درصدی قیمت‌ها در بازار فراهم کردند.

در این راستا شاخص بین‌المللی برنت که در ابتدای ماه جاری میلادی روند رو به رشدی به خود گرفته بود، با کاهشی ۵۰ سنتی مواجه شده و به قیمت ۴۴ دلار و ۶۱ سنت در هر بشکه معامله شد که موضوع به معنای کاهش ۱/۱ درصدی بهای این شاخص نفتی در بازارهای جهانی است. در این چارچوب شاخص آمریکایی وست تگزاس اینترمدیت نیز از روند نزولی اخیر بازار بی‌نصیب نمانده و با افت ارزش ۱/۴ درصدی، به قیمت ۴۳ دلار و ۱۱ سنت در هر بشکه معامله شد.

بازگشت روند نزولی قیمت‌ها به بازار در شرایطی صورت می‌پذیرد که به باور کارشناسان عرضه گسترده نفت به بازار در پی سه هفته افزایش قیمت از سوی معامله‌گران دلیل اصلی کاهش بهای نفت خام در جهان محسوب می‌شود. در همین رابطه «وریندرا چاوهان» از موسسه مشاوره‌ای «Energy Aspects» در سنگاپور می‌گوید: «حدس من این است که پس از سه هفته افزایش قیمت، معامله‌گران به منظور کسب سود بیشتر محموله‌های نفتی خود را به فروش رسانده و این افزایش عرضه سبب بازگشت مجدد روند نزولی به بازار شده است.»

براساس اطلاعات منتشر شده از وضعیت بازار، پیش‌بینی‌ها نسبت به افزایش ارزش وست تگزاس اینترمدیت افزایش یافته و کمتر کسی انتظار دارد قیمت نفت مجددا به پایین‌ترین سطح خود در ماه‌های اخیر بازگردد.

با وجود آنکه کارشناسان افزایش عرضه نفت را دلیل اصلی بازگشت روند نزولی به بازار می‌دانند، برخی تحلیلگران و فعالان حوزه انرژی معتقدند افزایش ارزش دلار آمریکا نیز از جمله دیگر دلایل تاثیرگذار بر قیمت نفت است. به عقیده کارشناسان، افزایش ارزش دلار که نفت با استفاده از آن معامله می‌شود موجب افزایش هزینه‌های واردات نفت برای کشورهایی که از دیگر واحدهای پولی استفاده می‌کنند شده و این موضوع در نهایت منجر به کاهش تقاضا در بازار و افزایش حجم نفت مازاد می‌شود.

بانک «مورگان استنلی» در ارتباط با وضعیت بازار نفت طی یادداشتی اعلام کرد: «وضعیت کلی بازار همچنان بدون تغییر بوده و در صورت افزایش قیمت نفت در آینده انتظار می‌رود بی‌ثباتی بیشتری بر بازار حاکم شود.» کارشناسان و تحلیلگران این بانک معتقدند افزایش اخیر در قیمت نفت خام به دلیل عدم فعالیت شرکت‌های انرژی آمریکایی در بازار و کاهش تولید نفت شِیل در این کشور بوده و کشورهای عضو اوپک که انتظار می‌رود پس از نشست بی‌نتیجه دوحه به حجم تولید آنان افزوده شود، در افزایش اخیر قیمت نفت خام در بازار نقشی نداشته‌اند.

لازم به ذکر است کاهش بهای نفت خام طی روز دوشنبه گذشته در شرایطی صورت می‌گیرد که تعداد چاه‌های نفت فعال در آمریکا برای پنجمین هفته متوالی کاهش یافته و به ۳۴۳ حلقه رسیده است. این در حالی است که تعداد چاه‌های نفت فعال شرکت‌های انرژی آمریکایی در مدت مشابه سال گذشته میلادی رقمی معادل ۷۰۰ حلقه برآورد شده است.

بازار نفت

بلومبرگ: آیا ایران در سیاست نفتی زرنگ‌تر از عربستان سعودی است؟

پایگاه خبری بلومبرگ (Bloomberg) آمریکا در تحلیلی به قلم «جولین لی» نوشت: ایران ممکن است هنوز هم در سیاست نفتی زرنگ‌تر از عربستان سعودی باشد.

به گزارش ایرنا، پایگاه خبری یاد شده نوشت: وقتی تولیدکنندگان نفت و در رأس آنها ونزوئلا و روسیه در ماه فوریه ۲۰۱۶ (بهمن-اسفند) شروع به گفت‌وگو در مورد طرح فریز تولید کردند، ایران به روشنی اعلام کرد تا وقتی که تولید خود را به سطح پیش از تحریم نرساند، در فریز تولید شرکت نخواهد کرد.

ایران تولید هدف خود را بین ۴ و ۴,۲ میلیون بشکه در روز تعیین کرد، در حالی که اگر به آمار رسمی تولید این کشور در چارچوب اوپک نگاه کنیم، این کشور قبل از تشدید تحریم‌ها در سال ۲۰۱۲ بین ۳میلیون و ۷۰۰ تا ۳میلیون و ۸۰۰ هزار بشکه نفت در روز تولید کرده است.

بلومبرگ و شش سازمانی که اوپک از آمار آنها به‌عنوان منابع ثانویه برای برآورد تولید اعضای خود استفاده می‌کند، مشاهده کردند تولید نفت ایران در نیمه نخست ۲۰۱۲ کاهش پیدا کرده بود، زیرا خریداران قبل از اینکه تحریم‌ها علیه ایران تشدید شود، خرید نفت خود را از ایران کاهش داده بودند. آمار رسمی که ایران به اوپک داده نشان می‌دهد تولید نفت این کشور در طول سال ۲۰۱۲ و بخش زیادی از سال ۲۰۱۳ حدود ۳,۷میلیون بشکه در روز بوده است.

بلومبرگ افزود: ایران ادعا می‌کند اکنون ۳میلیون و ۵۰۰ هزار بشکه نفت در روز تولید می‌کند. هر چند برداشت نفت خام از نفتکش‌های فراساحلی ممکن است بخشی از افزایش‌های اخیر تولید نفت ایران باشد. با این حال اگر افزایش تولید نفت ایران با همین سرعت ادامه یابد، می‌تواند در نشست بعدی کشورهای صادرکننده نفت (اوپک) عربستان سعودی را با یک دوراهی جالب روبه‌رو کند.

به‌نوشته بلومبرگ، اگر تولیدنفت ایران آن موقع به سطح چهار تا ۴,۲ میلیون بشکه برسد و ایران (براساس گفته خود) به طرح فریز نفتی بپیوندد، سعودی‌ها یا باید بپذیرند که شرط آنها مبنی بر پیوستن ایران به طرح فریز نفتی محقق شده و درست پیش از اینکه به طور معمول تولید نفت‌شان بالا برود تا پاسخگوی افزایش فصلی تقاضا در داخل این کشور باشند، با فریز تولید موافقت کنند یا دوباره تیرک دروازه را جابه‌جا کنند.

با توجه به اینکه عربستان سعودی نمی‌خواهد قیمت‌های نفت به سطحی برسد که پیش از رسیدن دوباره بازار به تعادل، پروژه‌های پرهزینه جدید توجیه شوند، انتخاب در این دوراهی برای عربستان سعودی آسان نیست و نشست بعدی اوپک ممکن است آزمایشی برای عربستان سعودی باشد.

این پایگاه خبری به نقل از شرکت مشاوره‌ای جی. بی. سی انرژی (JBC Energy) اضافه کرد که احتمال می‌رود ایران (برای جذب مشتری) میعانات گازی را با نفت سنگین صادراتی خود مخلوط می‌کند تا کیفیت آن را بالا ببرد.

پتروشیمی

مرضیه شاهدایی، معاون وزیر نفت در امور پتروشیمی اعلام کرد

دلایل کندی توسعه صنایع پایین‌دستی پتروشیمی در سال‌های اخیر

مرضیه شاهدایی، معاون وزیر نفت در امور پتروشیمی با بیان اینکه کندی توسعه صنایع پایین دستی پتروشیمی در کشور چندین دلیل دارد، گفت: یکی از مهم‌ترین دلایل این امر شرایط اقتصادی و رکود موجود در کشور طی سال‌های گذشته بوده است.

او در گفت‌وگو با شانا، با بیان این نکته افزود: وقتی رکود در کشور باشد طبیعی است که صنایع پایین‌دستی هم با رکود مواجه می‌شوند. امیدواریم با توسعه صنعت در کشور، رکود این صنایع نیز برطرف شود.

معاون وزیر نفت در امور پتروشیمی یکی دیگر از دلایل کندی توسعه صنایع پایین دستی را نبود خوراک دانست و گفت: برخی خوراک‌ها به دلیل نداشتن قابلیت انتقال به کشور وارد نمی‌شوند برای مثال درباره پروپیلن باید بگویم این محصول علاوه بر اینکه خیلی محدود است، حمل‌ونقل آن نیز کم است، وانگهی این محصول بیشتر به درد صنایع پایین‌دستی می‌خورد، از این رو اگر بتوانیم تولید آن را بالا ببریم شاید کمی از مشکلات این صنعت ارزش‌آفرین کاسته شود.

وی افزود: هم‌اکنون یکی از شروط ما برای عقد قرارداد با شرکت‌های خارجی راه‌اندازی زنجیره ارزش در پتروشیمی است، یعنی ما خوراک را به شرطی به وفور در اختیارشان می‌گذاریم که آنها خوراک اولیه را برای صنایع پایین دستی ما تامین کنند.

طرح‌هایی که به تازگی تعریف شده با خوراک گاز طبیعی است و شرکت‌هایی که علاقه‌مند سرمایه‌گذاری در این طرح‌ها هستند باید زنجیره ارزش را کامل کنند.

به عبارت دیگر، گاز طبیعی را فقط برای تولید متانول یا اتیلن نمی‌دهیم، باید واحدهای تکمیلی را هم اجرا کنند.

شاهدایی ادامه داد: اتفاق دیگر نگرش جدید به تکمیل زنجیره ارزش است. تاکنون عمده محصولاتی که تولید می‌کردیم و می‌فروختیم، در حقیقت خام‌فروشی بود، وقتی در صنعت پتروشیمی زنجیره ارزش تکمیل می‌شود، ارزش افزوده بالا می‌رود.

معاون وزیر نفت در امور پتروشیمی تصریح کرد: براساس برنامه‌ریزی صورت گرفته، تلاش می‌کنیم محصولات را از حالت خام فروشی در بیاوریم و بخش پایین‌دستی را اجرا و زنجیره جدیدی با خوراک پروپیلن ایجاد کنیم.

پتروشیمی برای تامین نقدینگی نیازمند حمایت دولت

احمد مهدوی ابهری، دبیرکل انجمن کارفرمایان پتروشیمی با اشاره به مشکلات نقدینگی در صنعت پتروشیمی گفت: دولت باید از طریق منابع بانک‌ها، بحث نقدینگی واحدهای تکمیلی پتروشیمی را تامین کند که آنها بتوانند راحت‌تر از قبل خرید کنند.

به گزارش شانا، مهدوی افزود: در حال حاضر بحث فروش حواله‌ای مواد اولیه پتروشیمی به واحدهای صنایع تکمیلی مخصوصا کالاهایی که دیگر از طریق بورس عرضه نمی‌شوند، تا حدود زیادی حل شده، این مواد به‌صورت قراردادی و چکی میان خریداران و فروشنده‌ها معامله می‌شود.

دبیرکل انجمن کارفرمایان پتروشیمی گفت: بارها اعلام کرده‌ام که هیچ کس مخالف سازوکار بورس کالا در کشور نیست، بلکه باید مسئولان شرایطی را فراهم کنند تا بورس کالا بدون وجود محدودیت‌های دستوری به مسیر خود ادامه دهد که در این میان، وجود ابزارهای نوین مالی و امکان تامین مالی صنایع، می‌تواند یکی از جاذبه‌های بزرگ بورس کالا برای پتروشیمی‌ها، سرمایه‌گذاران و مصرف‌کنندگان باشد.

مهدوی تاکید کرد: اگر واحدهای فعال در صنایع پایین دستی پتروشیمی کوچک‌ترین بحثی در مورد کیفیت محصولات دریافتی دارند می‌توانند محصول مورد نظر را برگشت بزنند، هم‌اکنون کمیته‌هایی در مورد محصولات مختلف پتروشیمی مثل پ پ، پی وی سی، پلی اتیلن و شیمیایی‌ها تشکیل شده و به شکایت مصرف‌کنندگان در محل واحد مربوط رسیدگی می‌کنند و همواره حق به مشتری داده می‌شود تا دغدغه او برطرف شود.

کشاورزی

قائم مقام صندوق بیمه کشاورزی خبر داد

خسارت ۶۰۰میلیاردی سیل و سرمازدگی به کشاورزان بیمه شده

گرچه امسال وضعیت بارش نزولات جوی بسیار بهتر از سال گذشته بود، اما سیل و سرمازدگی ناشی از آن خساراتی را به کشاورزان وارد کرد. قائم مقام صندوق بیمه کشاورزی میزان این خسارت به کشاورزان بیمه شده را حدود ۶۰۰میلیارد تومان اعلام کرد که درصورت اتمام ارزیابی‌های استانی و پرداخت حق بیمه از سوی دولت، قابل پرداخت به کشاورزان است.

محمد ابراهیم حسن‌نژاد در گفت‌وگو با ایسنا اظهار کرد: در ارتباط با سیل بیشترین خسارت به استان خوزستان و از نظر محصول به محصولات زراعی مانند گندم، سبزی و صیفی وارد شد، همچنین استان‌های دیگری هم مانند کردستان، ایلام، کرمانشاه، قزوین، چهارمحال و بختیاری و... از سیل خسارت دیدند که مجموع این خسارات به ۲۵۰هزار هکتار می‌رسد.

وی با بیان اینکه مجموع خسارات وارد شده به کشاورزان ناشی از سیل و سرمازدگی به حدود ۶۰۰میلیارد تومان می‌رسد، افزود: در ارتباط با سرمازدگی نیز خساراتی به باغ‌های استان‌هایی مانند آذربایجان شرقی و غربی، اردبیل، کهگیلویه و بویر احمد، البرز، قزوین، فارس، اصفهان و... وارد شد که شامل حدود ۸۶هزار هکتار از باغ‌های این استان‌ها می‌شود.

قائم مقام صندوق بیمه کشاورزی ادامه داد: بیشترین خسارت سرمازدگی در این بخش به محصولاتی مانند زردآلو، گوجه سبز، هلو، گردو و بادام وارد شده که در مرحله رویشی گل‌دهی بوده‌اند.

حسن‌نژاد گفت: سرمازدگی اخیر به باغ‌های زعفران نیز در استان خراسان رضوی و جنوبی خساراتی وارد کرده است که کارشناسان صندوق بیمه کشاورزی در حال ارزیابی آنها به‌صورت دقیق و تفکیک‌شده هستند.

اخبار رسمی شرکت‌ها

الارو در حضور ۱۳۰۰ نفر ۶ ساله شد

برند الارو ششمین سالگرد تولد خود را جشن گرفت. در این جشن، شرکت ویوناسان واردکننده انحصاری محصولات الارو در ایران، به همراه مدیر عامل لابراتوار وناژ (تولیدکننده محصولات الارو در فرانسه) میزبان تعدادی از پزشکان متخصص پوست، برخی مدیران و فروشندگان داروخانه‌ها و گالری‌ها و جمعی از مصرف‌کنندگان بود.

دکتر پوریا جورقانیان، مدیرعامل شرکت ویوناسان در این مراسم به بیان فعالیت‌های الارو در سال ۹۴ و تشریح اهداف سال ۹۵ پرداخت و گفت: «در سال گذشته محصولات آنتی‌ایج الارو که جای‌شان در بازار خالی بود، برند کاندنس پاریس و برند پرستیژ الارو به بازار ایران وارد شدند.»

میشل ردلی، مدیرعامل شرکت وناژ نیز در جشن تولد شش سالگی برند الارو حضور داشت و در صحبتی کوتاه اظهار کرد: «بسیار خوشحالم که برای چندمین بار در ایران هستم و به خاطر داشتن کشوری زیبا و مردم مهربان و مهمان‌نواز به شما تبریک می‌گویم. من فعالیت خود را از ۴۰ سال پیش در بزرگ‌ترین شرکت‌های آرایشی و بهداشتی فرانسه شروع کردم. آخرین سمت من قبل از بازنشستگی، مدیرعاملی شرکت اینترکازمتیک فرانسه بود. پس از بازنشستگی با راه‌اندازی شرکت وناژ تمام تجربیات زندگی‌ام را در قالب برند الارو همراه با سایر دوستان به کار گرفتم. استقبال بالای بازارها منجر به رشد سریع برند الارو در دنیا شد و اندیشه تولید آن در کشورهای مختلف مانند تمام برندهای موفق دنیا که در کشورهای مختلف دنیا تولید می‌شوند به ذهن‌مان رسید که با تلاش فراوان این تفکر عملی شد.»

وی در معرفی کشورهای تولیدکننده الارو گفت: «اکنون الارو در فرانسه، اروپا و آمریکای شمالی تولید می‌شود و بازارهای پنج قاره بزرگ جهان شاهد و پذیرای الارو و نسل پرستیژی آن یعنی کاندنس پاریس هستند.»

ناتالی لاماند، بنیان‌گذار برند کاندنس پاریس به همراه همسرش «پیر» در جشن تولد شش‌سالگی الارو شرکت داشتند و برای نخستین بار برند پرستیژیک الارو، کاندنس پاریس را در این جشن معرفی کردند.

ناتالی لاماند نیز طی سخنانی کوتاه اظهار داشت: «خوشحالم که در ایران و در جمع مهربان و باشکوه شما هستم. من قبلا هم چند بار به ایران آمده‌ام و این بار برای نخستین بار با همسرم در ایران هستیم و قرار است از شهر زیبای شیراز دیدن کنیم. اینجا با برند پرستیژیک کاندنس پاریس و الارو که دو بال یک پرواز هستند با شما هستیم. من از میشل ردلی خواستم که در مورد برند الارو صحبت کند و خودم در مورد کاندنس پاریس؛ چراکه هر دو برند با حضور خود در پنج قاره در کنار هم طیف کاملی از نیازهای مصرف‌کنندگان را پوشش می‌دهند.»

ناتالی لاماند با تبریک تولد شش‌سالگی الارو و ورود بخش کاندنس پاریس برند الارو به بازار و آرزوی شرکت در این جشن باشکوه در سال‌های آینده، به صحبت‌های خود پایان داد.

هیات اقتصادی هند به سرپرستی رئیس کنفدراسیون صنایع هند در اتاق تهران

به‌دنبال روابط بلندمدت با ایران هستیم

نوشاد فوربز، رئیس کنفدراسیون صنعت هند به همراه سفیر این کشور در ایران روز گذشته در رأس هیاتی از شرکت‌های صنعتی بزرگ هندی برای بررسی راهکارهایی در جهت ارتقای مراودات تجاری دو کشور مهمان اتاق تهران بودند. ارزش تجاری میان دو کشور موضوع مورد بحث مسعود خوانساری، رئیس اتاق تهران بود که به گفته او در سطح سابقه طولانی مبادلات تجاری میان دو کشور نیست.

او گفت: سطح روابط اقتصادی دو کشور در سالیان گذشته از حجم ۱۵ میلیارد دلار فراتر نرفته، در حالی که پتانسیل‌های موجود حجم زیادتری از روابط اقتصادی و تجاری را طلب می‌کند که به آسانی قابل‌دسترسی است. رئیس اتاق با اشاره به همراهی هندی‌ها با ایران در دوران تحریم، دوران جدید را زمینه‌ای برای گسترش روابط عنوان کرد و گفت: برای توسعه و تحکیم روابط، دیگر باید از چارچوب‌هایی که در گذشته وجود داشته است، فراتر رفت و نباید فقط به تجارت کوتاه‌مدت و مبادله کالا بسنده کرد.

رئیس اتاق تهران ادامه داد: «سرمایه‌گذاری در پروژه‌های مشترک فنی، صنعتی و تولیدی چه در داخل دو کشور و چه در کشورهای ثالث یکی از راه‌هایی است که ضامن بقا و دوام روابط تجاری و اقتصادی دراز مدت است و هجوم بی‌سابقه هیات‌های مختلف تجاری و اقتصادی از سراسر دنیا به ایران طی ماه‌های اخیر نشان‌دهنده علاقه و اشتیاق جهان برای همکاری‌های بلندمدت با ایران است.»

او افزود: «کنفدراسیون صنایع هند که یکی از مهم‌ترین، قدرتمندترین و بانفوذترین تشکل‌های اقتصادی و صنعتی کشور هندوستان است، با توجه به عضویت تعداد زیادی از شرکت‌ها و هلدینگ‌های بزرگ هند در این کنفدراسیون قادر است که نقش برجسته و مهمی را در روابط تجاری و اقتصادی فیمابین دو کشور ایفا کند. کمااینکه تاکنون این کار را کرده است. حضور تعداد زیادی از مدیران عالی‌رتبه شرکت‌های بزرگ و مشهور هندی در این هیات نشانه اهمیتی است که CII برای گسترش روابط فی‌مابین قائل است.

خواهان سرمایه‌گذاری مشترک هستیم

سخنران بعدی این گردهمایی، نوشاد فوربز (FORBES) رئیس کنفدراسیون صنایع هند بود. او صحبت‌هایش را با ترسیم روند رشد اقتصادی هند کلید زد و گفت: «اقتصاد هند روند رو به جلویی را طی کرده و در ۲۵ سال گذشته، رشد اقتصادی ۶٫۵درصدی را تجربه کرده است. ضمن آنکه تحقق رشد ۹ تا ۱۰ درصدی، جزو اهداف آتی هند است و ما می‌خواهیم از فرصت جمعیت بزرگ خود استفاده کنیم.»

رئیس کنفدراسیون صنایع هند در بخش دیگری از سخنانش گفت: «ما می‌خواهیم مطمئن شویم پیشرفت‌هایی در رفع مشکلات مالی حاصل شده است. البته در بخش صدور روادید پیشرفت‌های قابل‌قبولی ایجاد شده و بازرگانان ایرانی به راحتی می‌توانند به هند سفر کنند. امیدواریم این اقدامات تجارت میان دو کشور را تسهیل کند.» فوربز با توضیح اینکه کنفدراسیون صنایع هند ۲۰۰هزار عضو دارد، گفت: «هیاتی که هم‌اکنون در اتاق تهران به سر می‌برند، از بهترین تکنولوژی‌ها برخوردارند و البته ۶۰ شرکت را نمایندگی می‌کنند.»

بدهی هند به ایران به‌زودی تسویه می‌شود

در ادامه این نشست، سهراب کومار، سفیر هند در تهران گفت: «ما اهمیت بسیاری برای توسعه روابط با ایران قائل هستیم؛ چه آنکه در زمان تشدید تحریم‌ها علیه ایران نیز روابط ما با ایران ادامه یافت.»

او سپس به دیدارهای مقامات سیاسی و اقتصادی دو کشور اشاره کرد و گفت: «یکی از مسائل مهمی که در این دیدارها مورد تفاهم قرار گرفت، تسویه بدهی هند به ایران در زمانی کوتاه است و به محض آنکه مسائل فنی حل شود، این پول به ایران بازگردانده خواهد شد.» او بار دیگر به سطح دیدار مقامات دو کشور اشاره کرد و گفت: «به‌دنبال آن هستیم که نخست‌وزیر هند به ایران سفر کند.» سهراب کومار در ادامه انعقاد قرارداد ترانزیت ایران- هند- افغانستان را مورد اشاره قرار داد و گفت: «قرار است چابهار به هاب تبدیل شود. همچنین ما اکنون راه‌اندازی راه‌آهن چابهار- زاهدان را در دستور کار داریم و مذاکراتی در این باره صورت گرفته است.» او سپس به تمایل شرکت‌های هندی نسبت به سرمایه‌گذاری در بخش پتروشیمی در ایران اشاره کرد و گفت: «ما به دنبال آن هستیم که بخش خصوصی هند به ایران بیاید و امیدواریم همکاری بخش خصوصی ایران و هند نتایج خوبی به دنبال داشته باشد.»

استراتژی ایران برای انتخاب شرکا در دوران پساتحریم

رئیس اتاق بازرگانی تهران گفت: روابط اقتصادی ایران در آینده با کشورهایی گسترش و تحکیم می‌یابد و به‌صورت درازمدت ادامه پیدا خواهد کرد که با زیرساخت صنعتی و تکنولوژیک کشور پیوند خورده باشد.

به گزارش مهر، مسعود خوانساری در دیدار هیات تجاری هند با فعالان اقتصادی در اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تهران گفت: هند به دلیل اقتصاد در حال گسترش به‌عنوان یکی از قدرت‌های نوظهور در منطقه و جهان به حساب می‌آید و نقش مهمی در معاملات اقتصادی و سیاسی دنیا ایفا می‌کند، بنابراین دو اقتصاد ایران و هند می‌توانند در بسیاری از زمینه‌ها مکمل هم باشند و پیوندهای فی مابین را هر چه بیشتر به هم گره زده و محکم‌تر کنند. رئیس اتاق بازرگانی و صنایع و معادن تهران افزود: سطح روابط اقتصادی دو کشور در سال‌های گذشته، از حجم ۱۵میلیارد دلار فراتر نرفته و در حالی‌که پتانسیل‌های موجود، حجم روابط بالاتری را در اقتصاد دو کشور انتظار دارد، متاسفانه این اتفاق رخ نداده است. البته در دوران تحریم، هند جزو کشورهایی بوده که روابط تجاری و اقتصادی خود را با ایران قطع نکرد و همچنان در کنار ایران ایستاد اما سایه تحریم‌های ناعادلانه تا اندازه‌ای بر روابط دو کشور سنگینی کرده و موجب شده تا این رابطه به سطح دلخواه نرسد.

وی تصریح کرد: ایران در مناسبات جدید خود با دنیا، حتما کشورهایی همچون هند را که در دوران تحریم در کنار ایران قرار داشتند، لحاظ خواهد کرد و این نکته را در نظر دارد که برای توسعه و تحکیم روابط، نباید فقط به تجارت کوتاه‌مدت و مبادله کالا بسنده کرد. روابط اقتصادی ایران در آینده نیز با کشورهایی گسترش و تحکیم می‌یابد و به‌صورت درازمدت ادامه پیدا خواهد کرد که با زیرساخت صنعتی و تکنولوژیک کشور پیوند خورده باشد.

به گفته خوانساری، سرمایه‌گذاری در پروژه‌های مشترک فنی، صنعتی و تولیدی چه در داخل دو کشور و چه در کشورهای ثالث یکی از راه‌هایی است که ضامن بقا و دوام روابط تجاری و اقتصادی درازمدت است و هجوم بی‌سابقه هیات‌های مختلف تجاری و اقتصادی از سراسر دنیا به ایران هم طی ماه‌های اخیر نشان‌دهنده علاقه و اشتیاق دنیا برای همکاری‌های بلندمدت با ایران است.

همچنین در این دیدار، «سهراب کومار» سفیر هند در تهران گفت: هند اهمیت زیادی برای ایران قائل است و این شیوه تفکر منجر به شکل‌گیری رابطه‌ای دیرینه میان دو کشور شده است. در عین حال عمق روابط جایی معلوم می‌شود که علاوه بر روابط اقتصادی، روابط فرهنگی را نیز تعمیق کنیم. همان‌طور که در شرایط تحریم، روابط ایران و هند ادامه یافت و در همین دوران هم، پایه‌هایی معین شد که بتوانیم تجارت خود را با هند گسترش دهیم. وی اظهار داشت: در مذاکراتی که برای توسعه روابط هند، ایران و پاکستان صورت گرفته، قرار است پروژه‌های مشترکی اجرایی شود که هاب آنها در بندر چابهار ایران است، ضمن اینکه تلاش داریم تا خط آهن از چابهار به زاهدان نیز نهایی شود تا بتوان اتصال سه کشور به یکدیگر را شاهد بود.

معاون سازمان توسعه تجارت توضیح داد

افت ارزش روبل، صادرات به روسیه را کاهش داد

کاهش ۳۹درصدی صادرات به روسیه در سال گذشته موضوعی بود که معاون سازمان توسعه تجارت، افت ارزش واحد پولی روسیه و استانداردهای سختگیرانه این کشور را عامل آن دانست.

محمدرضا مودودی در گفت‌وگو با ایسنا، تصمیم نهایی صادرات کالا به بازار مورد نظر را بر عهده صادرکننده و خارج از حیطه دولت دانست و گفت: آنچه در توان دولت است ایجاد تسهیلات صادراتی، مذاکرات تجاری، ورود به تعرفه‌ها و احداث خطوط تجاری است، اما ضربه نهایی برعهده بخش خصوصی و صادرکننده است.

وی با بیان اینکه عواملی همچون عدم ثبات در ارز روسیه، استانداردهای سختگیرانه و میزان تقاضای این کشور از ایران، باعث افت صادرات به روسیه شده است، افزود: با افت شدیدی که روبل روسیه در مدت اخیر داشت، ریسک صادرات به‌شدت بالا رفت که این امر باعث عدم رغبت صادرکننده برای ارسال کالا به این بازار صادراتی است.

مودودی گفت: علاوه بر این، روسیه تقریبا یک کشور اروپایی به‌شمار می‌رود و به همین دلیل استانداردهای سختگیرانه‌ای دارد که اجازه ورود هر کالایی را نمی‌دهد.

معاون سازمان توسعه تجارت افزود: شرکت‌های زیادی را برای مذاکره به روسیه بردیم و هیات‌هایی هم به ایران آمدند تا از خطوط تولید و صادرات محصولات ایرانی بازدید کنند که در نهایت چند کشور ایرانی اجازه صادرات را پیدا کردند.

وی در ادامه با بیان اینکه برای داشتن تجارت موفق به روسیه نیاز به ساختار مناسب داریم، اظهار کرد: حتی در مواردی که توافق برای صادرات حاصل می‌شود گاهی تناژ درخواستی آنها با ظرفیت‌های تولید صادراتی ما همخوان نبود، به طوری که آنها تقاضایی برای بازار ۲۵۰میلیون نفره مطرح می‌کردند، در حالی که ظرفیت‌های تولید داخل امکان تامین این میزان را ندارد.

معاون سازمان توسعه تجارت ایران با تاکید بر نیاز به اصلاح پارادایم صادرات برای تجارت با روسیه گفت: برای تامین ظرفیت‌های مورد نیاز و معامله با شرکت‌های غول‌پیکر روسی نیاز داریم نگاه پیله‌وری را که به کشورهایی مانند عراق و افغانستان در صادرات داشتیم عوض کنیم و تمرکز خود را برای ایجاد شرکت‌های بزرگ صادراتی و افزایش تناژ صادرات بگذاریم تا توان تامین تناژ و کیفیت مورد نظر برای معامله با بازارهای بزرگ جهانی را داشته باشیم.

مودودی همچنین با اشاره به اینکه یکی از عواملی که باید مورد توجه قرار بگیرد، استانداردهای فی‌مابین است، گفت: نیاز به یکسان‌سازی استانداردها از جمله مواردی است که باید روی آن کار شود. ما به‌شدت آن را دنبال می‌کنیم و در مورد روسیه در بعضی از محصولات مانند لبنیات، آبزیان و ... این یکسان‌سازی اتفاق افتاده و نیاز داریم تا دامنه کسب استانداردهای مورد نیاز برای تجارت به بازارهای بزرگ را گسترش دهیم.

صنایع غذایی

دبیر انجمن ارگانیک ایران:

عرضه محصولات تراریخته بدون برچسب‌گذاری، تضییع حقوق مصرف کننده است

دبیر انجمن ارگانیک ایران گفت: عده‌ای در تلاش هستند واردات نامتعارف محصولات تراریخته را مجوزی تلویحی بر ضرورت تولید و رهاسازی این محصولات در داخل کشور قلمداد کنند؛ با وجود اینکه تا این لحظه هیچ گیاه تراریخته‌ای مجوز تولید نگرفته است.

رضا نورانی، دبیر انجمن ارگانیک ایران در گفت‌وگو با ایلنا در خصوص وضعیت محصولات دستکاری شده ژنتیکی (تراریخته) در کشور بیان داشت: انتقادات جدی و فراوانی از سوی جامعه علمی، تشکل‌های صنفی و سازمان‌های مردم نهاد کشور نسبت به مخاطرات محصولات دستکاری شده ژنتیکی (تراریخته) در حوزه سلامت و محیط‌زیست مطرح شده است؛ اما در صفحه ۳۶۰ برنامه توسعه کشور بر «تولید انبوه و تجاری‌سازی محصولات تراریخته با اولویت پنبه و برنج» تاکید شده است.

او افزود: طبق اخبارغیر رسمی سالانه بیش از ۵میلیارد دلار محصولات دستکاری شده ژنتیکی (تراریخته) به کشور وارد می‌شود، واردات محصولات تراریخته بدون برچسب‌گذاری آنها مصداق بارز «تضییع حقوق شهروندان» و برخلاف آیین‌نامه اجرایی قانون ایمنی زیستی و کنوانسیون ایمنی زیستی کارتاهنا مصوب مجلس شورای اسلامی در سال ۱۳۸۲است.

نورانی در ادامه گفت: عده‌ای در تلاشند واردات بحث‌انگیز و نامتعارف محصولات تراریخته را مجوزی تلویحی بر ضرورت تولید و رهاسازی این محصولات در داخل کشور قلمداد کنند. با وجود اینکه تا این لحظه هیچ گیاه تراریخته‌ای مجوز تولید نگرفته است، در برنامه ششم توسعه کشور تولید انبوه و تجاری محصولات دستکاری شده ژنتیکی با اولویت پنبه و برنج گنجانده شده است.

او افزود: طبق ماده ۲ قانون ایمنی زیستی ایران «دولت مکلف است تمهیدات لازم را برای انجام تولید و رهاسازی موجودات زنده تغییر شکل یافته ژنتیکی از طریق بخش غیردولتی فراهم آورد.» مطابق این قانون بخش دولتی مکلف است ضمن نظارت و ارزیابی مخاطرات محصولات تراریخته تمهیدات لازم را برای بخش خصوصی ایجاد کرده و مجوز صادر کند. پس مطابق قانون بخش دولتی نمی‌تواند تولیدکننده محصولات دستکاری شده ژنتیکی (تراریخته) باشد. بنابراین ایجاد تکلیف در برنامه ششم توسعه کشور مبنی بر تولید انبوه و تجاری محصولات تراریخته -در حالی‌که مخاطرات درازمدت این محصولات ارزیابی نشده است-کاملا عجولانه، غیرکارشناسانه و برخلاف اهداف اقتصاد مقاومتی است.

دبیر انجمن ارگانیک ایران تاکید کرد: بر خلاف ادعای ذی‌نفعان محصولات دستکاری شده ژنتیکی (تراریخته)، کشت این محصولات راهکار مناسبی در کاهش گرسنگی نخواهد بود. مطابق آمار بانک جهانی در سال ۲۰۱۲ بیش از ۲/۶میلیارد نفر از جمعیت جهان درآمدی کمتر از ۲ دلار در روز داشته‌اند و ۲میلیارد نفر دسترسی به الکتریسیته ندارند. وقتی مردم قدرت خرید نداشته باشند نمی‌توانند غذا بخرند.

مس

معاون مالی و اقتصادی شرکت مس عنوان کرد

تلاش مضاعف شرکت مس برای تحقق اقتصاد مقاومتی

شرکت ملی صنایع مس ایران و حوزه مالی و اقتصادی برای تحقق اقتصاد به منظور عملیاتی کردن سیاست‌های اجرایی در حوزه فعالیتی درصدد بهره‌گیری از فرصت‌ها است. به گزارش مس پرس، محسن بازارنوی، معاون مالی و اقتصادی شرکت ملی صنایع مس ایران درباره محورهای اساسی و اصلی شرکت مس در سال ۹۵ برای تحقق اقتصاد مقاومتی اظهار داشت: تمرکز بر مزیت‌های رقابتی و افزایش فروش و صادرات، کاهش هزینه‌ها، استفاده از سرمایه‌گذاری خارجی جهت توسعه فعالیت و صادرات تولیدات، گسترش همکاری و مشارکت با کشورهای فعال در حوزه مس و بهره‌گیری از فرصت‌های ایجاد شده با اقتصاد مقاومتی، محورهای اصلی فعالیت‌های شرکت مس در سال جدید هستند.

بازارنوی گفت: گسترش همکاری و مشارکت با کشورهای فعال در حوزه فروش و صادرات مس، شناسایی بازارهای جدید مصرف و تنوع در مشتریان و تنوع در روش‌های فروش جزو اولویت‌های معاونت مالی شرکت مس برای تحقق این رویکرد است.

بازارنوی در ادامه با اشاره به مهم‌ترین برنامه‌های امور مالی برای سال ۱۳۹۵ با تاکید بر اقتصاد مقاومتی گفت: مدیریت نقدینگی و تامین منابع مالی، استفاده حداکثری از سیستم بانکی و صندوق توسعه ملی در چارچوب تسهیلات ارزان قیمت، کاهش دوره وصول مطالبات و تسویه حساب‌های سنواتی، کاهش سرمایه در گردش مورد نیاز با بهینه‌سازی موجود انبار متناسب با مقتضیات شرکت و تامین مالی پروژه‌ها از محل سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی، مشارکت سهامداران به منظور افزایش سرمایه و صدور اوراق مالی از مهم‌ترین برنامه‌های این بخش است. وی افزود: استفاده کامل از معافیت‌های قانون مالیات‌های مستقیم، تسویه تسهیلات گران‌قیمت و بازنگری در آیین‌نامه‌های مرتبط با امور مالی از دیگر برنامه‌های عملی معاونت مالی برای افزایش بهره‌وری و افزایش سود در شرکت مس است.

بانکنامه

امضای تفاهم‌نامه همکاری بین پست‌بانک ایران و بانک پارسیان

پست بانک ایران و بانک پارسیان در راستای گسترش همکاری‌ها و به‌منظور استفاده از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های یکدیگر، طی مراسمی تفاهم‌نامه مشترک همکاری امضا کردند.

به گزارش روابط عمومی پست بانک ایران، مشارکت در اعطای تسهیلات در پروژه‌ها و طرح‌ها به صورت سندیکایی، ایجاد روابط متقابل در زمینه ارائه خدمات کارگزاری، استفاده از امکانات آموزشی فی‌مابین، بهره‌برداری مشترک از ظرفیت‌های شعب یکدیگر، زیرساخت‌های فنی و زیربنایی هر دو بانک و انجام عملیات پول‌رسانی شعب پارسیان در مناطق موردنیاز توسط پست‌بانک ایران از مهم‌ترین محورهای همکاری طرفین است.

همچنین ایجاد امکان و زیرساخت‌های لازم جهت ارائه خدمات بانکی ازجمله وصول چک‌ها و پرداخت اقساط مشتریان هردو بانک در یکدیگر، همکاری‌های لازم در زمینه‌های تکنولوژی، نرم‌افزارها و خدمات متقابل، ارائه خدمات ویژه به مشتریان خوش‌حساب هر دو بانک، سرمایه‌گذاری‌های مشترک در طرح‌ها و پروژه‌های کوتاه‌مدت و میان‌مدت، استفاده از دستگاه‌های خودپرداز یکدیگر، مشارکت در تامین مالی SMEها، طرح‌های نیمه‌تمام و بخش‌های صادرات و همچنین طرح‌های دانش‌بنیان و اشتغال‌زا از دیگر محورهای این تفاهم‌نامه است. در همین زمینه، خسرو فرحی، مدیرعامل پست بانک ایران در مراسم امضای تفاهم‌نامه مشترک با بانک پارسیان گفت: همکاری این دو بانک و استفاده از ظرفیت‌های متقابل یکدیگر، موجب گسترش خدمت‌رسانی به هموطنان درسطح کشور می‌شود. خسرو فرحی افزود: ایفای نقش و وظایف بانک تخصصی در حوزه‌های IT و ICT و حضور گسترده با ارائه خدمات متنوع بانکی در ۱۲هزار باجه نمایندگی در سطح روستاهای کشور، دو راهبرد این بانک است که می‌تواند در گسترش همکاری‌ها با بانک پارسیان موثر باشد.

بیمه‌نامه

تقدیر از مدیرعامل بیمه‌کوثر در همایش شفافیت مالی در صنعت بیمه

شرکت بیمه‌کوثر در راستای سیاست‌های کلی نظام و منویات مقام معظم رهبری در حوزه تولید علم، در همایش شفافیت مالی در صنعت بیمه، نقش‌آفرینی کرد و مورد تقدیر قرار گرفت.

به گزارش روابط‌عمومی بیمه‌کوثر، در این همایش که با حضور جمعی از اساتید، فعالان صنعت بیمه، مدیران‌عامل و اعضای هیات‌مدیره شرکت‌های بیمه، مدیران ارشد بیمه‌مرکزی، پیشکسوتان صنعت بیمه کشور، معاونان و مدیران فنی و مالی شرکت‌های برتر بیمه‌ای کشور و دانشجویان رشته‌های بیمه و نیز با سخنرانی متخصصان، صاحب‌نظران و اساتیدی مانند عبده تبریزی، آسوده، صفدری، محمدپور و صدری برگزار شد، از ۱۱شرکت بیمه به‌عنوان حامیان همایش تقدیر و به مدیران عامل شرکت‌ها لوح تقدیر و تندیس همایش اهدا شد. گفتنی است؛ شرکت بیمه‌کوثر سعی دارد در سال‌جاری به مانند گذشته به‌عنوان عضوی از این صنعت با برگزاری همایش‌ها و چاپ کتاب‌هایی در حوزه صنعت بیمه در جهت پژوهش و توسعه مطالعات و تحقیقات گام‌های اثربخش و کارآمدی را در صنعت بیمه کشور بردارد.

پیشنهاد طرح بیمه زنبورعسل از سوی بیمه دی

بیمه دی دومین طرح بیمه‌نامه خود را با عنوان پیشنهاد طرح بیمه زنبورعسل به بیمه مرکزی ارائه داد.

به گزارش روابط عمومی بیمه دی، علی حیدرپور، از کارکنان بیمه دی، دومین طرح بیمه‌نامه خود را با عنوان پیشنهاد طرح بیمه زنبورعسل به بیمه مرکزی ارائه داد. وی پیش از این، طرح پوشش غرامت و جبران هزینه‌های پزشکی بیمه جنین را به بیمه مرکزی ارائه داده بود.

حیدرپور گفت: با ارائه این بیمه‌نامه علاوه بر اینکه از آسیب‌های احتمالی پیشگیری می‌شود، می‌توان برای حمایت از تولید داخلی نیز گام برداشت. وی افزود: این بیمه‌نامه شامل بیمه‌های حوادث ناگهانی، تلفات در سیل، زلزله و صاعقه می‌شود.

عکس: آرزو بیات | فرصت امروز

عضو هیات‌مدیره بانک پاسارگاد در گفت‌وگو با «فرصت امروز» تشریح کرد

چگونه می‌توان با اعتبارات اسنادی واحدهای تولیدی را احیا کرد

مهلا فرازمند
M_farazmand_1366@yahoo.com

اعتبارات اسنادی داخلی به دلیل حذف ریسک عدم پرداخت و همچنین فرصتی که برای خریدار ایجاد می‌کند، به‌عنوان ابزاری مفید هم برای خریدار و هم فروشنده به شمار می‌رود. با توجه به ضرورت احیای واحدهای تولیدی و گسترش تولید برای خروج اقتصاد کشور از رکود و رسیدن به رشد و پویایی، اعتبارات اسنادی می‌تواند به‌عنوان ابزاری مهم و کاربردی برای کمک به تحقق این امر مورد استفاده قرار گیرد. چنانچه اسحاق جهانگیری، معاون اول رئیس‌جمهوری نیز در اظهارات اخیر خود از اعتبارات اسنادی داخلی به‌عنوان نجات‌دهنده واحدهای تولیدی یاد کرد و بانک‌ها را به کمک به واحدهای تولیدی متعهد برای افزایش تولید و پس دادن تعهدات‌شان تشویق کرد.

مصطفی بهشتی روی، عضو هیات‌مدیره بانک پاسارگاد با اشاره به کارکرد اعتبارات اسنادی داخلی به «فرصت امروز» گفت: اعتبارات اسنادی داخلی یا LC داخلی یک ابزار خرید است که از طریق این ابزار خریدار و فروشنده بانکی را وارد صحنه می‌کنند تا در صورتی که فروشنده کالای خود را براساس استانداردهایی که با خریدار تفاهم کرده است تامین کند و تحویل شخص خریدار دهد، بانک نسبت به پرداخت وجه آن به فروشنده متعهد شود. در واقع فروشندگان تمایل دارند با دریافت LC، ریسک عدم پرداخت را از خریدار حذف و به یک بانک منتقل کنند.

وی ادامه داد: اعتبارات اسنادی داخلی عموما برای استفاده از نقدینگی و استفاده از فرصتی است که فروشنده در اختیار خریدار قرار می‌دهد تا به وسیله آن خریدار کالای مورد نیاز خود را تهیه کند.

فرآیند گشایش اعتبارات اسنادی

بهشتی روی با اشاره به فرآیند گشایش LC داخلی افزود: از آنجا که بانک باید تعهد کند وجه فروشنده چه به‌صورت دیداری و چه مدت‌دار به وی پرداخت شود، باید نسبت به ارزیابی اعتباری شخص خریدار اقدام کند. ارزیابی اعتباری مکانیسم مفصلی دارد که طی آن مقدار سرمایه، مقدار کالای خریداری شده، قدرت پرداخت خریدار، نحوه پرداخت و... مورد بررسی قرار می‌گیرد و براساس این اعتبارسنجی بانک گشایش‌کننده LC این مسئولیت را می‌پذیرد که پرداخت را انجام دهد.

عضو هیات علمی بانک پاسارگاد با اشاره به اینکه مقداری وثیقه براساس اعتبارسنجی‌های صورت گرفته توسط بانک گشایش‌دهنده LC از خریدار دریافت می‌شود، گفت: مقدار وثیقه‌ای که شخص خریدار باید در بانک گشایش‌دهنده ال‌سی بگذارد رقم یا مقدار مشخصی نیست بلکه با توجه به اعتبارسنجی تعیین می‌شود. ممکن است بانک گشایش‌دهنده LC از یک مشتری قدیمی که سال‌ها سابقه کار دارد وثیقه کمتری بگیرد اما از مشتری دیگری که تازه وارد کار شده و سابقه زیادی ندارد وثیقه بیشتری دریافت کند. تمام اینها در مرحله اعتبارسنجی که بانک گشایش‌دهنده LC از شخص متقاضی به عمل می‌آورد، مشخص می‌شود.

وی ادامه داد: به طور کلی اینکه شخص از چه ابزاری استفاده کند فرقی ندارد، خواه ال سی داخلی باشد یا یک ضمانت‌نامه یا اهدای تسهیلات، در هر صورت رقمی که فروشنده و خریدار توافق می‌کنند باید توسط خریدار پرداخت شود و بانک در واقع پول مردم را در قالب تسهیلات قرار می‌دهد، بنابراین باید اطمینان حاصل کند که خریدار توان بازپرداخت آن را دارد. به این منظور توان افراد در بازپرداخت مورد ارزیابی قرار می‌گیرد و برای احراز آن اعتبارسنجی می‌شود و براساس آن اعتبارسنجی وثایقی تعیین می‌شود بنابراین نمی‌توان مقدار مشخصی را برای تمام افراد تعیین کرد یا وثیقه را براساس فرمول مشخصی حساب کرد. فرض کنید فردی تنها منبع درآمدی‌اش ۲ میلیون تومان است. توان بازپرداخت این فرد با کسی که درآمد بیشتری دارد یکی نیست. هر شخص با توجه به ظرفیت کاری خودش سنجیده می‌شود و در بخش اعتباری بانک‌ها مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. اگر بانک‌ها از چنین فردی وثیقه نگیرند، در صورتی که شخص پولش را ندهد بانک به چه کسی می‌تواند مراجعه کند؟

معیارهای سنجش اعتبار

مصطفی بهشتی روی با اشاره به بخش‌نامه بانک مرکزی مبنی بر تکلیف بانک‌ها هنگام گشایش اعتبار اسنادی داخلی، متناسب با توان و ظرفیت اعتباری متقاضی افزود: براساس این بخش نامه بانک‌های گشایش‌دهنده LC داخلی مکلفند در اعتبار اسنادی داخلی دیداری حداقل ۱۰درصد را هنگام گشایش اعتبار از فرد متقاضی دریافت کنند، ضمن اینکه ۱۰درصد نیز هنگام تحویل کالا پرداخت می‌کنند که این میزان در اعتبارات اسنادی داخلی مدت‌دار حداقل ۱۵درصد در زمان گشایش اعتبار است و حداقل ۱۵ درصد نیز هنگام معامله است و مابقی مبلغ طی سررسید اسناد پرداخت می‌شود.

وی با تاکید بر اهمیت دریافت وثیقه در اعتبارات اسنادی داخلی افزود: هنگامی که اسناد ارائه می‌شود و کالا تحویل داده می‌شود، ریسک عدم پرداخت مبلغ کالا وجود دارد. فروشنده زمان تحویل کالا پول خود را از بانک گشایش‌دهنده LC دریافت خواهد کرد. در طرف دیگر اگر در حساب خریدار پول باشد که بانک از آن مبلغ برداشت می‌کند اما اگر پولی در حساب خریدار نباشد بانک مجبور است از طریق وثیقه اقدام کند، در غیر این صورت برای بانک دارایی‌های معوق یا اصطلاحا دارایی سمی به وجود می‌آید. دارایی سمی یعنی دارایی که بازده ندارد.

نقش LC در تولید و اقتصاد کشور

بهشتی روی در خصوص استفاده از ال‌سی داخلی برای احیای واحدهای تولیدی گفت: ال سی داخلی برای واحدهای تولیدی این فرصت را ایجاد می‌کند با پرداخت ۱۰ درصد هنگام گشایش و ۱۰ درصد هنگام دریافت کالا، مواد اولیه خود را تامین کرده و تولید را شروع کنند و پس از شش ماه که به بهره‌برداری رسید و محصولات‌شان فروش رفت، پول آن را بپردازند. بنابراین استفاده از ال سی داخلی کمک زیادی به بخش تولید می‌کند.

وی با اشاره به محدودیت‌های تولیدکنندگان در گشایش اعتبار اسنادی داخلی عنوان کرد: بیشترین محدودیت‌ها در بحث بررسی اعتباری و اعتبارسنجی است. همچنین مدت بازپرداخت این اعتبارات توسط بانک مرکزی شش‌ماه تعیین شده است. یعنی فرآیند تولید و فروش نباید بیشتر از شش ماه باشد و این نیز نوعی محدودیت است زیرا تولیدکننده‌ای که ال سی باز کرده است باید طی این مدت پول را بپردازد. ازطرف دیگر فروشنده نیز به پول خود احتیاج دارد و در صورتی که این مدت طولانی‌تر شود فروشنده نیز دیرتر پولش را دریافت می‌کند. بنابراین اگر بانک مرکزی هم مهلت بیشتری بدهد، فروشنده راضی نمی‌شود و پولش را زودتر می‌خواهد.

وی در خصوص احتمال بروز تخلفات و مقابله با آن اظهار کرد: تخلفات در این خصوص به این طریق بوده که فروشنده می‌پذیرفت پول خود را شش ماه دیگر بگیرد، اما به پولش نیاز داشت. بنابراین حقی که از بانک گشایش‌کننده ال سی در آینده دارد، نزد بانک ثالثی تنزیل می‌کرد. یعنی درصدی از آن مبلغ را کم می‌کرد و باقیمانده را دریافت می‌کرد. از این رو بخش‌نامه‌های بانک مرکزی کنترل‌هایی را برای جلوگیری از این کار قرار داد که براساس آن بانک یا موسسه اعتباری غیربانکی، مجاز به تنزیل اعتبار اسنادی داخلی نیست.

گزارش ۲

رئیس پژوهشکده پولی و بانکی پیشنهاد داد

تدوین سیاست برون رفت نظام بانکی از تنگنای اعتباری

به گفته رئیس پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی، نظام بانکی هم‌اکنون با تنگنای اعتباری رو به رو بوده و به همین دلیل باید سیاست برون رفت از مشکل تدوین و به‌کار گرفته شود.

به گزارش ایسنا، علی دیواندری، رئیس پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی با اشاره به برگزاری بیست و ششمین همایش سالانه سیاست‌های پولی و ارزی در چهارم و پنجم خرداد ماه سال جاری در سالن اجلاس سران، افزود: برگزاری این همایش با توجه به شرایط امروز اقتصاد ایران و اقدامات انجام شده در زمینه مهار نرخ تورم و کاهش نرخ سود بانکی، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. وی با بیان اینکه دولت یازدهم در ابعاد مختلف اقتصادی به‌خصوص اقتصاد کلان تلاش جدی انجام داده و اقداماتی را در زمینه رفع تنگنای اعتباری در دستور کار دارد، اظهار کرد: این همایش فرصت مناسبی برای ارائه نقطه نظرات و بحث‌های علمی محققان، صاحبنظران و اندیشمندان اقتصادی کشور است، ضمن اینکه مسئولان اقتصادی کشور می‌توانند سیاست‌های خود را برای سال جاری و سال‌های پیش رو تبیین کنند تا نقد و بررسی‌های لازم صورت گیرد.

مشکلات تامین مالی مانع رشد اقتصاد

رئیس پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی، تحقق رشد اقتصادی مناسب را یکی از مهم‌ترین ضروریات کشور ارزیابی کرد و گفت: علاوه بر حفظ دستاورد کاهش نرخ تورم، دستیابی به رشد اقتصادی مناسب در سال جاری با توجه به اهداف در نظر گرفته شده در بودجه ۹۵ و برنامه توسعه باید مدنظر قرار گیرد. البته نباید این امر را از نظر دور داشت که یکی از موانع تحقق این هدف مشکل تامین مالی بخش‌های شرکتی، بنگاه‌های بزرگ و همچنین تامین مالی خرد است. رئیس پژوهشکده پولی و بانکی بانک مرکزی با تاکید بر اینکه برای استفاده بهتر از ظرفیت تامین مالی تنها نباید به نظام بانکی تکیه کرد و بهره‌گیری از سایر ظرفیت‌ها همانند بازار سرمایه نیز باید مدنظر قرار گیرد، اظهار کرد: هماهنگی بازار پول و سرمایه برای نظام مالی کشور ضروری است.

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای (نوبت اول)

سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان البرز در نظر دارد خرید ، نصب وراه اندازی دیتاسنتر و شبکه خود را به شرکتهایی که دارای رتبه ۴ شورای عالی انفورماتیک در رسته انتقال اطلاعات و رشته شبکه داده های رایانه ای ومخابراتی با ظرفیت و تعداد کار مجاز خالی میباشند واگذار نماید. لذا از متقاضیان دعوت می گردد ضمن در دست داشتن معرفی نامه شرکت و بازدید از محل توسط کارشناس مربوطه جهت دریافت اسناد مناقصه از تاریخ ۱۳۹۵/۲/۷ لغایت ۱۳۹۵/۲/۱۵ به آدرس کرج – مهرویلا- خیابان خیام غربی- پلاک ۱۳۴- واحد امور مالی سازمان (آقای گشایشی) مراجعه فرمایند.

توضیحات :

۱-مبلغ تضمین شرکت در مناقصه ۵۵۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال بصورت ضمانتنامه بانکی بنام سازمان مدیریت و برنامه ریزی استان البرز به تاریخ سررسید سه ماهه و یا واریز وجه نقد به حساب ۲۱۷۰۴۵۶۰۱۳۰۰۴ نزد بانک ملی شعبه جهانشهر کرج بنام تمرکز وجوه سپرده.

۲-حداکثر زمان تحویل اسناد مناقصه تا پایا ن وقت اداری مورخ ۱۳۹۵/۲/۱۸ می باشد.

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۵/۲/۷
تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۵/۲/۹
م الف ۴۰۴۵۵
۱۸۹

نرخنامه

دلار ۳,۴۸۰ تومان

صرافان بازار ارز و سکه نرخ هر دلار آمریکا را ۳,۴۸۰تومان و هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید را ۱,۰۲۰,۰۰۰ تومان تعیین کردند.

هر یورو در بازار آزاد ۳,۹۲۰ تومان و هر پوند نیز ۵,۰۲۸تومان قیمت خورد. همچنین هر نیم سکه ۵۴۱,۰۰۰ تومان و هر ربع سکه ۲۸۹,۰۰۰ تومان فروخته شد. هر سکه یک گرمی نیز ۱۹۵,۰۰۰ تومان خریدوفروش شد و هر گرم طلای ۱۸ عیار ۱۰۴,۱۵۰تومان قیمت خورد. هر اونس طلا هم در بازارهای جهانی ۱۲,۳۳۳دلار بود.

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت	
اونس طلا	۱۲,۳۳۳	▲
مثقال طلا	۴۵۱,۵۰۰	▼
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۰۴,۱۵۰	▼
سکه بهار آزادی	۱,۰۲۲,۵۰۰	▲
سکه طرح جدید	۱,۰۲۰,۰۰۰	
نیم سکه	۵۴۱,۰۰۰	▼
ربع سکه	۲۸۹,۰۰۰	▲
سکه گرمی	۱۹۵,۰۰۰	▲

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت	
دلار آمریکا	۳,۴۸۰	▲
یورو اروپا	۳,۹۲۰	▲
پوند انگلیس	۵,۰۲۸	▲
درهم امارات	۹۵۲	▲
لیر ترکیه	۱,۲۴۸	▲
یوان چین	۵۴۷	▼
ین ژاپن	۳۲	▼
دلار کانادا	۲,۷۹۰	▲
فرانک سوییس	۳,۵۹۰	▲
دینار کویت	۱۱,۴۰۰	
ریال عربستان	۹۲۵	
دینار عراق	۲۷۳	
روپیه هند	۶۰	
رینگت مالزی	۹۰۵	

خبرنامه

کسب رتبه ۱۱۸ ایران از نظر سهولت کسب‌وکار

گزارش بانک جهانی از فرآیند شروع کسب‌وکار در سال گذشته میلادی نشان می‌دهد ایران با نمره ۵۷.۴۴ در رتبه ۱۱۸ از نظر سهولت شروع یک کسب‌وکار قرار دارد.

به گزارش خبرآنلاین، بانک جهانی جدیدترین گزارش سهولت شروع یک کسب‌وکار در بین ۱۸۹ کشور جهان را منتشر کرد.

نگاهی گذرا به فهرست منتشر شده نشان می‌دهد که ۳۰ اقتصاد برتر این گزارش کشورهایی با قوانین کم نیستند بلکه کشورهایی هستند با قوانین کارآمد که مجوز انجام فعالیت‌های اقتصادی را به صورت کارآمد و شفاف در عین حمایت از منفعت عمومی ارائه می‌دهند. همچنین در این گزارش آمده است کشورهایی که در رتبه‌های بالای این فهرست قرار دارند در دیگر گزارش‌های آماری جهانی مانند شاخص رقابت‌پذیری جهانی و شاخص ادراک فساد در رتبه‌های بالاتر قرار می‌گیرند. در این گزارش کشورهای سنگاپور، نیوزیلند، دانمارک، کره جنوبی، هنگ‌کنگ در رتبه‌های اول تا پنجم قرار دارند. ایران با نمره ۵۷.۴۴ در رتبه ۱۱۸ جهان قرار دارد. سودان جنوبی لیبی و اریتره در رده‌ای پایین این رتبه‌بندی قرار دارند.

گفتنی است بانک جهانی در رتبه‌بندی کشورها معیارهایی مانند حداقل زمان، هزینه و سرمایه لازم را برای شروع یک کسب‌وکار، زمان و هزینه دسترسی به برق، هزینه‌های انتقال سرمایه، فرآیند رسیدگی به مراحل قضایی و... مورد ارزیابی قرار می‌دهد.

روایت مظاهری از توقیف دارایی‌های بانک مرکزی

رئیس کل اسبق بانک مرکزی با بیان اینکه اوراق دلاری در زمان ریاست او هم بلوکه بوده است، گفت: رقم دقیق اوراق بلوکه شده، ۷.۵میلیارد دلار است.

به گزارش مهر، طهماسب مظاهری در گفت‌وگو با برنامه زنده تلویزیونی پایش در پاسخ به این سوال که در دوره مدیریت چه کسی اوراق آمریکایی خریداری شد، از پاسخ طفره رفت و گفت: این اوراق در دوران ما نیز بلوکه بود؛ به این معنا که همواره ذخایر بانک مرکزی در بانک‌های مختلف و به اشکال متفاوتی نگهداری می‌شد و از زمانی که آمریکا اعلام کرد تحریم دلار را اعمال می‌کند، بانک مرکزی تلاش کرد تا هرچه دارایی به شکل دلار یا اوراق و ذخایر ارزی با واحد دلار داشت را به واحدهای دیگر ارزی تبدیل کند تا از دستبرد آمریکا مصون بماند. رئیس کل اسبق بانک مرکزی افزود: بخشی از این کار انجام شده ولی بخشی از ذخایر و اوراق دلاری تحریم شد و در نهایت بانک مرکزی بخشی از آن را آزاد کرده و بخش دیگری هم در تحریم آمریکا ماند. به هرحال رقمی که به صورت ذخایر دلاری تحت اختیار آمریکا متوقف است، نزدیک به ۷.۵میلیارد دلار است. وی تصریح کرد: همه باید دست به دست هم دهیم تا این ذخیره ارزی بانک مرکزی کشور را آزاد کنیم درحالی‌که آن زمان، آقای احمدی‌نژاد اعتقاد داشت که این تحریم‌ها کاغذ پاره‌ای بیش نیست و به همین دلیل نیز در زمینه تبدیل ذخایر ارزی به سایر واحدهای ارزی آن‌طور که باید همکاری نکرد.

خبر

بورس کالا میزبان عرضه ۵۵هزارتن سنگ آهن

روز دوشنبه ۶ اردیبهشت ماه، مجتمع سنگ آهن فلات مرکزی ایران ۵۵هزار تن سنگ آهن تولیدی خود را به قیمت ۲۷ دلار در هر تن در تالار صادراتی بورس کالای ایران عرضه کرد. ۱۸هزار و ۳۰۰ تن قیر ۶۰۷۰ شرکت‌های جلیس، پالایش نفت تبریز، پالایش انرژی شمالغرب آرکا، صنعت قیر پارسیان انرژی و الوند پارس سپاهان نیز در تالار صادراتی بورس کالای ایران عرضه شد.

بورس انرژی

نخستین معامله بنزول خام فولاد زرند ایرانیان در بورس انرژی

در جریان معاملات بورس انرژی در تابلوی سلف موازی استاندارد برای قراردادهای با سررسید یک‌سال و بیشتر در بازار مشتقه بورس انرژی ایران در کلیه نمادهای فعال، ۳۳۶.۱ قرارداد به ارزشی بالغ بر ۱۷میلیارد و ۶۵۹میلیون ریال مورد معامله قرار گرفت. در بازار فیزیکی بورس انرژی ایران کالاهای آیزوریسایکل، حلال ۴۰۶ و حلال ۴۱۰ پالایش نفت اصفهان، آیزوریسایکل پالایش نفت بندرعباس و بنزول خام فولاد زرند ایرانیان در رینگ داخلی و نفت سفید شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران در رینگ بین‌الملل از انبار نفت اراک به مقصد عراق مورد عرضه قرار گرفتند که کل معاملات صورت گرفته در این عرضه‌ها و عرضه‌های مازاد معادل ۱,۰۰۲ تن به ارزشی قریب به ۹میلیارد ریال بود.

بورس بین‌الملل

افت قیمت کالاهای اساسی آسیا را منفی کرد

بازارهای آسیایی در پی افت قیمت کالاهای اساسی و افزایش قدرت ین، با روند کاهشی رو به رو شدند. جلسات بانک مرکزی ژاپن و آمریکا در هفته جاری و تصمیمات اخذ شده موجب افزایش قدرت ین ژاپن شد. بیش از ۱۰ صنعت فعال در شاخص آسیا پاسیفیک با افت شدید قیمت‌ها همراه شدند در حالی که شاخص‌های آتی آمریکا نیز روند نزولی را در پیش گرفتند. این در حالی است که بازارهای اروپا بدون هیچ گونه تغییری معاملات را از سر گرفتند. بر این اساس، اصرار اوباما به بریتانیا برای باقی ماندن در منطقه یورو در رفراندوم ماه ژوئن موجب افزایش قیمت پوند در بازار ارز جهانی شد. در این بین، قیمت نفت خام و مس برای نخستین بار در هفته جاری افت چشمگیری را متحمل شد.

عمق بازار

شرایط نوسانی شاخص کل در معاملات امروز

فرشید شجاع
farshid. shoja@gmail. com

تب تند گروه خودرو با عرق سردی که در جلسه کاری گذشته بر پیشانی بازار نشست، فروکش کرد. در جلسه معاملاتی گذشته، شاخص کل بازار بورس اوراق بهادار تهران در بدو گشایش بازار صعودی شده و طی مدت یک ساعت رشدی معادل ۴۳۰ واحد را به ثبت رسانید. پس از آن، از شدت تقاضا کاسته شده و این مسئله به نوسانی شدن شاخص دامن زد؛ به این ترتیب شاخص کل ۹۰ دقیقه را به نوسان گذراند. در یک ساعت نخست بازار، عرضه در بازار قدرت گرفت و شاخص کل در مسیر نزولی قرار گرفت و در پایان این مسیر رشد، ۲۰۰ دقیقه نخست خود را پوشش داد. در پایان این جلسه، شاخص کل با ۲۴۰.۱۳ واحد صعود به رقم ۷۸۶۸۸.۴ واحد رسید. ارزش کل معاملات جلسه گذشته بازار بورس حدود ۳۱۴میلیارد تومان گزارش شد و این رقم طی ۱۰۱۷۳۱ معامله محقق شد. به این ترتیب ارزش میانگین هر معامله این جلسه در حدود ۳.۱میلیون تومان محاسبه می‌شود که در مقایسه با روز گذشته خود کاهشی اندک اما تهدیدآمیز داشته است. بازار فرابورس ایران نیز در این جلسه رفتاری مشابه بازار بورس از خود به نمایش گذاشت. شاخص کل این بازار در پایان جلسه معاملاتی گذشته با ۶.۴ واحد رشد به رقم ۸۰۱.۸ واحد رسیدو دوباره قدم در کانال ۸۰۰ واحد نهاد.

بزرگ‌ترین نکته معاملات روز گذشته عرضه شدید در گروه خودرویی و پراکنده شدن بازار بود. در این جلسه بسیاری از گروه‌های بازار با تقلای زیاد سبز رنگ باقی ماندند. گشایش بازار جهانی با گپ مثبت آهن و سنگ آهن همراه بود؛ این مسئله تاثیر روانی مطلوبی بر گروه «فلزات اساسی» نهاده و این گروه فارغ از نزولی شدن قیمت‌های جهانی پس از گشایش صعودی بود. گروه «بانک‌ها و موسسات اعتباری» نیز در این جلسه سبز رنگ ماندند که این مسئله را مدیون عرضه کم بودند. رنگ سبز در بسیاری از گروه‌های دیگر نیز رویت می‌شد که این موضوع از شرایط بحرانی روز کاری پیش رو خبر می‌دهد. نرخ دخالت حقیقی‌ها در بازار حدود ۷۰درصد بود و نرخ خرید به فروش این معامله‌گران نیز حدود رقم یک محاسبه شد. این ارقام نیز می‌توانند تاثیر منفی جزیی بر بازار اعمال کنند.

با توجه به آنچه گفته شد و آنچه از بازار بر می‌آید به نظر می‌رسد در جلسه معاملاتی پیش‌رو شاخص کل کار خود را با رشدی محدود در ابتدای وقت آغاز کند. به این ترتیب در این جلسه شاخص کل می‌تواند رشدی کمتر از ۱۵۰ واحد را در ۳۰ دقیقه نخست بازار شناسایی کرده و پس از آن به مدت یک ساعت نوسان نزولی را تحمل کند. انتظار می‌رود بازار در جلسه پایانی هفته شرایط بهتری داشته باشد، بنابراین نزولی شدن شاخص کل بازار بورس در دو ساعت پایانی معاملات امروز امری طبیعی و مناسب محسوب می‌شود.

رشد ۲۴۰ واحدی شاخص کل

رقابت تنگاتنگ گروه بانک با خودرو

سیدمحمدصدرالغروی
sadrolgharavi@yahoo.com

سمیه سهیلی | فرصت امروز

در جریان معاملات بازار سهام، شاخص کل بورس مثبت بود و ۲۴۰ واحد رشد کرد. بازار سهام با صدور سیگنال‌های خرید در الگوهای حمایتی همپای حمایت بازارگردان‌های حقوقی با غلبه تقاضا بر عرضه سهام روبه‌رو شد. با این حال در انتهای ساعت معاملاتی با افت شاخص کل مواجه بود. به طور کلی روز گذشته بازار سهام بازاری متعادل و رو به مثبت بود؛ بازاری که ترجیح می‌داد با توجه به اصلاح قیمت سهام در گروه‌های بزرگ شاخص‌ساز، از طریق واگذاری سهام و شناسایی سود کوتاه‌مدت در بازار دوم و شرکت‌های کوچک اقدام به جمع‌آوری سهام برخی شرکت‌های بزرگ کند. در این شرایط بازار سهام پرنوسان تهران همچنان به افت و خیزهای مکرر خود ادامه می‌دهد، به‌طوری‌که چند روزی مثبت است و چند صباحی منفی، ولی در مجموع میل به صعود و رشد دارد.

احتمال تداوم رشد شاخص کل

پس از پشت سر گذاشتن یک اصلاح و افت بیش از ۳۵۰۰ واحدی شاخص کل از ۱۱ فروردین ماه جاری تاکنون، به نظر می‌رسد فرآیند اصلاحات بازار و شاخص کل در مقطع زمانی فعلی به پایان رسیده و انتظار می‌رود به‌زودی شاهد اوج‌گیری مجدد و رشد سطح عمومی قیمت‌ها در بازار باشیم. از طرفی، فصل مجامع نیز نزدیک است و طی یکی دو ماه آینده شاهد برگزاری مجامع عمومی عادی شرکت‌ها و تقسیم سود نقدی بین سهامداران خواهیم بود؛ امری که می‌تواند بار دیگر بورس تهران را به تحرک درآورد و به رشد قیمتی برخی از سهام با P/E پایین منتهی شود. از سوی دیگر آنچه برای سهامداران و فعالان بازار سهام حائز اهمیت است تداوم روند صعودی قیمت‌ها در مسیر تعادلی و نیز تحقق وعده‌های صاحبان صنایع برای توسعه فعالیت‌ها و پیشرفت در عرصه بین‌المللی است و باید منتظر ماند و دید که تا چه حد بازار سهام و گروه‌های مطرح آن برای گام برداشتن در مسیر رشد چه در حوزه افزایش سودآوری و چه رشد ارزش سهام مصمم هستند. در عین حال بازار سهام در حال حاضر بر مبنای تحلیل بنیادی حرکت نمی‌کند و تنها فاکتور مهم آن در روزهای اخیر که در رویکرد سهامداران به بازار هم قابل تشخیص است، نوسان‌گیری است.

اقبال مجدد به گروه بانکی

در بازار دیروز گروه خودرویی شرایط متغیر و پرنوسانی داشت و اکثر مبادلات نسبت به روزهای گذشته ضعیف‌تر شد، به‌طوری‌که صف‌های خرید برخی سهام خودرویی عرضه و تعدادی نیز در قیمت‌های منفی مبادله شدند. بازار سهام در نماد معاملاتی گروه‌های خودرویی شاهد واگذاری صف‌های خرید در میانه بازار بود، هر چند انگیزه‌های نوسان‌گیری در گروه سایپا باعث شد تا در آخرین دقایق معاملات صف خرید ۸میلیون سهمی از سوی سهامداران حقیقی این شرکت در این نماد معاملاتی به نمایش گذاشته شود. این در حالی است که پارس خودرو همسو با برخی معاملات در بازار خرده‌فروشی صف خرید ۲۲میلیون سهمی برای خود پدیدار کرد. اما دیگر گروه پرمبادله گروه بانکی بود. این گروه شرایط بهتری را نسبت به روزهای گذشته تجربه کرد. به نظر می‌رسد گروه بانکی مجددا قصد رقابت با گروه خودرویی را دارد. در گروه معدنی‌ها نیز همچنان خریداران سهام برای جمع‌آوری سهام این گروه از خود اقبال نشان دادند. در این گروه دوقلوهای سنگ‌آهنی با خبرهای امیدوارکننده در حوزه سنگ آهن و فلزات اساسی در بازارهای جهانی به‌ویژه از سوی چین مواجه هستند. در گروه پیمانکاری‌ها نیز حفاری شمال با اقبال خریداران اغلب حقیقی با وجود عرضه‌های حقوقی روبه‌رو بود. در گروه قندی‌ها نیز قیمت سهام در اغلب نمادهای معاملاتی در دامنه نوسان مثبت قیمتی تعدیل شد.

بازگشایی چند نماد معاملاتی

روز گذشته نماد معاملاتی شرکت‌های مارگارین، فرآوری مواد معدنی ایران، معدنی دماوند و حق تقدم استفاده نشده شرکت معدنی و صنعتی گل گهر با توجه به عدم کشف قیمت در روز معاملاتی قبل بدون محدودیت نوسان قیمت بازگشایی شدند. در عین حال، نماد معاملاتی حق تقدم شرکت معدنی و صنعتی چادرملو با توجه به اعلام مهلت پذیره‌نویسی، بدون محدودیت نوسان قیمت با استفاده از مکانیزم حراج تک‌قیمتی تابلوی معاملات برگشت. همچنین نماد معاملاتی شرکت‌های سیمان ارومیه با توجه به ارائه صورت‌های مالی حسابرسی نشده سال مالی منتهی به ۲۹ اسفند ماه ۱۳۹۴ و ارتباطات سیار ایران پس از برگزاری مجمع عمومی عادی سالانه مبنی بر تقسیم سود نقدی، بدون محدودیت نوسان قیمت با استفاده از مکانیزم حراج تک‌قیمتی آماده انجام معامله شد.

حرف‌های درگوشی بازار

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

حتاید: خبرها از حتاید حکایت از افزایش سرمایه دراین شرکت دارد. گویا این افزایش سرمایه از محل آورده نقدی جهت اجرای طرح‌های توسعه شرکت است. این طرح‌های توسعه ساخت سوله، سیلو و محوطه‌های تجاری در بنادر امیرآباد، انزلی و امام خمینی است.

پارسان: خبرها از این سهم حاکی از آن است که این شرکت به‌عنوان سهامدار عمده درصنعت پتروشیمی، تعدادی طرح در آستانه بهره‌برداری در واحدهای زیرمجموعه خود دارد. یکی از این طرح‌ها پروژه تولید یک میلیون تن اوره در شرکت پتروشیمی پردیس است که پیش‌بینی می‌شود تا شهریورماه به مرحله تولید برسد. همچنین طرح تولید آمونیاک پتروشیمی پردیس نیز در مراحل پایانی است. شنیده‌ها همچنین حکایت از افتتاح فاز ۳ پتروشیمی شیراز دارد که گویا این طرح در روزهای آینده طی مراسمی به بهره‌برداری خواهد رسید. از طرفی نیز زمزمه‌هایی درباره ساخت پالایشگاه به‌صورت مشترک با خارجی‌ها به گوش می‌رسد که گویا مذاکراتی هم با کره‌ای‌ها و بلژیکی‌ها در این خصوص انجام شده است.

وپارس: خبرها حکایت از این دارد که مجوز افتتاح ۱۵۰ شعبه وپارس از بانک مرکزی اخذ شده است.

وپست: خبرها از پست بانک ایران حکایت از پیوستن به سیستم سوییفت و فعال شدن حساب بانکی به ارزهای لیر و یورو دارد.

وبانک: شنیده شده فروش ۳۵ درصد ترانسفو می‌تواند سود «وبانک» را ۴۰۰ ریال افزایش دهد. بررسی‌ها حاکی از آن است که فروش ۳۵ درصد از سهام ایران ترانسفو که زمزمه‌هایی مبنی بر قیمت‌گذاری آن در محدوده ۱۶۳۰۰ ریال به گوش می‌رسد، می‌تواند سود «وبانک» را به ازای هر سهم حدود ۴۰۰ ریال افزایش دهد و به این ترتیب سود برآوردی «وبانک» را از ۵۲۷ ریال به ۹۲۷ ریال افزایش دهد که البته این رقم می‌تواند با توجه به قیمت‌گذاری در روز انجام معامله بلوکی اندکی بیشتر یا کمتر شود.

قاب

عملکرد بد ۳ماهه زمستان و رویگردانی بازار از غبشهر

نجمه غلامپور
کارشناس بازار سرمایه

شرکت صنعتی بهشهر در ابتدای سال ۹۴ کار خود را با قیمت ۷,۶۵۰ ریال آغاز کرد و با روندی صعودی طی شش روز کاری تا ۸,۵۰۸ ریال افزایش یافت اما بعد از آن وارد فاز منفی معاملاتی شد و در تاریخ ۶ شهریور ماه با روندی به کف سالانه خود تا قیمت ۶,۴۸۴ ریال کاهش یافت.پس از چند ماه نوسان در محدوده قیمتی ۶,۵۰۰ تا ۷,۵۰۰، غبشهر نیز همگام با رشد بازار از نیمه دی ماه روند صعودی خود را آغاز کرده و در ۲۷ بهمن ماه سال ۹۴ به حداکثر قیمت سالانه خود در ۱۰,۳۸۹ ریال دست یافت.اما غبشهر از ادامه روند صعودی در سال ۹۴ بازماند و در نهایت در پایان سال ۹۴ با قیمت ۸,۹۸۰ ریال به کار خود پایان داد.بنابراین سهامداران غبشهر توانستند در سال ۹۴ تنها به ۱۷ درصد بازدهی دست یابند اگر چه بازدهی کمی نصیب سهامداران شد اما غبشهر سهمی بسیار کم ریسک برای سهامداران خود بود و در بدترین شرایط بازار سال ۹۴ نیز افت قیمتی ناچیزی را تجربه کرد.

در سال ۹۵ غبشهر با افزایش قیمتی اندک در ۱۰ فروردین ماه با آخرین قیمت ۹,۰۴۳ ریال جهت برگزاری مجمع عمومی عادی سالانه به منظور تصویب صورت‌های مالی بسته شد و ۸۵۰ ریال سود تقسیمی به سهامداران داده شد، بعد از مجمع سهم با قیمت ۸,۴۹۸ ریال بازگشایی و طی شش روز به ۸,۷۵۵ ریال نخستین سقف قیمتی سال ۹۵ با لحاظ سود تقسیمی دست یافت، اما انتشار صورت‌های مالی دوره سه ماهه پایین‌تر از حد انتظار منتهی به ۲۹ اسفند ۹۴ در ۲۹ فروردین ماه که در ادامه آن را بررسی دقیق‌تری خواهیم کرد، منجر به رویگردانی بازار و صف فروش شدن غبشهر در ۳۰ فروردین ماه ۹۵ شد.

این شرکت برای سال ۹۵ خود در نخستین پیش‌بینی ۱,۷۰۱ ریال سود به ازای هر سهم با سرمایه ۱,۰۲۳,۰۰۰ میلیون ریال پیش‌بینی کرده بود که در گزارش جدید منتشر شده نیز بدون تغییر همان ۱,۷۰۱ ریال البته با تغییر جزییات اعلام کرده است که نسبت به سال مالی ۹۴ افزایش بسیار ناچیزی دارد. در پیش‌بینی جدید نسبت به پیش‌بینی قبل مبلغ فروش ۱,۰۴۹ میلیارد ریال افزایش یافته (افزایش ۵ درصدی نرخ فروش روغن نباتی) در حالی که بهای تمام شده ۱,۱۰۲ میلیارد ریال افزایش یافته است (افزایش ۹,۵ درصد نرخ خرید روغن خام توام با افزایش ۲ درصدی حجم مصرف).در نتیجه این دو تغییر، حاشیه سود خالص از ۱۴,۲ درصد به ۱۳ درصد کاهش یافته است (کاهش ۵۳ میلیارد ریالی). آنچه قابل توجه است کاهش ۲۴۱ میلیارد ریالی خالص سایر درآمدهای عملیاتی و تبدیل آن به خالص سایر هزینه‌های عملیاتی است (هزینه ۲۰۰ میلیارد ریالی).اما در اقدامی مثبت هزینه‌های مالی غبشهر در پیش‌بینی جدید با کاهش ۲۴۰ میلیارد ریالی، ۱۴۵ میلیارد ریال پیش‌بینی شده است.همچنین درآمد حاصل از سرمایه‌گذاری‌ها نیز ۶۵ میلیارد ریال رشد داده شده است.بنابراین شاهد هستیم کاهش سود ناخالص و سایر درآمدهای عملیاتی با کاهش هزینه‌های مالی و افزایش درآمد حاصل از سرمایه‌گذاری‌ها جبران شده است.

در پیش‌بینی سال ۹۵ نسبت به سال مالی قبل فروش خالص ۲,۳۰۷ میلیارد ریال افزایش یافته (افزایش ۱,۶ درصدی حجم فروش توام با افزایش ۱۰ درصدی نرخ فروش) در حالی که بهای تمام شده ۱,۶۹۶ میلیارد افزایش یافته (افزایش ۳ درصدی حجم مصرف توام با افزایش ۸ درصدی نرخ خرید روغن خام) و در نتیجه منجر به افزایش حاشیه سود ناخالص شرکت از ۱۲ درصد به ۱۳ درصد شده است، اما از نکات قابل توجه دیگر کاهش ۶۱۰ میلیاردی خالص سایر درآمدهای عملیاتی است. همچنین هزینه‌های مالی از ۳۵۴ میلیارد ریال به ۱۴۵ میلیارد ریال کاهش یافته (کاهش ۲۰۴ ریالی به ازای هر سهم) است.

اما غبشهر گزارش سه ماهه خود را در حالی روانه سامانه کدال کرده است که تنها ۱۲ درصد از سود پیش‌بینی شده سال مالی ۹۵ را پوشش داده است. در نگاه اول این‌گونه به ذهن می‌رسد که روابط تیره با عربستان و کمپین‌هایی که برای نخریدن معروف‌ترین برند این شرکت یعنی لادن طلایی در زمستان سال گذشته به‌خاطر مالک عربستانی شرکت، مخصوصا در فضای مجازی به اوج خود رسید، سبب این پوشش پایین باشد ولی با بررسی دقیق متوجه می‌شویم پوشش ۲۲ درصدی فروش همراه با پوشش ۲۳ درصدی بهای تمام شده منجر به پوشش تنها ۱۴درصدی سود ناخالص شده است. در واقع شرکت اگرچه ۲۵ درصد مقدار فروش را پوشش داده است اما کاهش ۱۲ درصدی نرخ فروش نسبت به نرخ پیش‌بینی شده سال ۹۵ منجر به پوشش ۲۲ درصدی مبلغ فروش شده که یکی از دلایل آن می‌تواند رقابت منفی شکل گرفته در صنعت در اعطای تخفیفات به مشتریان باشد. شرکت از لحاظ مقدار مصرف نیز ۲۵ درصد را پوشش داده است اما از لحاظ نرخ مصرف ۷,۵ درصد ارزان‌تر از نرخ پیش‌بینی شده برای سال ۹۵ روغن خام را مصرف کرده است که دلیل آن موجودی روغن خام ارزان قیمت ابتدای دوره است.

قابل توجه اینکه در حالی در دوره سه ماهه ابتدایی سال ۹۵ غبشهر ۲۰۹ ریال سود به ازای هر سهم ساخته است که در دوره مالی مشابه سال قبل ۴۷۸ ریال ساخته بود (کاهش ۵۶ درصدی) که از علل اصلی کاهش سود، کاهش مبلغ فروش، افزایش هزینه‌های عمومی، اداری و تشکیلاتی و کاهش سایر درآمدهای عملیاتی است.اگرچه بهای تمام شده نیز کاهش یافته اما همان‌طور که ذکر شد کاهشی کمتر از کاهش مبلغ فروش و اهرم بالای شرکت منجر به کاهش قابل ملاحظه سود ناخالص شده است. سود تقسیمی پیشنهادی برای سال ۹۵، همچون سال گذشته ۸۵۰ ریال در نظر گرفته شده است. از نکات مهم قابل اشاره اینکه شرکت در نظر دارد در سال مالی منتهی ۱۳۹۵/۰۹/۳۰ به پیشنهاد هیات‌مدیره از محل سود انباشته به مبلغ ۱,۹۷۷,۰۰۰ (میلیون ریال) اقدام به افزایش سرمایه کند.

در پایان شایان ذکر است سهامداران عمده این شرکت شرکت صافولا بهشهر (مالک عربستانی) با سهم ۷۹,۹ درصدی، شرکت سرمایه‌گذاری سپه با سهم ۲,۶۷ درصدی، شرکت سرمایه‌گذاری و خدمات مدیریت صندوق بازنشستگی با سهم ۲,۰۵ درصدی، شرکت مدبران اقتصاد با سهم ۱,۴۲ درصدی و شرکت سرمایه‌گذاری پارس توشه با سهم ۱,۲۹ درصدی هستند.

نماگر بازار سهام

بیشترین درصد افزایش

فرآوری مواد معدنی در حالی عنوان نخست جدول بیشترین درصد افزایش را از آن خود کرد که سرمایه‌گذاری اعتبار ایران در جایگاه دوم این گروه قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
فرآوری مواد معدنی	۲,۸۸۱	۶.۲۷
سرمایه‌گذاری اعتبار	۲,۲۹۲	۴.۹۹
نیروترانس	۶,۲۴۶	۴.۹۹
حفاری شمال	۴,۰۴۷	۴.۹۸
بیمه آسیا	۱,۵۷۵	۴.۹۳
بیمه البرز	۱,۳۲۰	۴,۹۳
گرانیت بهسرام	۲,۰۶۳	۴,۸۸

بیشترین درصد کاهش

سیمان فارس و خوزستان صدرنشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. سیمان دورود در رده دوم این گروه ایستاد و سایپا شیشه هم در میان سهم‌هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
سیمان فارس و خوزستان	۱,۸۹۶	(۴.۴۸)
سیمان دورود	۱,۲۷۲	(۴.۴۳)
سایپا شیشه	۲,۴۶۴	(۴.۲۷)
بیمه پارسیان	۳,۳۸۹	(۳.۶۹)
گروه صنایع بهشهر	۱,۹۳۲	(۳.۶۹)
سایپا آذین	۲,۰۲۵	(۳.۶۶)
سرمایه‌گذاری بهمن	۱,۴۴۹	(۲,۸۸)

پرمعامله ترین سهم

سایپا پرمعامله‌ترین سهم بازار بورس شناخته شد. پارس خودرو در رده دوم این گروه ایستاد. ایران خودرو دیزل و ایران خودرو هم در رده های بالا قرار گرفتند.

نام	قیمت	تعداد دفعه
سایپا	۱۵۴۷	۱۶۶.۹۴۹
پارس خودرو	۱۶۷۷	۱۱۰,۶۰۴
ایران خودرودیزل	۱۳۶۹	۸۳,۱۰۸
ایران خودرو	۳۴۳۱	۷۹,۲۷۲
زامیاد	۱۳۱۹	۶۲,۴۴۵
سرمایه‌گذاری سایپا	۲۵۴۱	۶۰,۴۶۳
بانک صادرات	۱۰۵۸	۵۱,۹۵۶

بیشترین ارزش معامله

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

نام	قیمت	جمع معاملات
ایران خودرو	۳۴۳۱	۲۷۱.۹۴۷
سایپا	۱۵۴۷	۲۵۸,۲۳۵
پارس خودرو	۱۶۷۷	۱۸۵,۵۳۹
سرمایه‌گذاری سایپا	۲۵۴۱	۱۵۳,۶۴۴
ایران خودرودیزل	۱۳۶۹	۱۱۳,۷۵۳
کنتورسازی‌ایران	۶۷۸۶۱	۸۶,۹۵۰
زامیاد	۱۳۱۹	۸۲,۳۷۲

بیشترین سهام معامله شده

سایپا در حالی رتبه نخست جدول بیشترین سهام معامله شده را به دست آورد که ایران خودرو در این گروه دوم شد و ایران خودرو دیزل در رده سوم جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	تعداد سهام معامله شده
سایپا	۱۵۴۷	۷۲۰۶
ایران خودرو	۳۴۳۱	۶۳۵۲
ایران خودرو دیزل	۱۳۶۹	۵۳۷۸
پارس خودرو	۱۶۷۷	۴۲۸۴
زامیاد	۱۳۱۹	۳۶۰۲
سرمایه‌گذاری سایپا	۲۵۴۱	۳۴۱۰
بانک صادرات	۱۰۵۸	۳۰۷۰

بالاترین نسبت P/E

رده نخست بالاترین نسبت P/E را در روز گذشته سایپا دیزل به دست آورد. فنرسازی زر در جایگاه بعدی قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	P/E
سایپا دیزل	۱۷۱۹	۱۷۱۹
فنرسازی زر	۱۵۴۱	۱۵۴۱
زامیاد	۱۳۱۹	۱۳۱۹
سایپا شیشه	۲۴۶۴	۱۲۳۲
پست بانک	۲۱۲۴	۱۰۶۲
کاشی حافظ	۳۱۱۲	۷۷۸
آلومراد	۲۵۵۸	۶۴۰

کمترین نسبت P/E

روز گذشته سرمایه‌گذاری پردیس در صدر جدول کمترین نسبت P/E ایستاد. سرمایه‌گذاری رنا جایگاه دوم این گروه را از آن خود کرد.

نام شرکت	قیمت	P/E
سرمایه‌گذاری پردیس	۹۵۰	۲.۸۴
سرمایه‌گذاری رنا	۲۵۳۸	۳.۵۷
سرمایه‌گذاری اعتبار	۲۲۹۲	۴.۲۴
بانک پاسارگاد	۱۲۲۸	۴.۳۱
لعابیران	۲۲۲۹	۴.۳۷
سرمایه‌گذاری مسکن	۱۱۷۴	۴.۴۵
کنتورسازی	۶۷۸۸۱	۴.۵۰

عمران

۵۰۰ میلیارد تومان، حداقل سرمایه راه‌اندازی لیزینگ مسکن

مدیرعامل هلدینگ مالی بانک مسکن گفت: بانک مرکزی اعلام کرده شـرکت‌های لیزینگی وابسته به بانک‌ها نمی‌توانند وارد فعالیت لیزینگ مسکن شوند که سـبب شده شرکت لیزینگ بانک مسکن در حد یک شرکت ثبت شده کاغذی باقی بماند.

مصطفی ازگلی در گفت‌وگو با پایگاه خبری وزارت راه و شهرسـازی، در خصوص صدور مجوز لیزینگ مسـکن از سـوی بانک مرکـزی گفت: ایـن مجوز چندان کارایی ندارد و نمی‌توان براسـاس شـرایط اعلامی در آن، آینده خوبی برای صنعت لیزینگ در بخش مسکن متصور شد که می‌طلبد بانک مرکزی شرایط سهل‌الوصول‌تری را در زمینه لیزینگ مسکن سیاست‌گذاری کند.

مدیرعامل هلدینگ مالی بانک مسکن با تأکید بر اینکه مجوز بانک مرکزی در زمینه لیزینگ مسـکن کاربردی نیسـت، ادامـه داد: بانک مرکزی شـرط راه‌اندازی لیزینگ مسـکن را غیربانکی بودن منابع آن شـرکت عنوان کرده که عمـلاً به معنای خروج شـرکت‌های لیزینگی وابسـته به بانک‌ها از صحنه رقابت صنعت لیزینگ در حوزه مسکن است.

مدیرعامل شرکت گروه مالی بانک مسکن با اشاره به رایزنی‌های مدیران این شـرکت و بانک مسـکن با مقامات ارشـد بانک مرکـزی و تلاش برای صدور مجوز فعالیت شـرکت لیزینگ بانک مسکن، اظهار کرد: در حال حاضر شـرکت لیزینگ بانک مسـکن در حد یک شـرکت کاغذی ثبت شده در اداره ثبت شـرکت‌ها باقی مانده اسـت و هیچ گونـه فعالیتی نـدارد؛ ضمن اینکه مجوز اخیـر بانک مرکزی برای فعالیت لیزینگ مسـکن نیز نتوانست مجوزی برای آغاز فعالیت آن باشد.

وی در پاسـخ به این پرسـش که آیا شرکت‌های لیزینگی غیربانکی از این مجوز اسـتقبال می‌کنند؟ خاطرنشـان کـرد: بعیـد می‌دانـم با توجـه به بالا بـودن هزینه راه‌اندازی لیزینگ در حوزه مسـکن و همچنین طولانی بودن زمان بازپرداخت اقسـاط و بازگشت سـرمایه به این نوع شرکت‌ها، مجوز اخیر بانک مرکزی برای آنها نیز جذابیتی داشـته باشـد به خصوص که تهیه حداقل سرمایه لیزینگ مسکن برای آنها امکان‌پذیر نیست.

ازگلی حداقل سـرمایه مورد نیـاز برای راه‌اندازی لیزینگ مسـکن را ۵۰۰ میلیارد تومان ذکر و بیان کرد: تهیه این سـرمایه برای شـرکت‌های لیزینگی غیربانکی نه امکان‌پذیر اسـت و نه به صرفه؛ بهترین راه برای ورود لیزینگ مسـکن به بـازار این کالای باارزش، استفاده از توان شرکت‌های لیزینگی بانکی یا استفاده از منابع بانک‌ها در صنعت لیزینگ است.

حذف شرط سپرده‌گذاری ضمانتی برای تاسیس ایرلاین‌های جدید

وزارت راه به بخش خصوصی تخفیف داد

جواد هاشمی
j.hashemi1992@gmail.com

هرچنـد هنـوز نزدیک به سـه ماه تا پایان مهلت وزارت راه و شهرسـازی به ایرلاین‌ها باقی مانده تا با تعیین تکلیف بدهی‌ها و صورت‌های مالی‌شان خود را برای آینده پساتحریم آماده کنند اما به نظر می‌رسد سیاست‌های این وزارتخانه از سـمت دیگری نیز به جریان افتاده؛ سـمتی که ایـن بار به‌دنبال تسـهیل شـرایط ورود سـرمایه‌گذاران بخـش خصوصی است.

هرچند بدهی قابل توجه شرکت‌های هواپیمایـی بـه شـرکت فرودگاه‌ها و شرکت پخش سوخت باعث شده آینده کاری بسـیاری از ایرلاین‌های کوچک در هالـه‌ای از ابهـام قـرار گیرد اما در سوی دیگر ماجرا براساس اعلام سازمان هواپیمایی، سرمایه‌گذاران بسیاری نیز اعـلام آمادگـی کرده‌اند تـا با دریافت مجوزهای لازم شرایط را برای تاسیس ایرلاین‌هایی تازه فراهم کنند.

اگرچـه درخواسـت‌ها برای تاسـیس ایرلاین‌های جدید بسـیار است اما آنچه ایـن درخواسـت‌ها را از حالـت بالقوه به بالفعل تبدیل کند نیاز به طی شدن فرآیند طولانی دارد که زمان بر خواهد بود. تامین سـرمایه‌ای بیش از ۱۵۰میلیون دلاری، خرید حداقل پنج هواپیمای جدید ملکی و سـپرده‌گذاری ۲۵درصـد از کل مبلغ سـرمایه برای دریافت ضمانت، بخشی از این فرآیند طولانی‌مدت اسـت که برای راه‌اندازی شـرکت‌های هواپیمایی جدید باید طی شود.

هرچنـد کلیـات این قوانیـن هنوز بـر جـای خـود باقی اسـت امـا دبیر انجمـن شـرکت‌های هواپیمایی اعلام کرده اخیرا سـازمان هواپیمایی شـرط سـپرده‌گذاری برای ایرلاین‌های جدید را برداشـته اسـت. اسـعدی سـامانی بـه فـارس گفتـه در مقـررات اولیـه مذکـور بـرای اخذ فـول AOC باید ۱۶۴میلیون دلار سـرمایه‌گذاری شود، ۲۵درصد سرمایه‌گذاری باید به‌صورت سپرده از سوی سرمایه‌گذاران به‌عنوان ضمانت در اختیار سـازمان قرار بگیرد، ایـن در حالی اسـت که باید ۲۵درصد سـپرده شـده و ضمانت آن به سازمان ارائه شود اما هیچ سرمایه‌گذاری حاضر نبـود این مبلـغ را در بانک بلوکه کند تا بخواهد کسـب‌وکاری داشـته باشد. بـه تازگی و پـس از تعطیلات نوروزی، تغییـری کوچک در ایـن قانون ایجاد شد؛ سـپرده‌هایی که به‌عنوان ضمانت اخـذ می‌شـد از دسـتور کار خـارج و دسـتورالعمل مربوطـه در این موضوع اصلاح شد.

آزاد شـدن ایـن حجـم از منابع مالی ایرلاین‌ها می‌تواند به آنها کمک بسیاری در تامین هزینه‌هایشان کند. شرکت‌هایی که در سال‌های گذشته با افزایش قیمت سـوخت، افزایش بهای خدمات، محدود بـودن منابـع درآمـدی از محل فروش بلیت و دشـواری‌های فراوان در تعاملات بین‌المللـی روبـه‌رو بوده‌اند، حالا پس از لغـو تحریم‌ها و آزادسـازی قیمت بلیت بـار دیگر فضایی بـرای درآمدزایی پیدا کرده‌انـد و وزارت راه برای افزایش انگیزه سـرمایه‌گذاران جدید شـرایط را قدری تسهیل کرده تا گروه‌های دیگری نیز به این عرصه ورود کنند.

حمایت از ایرلاین‌ها باید دنباله‌دار باشد

یک کارشـناس صنعـت هواپیمایی بـا مثبـت ارزیابی کـردن طرح جدید سـازمان هواپیمایی برای حذف شـرط سـپرده‌گذاری ضمانتـی در بانک‌هـا اعـلام کرد: رونـد حمایت از ایرلاین‌ها باید تداوم داشـته باشد زیرا با توجه به مسـئولیت‌هایی که آنها دارند، شرایط سـخت سـال‌های گذشـته به‌شـدت برای‌شان دردسرساز بوده است.

علیرضـا بحیرایـی در گفت‌وگـو بـا «فرصـت امـروز» عنوان کـرد: نگاهی به شـرایط ایرلاین‌های داخلی کشـور در طول سـال‌های گذشـته به خوبی اوضاع سخت آنها را نشان می‌دهد. این شـرکت‌ها در تعامل با جهان مشکلاتی فراوان داشتند و این امر به زمین‌گیری تعداد زیادی از هواپیماهایشـان منجر شـد و در فضای داخلی نیز با توجه به تعداد بالای پروازهای دستوری و البته محدودیـت درآمدزایـی با مشـکلات جدید روبه‌رو شدند.

وی افزود: در این بین مسـائلی چون افزایـش قیمـت سـوخت و خدمـات فرودگاهی نیز مزید بر علت شـد تا کار برای آنها بسـیار سـخت شود. این روند تنهـا می‌تواند بـا حمایت دولت اصلاح شود وگرنه سرمایه‌گذاران جدید نیز در این حوزه با مشکلاتی قابل توجه مواجه خواهند شد.

بـه اعتقـاد بحیرایـی، هرچند هنوز شرایط برای ورود سرمایه‌گذاران جدید به این عرصه بسیار سخت است اما باز گذاشـتن دسـت ایرلاین‌ها در استفاده از ۲۵درصـد منابع مالی که تاکنون در گـرو بانک باقـی می‌ماند، می‌تواند یک گشایش امیدبخش به‌وجود آورد.

محمـد بشـارتی، کارشـناس عرصه هوانوردی‌نیزدرگفت‌وگوبا«فرصت‌امروز» به فاصله موجود میان ایرلاین‌های ایرانی و رقبای خارجی‌شـان اشاره کرد و گفت: کمبود قابل توجه منابع مالی ایرلاین‌های ایرانی باعث شـده حتی حرکت آنها در فضای پـس از لغو تحریم‌های اقتصادی نیز دشـوار باشـد و خرید هواپیماهای نو برای بسیاری از آنها سخت و دور از انتظار به نظر برسد.

وی ادامـه داد: تـا زمانی که شـرایط بـه همین شـکل باقی باشـد، شـاید سـرمایه‌گذاران بخـش خصوصـی نیز علاقـه چندانـی بـرای ورود بـه ایـن عرصـه پیـدا نکنند امـا در صورتی که بـا سیاسـت‌های اینچنینی قدری فضا تلطیف شود و البته حمایت‌هایی جهت افزایـش توان ایرلاین‌هـا به کار گرفته شود، می‌توان به آینده این صنعت بیش از پیش امیدوار بود.

صنعت هواپیمایی ایران خود را آماده می‌کند تا در ماه‌های پیش‌رو نخستین هواپیماهای نوساز خریداری شده خود را دریافـت کنـد و در چنین شـرایطی قطعا بهبود اوضـاع ایرلاین‌های ایرانی بـه افزایـش توان رقابت‌پذیـری آنها با ایران ایر به‌عنوان ایرلاین دولتی ایرانی و رقبـای خارجی خواهـد انجامید. در این بین ورود سرمایه‌گذاران تازه نفس بـه ایـن عرصه اهمیت زیـادی دارد و هرچند هنوز شـروط زیادی پیش روی سـرمایه‌گذاران جدید وجـود دارد، اما صرف برداشـتن شرط سـپرده‌گذاری می‌تواند یکی از این گره‌ها را باز کند.

زیمنس در ایران واگن می‌سازد

قائم مقام وزیر راه و شهرسـازی با بیان اینکـه نمی‌توان قـرارداد ۵۰۰ صفحه‌ای ایربـاس را یک شـبه نهایی کـرد، گفت: طبق مذاکرات مپنا با زیمنس، قرار اسـت این شرکت آلمانی در ایران واگن بسازد.

اصغر فخریه کاشان در گفت‌وگو با ایلنا، با بیان اینکـه قرارداد ایرباس یک قرارداد ۵۰۰ صفحه‌ای اسـت و این قرارداد مهم سیاسـی – اقتصادی را نمی‌توان یک‌شبه و در مـدت زمـان کوتاهی نهایـی کرد، اظهار داشـت: موارد حقوقی بسـیاری در این قرارداد آمده است که بند بند آن باید توسط کارشناسان دستگاه‌های نظارتی و مربوطه بررسی شود.

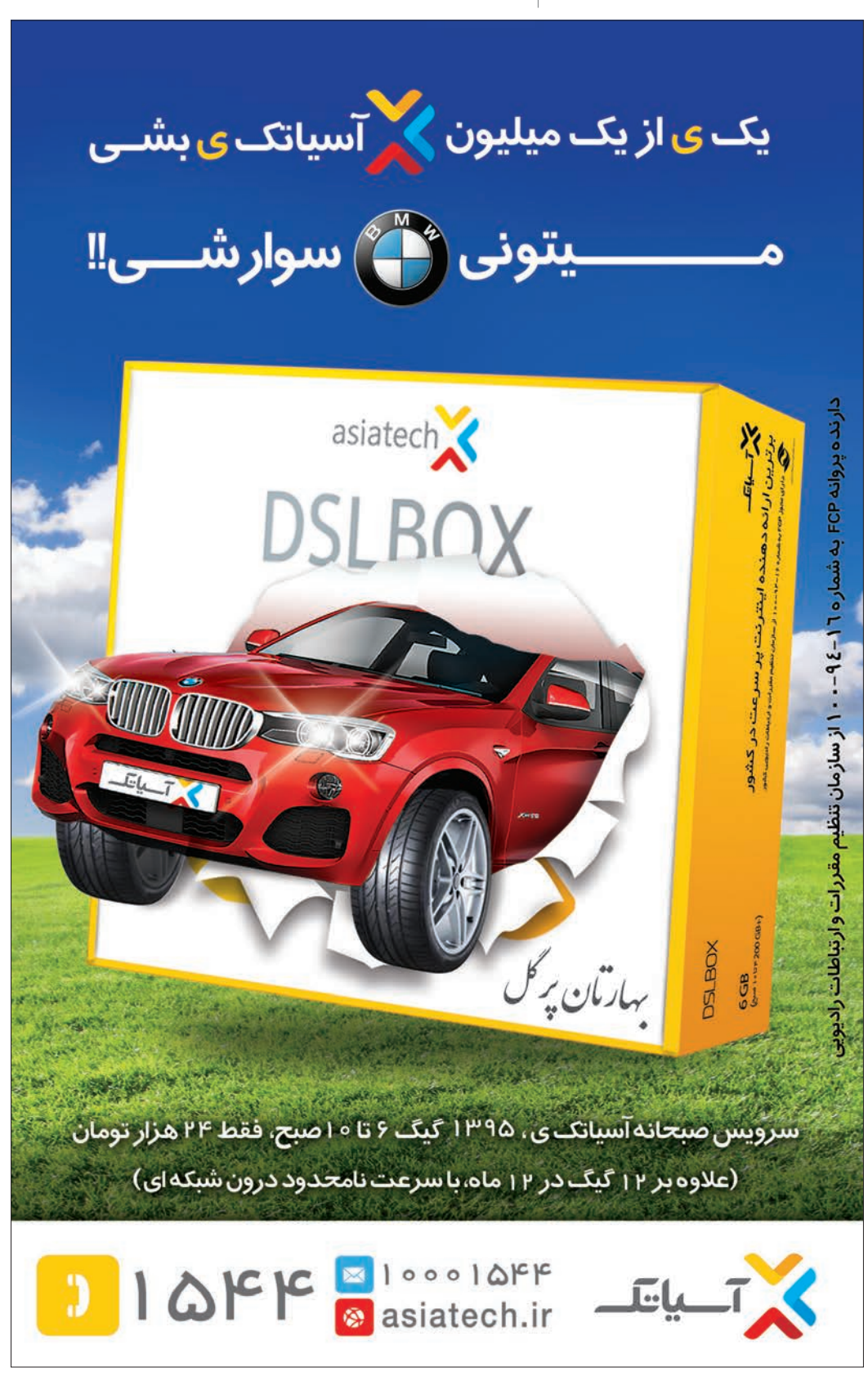
وی افـزود: اگـر قـرارداد در چارچوب منافع کشـور باشـد بـه امضا می‌رسـد، بنابراین طبیعی است که بررسی و رسیدن به مراحل نهایی زمان‌بر خواهد بود.

قائم مقام وزیر راه و شهرسـازی با بیان اینکـه زمان‌بر بودن قـرارداد با ایرباس به این معنی نیسـت کـه در مفـاد قرارداد تغییری داده شـده اسـت، ادامـه داد: از همـان تاریخ خـرداد ماه به بعـد قرارداد خرید ۱۱۸ فروند هواپیما نهایی می‌شود.

وی همچنین با اشـاره به دستاوردهای سـفر اخیـر نماینـدگان وزارت راه و شهرسـازی به آلمان گفت: در سفر اخیر به آلمان با شرکت زیمنس یک یادداشت تفاهم به امضا رسـیدکه براساس آن قرار اسـت زیمنـس فعالیت‌هایـی مطالعاتی در زمینـه شـبکه حمل‌ونقـل کشـور به‌طـور رایـگان انجام دهـد و در صورت توافـق وزارت راه و شهرسـازی مذاکره و تفاهم‌نامه به مراحل بعدی می‌رسد.

فخریه کاشـان ادامه داد: مذاکره زیمنس با مپنا برای ساخت ناوگان ریلی و لکوموتیو ادامـه دارد و البته شـرط ما این اسـت که ساخت واگن‌ها و لکوموتیوها در ایران انجام شود. قائم مقام وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکـه در زمینه‌های مختلف وارد مذاکره با شـرکت‌ها و بانک‌های آلمانی شدیم، گفت: در ایـن مذاکـرات باید اطمینـان حاصل شـود که منابع فراهم اسـت و باید در رفع مشـکلاتی که پیش راه است مانند مسائل بانکی بـه توافق برسـیم. وی همچنین در تشریح جزییات دیدار وزیر راه و شهرسازی با وزیر انرژی سوئد، گفت: دیدار وزرای راه و شهرسازی و انرژی سوئد بیشتر گفت‌وگویی اولیـه بود تا آنها امکانـات خود را در بخش حمل‌ونقل جاده‌ای مثل همکاری در تولید تراک‌های اسکانیا و ولوو مطرح کنند. ما نیز در ایـن دیدار، خواسـته‌های خود را مطرح کردیم.

قائم مقام وزیر راه و شهرسـازی افزود: بحـث دیگـر وزرای راه و شهرسـازی ایـران و انرژی سـوئد مرتبط با مؤسسـه بیمـه صادراتـی و بانک‌های سـوئد برای فراهم‌کـردن فاینانس بـود. در این زمینه مؤسسـه بیمـه صادراتـی سـوئد که در ایـن دیدار حضور داشـت، اعلام کرد اگر پروژه‌ای وجود داشـته باشـد تأمین مالی می‌کند.



حمل و نقل

ورود ۵ تا ۸ ایرباس به ایران در سال ۹۵

رئیس سازمان هواپیمایی کشـوری با بیان اینکه در مرحله نخست پنج تا هشت فروند ایرباس ۳۲۰ و ۳۳۰ در سال ۲۰۱۶ وارد کشور می‌شود، گفت: بین کشورهای اروپایی و ایران تعامل وجود دارد.

به گزارش مهر، علی عابدزاده افزود: طبق پیش‌قرارداد شرکت هواپیمایی جمهوری اسلامی (هما) با شرکت هواپیماسـازی ایرباس قرار است امسال پنج تا هشت فروند هواپیما به ایران تحویل داده شود.

وی با اشـاره به اینکـه امیدواریم هـر چه زودتر مشـکل تامین مالی و فاینانس خرید این هواپیما از سوی موسسـات و نهادهایی که قرار است فاینانس ایـن هواپیمـا را تامین کنند، برطرف شـود، افزود: روحیه تعامل کشورهای اروپایی با ایران وجود دارد و نهایی شدن پیش قرارداد خرید هواپیمای ایرباس در مرحله اقدامات تجاری از سوی دو طرف است.

رئیـس سـازمان هواپیمایی کشـوری ادامه داد: فروشـندگان هواپیما در پی فروش محصولات خود هسـتند، بنابراین هیچ انگیـزه‌ای برای خودداری از اجرای این توافق وجود ندارد و مشـکلاتی که بعضا بـرای انعقاد قـرارداد وجود دارد مربوط به مسـائل سیاسـی از سوی کشورهای اروپایی است که در پی رفع این موانع هستند.

رئیس سـازمان هواپیمایی کشـوری تاکید کرد: وزارت راه و شهرسـازی و شـرکت هواپیمایـی جمهوری اسـلامی نهایی شـدن قرارداد برای ورود هواپیماهای ایرباس را پیگیری می‌کنند.

سهم ۱.۳درصدی تصادفات ایران در جهان

معاون وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه جمعیت ایـران یک درصد جهان اما سـهم ایران از تصادفات جاده‌ای حدود ۱.۳درصد از تصادفات جهان اسـت، گفت: دولت باید تصمیم بگیرد و برخورد با خطاهای انسانی و رانندگان پرخطر را تشدید کند.

به گزارش پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، داود کشـاورزیان در سـمپوزیوم «روانشناسـی ترافیـک و حمل‌ونقل: چالش‌ها و چشـم‌اندازها» گفـت: یکـی از مشـکلاتی کـه امروز در کشـور مـا تبدیل بـه موضوعـی اجتماعی شـده، تلفات رانندگـی اسـت کـه هم خسـارات مـادی و هم خسـارات معنوی به همراه دارد کـه خانواده‌های زیادی را درگیر خود می‌کند.

وی ادامـه داد: باوجود اینکه در طول سـال‌های گذشـته بـا تـلاش دسـتگاه‌های مختلـف تلفات رانندگی کاهش یافته اسـت، اما متاسـفانه در سال ۹۴ بالـغ بر ۱۶ هـزار و ۴۰۰ نفر در تلفات رانندگی جـان خود را از دسـت دادند کـه ۳۰درصد از این تلفات در درون‌شهرها و ۷۰درصد نیز در محورهای برون‌شهری رخ داد.

معاون وزیر راه و شهرسـازی با بیان اینکه سـهم ایـران از جمعیت جهان اندکـی بیش از یک درصد اسـت، گفت: سـهم خودروهـای ایران نیـز حدود ۱.۶درصد از کل خودروهای ثبت شده در دنیا است، در حالی که سـهم ایران از تصادفات رانندگی حدود ۱.۳درصد از تصادفات جهان است.

وی به اعمال قانـون به‌عنوان یک عامل بازدارنده در کاهش تصادفات اشـاره کرد و افزود: در کشور ما سـهل‌ترین برخورد در مواجهه بـا تصادفات صورت می‌گیرد، چراکه وقتی یک راننده با سرعت از چراغ قرمـز عبور می‌کند در حقیقت اقـدام به قتل کرده اسـت، اما بـا فرد خاطی بـا پرداخت مبلـغ ناچیز به‌عنوان جریمه برخورد می‌شود. همچنین شخصی که سـبقت غیرمجاز می‌گیرد و جـان دیگری را به خطر می‌اندازد نیز اقدام به قتل کرده است در حالی که مجازات آن بسیار سبک است.

وام هزار میلیارد ریالی برای خرید شناورهای مسافری

معاون توسـعه مدیریت و منابع سـازمان بنادر و دریانوردی از اختصاص یـک هزار میلیارد ریال وام برای خرید شـناورهای مسـافری و گردشگری خبر داد.

به گـزارش ایرنا، علـی جهاندیده اظهار داشـت: ۵هزار و ۸۰۰ کیلومتر طول ساحل جنوب و شمال، تحفه خدادادی اسـت که بایـد از آن در بخش‌های مختلف برای ایجاد اشـتغال و رونق اقتصادی کشور بهره‌برداری کنیم.

جهاندیـده بـا اشـاره بـه موقعیت خـاص ایران در کریدورهـای حمل‌ونقـل بین‌المللـی، توسـعه حمل‌ونقـل دریایی باری و مسـافری را مورد تاکید قرار داد. وی جمعیت ۳۰۰ میلیون نفری کشورهای حوزه خزر و همسـود (CIS)، واقع شـدن ایران در چهار راه اقتصاد جهانی و مسـیر کریدورهای متعدد را از مزیت‌های ایران عنوان و بر لزوم استفاده بهینه از این مزیت‌ها تاکید کرد.

معاون توسـعه مدیریت و منابع سـازمان بنادر و دریانـوردی اظهـار کرد: اگـر از مزیـت دریایی به درسـتی استفاده و صنعت دریا و حمل‌ونقل دریایی را فعـال کنیم، نه تنها قادر به ایجاد اشـتغال برای بیـکاران کشـور خواهیم بـود، بلکـه می‌توانیم از کشورهای دیگر نیز کارگر جذب کنیم.

خبر

گام بلند صادراتی در آسیای مرکزی

محصولات ایران خودرو در آذربایجان مونتاژ می‌شود

معاون صادرات و امور بین‌الملل ایران خودرو گفت: طبق تفاهم نامه‌ای که با شرکت آزیوروکار آذربایجان امضا شده، صادرات محصولات ایران خودرو به آذربایجان به صورت قطعات منفصله و مونتاژ در این کشور انجام خواهد شد. به گزارش ایکوپرس، سعید تفضلی افزود: ایران خودرو هیچ گونه سرمایه‌گذاری در آذربایجان انجام نخواهد داد و مشارکت به صورت ارائه خدمات فنی و مهندسی برای راه‌اندازی خط مونتاژ خواهد بود. وی با بیان اینکه مطالعات زیادی روی بازار کشور آذربایجان صورت گرفته، اظهار کرد: محصولات ایران خودرو در بازار آذربایجان شناخته شده هستند و مردم این کشور خودروهایی مانند سمند، سورن و رانا را به خودروهای چینی ترجیح می‌دهند.

تفضلی افزود: پیش از این، صادرات ایران خودرو به صورت محصول آماده و کامل صورت می‌گرفت و با توجه به استقبالی که مردم آذربایجان از محصولات ایران خودرو داشتند، راه‌اندازی خط مونتاژ در این کشور برنامه‌ریزی شد. وی تصریح کرد: با راه‌اندازی خط مونتاژ محصولات ایران خودرو در آذربایجان، این کشور به‌عنوان پایگاه صادراتی ایران خودرو در منطقه خواهد بود و تولیدات ایران خودرو از طریق آن به سایر کشورهای همسایه صادر خواهد شد.

معاون صادرات و امور بین‌الملل ایران خودرو تولید سمند، سورن و رانا را برنامه تولید در بخش اول همکاری‌های دو طرف دانست و گفت: طبق مذاکرات صورت گرفته، تولید خودروهای تجاری برای ناوگان حمل‌ونقل شهری در آذربایجان نیز پیش‌بینی شده است.

معاون اجرایی نهاد ریاست جمهوری در بازدید از سایپا:

نباید صنعت ملی را تضعیف کنیم

مرتضی بانک، معاون اجرایی نهاد ریاست جمهوری گفت: درست است که سیاست دولت باید در جهت خصوصی‌سازی باشد اما نه اینکه یک صنعت ملی را تضعیف کنیم. خوشبختانه مدیران صنعت خودرو، این صنعت تضعیف شده را دوباره به یک صنعت قدرتمند و تاثیرگذار تبدیل کردند.

به گزارش سایپا نیوز، او در بازدید از مرکز تحقیقات و نوآوری گروه خودرو سایپا با بیان اینکه نباید اجازه داد صنعت خودرو در کشور تضعیف شود، گفت: به نظر می‌رسد سیاست‌های عمومی دولت دقیق بوده و بر عکس کسانی در اواخر دوره‌های قبل این صنعت را با مخاطراتی مواجه کرده بودند. من از دیدن آزمایشگاه‌های تخصصی و وجود متخصصان کارآمد در سایپا خوشحال شدم و توصیه‌ام این است که به بخش تحقیق و پژوهش و برندسازی و نگاه به آینده با بهره‌بری از فکر و اندیشه متخصصان اعتماد شود، چون اقتصاد مقاومتی یعنی همین که به سرمایه بزرگ داخلی نگاه و از آن استفاده کنیم و اجازه دهیم اندیشه‌های علمی و تخصصی بروز پیدا کند.

وی افزود: بعضی دوستان اظهاراتی می‌کنند که شاید تا حدودی معتبر باشد. اما وقتی نقد می‌کنند که چرا بیش از پیش از صنعت خودرو حمایت می‌شود به نظر می‌رسد به جوانب مختلف این موضوع توجه ندارند و صرفا به تولید توجه می‌کنند.

معاون مالی و اقتصادی شرکت سازه‌گستر سایپا:

پرداخت مطالبات قطعه‌سازان به کمترین زمان خواهد رسید

شرکت سازه‌گستر سایپا به‌عنوان مدیریت زنجیره تأمین گروه خودروسازی سایپا در سال ۹۵ اولویت اساسی خود را نسبت به شرکت‌های زنجیره تأمین، پرداخت به موقع مطالبات قطعه سازان قرارداده است. به گزارش سایپا نیوز، معاون مالی و اقتصادی شرکت سازه‌گستر سایپا ضمن بیان این مطلب گفت: سال ۹۵ پرداخت مطالبات شرکت‌های قطعه‌ساز و زنجیره تأمین به حداقل زمان ممکن کاهش خواهد یافت.

محمد اسماعیلی‌فر با اشاره به معضلات تولید و فضای رکودی حاکم برصنعت خودرو گفت: کم توجهی به بحث حمایت از تولید داخلی که سازوکارهای حمایتی آن نیز در مجلس شورای اسلامی به تصویب رسیده و همچنین فضای رکودی حاکم بر صنعت خودروسازی درسال گذشته، باعث افزایش مطالبات قطعه‌سازان شده است.

وی اظهار کرد: از جمله استان‌های فعال در حوزه تأمین قطعات، استان خراسان رضوی است که شرکت‌های پیشرویی در زمینه تولید قطعات و مجموعه‌های خودرویی درآن استان قرارداد و باتوجه به وضعیت نقدینگی شرکت در سال گذشته قطعه‌سازان فعال دراستان خراسان رضوی به‌عنوان یکی از قطب‌های تولید قطعات خودرو در کشور مورد توجه بوده‌اند ودرحال حاضر نیز پرداخت بخشی از مطالبات آنها از طریق عقد تفاهم‌نامه سه‌جانبه با بانک‌های آن استان در دستور کار شرکت قرار دارد.

گزارش خبرنگار اعزامی «فرصت امروز» از نمایشگاه بین‌المللی پکن

جنگ برندها به سبک اژدها

چینی‌ها دیوارهایشان را برداشتند

عسل داداشلو
dadashloo@gmail.com

سابقه صنعت خودروسازی چین در خوشبینانه‌ترین حالت به ۲۰ سال می‌رسد؛ یعنی اگر باز هم با نگاه خوشبینانه به ماجرا نگاه کنیم دست کم ۳۰ سال سابقه کمتر از خودروسازی ایران اما سرعت رشد صنعت خودروی چینی‌ها به اندازه رشد جمعیت‌شان سریع بوده و گویی ۵۰ سال از ایرانی‌ها جلوتر ایستاده‌اند و مصداق بارز این ماجرا نمایشگاه بین‌المللی خودروی چین است.

چهاردهمین نمایشگاه خودروی چین در پکن در حال برگزاری است و دو روز نخست آن به خبرنگاران اختصاص داده شده است. نمایشگاهی وسیع، منظم و سازمان‌دهی شده. از آخرین گیت بازرسی که می‌گذری به یک راهرو دراز می‌رسی که هشت ورودی در دو سمت دارد. با وارد شدن به هر کدام از این ورودی‌ها یک برند بزرگ خوشامدگویی می‌کند. خوشامدگوی ما برند محبوب آلمانی یعنی آئودی بود که جدا از سهامدار اصلی‌اش یعنی فولکس واگن برای خود ضیافتی هیجان‌انگیز راه انداخته بود. آئودی با در دست داشتن غرفه‌ای بزرگ و به نمایش گذاشتن مدل‌هایی نظیر Q7, S3 , ABL W12 , TTRS, RS7گویی با تمام قوا آمده بود تا مانند تبلیغش رقبای آلمانی‌اش را به خاک بنشاند.

روبه روی آئودی؛ چری چینی با خودروهای رنگارنگش خودنمایی می‌کرد و با رونمایی از محصول تیگو۷ که طراح آن یک کانادایی و طراح سابق بنز و بی‌ام‌و است گویی می‌خواست به آئودی به‌عنوان نماد صنعت خودروی آلمان بگوید دیری نخواهد پایید که به رقیبی بزرگ برای‌تان تبدیل شویم.

کمی آن طرف‌تر بنز، چون بزرگان مجلس گوشه‌ای نشسته و صف مشتاقانش آنقدر برای دست بوسی زیاد بود که علاوه بر محافظ شیشه‌ای، گارد امنیتی هم با زنجیر کردن دستان‌شان به کمک این برند محبوب آمده بودند. این فقط خبرنگاران بودند که آن هم با کارت رسمی اجازه ورود به غرفه بنز را داشتند. بنز کم تعداد بود اما سنگین.

اسمارت کوچک هم کنار دست بنز با خودروهای رنگارنگش حاضر بود و تقریباً تبدیل به یکی از محبوب‌ترین غرفه‌های زنان در این نمایشگاه شده بود.

تویوتای پیر هم در انتهای سالن زمینی وسیع داشت و با به نمایش گذاشتن خودروهای هیبرید و برقی‌اش گویی می‌خواست بگوید ژاپنی‌ها همچنان پرچمدار تکنولوژی‌های تازه هستند. البته ژاپنی‌ها و کره‌ای‌ها خساست به خرج داده و برخلاف اروپایی‌ها همگی درهای محصولات‌شان را به روی مشتریان قفل زده بودند. گرچه هیوندا هم با به نمایش گذاشتن آوانته جدید و زیبا، پرقدرت به نمایشگاه پکن آمده بود اما غرفه‌اش به دلیل همین خساست کم رونق بود.

یکی از جذاب‌ترین نقاط این نمایشگاه حضور خودروها و برندهای چینی بود که محصولاتشان چشم همه را به خود خیره می‌کرد.

سوزوکی، سوبارو، هوندا، سانگ یانگ، هاوال و . . . از دیگر برندهای آسیایی در این نمایشگاه بودند.

در سالنی دیگر همه لوکس‌های غربی حاضر بودند و با به نمایش گذاشتن برندهای‌شان برای هم شمشیر می‌کشیدند. لامبورگینی و فراری شانه به شانه هم ایستاده و تنها با به نمایش گذاشتن چهار تا پنج مدل تقریباً راه را برای عبور و مرور بسته بودند.

بنتلی و رولز رویس هم با فاصله اندکی از یکدیگر امپراتوری خود را به راه انداخته و به فکر رونقش بودند. البته بنتلی با همان غرور انگلیسی‌اش با مخاطبان برخورد کرده و اجازه ورود را به هیچکس مگر مدعوینش نمی‌داد.

برخلاف انگلیسی‌ها که با سخاوت کمتری با مخاطبان برخورد می‌کردند، آلمانی‌هایی که مادران این دو خودروسازی به شمار می‌روند با دست و دلبازی تمام در فضایی وسیع از مردم استقبال می‌کردند. فولکس واگن و بی‌ام و تقریباً نیمه انتهایی سالن را ازآن خود کرده و یک راهنما هم کنار هر خودرو قرار داده بودند تا هر اطلاعاتی را که می‌خواهید در اختیار شما قرار دهند.

پورشه، آستون مارتین، فیات، پژو، رنو و . . . از دیگر مهمانان اروپایی نمایشگاه پکن بودند. شورولت و بیوک هم به‌عنوان نمایندگان آمریکا پرچم این کشور را هنوز هم بالاتر از سایر کشورها نگه داشته بودند.

از چین تا ایران

گرچه به اعتقاد بسیاری از بازدیدکنندگان، نمایشگاه پکن حرف زیادی برای گفتن در مقابل نمایشگاه شانگهای ندارد اما همین نمایشگاه پکن در مقابل نمایشگاه‌های خودروی ایران گویی دارد فریاد می‌زند. از جذب خودروسازان بزرگ جهان گرفته تا تمیز کردن چند ثانیه یک‌بار محصولات غرفه‌ها که هیچ ارتباطی به زیرساخت‌ها ندارد و متأسفانه در ایران آنقدر به این موضوع کم توجهی می‌شود که همه محصولات در آخرین روز، بیشتر به نمایشگاه اثر انگشت می‌مانند تا خودرو.

نمایشگاه خودروی پکن چهاردهمین سال برگزاری خود را تا چند روز دیگر در حالی به پایان می‌رساند که صدای موتور صنعت خودرواش رعب انگیز است.

بین‌الملل

از ۴۲ هزار و۹۹۵ دلار

آغاز قیمت‌گذاری بیوک Envision 2016

سینا تفضلی
منبع: automobilemag.com

قیمت بیوک Envision 2016 برای عرضه در تابستان از ۴۲ هزار و ۹۹۵ دلار آغاز می‌شود که این مبلغ شامل هزینه ارسال به خریدار نیز خواهد بود. این شاسی بلند چینی که برای پنج سرنشین طراحی شده است، عمر بسیار کوتاهی برای سال ۲۰۱۶ خواهد داشت، زیرا مدل ۲۰۱۷ آن با فهرستی از امکانات بسیار گسترده‌تر پاییز امسال به بازار خواهد آمد.

در مدل ۲۰۱۶، بیوک Envision در دو نسخه Premium و Premium II عرضه خواهد شد که به ترتیب ۴۲هزار و ۹۹۵ و ۴۵ هزار و ۶۳۵ دلار قیمت‌گذاری شده‌اند. هر دو این نسخه‌ها از یک موتور چهار توربو ۲ لیتری با ۲۵۲ اسب بخار قدرت، یک گیربکس اتوماتیک شش دنده‌ای و فرمان تمام هیدرولیک برخوردار هستند. تجهیزات استاندارد نصب شده در نسخه Premium شامل صندلی‌های چرمی، فرمان مجهز به گرمکن، سیستم تهویه اتوماتیک سه حالته، سیستم صوتی Bose و نیز تجهیزات ایمنی مانند حسگر کمک‌کننده به حرکت بین خطوط و حسگر هشداردهنده فاصله در قسمت جلو هستند. همچنین از بین صفحه نمایش لمسی سیستم مسیریابی و یک مون روف پانوراما به انتخاب مشتری در خودرو نصب خواهد شد. تبدیل خودرو به نسخه Premium II موجب اضافه شدن صندلی‌های جلو خنک شونده، چراغ‌های جلو HID، یک نمایشگر دوربین جلو خودرو، پارک‌کننده خودکار و نیز سیستم مسیریابی استاندارد می‌شود.

برای مدل سال ۲۰۱۷، Envision کمی قابل دسترس‌تر خواهد شد زیرا چندین نسخه مقرون به صرفه‌تر همراه با آن ارائه خواهد شد. همچنین سه نسخه از مدل ۲۰۱۷ بیوک Envision با موتور ۲٫۵لیتری ۱۹۷ اسب بخاری و دیفرانسیل جلو خواهند بود. قیمت آنها برای هر یک از نسخه‌های Envision، Envision Preferred و Essence به ترتیب ۳۴هزار و ۹۹۰، ۲۶هزار و ۷۹۵، و ۲۸هزار و ۶۴۵ دلار خواهد بود. اگرچه هنوز به‌طور رسمی اعلام نشده اما بیوک به ما گفته است که مدل‌های دیفرانسیل جلو ۲٫۵ لیتری از سایر مدل‌ها کم مصرف‌تر خواهند بود.

چنین قیمت‌هایی برای این نسخه‌های جدید نشان‌دهنده عدم برخورداری از تجهیزات مشابه نسخه‌های Premium و Premium II است که از جمله آن می‌توان به یک سیستم صوتی دارای شش اسپیکر معمولی به جای Bose و همچنین روکش معمولی صندلی به جای صندلی‌های چرمی اشاره کرد. با وجود این، فهرست تجهیزات استاندارد بیوک Envision 2017 همچنان سخاوتمندانه به نظر می‌رسد: یک سیستم اطلاعاتی-سرگرمی ۸ اینچی با قابلیت همخوانی با Android Auto و Apple CarPlay، کلید فشاری استارت، سیستم تهویه اتوماتیک دو حالته، صندلی‌های جلو برقی و مجهز به گرم‌کن، دوربین عقب، حسگرهای پارکینگ عقب، استارت با کنترل از راه دور و حالت ویژه رانندگی Teen که مختص جنرال موتورز است.

بیوک Envision 2016 اواخر ماه مه یا اوایل ماه ژوئن به بازار عرضه خواهد شد و پس از مدت کوتاهی با عرضه مدل ۲۰۱۷ در ماه سپتامبر یا اکتبر از رده خارج خواهد شد. بیوک می‌گوید که اگرچه تنها دو نسخه در ابتدای عرضه این خودرو در دسترس مشتریان خواهد بود، شرکت تمایل داشت تا Envision را هرچه سریع‌تر وارد بازار کند، زیرا در شرایط فعلی بخش شاسی‌بلند در بازار تشنه محصولات جدید است.

شرکت سهامی برق منطقه ای تهران

آگهی تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای به شماره ۹۴/۱۱۰۰۱

۱- نام و نشانی مناقصه گزار: **شرکت برق منطقه ای تهران** بنشانی تهران، سعادت آباد، بالاتر از کوی فراز، بلوار برق تهران – شرکت برق منطقه ای تهران - ساختمان حوزه ستادی – طبقه سوم - بال شرقی امور تدارکات و قراردادها

۲- موضوع مناقصات: واگذاری خدمات مطابق با موارد مندرج در اسناد مناقصه بصورت برگزاری مناقصه عمومی یک مرحله ای بشرح ذیل :

شماره مناقصه (مرجع)	شماره فراخوان در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت	موضوع مناقصه	میزان تضمین (سپرده) شرکت در مناقصه (ریال)	زمان گشایش پیشنهادات
۹۴/۱۱۰۰۱	۲۰۹۵۱۰۸۰۰۰۰۰۸	*مفصل ۶۳ کیلوولت خشک با کابل مسی (XLPE) آرموردار با سطح مقطع ۱X۵۰۰ میلیمتر مربع و شیلد رشته ای *سر کابل قابل انعطاف (Flexible) ۶۳ کیلوولت خشک با کابل مسی (XLPE) آرموردار با سطح مقطع ۱X۵۰۰ میلیمتر مربع وشیلد رشته ای *سر کابل خود نگه دار(Self-Support) ۶۳ کیلوولت با هاوزینگ سیلیکونی و عایق روغن جهت کابل مسی(XLPE) آرموردار با سطح مقطع ۱X۵۰۰میلیمتر مربع وشیلد رشته ای	۲۴۰/۰۰۰/۰۰۰	ساعت ۱۰:۳۰

*کابل ۶۳ کیلوولت مورد استفاده درشبکه نیز ۶۳ کیلوولت با سطح مقطع ۵۰۰*۱ میلیمتر مربع (XLPE) با شیلد رشته ای مسی می باشد.

۳-زمان ، مهلت ، مبلغ ومحل دریافت اسناد : متقاضیان می توانند از تاریخ آخرین درج آگهی به مدت ۷ روز کاری به سامانه الکترونیکی تدارکات دولت به آدرس www.setadiran.ir مراجعه و با پرداخت مبلغ ۵۰۰/۰۰۰ ریال برای هریک از مناقصات از طریق درگاه پرداخت اینترنتی در وجه حساب سیبا به شماره ۲۱۷۵۰۹۹۰۰۴۰۰۴ برای خرید اسناد مناقصه فوق اقدام نمایند.

۴-مدت اعتبار پیشنهادات: اعتبار پیشنهاد از زمان افتتاح پاکات باید به مدت ۶ ماه نیز معتبر باشد.

۵-نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: مبلغ تضمین شرکت در مناقصه بصورت ضمانتنامه بانکی معتبر یا واریز نقدی بحساب تمرکز سپرده های برق تهران نزد خزانه میباشد .

۶- نام و نشانی دستگاه نظارت: شرکت برق منطقه ای تهران به نشانی مندرج در بند یک این آگهی

۷- زمان و محل تحویل تضمین شرکت در مناقصه: پیشنهاددهندگان میبایستی ضمن بارگذاری پاکات الف، ب، ج در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت تاساعت ۱۰ صبح روز شنبه مورخ ۹۵/۰۳/۰۱، نسبت به ارسال پاکات فوق در پاکت لاک و مهر شده تا ساعت ۹:۰۰ صبح روز دوشنبه مورخ ۹۵/۰۳/۰۳ به دبیرخانه حراست به نشانی مندرج در بند یک تحویل و رسید دریافت دارند. تمامی فرآیند برگزاری مناقصه، افتتاح پاکات، تعیین برنده و عقد قرارداد از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت صورت می پذیرد.

۸-گشایش پیشنهادات: پیشنهادات ارائه شده در سامانه روز دوشنبه مورخ ۹۵/۰۳/۰۳ در موعد مقرر مطابق با جدول بالا در سالن پژوهش ۳ واقع در طبقه سوم ساختمان ستادی شرکت برق منطقه ای تهران گشایش خواهد یافت.

- سایر شرایط:

* ارائه گواهی تایپ تست مفصل و سرکابل موضوع مناقصه از آزمایشگاههای معتبر که حداکثر ۵ سال از تاریخ صدور آن نگذشته باشد. درصورت عدم ارائه پیشنهاد شرکت مردود تلقی میگردد.

* کالاهای موضوع مناقصه می بایست دارای استاندارد IEC-۶۰۸۴۰ می باشد، بدیهی است چنانچه کالای موضوع مناقصه و پیشنهاد فنی ارائه شده فاقد استاندارد مذکور باشند، پیشنهاد شرکت مردود تلقی می گردد.

- علاقمندان به شرکت در مناقصه می بایست جهت ثبت نام و دریافت گواهی امضای الکترونیکی (توکن) با شماره های دفتر ثبت نام ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸ و مرکز تماس ۲۷۳۱۳۱۳۱ تماس حاصل نمایند.

سامانه تدارکات الکترونیکی دولت www.setadiran.ir
پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات http://iets.mporg.ir
پایگاه اطلاع رسانی مناقصات شرکت توانیر http://tender.tavanir.org.ir
پایگاه اطلاع‌رسانی مناقصات شرکت برق منطقه‌ای تهران www.trec.co.ir

روابط عمومی برق تهران

۳۰۶ م.الف

بدترین زمان برای استفاده از وسایل برقی پرمصرف در ۶ ماهه اول سال، ساعات پرمصرف شبکه سراسری (روزها از ساعت ۱۱ تا ۱۵ و شب‌ها از ساعت ۱۹ الی ۲۳) 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 | ۷ اردیبهشت ۱۳۹۵ | شماره ۴۹۱ | صفحه ۸
ایمیل: INFO@FORSATNET.IR سایت: WWW.FORSATNET.IR

ظریف: دولت آمریکا را مسئول حفظ اموال ایران می‌دانیم

محمد جواد ظریف، وزیر امور خارجه گفت که ایران مستقیما دولت آمریکا را مسئول حفظ اموال کشورمان می‌داند و در صورت دست‌اندازی به این دارایی‌ها، دولت ایران ادعای خسارت خواهد کرد.

به گزارش ایرنا، محمدجواد ظریف روز دوشنبه در نشست خبری مشترک با نیکولا پوپوسکی، وزیر خارجه مقدونیه در پاسخ به سوالی درباره مصادره ۲میلیارد دلار از دارایی‌های ایران در آمریکا افزود: اگر به اموال ایران دست اندازی شود، به‌طور حتم در زمان لازم در برابر دولت آمریکا ادعای خسارت خواهیم کرد.

وی تصریح کرد: ما اعلام کردیم از ابتدا رای محاکم آمریکایی را به رسمیت نمی‌شناخته‌ایم و تصمیم دست‌اندازی به اموال ایران را غیرقانونی می‌دانیم چراکه خلاف مقررات حقوق بین‌الملل است.

رئیس دستگاه دیپلماسی ایران ادامه داد: این موضوع را به آقای کری، وزیر خارجه آمریکا تاکید کردم، وی پیش از این هم موضع ما را می‌دانست، از زمانی که محاکم آمریکایی هم این گونه اقدامات غیرقانونی را انجام دادند، رسما موضع خودمان را اعلام کردیم.

ظریف همچنین اظهار داشت: تمام تلاش ما این است که مانع دسترسی آمریکا به اموال ایران شویم و روش آن این است که اجازه ندهیم اموال کشورمان وارد آمریکا شود و به این موضوع توجه داشته باشیم.

وی با تاکید بر اینکه در این زمینه تمام پیگیری‌های حقوقی انجام می‌شود، گفت: دولت تصمیم گرفته کمیته ویژه‌ای تشکیل دهد تا نخست بررسی شود چرا این اتفاق افتاده و برخلاف همه تذکرهایی که داده شده بود، پول ایران در آمریکا یا در مواردی که آن کشور به آن دسترسی دارد، سرمایه‌گذاری شده بود.

وزیر امور خارجه افزود: دوم اینکه چگونه می‌توان مانع تکرار چنین مواردی شد و سوم اینکه چطور می‌توان مانع اجرای این حکم و دسترسی به اموال ایران شد.

ظریف یادآور شد: این وضعیت توسط برخی تصمیم‌گیری‌هایی که در دوره قبل برای سرمایه‌گذاری در بازار اوراق قرضه آمریکا انجام شده، به وجود آمده است.

وی تصریح کرد: از آنجا که این اقدام غیرقانونی توسط آمریکا سال‌هاست انجام می‌شود، دستگاه‌های جمهوری اسلامی ایران همواره مراعات می‌کردند که اجازه ندهند اموال این کشور به سمت آمریکا حرکت کند تا آنها نتوانند با استفاده از این آرا که از نظر ما و بسیاری از کشورها خلاف حقوق بین‌الملل است، بر اموال ایران دست‌اندازی کنند.

رئیس دستگاه دیپلماسی خاطرنشان کرد: متاسفانه یک بی‌احتیاطی در مقطعی انجام شد که منجر به این شده که اموال ایران در اختیار دادگاه‌های آمریکایی قرار گیرد.

ظریف اضافه کرد: دو رای در سال‌های گذشته توسط محاکم آمریکایی علیه مجموعه‌ای از دارایی‌های ایران در اوراق قرضه آمریکا صادر شد، این دو رای هر کدام مربوط به پنج، شش یا هفت سال قبل است، مراحل رسیدگی و درخواست تجدید نظرهم شاید قبل از این دولت پایان یافته بود.

رئیس دستگاه دیپلماسی ادامه داد: ما در گذشته هیچ‌گاه در روند قضایی شرکت نمی‌کردیم چون محاکم آمریکا را دارای صلاحیت نمی‌دانستیم و نمی‌دانیم.

ظریف همچنین گفت: در یک مقطعی شاید پنج یا شش سال قبل در مورد این اموال تصمیم گرفته شد که در محاکم شرکت کنند، به همین دلیل به جای یک رای، دو رأی شامل رأی اول و رأی تجدید نظر هم صادر شد و بعد به دلیل ایرادهای قانون اساسی که وکلا به رای گرفته بودند به مرحله بعدی یعنی دیوان عالی آمریکا ارجاع داده شده بود.

وی افزود: دیوان عالی کشور آمریکا هم به شکلی رای داد که اخیرا شنیدید، متاسفانه این یک تحول جدیدی نیست و مربوط به گذشته است که آخرین مرحله دادرسی آن در روزهای گذشته انجام شد.

وی خاطرنشان کرد: تصمیمات خلاف حقوق بین‌الملل دادگاه‌های آمریکایی علیه جمهوری اسلامی ایران سابقه طولانی داشته است و به اواسط دهه ۷۰ شمسی و سال ۱۹۹۶ میلادی بازمی‌گردد که کنگره آمریکا قانون مصونیت دیپلماتیک را از دید خودشان اصلاح و از دید ما نقض کرد و به دادگاه‌های آمریکایی اجازه داد به برخی ادعاها برای کشورهای در فهرست حامیان ترور رسیدگی کنند.

وزیر امور خارجه تصریح کرد: دعاوی متعددی علیه جمهوری اسلامی ایران در دادگاه‌های آمریکایی شروع شد و مجلس شورای اسلامی هم آن زمان در اقدامی مقابله به مثل، طرح قانونی را مطرح کرد که براساس آن اتباع ایرانی می‌توانستند در دادگستری ایران علیه اقدامات آمریکا اقامه دعوی کنند.

ظریف با بیان اینکه این روند در ۲۰ سال گذشته ادامه داشته است، اظهار داشت: در این مدت دعاوی مختلفی مطرح کرده بودند که از جمله آن، دعاوی بود که از طرف برخی از خانواده‌های افرادی که در عملیات خارجی حتی در ۱۱ سپتامبر کشته شده بودند، مطرح شد. وزیر امور خارجه ادامه داد: نکته مسخره‌تر این است که یکی از دادگاه‌های آمریکایی، ایران را برای عملیات ۱۱ سپتامبر مقصر شناخت که نشان‌دهنده میزان سیاسی‌بودن محاکم آمریکا است و برخلاف ادعاهایی که مطرح می‌شود، ارتباطی با بحث حقوقی ندارد و تصمیم‌گیری سیاسی است.

روحانی: ایران می‌تواند تجربیات مبارزه با تروریسم را در اختیار دیگر کشورها قرار دهد

وزیر امور خارجه مقدونیه همچنین دیروز به دیدار حسن روحانی رئیس‌جمهوری کشورمان رفت و با او دیدار کرد. در این دیدار رئیس‌جمهور بر همکاری‌های دوجانبه با مقدونیه تاکید کرد و گفت که ایران آماده است تجربیاتش را در زمینه مبارزه با تروریسم با مقدونیه به اشتراک بگذارد.

رئیس جمهوری در این دیدار گفت: ایران می‌تواند تجربیات مبارزه با تروریسم را در اختیار دیگر کشورها قرار دهد. وی واکسینه کردن جوانان در برابر اندیشه‌های افراطی‌گری به‌ویژه در فضای مجازی را ضروری دانست و اظهار داشت: برخی تلاش دارند با انتساب تفکرات انحرافی به اسلام که البته هیچ ارتباطی نیز با اسلام و مسلمانان ندارد، جوانان را به سمت تروریسم و حرکت‌های افراطی بکشانند. رئیس جمهوری همچنین در مورد روابط دو کشور گفت: حجم مبادلات تجاری ایران و مقدونیه نشان می‌دهد که تاکنون از ظرفیت‌ها و توانمندی‌های دو کشور به خوبی استفاده نشده و لازم است در دوره جدید با بهره‌گیری مناسب از فرصت‌ها و امکانات، تحرکی در این روابط ایجاد کرد.

روحانی، امکانات و توانمندی‌های دو کشور را برای توسعه و تعمیق سطح همکاری‌ها بسیار گسترده دانست و تاکید کرد که هیچ مانعی در مسیر گسترش روابط همه‌جانبه تهران و اسکوپیه وجود ندارد.

وی درمورد اظهارات وزیر خارجه مقدونیه مبنی بر علاقه‌مندی به گشایش قریب‌الوقوع سفارتخانه این کشور در تهران، تصریح کرد: با معرفی توانمندی‌ها و ظرفیت‌های مشترک به بخش‌خصوصی دو کشور، شرایط جدیدی در روابط تهران – اسکوپیه ایجاد می‌شود.

رئیس جمهوری همچنین به پیشرفت‌ها و توانمندی‌های فنی و مهندسی شرکت‌های ایرانی در همه زمینه‌ها و از جمله ساخت راه، سد و نیروگاه اشاره کرد و افزود: شرکت‌های ایرانی هم اکنون در بسیاری از کشورها فعال هستند و بی‌تردید در مقدونیه نیز قادرند در رقابت‌ها با دیگر شرکت‌ها، بسیاری از پروژه‌های این کشور را به خوبی و با کیفیت اجرا کنند.

روحانی، تقویت همکاری‌های فرهنگی و رفت‌وآمد مردم دو کشور را برای ایجاد شتاب در روند توسعه روابط، بسیار مهم برشمرد.

مقدونیه مصمم به گسترش روابط با ایران است

وزیر خارجه مقدونیه نیز در این دیدار تاکید کرد: اسکوپیه مصمم به گسترش و تعمیق روابط همه‌جانبه خود با جمهوری اسلامی ایران است و در همین ارتباط به‌زودی سفارت خود را در تهران افتتاح می‌کند.

پوپوسکی با یادآوری مذاکرات خود و هیأت همراه با مقام‌های ایرانی اظهار داشت: زمینه برای توسعه سریع همکاری‌های تهران – اسکوپیه آماده است و حضور هیأت بزرگی از بازرگانان مقدونیه‌ای در تهران نشان‌دهنده عزم راسخ ما به توسعه سطح همکاری‌ها است.

وی همچنین به موضوع تروریسم و ضرورت مبارزه همگانی با آن اشاره کرد و افزود: متأسفانه اروپا برای دوره‌ای طولانی از این معضل غافل بود و مبارزه با این پدیده که نگرانی مشترکی را برای جامعه جهانی ایجاد کرده، نیازمند هماهنگی و تلاش همه کشورها است.

جابری انصاری: اگر شرایط طبیعی فراهم نشود امکان برگزاری حج وجود ندارد

صادق حسین جابری‌انصاری، سخنگوی وزارت امور خارجه در جلسه هفتگی خود به روابط ایران و عربستان پرداخت و اعتراف کرد که در صورت مهیا نشدن شرایط، شاید ایران اعزام حاجی به عربستان را لغو کند.

سخنگوی وزارت خارجه در این جلسه در پاسخ به سوال خبرنگاری در رابطه با آخرین تحولات اعزام زائران ایرانی به مناسک حج و مذاکرات در این رابطه خاطرنشان کرد: گفت‌وگوهایی میان دو طرف به‌طور جزئی انجام شده، متاسفانه دولت عربستان برخلاف ادعایی که از ابتدای فاجعه منا و بعد از آن در مقطع قطع رابطه با ایران مطرح کرده، مبنی بر اینکه مسئله حج غیرسیاسی است و خارج از چارچوب اختلافات بررسی می‌شود عمل می‌کند. در عمل تاخیر در اعزام هیات اجرایی که مطابق سالیان قبل در یک جدول زمانی به عربستان سفر می‌کردند تا اقدامات لازم را انجام دهند، ایجاد شد. همچنین در آستانه قطع روابط، تاریخ جدیدی را اعلام کردند و مجددا به عقب انداختند و بعد از آن روادید صادر نکردند و در آستانه اجلاس سازمان همکاری اسلامی بالاخره برای بار سوم هیأت ایرانی اعزام شد.

وی ادامه داد: ما معتقدیم حج فریضه اسلامی است. فریضه واجب اسلامی است و دولت جمهوری اسلامی ایران خود را موظف به برگزاری این فریضه اسلامی برای ملت خود می‌داند و تکرار هم کرده‌ایم انجام حج در سال جاری منوط به آن است که روال طبیعی توافق‌ها بین سازمان حج ایران و حج سعودی طی شود و امکان برگزاری عزتمندانه و مبتنی بر حقوق بدیهی حجاج ایرانی فراهم شود. متاسفانه تعاملی که دولت عربستان دراین مذاکرات داشته برخلاف تمام ادعاهایش بوده است و در صورتی که شرایط طبیعی برگزاری حج مبتنی بر پذیرش مسئولیت‌ها فراهم نشود امکان برگزاری حج وجود ندارد. ما هیچ خواسته فوق‌العاده‌ای فراتر از مسئولیت‌های بدیهی کشور میزبان نداریم و این خواسته‌ها شامل تأمین امنیت حجاج با توجه به حادثه تلخ سال گذشته و نیز مسائل کنسولی و اجرایی حج هست که باید این شرایط فراهم شود تا امکان برگزاری این مناسک الهی فراهم شود.

سخنگوی وزارت خارجه اظهار کرد: اگر این امور با برخورد غیرمنطقی دولت عربستان سعودی مواجه شود این مسئولیت (اعزام نشدن زائران ایرانی به حج) بر عهده دولت عربستان است که به وظایف خود به‌عنوان دولت میزبان مناسک حج عمل نکرده و مانند اقدامات دیگرش همه مسائل را در هم تنیده با اختلافات سیاسی کرده است. در عین حال تصمیم نهایی در رابطه با مسئله حج از سوی مراجع ذی‌ربط به اطلاع افکار عمومی در زمان خود می‌رسد.

سیاست

اوباما در هانوفر: داعش تهدیدی واقعی و مشترک برای اروپا و آمریکاست

رئیس جمهوری آمریکا دیروز در هانوفر آلمان با بیان اینکه داعش تهدیدی واقعی و مشترک برای اروپا و آمریکاست، حمایت بیشتر کشورهای اروپایی در جنگ علیه داعش را خواستار شد.

به گزارش ایسنا به نقل از شبکه خبری اسکای نیوز، باراک اوباما، رئیس‌جمهوری آمریکا در سخنرانی خود در نمایشگاه تجاری هانوفر گفت: جهان امروز با چالش‌های گوناگونی روبه‌روست. بنابراین ما باید برای رویارویی با پدیده تروریسم که تهدیدی واقعی برای همه جهان است، متحد شویم.

رئیس‌جمهوری آمریکا با تاکید بر لزوم حمایت از اقتصاد عراق در شرایط کنونی اعلام کرد: ما به تلاشی بیشتر علیه تروریسم نیاز داریم تا جلوی حملاتی مشابه پاریس و بروکسل را بگیریم. باراک اوباما با بیان اینکه آمریکا و همپیمانانش برای حمایت از آزادی و رویارویی با داعش به مسیر خود ادامه می‌دهند، گفت: نیاز ما به حمایت بیشتر اروپا برای جنگ با داعش مسئله‌ای مشخص است، ما اعتقاد داریم که باید تبادل اطلاعاتی بین آمریکا و اروپا وجود داشته باشد. من تاکید می‌کنم ما باید همگی به مسئولیت‌های خود عمل کنیم تا با مشکلات در کشورهایی چون افغانستان رویارو شویم. همه کشورهای عضو ناتو باید به شکلی مطلوب در جنگ علیه تروریسم و چالش‌هایی که جهان را تهدید می‌کند، مشارکت کنند.

تیتر اخبار

- **بشار اسد، رئیس‌جمهوری سوریه اعلام کرد که تروریسم بخشی از بازی سیاسی شده است که هدف از آن ضربه زدن و تضعیف کشورهایی است که به مستقل‌بودن تصمیم‌خود پایبند هستند.**
- **جمیل بایک، رهبر حزب کارگران کردستان ترکیه گفت که پ. ک. ک، آماده است جنگ خود علیه دولت ترکیه را به دلیل تلاش آنکارا برای تسلیم کردن این جنبش تشدید کند.**

«عبدالرحمان سندی» از فرماندهان ارشد شبکه القاعده و از نزدیکان «اسامه بن لادن» و «ایمن الظواهری» در کراچی دستگیر شد

جامعه

معاون رئیس‌جمهوری: دستگاه‌ها، امنیت حداقلی برای زنان تامین کنند

معاون امور زنان و خانواده ریاست جمهوری با اشاره به اینکه دستگاه‌ها باید امنیت حداقلی برای زنان تامین کنند، گفت: قوانین حاضر در کشور قدرت لازم برای حمایت، متوقف کردن یا کاهش انواع آسیب‌های اجتماعی را ندارند. به گزارش ایرنا، شهیندخت مولاوردی روز دوشنبه در همایش ملی «مددکاری اجتماعی و مطالبه‌گری اجتماعی»، افزود: تمامی دستگاه‌های حکومتی و سیاست‌گذاران، نهادهای قانونگذار و مجری باید امنیت حداقلی برای زنان را تامین کنند.

مولاوردی گفت: اگر سیستم حقوقی و قضایی ما نتوانسته همگام با آسیب‌های اجتماعی، تمهیدات پیشگیرانه و بازدارنده را فراهم آورد باید با انجام اقدامات کوتاه‌مدت زمینه را برای کاهش آسیب‌های اجتماعی در کشور فراهم آوریم.

معاون رئیس‌جمهوری در امور زنان و خانواده در بخش دیگری از سخنانش اظهار داشت: تقویت و توسعه نهادهایی مانند اورژانس اجتماعی یک ضرورت است نه یک انتخاب و باید بپذیریم امدادرسانی به موقع به همراه تقویت ساختارهای مناسب یک حق انسانی است.

مولاوردی خاطرنشان کرد: هنوز چند روز از اعلام رسانه‌ای شکنجه اعظم بانوی مشهدی توسط همسر معتادش نگذشته است و پیگیری‌های ما نشان می‌دهد این زن چندین بار به دلیل آزارهای شوهرش به مراجع قانونی مراجعه داشته اما توصیه به برگشت به خانه و ادامه زندگی شده است و این موضوع به دلیل وجود خلاهای قانونی رخ داده است.

تیتر اخبار

- **سردار موسی کمالی، جانشین اداره سرمایه‌های انسانی ستاد کل نیروهای مسلح شایعات درباره تغییر و تحول در خدمت سربازی را رد کرد.**
- **سرهنگ مراد مرادی، معاون آموزش و فرهنگ ترافیک پلیس راهور تهران بزرگ گفت با کاروان‌های عروسی که با سرعت کم خود موجب کندی عبور و مرور، ترافیک و انسداد مسیر شوند، برخورد می‌شود و طبق قانون برای هر یک از خودروها مبلغ ۴۰۰ هزار ریال جریمه در نظر گرفته شده است.**

ضیاءالدین شعاعی، مدیر ستاد ملی مقابله با پدیده گرد و غبار سازمان حفاظت محیط زیست از ممنوعیت چرا در برخی دشت‌های خوزستان برای مقابله با پدیده گرد و غبار خبر داد

فرهنگ

آخرین خبر اکران سینما؛ اژدها وارد می‌شود

سخنگوی شورای صنفی نمایش گفت: فیلم‌هایی که ماه رمضان اکران شوند از امتیازات ویژه‌ای برخوردار خواهند شد. غلامرضا فرجی در گفت‌وگو با ایسنا درباره تازه‌ترین مصوبات شورای صنفی نمایش در جلسه مورخ ششم اردیبهشت‌ماه توضیح داد: در این جلسه قرارداد فیلم «دلبری» ثبت شد و قرار است این فیلم بعد از «ابد و یک روز» در گروه آزادی اکران شود. به گفته او در این جلسه قرارداد فیلم «یک دزدی عاشقانه» نیز به ثبت رسید که براساس آن، این فیلم بعد از فیلم «پنجاه کیلو آلبالو» به سرگروهی سینما کوروش به نمایش درخواهد آمد.

فرجی اضافه کرد: از روز چهارشنبه هشتم اردیبهشت‌ماه فیلم «اژدها وارد می‌شود» به جای فیلم «کفش‌هایم کو» در گروه زندگی اکران می‌شود و «خنده‌های آتوسا» جایگزین فیلم «خشم و هیاهو» خواهد شد.

سخنگوی شورای صنفی نمایش اضافه کرد: سه فیلم «بادیگارد»، «پنجاه کیلو آلبالو» و «ابد و یک روز» از تاریخ ۱۵ اردیبهشت‌ماه دیگر در سرگروه خود اکران نخواهند شد، اما نمایش آنها در سالن‌های دیگر ادامه دارد. وی اضافه کرد: علاوه بر این فیلم «من سالوادور نیستم» از تاریخ ۱۵ اردیبهشت و «کوچه بی‌نام» از تاریخ هشتم اردیبهشت به طور کامل عوض خواهند شد.

تیتر اخبار

- **رمان «به خاطر آن رسیدلعنتی» داریوش مهرجویی مجوز نشر گرفت و زیر چاپ رفت. با صدور مجوز نشر برای این رمان، احتمال حضور آن در بیست و نهمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران قوت گرفت.**
- **علی اصغر پورمحمدی، معاون سیمای رسانه ملی درباره اچ دی شدن شبکه سه اعلام کرد که تلاش می‌شود این شبکه همزمان با بازی‌های المپیک اچ‌دی شود.**

یک نمایشگاه پوستر با محوریت «تعامل» در گالری گلستان برپا شده است که در آن، مخاطب فقط به دیدن آثار اکتفا نمی‌کند، بلکه با لمس اثر، بخشی از آن می‌شود.

ورزش

رونالدو و بن‌زما با رئال به انگلیس رفتند

در حالی که حضور دو مهاجم رئال‌مادرید در بازی مقابل منچسترسیتی در هاله‌ای از ابهام بود، این دو بازیکن تیم خود را در سفر به انگلیس همراهی کردند.

به گزارش خبرگزاری تسنیم، تیم فوتبال رئال‌مادرید برای رویارویی با منچسترسیتی در دور رفت از مرحله نیمه‌نهایی لیگ قهرمانان اروپا روز دوشنبه با ۲۳ بازیکن راهی شهر منچستر انگلیس شد. در فهرستی که زین‌الدین زیدان برای این بازی در نظر گرفته، نام کریستیانو رونالدو پرتغالی هم دیده می‌شود که بازی شنبه شب این تیم مقابل رایو وایکانو را در لالیگا به دلیل مصدومیت از دست داده بود. همچنین نام کریم بن‌زما هم در این فهرست قرار داده شده‌است. بن‌زما که در بازی با رایووایکانو مصدوم شد در شرایط سخت‌تری به سر می‌برد و نگرانی بزرگ‌تری برای زیدان به شمار می‌رود. در همان بازی، گرت بیل هم‌بازی بن‌زما و رونالدو در مثلث خط حمله درخشش زیادی داشت و به تیمش کمک زیادی کرد تا به یک پیروزی باارزش برسد.

زیدان چند روز پیش گفته بود رونالدو قطعا به لندن سفر خواهد کرد اما درباره بن‌زما نگرانی‌های بیشتری دارد. رئال مادرید برای رسیدن به نیمه نهایی در مرحله قبل ولفسبورگ را با درخشش رونالدو در مجموع ۳ بر ۲ شکست داد.

تیتر اخبار

- **حسام الدین جعفری، سرپرست تیم ملی کشتی فرنگی از اعزام حمید سوریان به آخرین مرحله مسابقات گزینشی المپیک در استانبول خبر داد.**
- **فیفا با درخواست عراق برای انتخاب ایران به‌عنوان میزبان بازی‌هایش در انتخابی جام جهانی مخالفت کرده اما فدراسیون فوتبال عراق همچنان تاکید دارد که این تصمیم را نخواهد پذیرفت و به دادگاه عالی ورزش شکایت می‌کند.**

رسانه‌های انگلیس گزارش داده‌اند که یحیی توره هافبک منچسترسیتی به بازی با رئال‌مادرید نمی‌رسد

ستاره‌های تبلیغات

لئو برنت، رهبر مکتب شیکاگو

علیجاه شهربانویی
مشاور تبلیغات و برندسازی

در این شماره از ستون «ستاره‌های تبلیغات» به معرفی و مرور زندگینامه آقای لئو برنت موسس شبکه تبلیغاتی لئو برنت و یکی از بزرگان تبلیغات به سبک شهر شیکاگو می‌پردازم؛ مردی که از دیدگاه مجله تایم در سال ۱۹۹۹ به‌عنوان یکی از ۱۰۰ شخصیت برتر قرن برگزیده شد.

لئو برنت (۱۹۷۱-۱۸۹۱ میلادی) در شهر میشیگان به دنیا آمد. او در رشته روزنامه‌نگاری تحصیل کرد و در این رشته نیز فارغ‌التحصیل شد. او برای مدتی در شهر ایلینویز به‌عنوان خبرنگار مشغول به کار شد اما خیلی زود این کار را رها کرد و به‌عنوان کپی‌رایتر در شرکت کادیلاک مشغول به کار شد.

او پس از شروع به کار در این شرکت، بسیار تحت تأثیر عقاید «تئودور مک مانوس» قرار گرفت، به حدی که او را مانند یک آموزگار در زمینه تبلیغات ستایش می‌کرد.

شروع جنگ جهانی اول و پیوستنش به ارتش برای مدتی همکاری او را با شرکت کادیلاک دچار وقفه کرد اما پس از شش ماه برنت از این شرکت برای همیشه جدا شد و به مجموعه تبلیغاتی «مک‌کی» (McKee) در ایندیانا پیوست. حدود یک دهه در این شرکت ماند اما در نهایت به شیکاگو رفت و به کمپانی ایروین ویزی (Erwin Wasey) ملحق و به‌عنوان کپی رایتر ارشد مشغول به فعالیت شد.

در نهایت آقای لئو برنت در سال ۱۹۳۵ شرکت خود را تأسیس کرد. هرچند او خیلی جوان نبود اما با تجربه‌ای که از سال‌ها کار در شرکت‌های تبلیغاتی دیگر اندوخته بود مجموعه‌ای را راه‌اندازی کرد که هنوز هم جزو یکی از شبکه‌های برتر تبلیغاتی جهان با بیش از ۹۰۰۰ پرسنل است.

هرچند برخی به این شرکت امید نداشتند و به او برای تعارف سیب به مشتریان آن هم در سال‌های رکود اقتصادی طعنه می‌زدند و پیش‌بینی می‌کردند او باید در نهایت در گوشه میدان برای کسب درآمد همان سیب‌ها را بفروشد، اما لئو برنت تسلیم شرایط بد اقتصادی نشد و در حرفه تبلیغات پیشرفت قابل توجهی کرد و اتفاقا همان سیب به نماد شرکت تبلیغاتی لئو برنت مبدل شد.

شاید آقای لئو برنت را بتوان بنیانگذار مکتب شیکاگو دانست. در حقیقت او روح اصیل و واقعی غرب میانه را در تبلیغات حفظ کرد و این مکتب غنای زیادی از فرهنگ محلی آمریکا برد. لئو برنت معتقد بود همانقدر که نیویورک افسانه‌ای است، شیکاگو بسیار ملموس و واقعی است. البته او شرکت «اگیلوی و ماثر» را تنها شرکتی می‌دانست که در نیویورک به فرهنگ شیکاگو نزدیک است.

شاید ظاهر آشفته و ناامیدکننده آقای لئو برنت که همواره پوشیده از خاکستر سیگار بود هیچ ارتباطی با تبلیغات نداشت اما روحیه لطیف او همواره یک «داستان ذاتی» را در محصولات می‌دید و معتقد بود وظیفه یک تبلیغاتچی کشف این درام درونی و سرمایه‌گذاری روی آن است.

لئو برنت به محصولاتی که تبلیغ می‌کرد تعصب خاصی داشت و خود از همان محصولات استفاده می‌کرد. او همواره به این اصل معتقد بود که اگر به کالاهایی که تبلیغ می‌کنیم اینقدر اعتماد نداریم که خودمان از آنها استفاده کنیم، در تبلیغ کردن آنها برای دیگران با خودمان کاملاً صادق نیستیم.

لئو برنت، خالق کاراکترهای قدرتمند و ماندگار در صنعت تبلیغات است اما شاید بتوان جاودانه‌ترین شخصیت تبلیغاتی را برای سیگار مارلبرو دانست که این کمپانی را از یک مجموعه گمنام به یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های دخانیات در سرتاسر جهان تبدیل کرد. در حقیقت شروع همکاری با مارلبرو نقطه پرواز کمپانی لئو برنت به سمت قله‌های افتخار بود.

هرچند در آن زمان آقای برنت دیگر جوان نبود ولی در سن ۶۰ سالگی با شور و انرژی یک جوان به کار خود ادامه می‌داد. او معتقد بود برای رسیدن به نتیجه مطلوب در تبلیغات باید خود را در موضوع غرق کرد و سپس تا حد مرگ کار کرد و در نهایت باید به نظرات خود عشق ورزید و از آنها پیروی کرد.

او در زمینه تولید آگهی‌های جدید بسیار سختگیر بود و در این زمینه به آگهی‌نویسان شرکتش بسیار سخت می‌گرفت و آگهی‌های تولید شده را از طریق یک کمیته بررسی می‌کرد. او عادت نداشت یک گروه را مسئول انجام پروژه تبلیغاتی کند، بلکه با ایجاد رقابت میان چند تیم در شرکتش سعی در بالابردن کیفیت کار داشت. او اواخر عمرش به این مسئله اعتراف کرد موفقیت‌های بزرگی که در شرکت لئو برنت کسب شده در یک جو آرام و شیرین به‌دست نیامده است بلکه اکثرا حاصل یک فضای اضطراب سازنده و پویا بوده است.

ارتباط با نویسنده: alijah. ir

نگاهی به کمپین جهانی جدید کوکاکولا

رویکرد یکپارچه برند یک

فرشته طاهری نیا

کوکاکولا با تغییری چشمگیر در استراتژی بازاریابی خود، کمپین خلاقانه جدیدی در سطح جهان به راه انداخته است. مارکوس دوکویینتو، مدیر اداره بازاریابی کوکاکولا در ژانویه امسال طی رویدادی رسانه‌ای در پاریس با رونمایی از رویکرد One Brand – برند یک- اظهار داشت: استراتژی‌مان این است که سهم این برند را در بازار جهانی افزایش دهیم و تقاضای جهانی برای نوشابه درجه یک را به سمت انواع کوکاکولای سبک/ رژیمی، کوکاکولای ساده یا زیرو و کوکاکولای زندگی بکشانیم. وی تاکید کرد پایبندی شرکت به حق انتخاب مشتریان، به آنان این حق را می‌دهد که کوکاهای مختلف و متناسب با سبک‌های مختلف زندگی خود را اعم از ساده یا رژیمی نظیر دارای کالری یا بدون کالری و کافئین‌دار یا بدون کافئین انتخاب کرده و بنوشند. دوکویینتو با تاکید بر اینکه کوکاکولا مناسب تمامی افراد است بیان کرد: کوکا نخستین برندی است که نمونه‌های متنوعی دارد و مردم نیز یک نوشابه با برند کوکا می‌خواهند که طعم و تازگی فوق‌العاده‌ای داشته باشد. دوکویینتو درباره رویکرد برند یک می‌افزاید: این رویکرد، به جای صرف انرژی در رقابت‌های بسیار با برندهای دیگر، به صورتی قدرتمندانه و یکپارچه، برند کوکا را مطرح می‌کند، به طوری که تمامی محصولات کوکاکولا را تحت پوشش خود قرار می‌دهد.

برند کوکاکولا از سال ۱۸۸۶ با شعار «کوکاکولا بنوشید» سعی در ترغیب مشتریان به نوشیدن نوشابه‌های این برند داشته است. با توجه به اینکه شعار هر برند راهی ساده و در عین حال مستقیم برای ارتباط مردم با برند است، کوکاکولا نیز در طول حیات کاری خود با شعارهای تبلیغاتی متفاوت سعی کرده است جایگاه نخست در صنعت نوشیدنی جهان را از آن خود کند. در طول سال‌های مختلف، شعارهای این برند معطوف به مسائل مختلفی بوده است. گاهی شعارهای آن بر میزان فروش متمرکز بوده، گاهی روی کیفیت محصول و زمانی دیگر تمرکز کوکاکولا روی مزه و طعم محصول جدید بوده است.

شادی بدون مرز با کوکاکولا

کوکاکولا هفت سال پیش کمپین Open Happiness «شادی بدون مرز» را با هدف ترویج صلح و پرهیز از هرگونه خشونت به‌ویژه در میان مردم هند و پاکستان به راه انداخت. اما آن‌طور که دوکویینتو می‌گوید این کمپین بیش از حد نصیحت‌آمیز بود و آن چنان که باید نتوانست لذت ساده نوشیدن یک کوکاکولای خنک مثلا در یک روز گرم تابستانی را به مردم یادآوری کند. از این رو شرکت کوکا در اقدامی بزرگ – در طول عمر کاری خود- به شعار «شادی بدون مرز» پایان داد و کمپین جهانی جدیدی را با عنوان Taste the Feeling برگزار کرده است که در تمامی آگهی‌های تبلیغاتی آن، محصولات کوکا وسط کادر قرار دارد و آگهی روی محصولات متمرکز می‌شود. این برند طی یک حرکت چشمگیر استراتژیک و با رویکرد «برند یک»، طیف متنوعی از چندین محصول مختلف خود نظیر کوکاهای رژیمی و زیرو را با هم یکی کرده و تحت کمپینی واحد و یکپارچه به نمایش گذاشته است. مدیر بازاریابی کوکا می‌گوید: شعارمان را از حالت پند و موعظه درآوردیم تا علاوه بر تمرکز روی احساسات، روی عمل نیز تاکید داشته باشد.

با این توضیح می‌توان معادل فارسی «مزه‌اش را احساس کن» یا «طعم آن را بچش» را به جای آن جایگزین کرد که هم روی احساس تاکید دارد هم مخاطب را به نوشیدن دعوت می‌کند. شاید حتی بتوان به‌صورت کاملا محاوره‌ای به جای آن گفت: «بنوش و حالش را ببر!» اما واقعیت این است این شعار – در زبان انگلیسی- به اندازه معادل محاوره‌ای پیشنهاد شده فارسی آن روی مخاطب تاثیرگذار نیست به طوری که برخی کارشناسان در این باره گفته‌اند گرچه این شعار از نظر تکنیک شعارسازی برای برند دارای واژگان محدودی است که از این نظر نقطه قوتی برای آن محسوب می‌شود اما واژگان انتخابی، بسیار ساده، معمولی و تا حدودی پیش پا افتاده هستند و این جمله یک خطی هیچ حس خاص و منحصر به فردی به مخاطب القا نمی‌کند.

از طرفی جاذبه زیبایی‌شناسانه خاصی ندارد و حتی ریتم خاطره‌انگیز خاصی را به یاد مردم نمی‌آورد. با این همه مدیران کوکا چنین نظری ندارند. مسئله این است که استراتژی بسیار بزرگی پشت این شعار ساده نهفته است.

کوکاکولا قصه‌گو می‌شود

پس از ماه‌ها تلاش در پس پرده، سرانجام رونمایی از کمپین جدید کوکاکولا نشان داد این برند با تغییر جهتی آشکار، با رویکردی احساسی شروع به تبلیغ محصولات خود کرده است.

دوکویینتو در مصاحبه خود درباره جهت‌گیری جدید کوکاکولا، مشتاقانه بیان کرد: در آگهی‌های تبلیغاتی جدید نوعی قصه‌گویی احساسی مرتبط با کوکا استفاده شده است اما در عین حال این آگهی‌ها لحظات روزمره مردم نظیر نخستین قرار عاشقانه و صمیمیت افراد را بازنمایی کرده و به تصویر کشیده است. دوکویینتو ادامه داد: کمپین جدید به ارزش‌های اصلی کوکاکولا بر می‌گردد.

شرکت کوکا در اقدامی بزرگ – در طول عمر کاری خود- به شعار «شادی بدون مرز» پایان داد و کمپین جهانی جدیدی را با عنوان Taste the Feeling برگزار کرده است که در تمامی آگهی‌های تبلیغاتی آن، محصولات کوکا وسط کادر قرار دارد و آگهی روی محصولات متمرکز می‌شود

توجه داشته باشید ما در اینجا داریم صرفا درباره برند کوکا صحبت می‌کنیم و بخش بسیار کمی از صحبت‌های ما درباره محصولات است. دوکویینتو با اشاره به شعار قبلی کوکاکولا افزود: ما غالبا خواسته‌ایم مردم را نصیحت کنیم اما Taste the Feeling ایده نوشیدن یک کوکا را – هر نوع کوکاکولایی- را وارد زندگی می‌کند، لذت ساده‌ای است که می‌تواند لحظات هر کسی را خاص‌تر کند. در واقع شعار جدید قصد دارد بیشترین تاثیر را در ذهن افراد به جا بگذارد تا هم جنبه احساسی و هم جنبه عملی تجربه کوکاکولا را نشان دهد.

دوکویینتو گفت: ما در طول زمان دریافتیم که جایگاه کوکاکولا بیشتر به‌عنوان یک نماد مطرح بوده است که در اصل کوچک‌تر از آن چیزی است که ما می‌خواستیم. بزرگی کوکا در این حقیقت نهفته است که لذتی ساده است. از این رو هرچه بیشتر فروتن باشیم ارزش‌مان بالاتر است. ما می‌خواهیم به مردم کمک کنیم به یادآورند که چرا به محصولاتمان به اندازه برند ما عشق می‌ورزند.

رادلف اِچوریا یکی از کارمندان باسابقه کوکا که به همراه دوکویینتو نقشی کلیدی در جهت‌گیری جدید این برند ایفا کرده است، درباره کمپین کاملا یکپارچه Taste the Feeling که در طول سال ۲۰۱۶ به اجرا در می‌آید، گفت: این کمپین تجربه نوشیدن یک کوکاکولای خنک را جشن می‌گیرد و در قاب تصویر تمامی آگهی‌ها، این شعار خلاقانه جهانی دیده می‌شود، در عین حال یکی از محصولات کوکاکولا در وسط تصویر قرار گرفته است. قرار دادن محصولات کوکاکولا در وسط کادر آگهی تبلیغاتی سبب می‌شود این برند با مصرف‌کنندگانش ارتباط احساسی برقرار کند. وی افزود: ما از «شادی بدون مرز» به سمتی حرکت کردیم که بتوانیم نقش کوکاکولا را در شادی‌آفرینی نشان دهیم. ما به سادگی افراد را در تمامی لحظات خاص‌تر می‌کنیم.

محتوای آگهی‌های تبلیغاتی اولیه شامل ۱۰ برنامه تلویزیونی تبلیغاتی اقتصادی، تبلیغات دیجیتالی و کاغذی توسط شبکه‌ای بین‌المللی متشکل از چهار آژانس تبلیغاتی دنیا شامل: مرکادو- مک‌کین، سانتو، راشمور و اگلیولی& مادر تولید شده است. شش فروشگاه نیز در این کمپین خلاق مشارکت دارند. شش تا از آگهی‌های تبلیغاتی را که تا به امروز به نمایش گذاشته شده‌اند می‌توان در فهرست فیلم‌های موجود در یوتیوب مشاهده کرد. آنچه می‌دانیم این است که در این شش فیلم- هر کدام ۶۰ ثانیه- اجمالا به احساسات مردم و لحظاتی پرداخته می‌شود که مردم از نوشیدن کوکاکولا لذت می‌برند و نمایی نزدیک از محصولات خانواده کوکاکولا در کنار هم و با نماد قرمز رنگ کوکا نشان می‌دهد و چیزهایی درباره دیدن امواج و داشتن یک کوکاکولا می‌خواند. نسخه‌های دیگری از این تبلیغات که به‌صورت محلی و متناسب با فرهنگ‌های مختلف ساخته شده، صحنه‌های به یادماندنی را در کنار کوکا به تصویر کشیده‌اند.

شورآفرینی با موسیقی

در این سری از آگهی‌های تبلیغاتی کمپین جدید، موسیقی نقشی کلیدی در القای احساس به مخاطب دارد. سازنده این موسیقی، اَویسی است. جو بلیوتی سرپرست موسیقی این کمپین جهانی در این باره گفت: ما در جست‌وجوی یک آواز بی‌نقص بودیم. بنابراین ابتدا سعی کردیم هنرمندانی را پیدا کنیم که علاقه‌مند به کوکا باشند و نسبت به برند و محصولات آن شور و اشتیاق داشته باشند. در مورد اَویسی باید بگویم چندین پروژه با او داشته‌ایم. او می‌داند چگونه حس خوشبینی را ایجاد کند تا مخاطبان جهانی با او همسو شوند. درواقع اَویسی توانست با وسایل سنتی موسیقی، آوازی بسازد که حسی مدرن را به مخاطب القا می‌کند.

سرود این کمپین نیز با صدای گرم کنراد سووال هنرمند ۲۷ ساله سوئدی اجرا شده است که باوجود جوانی، در میان مردم استرالیا و آمریکا چهره‌ای شناخته شده است. قرار است نسخه‌های جدید این سرود به مناسبت بازی‌های المپیک ریو ۲۰۱۶ و یورو ۲۰۱۶ ساخته شود. مطبوعات با تاکید بر جنبه شخصی‌سازی محصولات این برند، مردم را دعوت می‌کنند تا با حضور در سایت tastethefeeling.coca-cola.com احساس خود را درباره کوکا بگویند و در ازای آن هدایایی دریافت کنند که به نظر می‌رسد این بخش هیجان‌انگیز کار باشد.

با تمام این اوصاف مشکل اصلی که کوکا دارد رویه این شرکت درباره سلامتی مردم بوده که امید است با این شعار جدید خود بتواند بر کاهش فروش محصولات خود در بازار غلبه کند و با تغییر رویه و ارائه محصولات سالم‌تر، مردم محصولات آن را بیشتر بخرند.

منبع: adage.com

تبلیغات خلاق

آگهی موتور سیکلت BMW- شعار: اجازه ندهید دنیایتان کوچک شود

ایستگاه تبلیغات

کوله‌پشتی‌هایی که تبدیل به جلیقه نجات می‌شوند

یک شرکت سازنده اسنک میوه‌ای به نام « Luki» محصولی را عرضه کرده است که می‌تواند جان هزاران نفر را از مرگ نجات دهد. در پنج سال گذشته، به‌طور متناوب ۱۰ هزار کودک کلمبیایی در رودخانه‌ها غرق شده‌اند که البته بسیاری از این کودکان در مسیر رفتن به مدرسه برای دور ماندن از جوامع جنگلی در صدد عبور از آن جا بوده‌اند. به گزارش ام‌بی‌ای نیوز، این آمار و ارقام ترسناک یک برند ارائه‌دهنده اسنک میوه‌ای موسوم به « Luki» را به تولید یک کیف کوله‌پشتی مخصوص برای بچه‌ها واداشت که به‌عنوان یک جلیقه نجات نیز عمل می‌کند. اقدام فوق با همکاری سازمان صلیب سرخ کلمبیا و آژانس تبلیغاتی JWT این کشور صورت گرفت. این کوله‌پشتی ناجی می‌تواند با نگه داشتن بچه‌های پنج تا ۱۲ ساله، حتی در صورت سقوط ناخودآگاه آنها درون آب، ضمن حفظ حالت قائم‌شان، مانع از غرق شدن کودکان شود. همچنین این کوله پشتی مجهز به یک کیف در داخل برای محافظت از کتاب‌ها، یک سوت ضد آب، یک دستگیره برای هل دادن بچه‌ها به درون قایق درمواقع اضطراری و یکسری دستورالعمل‌های احیای قلبی ریوی دوخته شده به پشت کوله‌پشتی نیز هست.

بازاریابی مجانی

چگونه بدون هزینه کردن یک‌سکه برندتان را بسازید

مونا اشرف‌زاده

پیش از این هرگز ساختن یک برند به اندازه‌ای که امروزه در دنیای کسب‌وکار اهمیت دارد، حائز اهمیت نبوده است. نسل جدید به شرکت‌هایی که چهره‌ای از خود ندارند، علاقه‌ای نشان نمی‌دهند و این‌گونه کسب‌وکارها برای‌شان جذابیتی ندارد. آنها احساس می‌کنند هرکاری که انجام می‌دهند باید در جهان تاثیرگذار باشد، بنابراین زمانی که قصد دارند پول‌شان را جایی خرج کنند، باید برای‌شان معنا و مفهوم داشته باشد. وقتی که یک برند را می‌سازید، در واقع داستان کسب‌وکارتان را با آن بیان می‌کنید و بسته به آنچه داستان شما چه می‌گوید، نسل جدید در کنارتان خواهند بود یا شما را پس خواهند زد. در حالی که نسل جوان بخش گسترده‌ای از بازار را تشکیل می‌دهد، قطعا نیاز دارید که آنها را در کنار خودتان داشته باشید، زیرا اگر این‌گونه نباشد، چه کسی قرار است از خدمات‌تان استفاده کند یا چه کسی قرار است مشتری محصولات‌تان باشد و آن را بخرد؟ از این‌رو، بسیار ضروری است داستانی که شرکت‌تان از طریق برندش مطرح می‌کند، یکی از آنهایی باشد که با دقت به نیازهای نسل جوان پرداخته است. بسیاری از کارآفرینان برندشان را منحصرا براساس آنچه معتقدند روند حال حاضر بازار است می‌سازند، اما این مسئله به‌سادگی روی موفقیت یا شکست تاثیرگذار نیست، بلکه تاثیرش را روی محصول و مشتریان مورد نظرتان نشان می‌دهد. نیازهای نسل جوان باید به دقت بررسی شود تا برندی طراحی کنید که هم برای محصول و هم برای مشتریان‌تان مناسب باشد تا بتوانید بهترین تاثیر ممکن را در بازار بگذارید.

بازار هدف را بشناسید

زمانی که قصد دارید یک محصول جدید را به فروش برسانید یا خدمات جدیدی ارائه دهید، نخستین کاری که باید انجام دهید این است که باید تصمیم بگیرید به چه گروهی قرار است محصول‌تان را بفروشید، در واقع باید بدانید که بازار هدف‌تان کدام است. در حالی که همه به طور ایده‌آل علاقه دارند به همه محصول‌شان را ارائه دهند یا سرویس‌دهی کنند، اما این کار شدنی نیست، زیرا در این صورت بازاریابی برای‌تان تبدیل به یک کابوس خواهد شد. روی یک گروه هدف خاص تمرکز کنید، اینکه این گروه چه کسانی باشند به نوع محصول‌تان و نیازی که شما انتظار دارید آن محصول پوشش دهد، بستگی دارد. بعد از اینکه گروه هدف‌تان را در بازار مشخص کردید، مطمئن شوید همه اطلاعات را درباره این گروه کسب کرده‌اید. حتی اگر فکر می‌کنید که همه اطلاعات موجود را به دست آورده‌اید، بیشتر تحقیق کنید، همیشه می‌توانید مجموعه‌ای از چیزهای جدید را انتخاب کنید که مطمئنا در استراتژی بازاریابی‌تان موثرتر خواهد بود.

برندتان را به‌عنوان یک شخص معرفی کنید

کلید ساخت برندی قدرتمند این است که بدانید برندتان چیزی بیش از یک نام یا یک لوگو است. برای اینکه برندتان را با موفقیت بسازید، لازم است به آن شخصیت بدهید، به برندتان به‌عنوان شخصی نگاه کنید که داستان خودش را برای گفتن دارد. به تمام جنبه‌های این موجود تخیلی مانند جنسیت، علایق و آنچه که تنفر دارد، بیندیشید و مطمئن شوید که چشم‌اندازی جامع دارید به آنچه که می‌خواهید برندتان مانند یک شخص داشته باشد. درست زمانی که تصمیم می‌گیرید تا برندتان را به‌عنوان یک شخص معرفی کنید، زمانی است که می‌توانید حضورش را اعلام کنید. این قدم بااهمیتی است، زیرا تاثیری را که برندتان در بازار خواهد داشت، تعریف می‌کند.

شبکه‌های اجتماعی

بعد از اینکه مشخص کردید بازار هدف‌تان چه کسانی هستند، همچنین داستانی را که قصد دارید ایجاد کنید، تشخیص دادید، بدیهی است که قدم بعدی‌تان استفاده از شبکه‌های اجتماعی است. باید حضورتان را در هر پلتفرمی که امکان دارد، اعلام کنید، اما در عین حال باید توجه داشته باشید با شکل و شمایلی یکسان در پلتفرم‌های مختلف ظاهر شوید. به‌عنوان مثال، نمی‌توانید در توییتر سرگرم‌کننده باشید و در فیس‌بوک جدی حضور پیدا کنید. در واقع باید برندتان در همه پلتفرم‌ها ثبات داشته باشد و تصویری ثابت از خود به نمایش بگذارید و تناقضی در آن نباشد. این مسئله اجتماعی را در اطراف برندتان ایجاد می‌کند و همین نکته عاملی برای موفقیت‌تان خواهد شد. تنها راه موفقیت در بازار رقابتی دنیای امروز این است که منحصر به فرد باشید. به همین دلیل ایجاد برندی که بتواند در دنیای کسب‌وکار تاثیرگذار باشد، اهمیت دارد. هرچقدر برند شما با مسائلی که مردم در دنیای امروز سروکار دارند بیشتر در ارتباط باشد، به همان اندازه تعداد افرادی که در کنارتان خواهند بود افزایش خواهد یافت.

فعالیت‌های ارتباطاتی برند سورمالی در گفت‌وگو با دکتر محمود محمدیان

پیش به سوی تصرف بازار

امیر کاکایی
a9631m@gmail.com

در میان برندهای بزرگ و استخوان‌دار ایرانی که دارای آگاهی از برند بالایی در میان مخاطبان خود هستند، شرکت‌های کوچک‌تر و تازه‌واردی نیز در مرحله معرفی خود به بازار و مخاطبان ایرانی هستند که در تلاشند کسب‌وکار خود را توسعه دهند. یکی از این شرکت‌های تازه‌وارد، سورمالی است که در حوزه قهوه‌های فوری و هات‌چاکلت‌ها مشغول به فعالیت است. البته این شرکت محصولاتی را نیز در حوزه آبمیوه‌های کنسانتره تولید می‌کند. اینکه سورمالی در راستای فعالیت‌های برندینگ و بازاریابی باید چه اقداماتی را انجام دهد که درنهایت به جذب مشتریان منجر شود و آگاهی از برند خود را افزایش دهد، بهانه‌ای شد تا «فرصت امروز» سراغ دکتر محمود محمدیان، عضو هیأت‌علمی دانشگاه علامه طباطبایی برود. آنچه در ادامه می‌خوانید نظرات این کارشناس درباره فعالیت‌های ارتباطاتی برند، فعالیت‌های بازاریابی، استراتژی تبلیغات و... است که در سه بخش مجزا تنظیم شده است.

برخی برندها از شهرت کمتری برخوردارند و مخاطبان کمتری با نام آنها آشنا هستند، این در حالی است که در مورد برندهای نام‌آشنا و معتبر، بیشتر کارشناسان حوزه بازاریابی و برند اظهار نظر می‌کنند؛ اما کمتر کارشناس این حوزه هست که سراغ برندهای کمتر آشنا برود. به‌صورت کلی برخی برندها آمادگی این موضوع را دارند که مورد نقد قرار بگیرند و اظهارنظری در مورد آنها انجام شود. این اظهار نظرات شامل شناسایی نقاط قوت و ضعف برندها می‌شود و هنگامی‌که برندی کمتر شناخته‌شده مورد ارزیابی و تحلیل قرار می‌گیرد، رفته‌رفته شناخته شده‌تر می‌شود و آگاهی از آن افزایش پیدا می‌کند.

سورمالی یکی از برندهای کمتر شناخته‌شده در حوزه نوشیدنی‌ها؛ آبمیوه، قهوه فوری و هات‌چاکلت است. باوجود اینکه این شرکت محصولات مختلفی را در حوزه قهوه‌های فوری، آبمیوه‌های کنسانتره، نوشیدنی‌ها و... تولید می‌کند بااین‌حال در این مطلب من بیشتر در خصوص قهوه‌های فوری و هات‌چاکلت می‌خواهم صحبت کنم و این شرکت را از این جنبه بررسی کنیم. درصحنه جهانی برندهای معتبری در صنعت قهوه‌های فوری حضور دارند؛ یکی از این برندها نستله است که از غول‌های بزرگ این صنعت محسوب می‌شود و حرف اول در بازارهای جهانی را می‌زند. با توجه به وجود رقبای غول‌پیکری در بازار قهوه‌های فوری، حضور برندهای دیگر و کوچک‌تر در این بازارها به‌سختی صورت می‌پذیرد.

رقابتی سخت در بازار قهوه‌های فوری

در کشور ایران شرکت سورمالی به بازارهای قهوه فوری ورود پیدا کرده و در تلاش است سهم خوبی را در این بازار کسب کند؛ طبیعتا سورمالی به این باور رسیده است که برای کسب سهم بازار بیشتر باید با برندهای قوی و معتبری رقابت کند. در حال حاضر در بسیاری از جلسات کاری یا مهمانی‌های خانوادگی، قهوه‌های فوری سرو می‌شود و معمولا هم این قهوه‌های فوری از شرکت نستله تهیه می‌شود. در حقیقت برند نستله دارای آگاهی از برند بالایی است و بیشتر مخاطبان ایرانی با نام این برند آشنا هستند.

سیستم توزیع مناسب

شرکت سورمالی باید روی سیستم توزیع خود سرمایه‌گذاری‌های جدی را انجام دهد و برنامه‌ریزی‌های مناسبی را در این راستا اتخاذ کند. اگر شرکتی در حوزه قهوه‌های فوری محصولات خوب و باکیفیتی را تولید می‌کند، قطعا باید سیستم توزیع مناسبی را داشته باشد. ایجاد یک سیستم توزیع مناسب برای اینچنین شرکت‌ها آنچنان از اهمیت بالایی برخوردار است که درگذشته برخی از نظریه‌پردازان علم بازاریابی، بازاریابی را به‌مثابه سیستم توزیع مناسب می‌دانستند، چون بیشتر شرکت‌های معتبر دنیا درگذشته با مشکلاتی جدی در حوزه توزیع مواجه بودند و با گذر زمان مشکلات این بخش را حل کردند و در تلاش بودند سیستم‌های مناسبی را در حوزه توزیع محصولات و خدمات خود داشته باشند. در کشور ایران شرکت سورمالی می‌تواند ساختار توزیع مویرگی را اتخاذ کند و به‌درستی سیستم توزیع خود را پوشش دهد. به‌صورت کلی موفقیت زمانی رخ می‌دهد که محصولاتی که تولید می‌شود به‌راحتی در دست مشتریان قرار گیرد و به فروش رسد. متاسفانه برخی تولیدکنندگان ایرانی صرفا روی مقوله کیفیت محصولات متمرکز می‌شوند و در بخش‌های دیگر که توزیع نیز شامل آن می‌شود، سرمایه‌گذاری‌هایی را انجام نمی‌دهند.

تصرف بازار تهران

اگر ظرفیت‌های تولید شرکت سورمالی اجازه دهد، باید این شرکت در بازار شهر تهران فعال‌تر شود و به‌خوبی این بازار را پوشش دهد. به‌صورت کلی بازار ایران به صورتی است که بخش زیادی از فروش شرکت‌ها در بازار تهران انجام می‌شود. به‌عنوان نمونه حدود ۵۰ تا ۷۰ درصد فروش برخی شرکت‌های ملی ایرانی در سطح شهر تهران انجام می‌شود و این در حالی است که شرکت سورمالی در بازار تهران پوشش خوبی را ندارد و محصولات این شرکت به‌خوبی در بازار تهران توزیع نمی‌شود و برای مخاطبان تهرانی غیرآشنا است.

وب سایت کارشناس:
http://kafemarketing.com

حضور در فضای مجازی

درگذشته رقابت کمتری در بازارها وجود داشت و تبلیغات و ارتباطات حرف اول را برای شرکت‌ها نمی‌زد، اما در حال حاضر نیاز به‌وجود یک سیستم مناسب در حوزه تبلیغات و ارتباطات برای کسب‌وکارهای امروزی بسیار زیاد احساس می‌شود. برخی شرکت‌های ایرانی نیاز به تبلیغات دارند اما بودجه لازم برای آن را ندارند؛ به همین دلیل می‌توانند از فضای مجازی استفاده‌های زیادی ببرند. شرکت سورمالی نیز باید در راستای تبلیغات و ارتباطات برنامه‌ریزی‌های مناسبی را انجام دهد؛ البته به‌تازگی این شرکت اقداماتی را در فضای مجازی انجام داده است اما باید منسجم‌تر و با برنامه‌ریزی کامل‌تری در این راستا تبلیغاتی را انجام دهد. هنگامی‌که شرکتی محصولاتی را باکیفیت مناسب وارد بازار می‌کند باید وب‌سایت مناسبی را داشته باشد؛ البته وب‌سایت شرکت سورمالی فعال است اما در حوزه به‌روزرسانی آن باید برنامه‌ریزی‌های مناسب‌تری را انجام دهد؛ چون وب‌سایت فروشگاه مجازی یک برند تلقی می‌شود و از آن حتی به‌عنوان یک استند می‌توان یاد کرد. از طرفی شرکت سورمالی باید در شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام و تلگرام حضور مناسبی داشته باشد.

شرکت‌هایی نظیر شرکت سورمالی در صنایعی فعالیت‌های خود را پیش می‌برند که در حال حاضر از نظر شناخت بازار در مرحله بالایی نیستند و تقریبا می‌توان گفت که سنتی به بازار نگاه می‌کنند. ضرورت استفاده از ابزارهای نوین بازاریابی در شرکت‌هایی مانند سورمالی به‌شدت احساس می‌شود؛ به‌عنوان نمونه به‌کارگیری سلبریتی‌ها در معرفی و تبلیغات محصولات این شرکت به بازار بسیار می‌تواند کمک کند و آگاهی از برند آنها را به‌شدت ارتقا دهد. در این میان ابزارهای بازاریابی مانند CRM یا مدیریت روابط مشتری، تحقیقات بازار و... باید بیشتر در دستور کار شرکت سورمالی قرار بگیرد؛ چون از این طریق می‌توانند بیشتر به اطلاعات بازار دست پیدا کنند. شرکت سورمالی باید تعدادی از محصولات خود را به‌عنوان شاخص محصولات شرکت مشخص کند و بودجه‌های تبلیغاتی را برای آن در نظر بگیرد؛ البته این موضوع به این مفهوم نیست که محصولات دیگر را تولید نکند بلکه باید روی تعدادی از محصولات متمرکز شود و آن محصولات را به بازار عرضه کند. سورمالی باید تلاش کند این محصولات شاخص را در بازار نهادینه و به مخاطبان ایرانی آن را به‌درستی معرفی کند؛ از این طریق سورمالی می‌تواند در ذهن مشتری جایگاهی را برای خود ایجاد کند.

نبرد قهوه و چای در بازار ایران

سورمالی باید روی درک رفتار مصرف‌کنندگان ایرانی برنامه‌ریزی‌های مناسبی را انجام دهد.

به‌صورت کلی نوشیدنی گرم در بازار ایران همواره چای بوده و با گذر زمان فرآورده‌های قهوه نیز به آن اضافه‌شده است؛ در حال حاضر نبردی بین چای و قهوه و فرآورده‌های آن در حال ایجاد شدن است و این دو محصول در حال رقابت برای کسب سهم بازار بیشتری از یکدیگر هستند.

از طرفی قهوه در چند سال گذشته سهم بازار خوبی را کسب کرده و جایگزین عادت نوشیدنی مصرف‌کنندگان ایرانی شده است. در این میان قهوه در حال حاضر صرفا مختص لایه‌های بالایی جامعه نمی‌شود و اتفاقا باگذشت زمان، طبقه‌های پایین جامعه نیز رفته‌رفته از این محصول در زندگی خود استفاده می‌کنند.

طبقه‌های بالای جامعه ایرانی هنگامی‌که بخواهند از قهوه‌های فوری استفاده کنند، از برندهایی مانند نستله مصرف می‌کنند و شرکت‌های مانند سورمالی باید اتفاقا روی طبقه‌های پایین‌تر جامعه سرمایه‌گذاری کنند و مشتریان خود را از طبقه متوسط جامعه انتخاب کنند؛ چون برای این طبقه اجتماعی قیمت محصولات حائز اهمیت است و این گروه از مخاطبان می‌توانند مشتریان خوبی برای شرکت سورمالی محسوب شوند.

شرکت سورمالی هزینه‌های زیادی را در راستای برندینگ انجام نداده است و هنگامی‌که به هویت بصری شرکت سورمالی توجه می‌شود، این موضوع نمایان می‌شود که سورمالی در راستای طراحی هویت بصری مناسب، سرمایه‌گذاری خوبی را انجام نداده است.

شرکت‌ها در حال حاضر می‌توانند از قدرت هویت بصری خود در راستای تعامل با مشتریان استفاده کنند و طبیعتا اگر سورمالی در تلاش است که به موفقیت‌های چشمگیری در بازار ایران دست پیدا کند، باید روی هویت بصری خود بیشتر از گذشته متمرکز شود.

شرکت سورمالی باید به این موضوع واقف شود که بازار در حال تغییر است و بازیگران جدیدی در حال ورود به بازار ایران هستند؛ به همین دلیل دیگر نمی‌توان به شکل سنتی در این بازار حضور مناسبی داشت و سورمالی باید درصدد این موضوع باشد که از ابزارهای بازاریابی استفاده‌های مناسبی را انجام دهد.

مشتریان ابدی

۷ قانون طلایی در تجربه مشتری

پیام ناوی
مدرس و مشاور CRM، CEM و باشگاه مشتری

هنر بازاریابی در دنیای امروز به هنر جنگ شرکت‌ها برای غلبه در بازار تبدیل شده و شکی نیست که بازار امروزه نیز یک میدان نبرد سخت و پیچیده است. اما در این عرصه چگونه شرکت‌ها می‌توانند به دستیابی هرچه بیشتر به جاه‌طلبی‌ها و بلندپروازی‌های خود نزدیک شوند؟ در این یادداشت به‌طور خلاصه به قوانین طلایی خواهم پرداخت که می‌تواند چراغ راه شما در سازمان و شرکت خویش برای جذب و نگهداشت بیشتر مشتریان در این بازار رقابتی باشد.

قانون اول - بر سفرهای مشتری خود تمرکز کنید نه صرفا تعاملاتش

جهان مشتری تنها شامل شرکت شما نبوده و این سازمان شما نیست که در مرکز این جهان قرار دارد. در مورد شیوه زندگی مشتریان‌تان و اینکه چگونه در زندگی خود ارزش خلق می‌کنند بررسی و تحقیق کنید. به‌عنوان مثال فرض کنید شما یک شرکت بیمه هستید و مشتری برای بیمه کردن منزل خود به شما مراجعه کرده است. در اینجا مشتری تنها یک سفر را در شرکت شما تجربه خواهد کرد، آیا شما نمی‌خواهید در خصوص بیمه خودروی وی، بیمه‌های پزشکی، بیمه‌های عمر یا سایر بیمه‌هایی که به نوعی این مشتری در سبک زندگی خود با آنها درگیر است، اطلاعی کسب کرده و سفر جدید و تجربه خرید و خدمات دیگری را برای وی خلق کنید؟

قانون دوم - کارکنان خود را به‌عنوان سرمایه‌های سازمان در نظر بگیرید نه هزینه

کارمندان متعهد و عاشق سخت‌تر کار می‌کنند، بیشتر در سرکار می‌مانند و سازمان خود را بیشتر به دیگران توصیه می‌کنند. بدون شک شما نمی‌توانید بدون کارکنان دلبسته، تجربه مشتری عالی خلق کرده یا آن را حفظ کنید. پس به یاد داشته باشید که کارکنان دلبسته، تجربه مشتری عالی خلق می‌کنند، این تجربه باعث وفاداری مشتریان خواهد شد و مشتری وفادار نتایج پایدار مالی برای شما به ارمغان خواهد آورد.

قانون سوم - برند خود را از داخل به خارج سازمان بسازید

به یاد داشته باشید نام‌های تجاری قدرتمند تنها یک ادعا در تبلیغات نیستند بلکه آنها نشان‌دهنده باور کارکنان‌شان به آن شرکت و برند هستند. ابتدا به‌گونه‌ای باشید که کارکنان‌تان با قلب‌شان سازمان را باور داشته باشند. پس به‌عنوان یک برند به مشتریان خود یک قول دهید، قول خود را باور داشته باشید و آن را با تمام وجود بپذیرید و در نهایت وعده و قول‌های خود را حفظ و به آنها عمل کنید.

قانون چهارم - به انتهای کلیه تجاربی که خلق می‌کنید توجه کنید

راهی که یک تجربه به پایان می‌رسد دارای تاثیر متناسبی با چگونگی به یادآوری مشتریان از کل تجربه‌شان نیست. در خلق تجربه مشتری یک قانون وجود دارد به نام قانون ابتدا - انتها. این دو زمان کلیدی از یک سفر مشتری می‌تواند اثر بالایی بر کل تجربه کسب شده مشتری بگذارد، پس از تمرکزتان بر این لحظات کلیدی مطمئن شوید.

قانون پنجم - به سوی قدرت «چرایی» حرکت کنید و به آن توجه و برای آن پاسخ داشته باشید

بسیاری از مردم می‌خواهند با برندی آشنا شده و آن را بپذیرند که حس هدفدار بودن را داشته باشد. به‌عنوان مثال شرکت اپل نیز می‌توانست مانند خیلی از شرکت‌ها از طریق پاسخ به سوال‌های «چه چیزی» و «چگونه» با مشتریان خود ارتباط برقرار کند، اما اپل پیش از هرچیز به سوال مشتری در خصوص چرایی خرید پاسخ می‌دهد، این شرکت می‌گوید: «هر آنچه که ما انجام می‌دهیم، باور داریم که در چالش با وضعیت موجود است. ما باور داریم که متفاوت می‌اندیشیم.» باورهای اپل در پاسخ به اینکه چرا باید از آن خرید کنیم، رمز موفقیت این شرکت است. بنابراین مطمئن شوید که با دلیل و «چرایی»های مشتریان و کارکنان‌تان ارتباط برقرار کرده و به آنها پاسخ می‌دهید. بدون شک پس از آن باید به سوال مشتری در خصوص «چه چیزی» و «چگونه» پاسخ داده شود.

قانون ششم - فرآیندهای مشتریان را در گوشی همراه آنان قرار دهید

از دستگاه‌های موبایل بهره بیشتری ببرید، شما نیاز به طراحی فرآیندهایی دارید که از مزیت دیجیتالی گوشی‌های همراه بهره‌مند شود نه اینکه تنها سایت با نسخه موبایل یا اپلیکیشن بسازید.

قانون هفتم - تنها زمانی از مشتری سوال و نظرسنجی کنید که برنامه‌ای برای عمل به آن داشته باشید

باور داشته باشید که بازخوردهای مشتریان یک سرمایه محدود و تمام شدنی است. وقت مشتریان خود را با سوال پرسیدن از طریق نظرسنجی‌هایی که شما برنامه‌ای برای عمل به نتایج آنها نداشته یا قادر نیستید که به نتایج آنها عمل کنید، تلف نکنید.

Email: payam. navi@gmail. com
Site: www. cemcenter. ir

مدیران ماندگار

هاوارد هیوز نابغه‌ای در صنایع مختلف

مونا اشرف‌زاده
mona.ashrafzade@gmail.com

هاوارد هیوز (Howard Hughes) کارآفرین، سرمایه‌گذار، هوانورد، مخترع، فیلمساز و نیکوکار آمریکایی بود. او به عنوان یکی از موفق‌ترین افراد در به دست آوردن پول در جهان شناخته می‌شد. این کارآفرین موفق شرکت هواپیمایی هیوز را در سال ۱۹۳۲ تشکیل داد و مهندسان و طراحان بسیاری را استخدام کرد. او همچنین ایرلاین‌های جهانی ترانس (TWA) را از آن خود کرد و گسترش داد و بعدها صاحب ایر وست (Air West) شد و نامش را به هیوز ایر وست تغییر داد. هیوز از جوانی علاقه‌اش را به علم و تکنولوژی نشان داد. در واقع او استعداد فوق‌العاده‌ای در مهندسی داشت و اولین فرستنده بی‌سیم رادیویی را در سن ۱۱سالگی در شهر هوستون ساخت.

در سن ۱۲سالگی، عکس هیوز در روزنامه‌های محلی به عنوان اولین کسی که در هوستون موتورسیکلت دارد چاپ شد؛ موتورسیکلتی که هاوارد از قطعات موتور بخار پدرش ساخته بود. او دانش‌آموزی متفاوت بود که به ریاضیات، پرواز و مکانیک علاقه داشت و اولین درسش در زمینه پرواز را در سن ۱۴سالگی آموخت.

هاوارد هیوز از سنین جوانی یک گلف‌باز حرفه‌ای بود، او اغلب با بازیکن‌های حرفه‌ای گلف بازی می‌کرد، البته او به ندرت رقابتی بازی می‌کرد و اغلب سعی می‌کرد انرژی‌اش را صرف سایر زمینه‌هایی که به آنها علاقه دارد کند. هاوارد هیوز در هر زمینه‌ای که جزو علایقش بود توانست به یکی از بهترین‌ها تبدیل شود.

بزرگ فکر کنید، کوچک عمل کنید

وقتی که هیوز در کودکی می‌گفت می‌خواهد ثروتمندترین مرد جهان شود، یک دیدگاه مشخص داشت نسبت به جایی که می‌خواست برود اما هنوز نمی‌دانست چگونه قرار است به این آنجا برسد. این اولین قدمی بود که هیوز برای دستیابی به رویاهایش برداشت.

او اهمیت داشتن اهداف بزرگ را فهمیده بود و درباره احتمالاتی که در بلندمدت به نتیجه می‌رسیدند، می‌اندیشید و در تمام این مدت قدم‌های کوچک برمی‌داشت تا به اهدافش برسد. هیوز تمایل بی‌حد و حصری نسبت به پرواز داشت و با هر هواپیمایی که می‌ساخت و هر پرواز آزمایشی که انجام می‌داد، خودش را به هدفش که تبدیل شدن به یکی از بهترین خلبان‌های جهان بود، نزدیک‌تر می‌کرد. او همیشه چنین هدف بزرگی را در پس ذهنش نگه می‌داشت و روی برداشتن قدم‌هایی که نیاز داشت تا به هدفش برسد تمرکز می‌کرد. با این جود حتی اهداف کوچک‌تر هاوارد هیوز برای یک فرد معمولی بی‌حد و حصر به نظر می‌رسد.

کمال‌گرا بودن ذاتی هیوز مثالی فوق‌العاده از کوچک قدم برداشتن بود. برای هیوز هر جزئیاتی از یک پروژه باید کامل انجام می‌شد، پیش از اینکه محصول نهایی حتی بتواند کامل شود. حتی در بازی گلف، گروهی فیلمبردار داشت که بازی او را ضبط می‌کردند، بنابراین هیوز می‌توانست ویدئوی آن بازی را تماشا کند تا متوجه اشتباهاتش شود و در جهت تکامل بازی‌اش گام بردارد.

هیوز همیشه قدم به قدم یک فرآیند را دنبال کرد تا به سمت هدفش حرکت کند و هرگز دیدگاهش را نسبت به هدف نهایی‌اش از دست نمی‌داد.

دست در دست کارکنان‌تان داشته باشید

هاوارد هیوز علاوه بر اینکه اطرافش را با بهترین افراد پر کرده بود، یک اسلحه مخفی دیگر نیز داشت و آن هم شرکت در تمام جزئیات پروژه‌هایش بود.

با وجود انتخاب بهترین‌ها در صنایعی که هیوز مشغول فعالیت بود، به راحتی می‌توانست از اتفاقاتی که در شرکت‌های مختلفش می‌افتاد، فاصله بگیرد اما در عوض او انتخاب کرده بود که در کوچک‌ترین جزییات رویدادها شرکت کند. از بودجه، بازاریابی، انتخاب کارکنان تا تکنیک‌های فنی یک پروژه، هیوز خودش را در تمام پروژه‌ها شرکت می‌داد. این کارآفرین موفق نه‌تنها می‌خواست بداند که چه اتفاقی در حال رخ دادن است، بلکه آنقدر انعطاف‌پذیر بود که هر تغییر لازمی را اعمال کند. او حتی پروازهایی را که خودش در طراحی‌شان شرکت داشت، به صورت آزمایشی انجام می‌داد.

او همیشه زندگی‌اش را به خطر می‌انداخت تا خودش را شریک تولید محصولاتش کند و در عین حال آنها را بهبود بخشد. هیوز که به استقامت شناخته می‌شد، کسی نبود که وظایف را به دیگران محول کند.

اصرارش برای مشارکت در همه کارها عامل اعتماد به نفس فوق‌العاده هیوز برای حمایت از محصولاتش بود: «اگر من در طراحی مرتکب اشتباه شوم، کسی که باید تاوانش را بدهد خودم هستم. قطعا از کسی نخواهم خواست که با یک هواپیما پرواز کند، اگر خودم از انجام چنین کاری ترس داشته باشم.»

برای مطالعه ۴۴۰ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می توانید به سایت forsatnet.ir مراجعه و روی همین بخش کلیک کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: کسب‌وکاری را در حوزه توزیع محصولات لوکس مدیریت می‌کنم؛ محصولاتی که مشتریان خاص خود را دارند و توزیع آنها نیز رسم و رسوم خاص خود را می‌طلبد. چند وقتی است به دلیل راکد شدن بازار و وضعیت اقتصادی کشور مشتریان کمی سراغ محصولات لوکس می‌آیند و سهم فروش کسب‌وکارم کاهش یافته است. برای رفع این مشکل پس از مشورت با یک مشاور بازاریابی تصمیم به اجرای یکسری برنامه‌های تبلیغاتی گرفته‌ام. مشاور کسب‌وکارم برای اجرای این برنامه‌های تبلیغاتی رسانه‌های مختلفی را پیشنهاد داده است. راهنمایی بفرمایید که سراغ کدام رسانه‌های تبلیغاتی برای اکران آگهی‌ها برویم. رسانه‌هایی که هزینه زیادی را نیز برای کسب‌وکارم نداشته باشند؟

مشتری‌یابی برای محصولات لوکس

پاسخ کارشناس: وقتی کسب‌وکاری محصولی را برای گروه مخاطبان خاصی توزیع می‌کند، باید سراغ رسانه‌هایی برود که مخاطبان عامی را پوشش نمی‌دهند. بنابراین تلویزیون و رادیو یا مطبوعات چاپی که مخاطبان عامی را پوشش می‌دهند، مناسب تبلیغات چنین محصولاتی نیستند. کسب‌وکارهای این حوزه بهتر است سراغ رسانه‌های دیجیتال بروند. البته در استفاده از رسانه‌های دیجیتال باید کسب‌وکارها نکات مهمی را رعایت و از این رسانه‌ها براساس نیازهای خود بهره‌برداری کنند. به گفته اکثر کارشناسان فضای مجازی و اینترنتی شاید بهترین مکان برای معرفی محصولات لوکس و گران باشد.

این کسب‌وکارها بهتر است فقط در فضای اینترنت به معرفی محصولات خود بپردازند و اقدامی در جهت فروش این محصولات انجام ندهند، چون فروش محصولات نیازمند سیستم‌توزیع مناسب برای ارسال کالاها فروخته شده است. در نتیجه اگر کسب‌وکاری بدون در نظر گرفتن یک سیستم توزیع اقدام به فروش محصولاتش در اینترنت کند نه‌تنها مشتری تازه‌ای به‌دست نخواهد آورد بلکه همان مشتریان قبلی را نیز از دست خواهد داد. کسب‌وکارها بهتر است برای طراحی یک وب‌سایت خوب و باکیفیت برنامه‌ریزی کنند. در این وب‌سایت علاوه بر معرفی، قیمت محصولات نیز باید قید شود تا مشتریان با انتخاب راحت‌تری سراغ فروشگاه‌ها بروند.

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

گزارش «فرصت امروز» از چگونگی مدیریت کسب‌وکار باستان‌شناسی

پول درآوردن از اعماق تاریخ

غزال بابایی

تماشای اماکن تاریخی برای همه ما زیباست. زمانی که وارد تخت جمشید، نقش رستم، نقش رجب یا اماکن دیگر تاریخی می‌شویم شکوه و عظمتی را شاهد هستیم که دوست نداریم آن محل را ترک کنیم. اما مشکل بزرگی که در این بخش در کشور ایران وجود دارد عدم توجه کافی به این مسئله توسط مسئولان است. کشور فرانسه با ایجاد تنها یک موزه در مرکز پاریس توانسته توریست‌های زیادی را جذب کند و از این محل درآمد خوبی عایدش شود اما ایران باتوجه به اینکه به‌عنوان کشوری دیرینه در تاریخ شناخته شده، در این بخش گام‌های مؤثری برنداشته است. برای پیشبرد این هدف نیاز به چند باستان‌شناس و تاریخدان است که بتوانند مکان‌های بیشتری را برای شناسایی بیابند. باستان‌شناسی از جمله مشاغل و رشته‌های دانشگاهی است که هر کسی سراغ آن نمی‌رود، به این دلیل که درآمد و آینده شغلی اطمینان‌بخشی ندارد و بسیاری وارد شدن در این رشته و شغل را ریسک می‌دانند. اگر شما یک باستان‌شناس یا دانشجوی رشته باستان‌شناسی هستید بد نیست نگاهی به این گزارش بیندازید تا راه‌های کسب درآمد آن را فرابگیرید.

برای شروع کار خود باید توجه داشته باشید که کار مشکلی را انتخاب کرده‌اید و باید هر لحظه برای سفر آماده باشید. باستان‌شناسی دارای سه مرحله کشف و شناسایی مکان‌های باستانی، کاوش و حفاری و استخراج و تنظیم اطلاعات است. سعی کنید در هر سه بخش کارتان را به خوبی انجام دهید و به آن واقف باشید. در مرحله اول شما به کمک روش‌های مختلفی مانند استفاده از ویرانه بناها، استفاده از اطلاعات موجود در کتاب‌های تاریخی، سفرنامه‌ها و... مکان‌های تاریخی را شناسایی می‌کنید.

بخش کاوش و حفاری مهم‌ترین و مشکل‌ترین بخش کار شما است. در کاوش و حفاری، از کلیه دانش، تجربیات و مهارت‌های خود استفاده کنید. در این مرحله دقت و صبر بسیار مهم است زیرا ممکن است با انجام اشتباه کوچکی، صدمه بزرگی به آثار و بناهای تاریخی در حال کاوش وارد شود.

در مرحله استخراج و تنظیم، اطلاعات اشیا و بناهای کشف شده استخراج و با بررسی ویژگی‌ها و مشخصات آنها، اطلاعات تاریخی آنها به‌دست می‌آید. برای تعیین قدمت آنها معمولا از راه‌های مختلفی از جمله بررسی سکه یا کتیبه‌ای که همراه آنها بوده، روش لایه نگاری (بررسی لایه‌های زمینی که آثار در آن بوده‌اند) و... استفاده می‌کنند. با این تفاسیر می‌توان نتیجه گرفت که داشتن ذهنی پویا و خلاق به‌همراه قدرت تجسم خوب یکی از ویژگی‌های فردی شما باید باشد. همچنین دقت و توجه به جزییات و مهارت‌های برنامه‌ریزی و سازماندهی به خصوص وقتی سرپرستی گروهی از باستان‌شناسان را بر عهده داشته باشید، از جمله کارهای مهم شماست.

وظایف اصلی باستان‌شناس

از جمله وظایف شما شناسایی مکان‌های باستانی برای مطالعه با استفاده از روش‌های عکاسی هوایی، نقشه‌برداری و... است. همچنین نباید از شرکت در برنامه‌های کاوش (و گاهی حفاری) به‌عنوان عضوی از یک گروه غافل شوید. دوربین‌عکاسی‌تان همیشه باید همراه‌تان باشد و گزارش درباره مکان‌ها و اشیای یافته‌شده از این طریق یا نقشه‌کشی و یادداشت‌های دقیق با جزییات کامل ارائه کنید. بررسی و دسته‌بندی اشیای یافته‌شده از دیگر کارهایی است که شما باید در حیطه کاری خود در نظر بگیرید.

شما به‌عنوان یک باستان‌شناس حرفه‌ای باید چگونگی استفاده از تجهیزات و ابزار آزمایشگاهی برای بررسی اشیای یافته‌شده را فراگرفته باشید و کار با این دستگاه‌ها برای‌تان مانند آب خوردن باشد. مدیریت زمان و توانایی انجام کارها در موعد مقرر، داشتن پشتکار و استقامت، توانایی کار تیمی یا رهبری یک‌تیم، مهارت‌های ارتباطی خوب، توانایی نوشتن گزارشات، آشنایی با زبان انگلیسی، داشتن اطلاعات تاریخی و جغرافیایی در مورد ایران و کشورهای همسایه، توانایی کار با کامپیوتر و اینترنت، توان بدنی مناسب برای کار در شرایط سخت آب و هوایی و داشتن علاقه به طبیعت و کار در آن را باید دارا باشید تا بتوانید یک باستان‌شناس موفق و پولدار شوید.

از جمله وظایف باستان‌شناسی شناسایی مکان‌های باستانی برای مطالعه با استفاده از روش‌های عکاسی هوایی، نقشه‌برداری و... است. همچنین نباید از شرکت در برنامه‌های کاوش (و گاهی حفاری) به‌عنوان عضوی از یک گروه غافل شوید. دوربین‌عکاسی‌تان همیشه باید همراه‌تان باشد و گزارش درباره مکان‌ها و اشیای یافته‌شده از این طریق یا نقشه‌کشی و یادداشت‌های دقیق با جزییات کامل ارائه کنید

شبیه‌سازی مکان‌های باستانی

برای اینکه کارتان آسان شود حتما باید از طریق عکس و فیلم‌های تهیه شده مکان باستانی را شبیه‌سازی کنید تا برای کاوش و فعالیت زمان کمتری را بگذارید و در عین حال بهره‌وری بیشتری داشته باشید. همچنین می‌توانید با مدیریت زمان خود در این بخش درآمدهای دیگری را کسب کنید و کارهای بیشتری انجام دهید. بعد از اینکه کارتان در بخش شبیه‌سازی تمام شد باید وارد فاز عملیاتی شوید. با آغاز کار هر لحظه باید اقدام به تهیه و ارائه گزارشات لازم از نتایج تحقیقات و بررسی‌ها کنید. بعد از این باید به دسته‌بندی و به نمایش گذاشتن آثار باستانی در موزه‌ها بپردازید. بخشی از ابزارهایی که در حین کار باستان‌شناس از آنها استفاده می‌کنید شامل کلنگ، بیل، بیلچه، برس، قلم، طناب و بند، قطب‌نما، شابلون، شاقول، دوربین عکاسی، فیلمبرداری و نقشه‌برداری، لوازم طراحی و... است.

قدرت رسانه‌ها را جدی بگیرید

برای اینکه بتوانید کار خود را در بخش‌های مختلف گسترش دهید می‌توانید به‌عنوان یک کارشناس به انجام کارهایی مانند تحقیقات، نوشتن مطالب مرتبط با کار خود برای روزنامه‌ها و مجلات، نوشتن کتاب یا تدریس در دانشگاه‌ها بپردازید. این کارتان باعث می‌شود در کوتاه‌مدت به یک چهره برجسته تبدیل شوید. یکی از موارد مهم در رشد و توسعه باستان‌شناسی در کشور، لزوم وجود ارتباطات بین‌المللی با متخصصان و دانشمندان این حوزه است.

باستان‌شناسی مانند بسیاری از حوزه‌های پژوهشی و تحقیقاتی در کشور هدفمند نیست. حفاری و کاوش‌های تحقیقاتی بسیار کم انجام می‌شود. اکثر کاوش‌ها، کاوش‌های نجات‌بخشی است.

به این معنا که یک منطقه تاریخی که براساس گمانه‌زنی‌ها، دارای شرایط کاوش و باستان‌شناسی است در معرض خطر قرار می‌گیرد که گاه این مورد به‌خاطر ساخت پل، سد، جاده و... پیش می‌آید. بنابراین گروه برای کاوش و نجات آثار باستانی اعزام می‌شوند و کلیه آثار مکشوفه، شامل سفال و طلا و... را به موزه منتقل می‌کنند. اما شما نگذارید کار به اینجا بکشد. شما می‌توانید با دریافت مجوز کاوش از دولت و سازمان‌های مربوطه این کار را در قالب یک تیم منسجم در سراسر کشور انجام دهید و از تخریب آنها جلوگیری کنید.

این کار شما باعث می‌شود تا مقامات و افراد فنی شما را به خوبی بشناسند و به کارتان ایمان داشته باشند.

کار کردن در موزه‌ها

اگر علاقه ندارید هر روز در سفر باشید و چنین امکانی برای‌تان فراهم نیست حتماً رزومه‌کاری خود را به موزه‌ها ارائه کنید. شما می‌توانید با برگزاری تورهای باستان‌شناسی نیز درآمد زیادی کسب کنید و از این موضوع اصلا غافل نشوید. موزه‌ها امکان تبادل اطلاعات بیشتری را دارند و افراد علاقه‌مند همیشه در این مکان‌ها حضور دارند. برای اینکه بتوانید به درآمد خود بیفزایید حتما یک بروشور یا یک کتابچه کوچک تهیه کنید که حاوی اطلاعاتی از مکان‌های خاص باشد. امروز بسیاری از افراد هنوز نمی‌دانند که حتی در تهران نیز مکان‌های دیدنی و تاریخی زیادی وجود دارد. شما با معرفی مکان‌های دیده نشده یا کمتر دیده شده به اقتصاد کشور و خود کمک کنید تا بهترین نتیجه را از این شغل گرفته باشید.

مسیر ثروت

داستان دنباله‌دار «انتخاب»

ترجمه: سارا گلچین

قدرت جذب پول مثل قدرت جذب هر چیز دیگر است و کمتر از آنچه فکر می‌کنید به شانس و اقبال بستگی دارد.

هر انسانی با توجه به انتخاب خود می‌تواند یک ثروتمند بالقوه باشد اما این کاملاً به افکار، اعتقادات و انتخاب‌های فرد بستگی دارد.

آنچه پیش روی شماست، انتخاب‌هایی است که فقط ثروتمندان واقعی سراغش می‌روند.

ثروتمندان انتخاب می‌کنند که موفقیت‌شان تحت کنترل‌شان باشد

ثروتمندان معتقدند «من زندگی خودم را می‌سازم»، حال آنکه به اعتقاد افراد معمولی زندگی برای من اتفاق می‌افتد. ثروتمند زندگی مالی‌اش را تحت کنترل خود دارد و تنها کسی است که موفقیت را برای خود ایجاد می‌کند.

ثروتمندان انتخاب می‌کنند که بزرگ فکر کنند

اگر تو نه، پس چه کسی؟ این طرز فکر ثروتمندان است. فکر بزرگ و عمل بزرگ موجب به‌دست‌آوردن همزمان پول و معنا در زندگی می‌شود. بسیاری از آدم‌ها انتخاب می‌کنند که پا به یک میدان کوچک بگذارند. چرا؟! اول از همه چون می‌ترسند. آنها از هیبت شکست می‌ترسند و جالب‌تر اینکه از موفقیت بیشتر از شکست هراس دارند.

ثروتمندان انتخاب می‌کنند که متعهد به دستیابی به ثروت باشند

ثروتمندان به‌جای اینکه بخواهند ثروتمند شوند، آگاهانه خود را متعهد به ثروتمند شدن می‌کنند. ثروتمند شدن نیاز به تمرکز، تشویق، دانش، تخصص، تلاش صددرصدی، نگرش «هیچوقت رهایش نکن» و البته ذهن ثروتمند دارد.

اگر شما کاملاً واقعاً و عمیقا متعهد نباشید، شانس هم به سراغ‌تان نمی‌آید. مهم‌ترین دلیل اینکه آدم‌ها آنچه را می‌خواهند، به‌دست نمی‌آورند این است که نمی‌دانند چه می‌خواهند.

ثروتمندان انتخاب می‌کنند که تمرینات ورزشی را انجام دهند

یک تحقیق روی ۱۷۷ میلیونر خودساخته نشان داد که ۷۶ درصد این خودساخته‌ها نیم ساعت در روز یا بیشتر تمرینات هوازی مثل دویدن، دویدن آهسته، پیاده‌روی یا دوچرخه‌سواری انجام می‌دهند.

تغییر در عادت‌ها یعنی تغییر در زندگی. تمرینات ورزشی باعث رشد در مغز می‌شود و تولید گلوکز را افزایش می‌دهد. هرچه سوخت‌وساز بیشتر باشد، رشد مغز بیشتر می‌شود و در نتیجه فرد باهوش‌تر می‌شود.

ثروتمندان انتخاب می‌کنند که بر فرصت‌ها تمرکز کنند

به‌جای تمرکز بر موانع، کاری که اغلب مردم انجام می‌دهند، ثروتمندان بر فرصت‌ها تمرکز کرده و آنها را برجسته می‌کنند. کار ثروتمندان توجه به رشد بالقوه است. فقرا اما زیان‌های بالقوه را می‌بینند. ثروتمندان بر پاداش‌ها تمرکز دارند و فقرا بر ریسک‌ها متمرکز می‌شوند.

ثروتمندان انتخاب می‌کنند که راه خود را بروند

اساساً انسان‌ها تمایل دارند راهی را بروند که جماعت می‌رود، یعنی دل‌شان دنباله‌روی می‌خواهد. آنها دوست دارند جزئی از یک کل باشند و برایشان سخت است که راهی مجزا از دیگران برگزینند. ترس از جدا شدن و رها کردن مهم‌ترین دلیل نرسیدن بسیاری از مردم به موفقیت است.

ثروتمندان دسته خود را می‌سازند و این همان وجه تمایز آنها با سایر افراد است. اگر می‌خواهید ثروتمند باشید باید خود را از دسته‌های دیگر رها کنید، دسته خود را بسازید و سپس از دیگران بخواهید که به دسته شما بپیوندند.

ثروتمندان انتخاب می‌کنند که با ثروتمندان دیگر دم‌خور شوند

افراد موفق به سایر افراد موفق نگاه می‌کنند تا انگیزه پیدا کنند. آنها سایر افراد موفق را الگو قرار می‌دهند و با خود می‌گویند وقتی آنها توانستند پس ما هم می‌توانیم.

موفق‌ها به جای اینکه به موفقیت دیگران حسادت کنند، به‌خاطرشان خوشحال می‌شوند و دنبال سردآوردن از الگویی هستند که آنها پیروی کرده‌اند. سریع‌ترین و آسان‌ترین راه برای کسب ثروت یادگیری دقیق بازی است که ثروتمندها ماهرانه با پول‌شان انجام می‌دهند.

ثروتمندان انتخاب می‌کنند که برای برنده شدن بازی کنند

درحالی که ثروتمندان بازی می‌کنند که ببرند، آدم‌های معمولی فقط بازی می‌کنند که نبازند. هدف ثروتمندان واقعی رسیدن به ثروت هنگفت و فراوان است. آنها به «مقداری» پول راضی نیستند و دنبال «مقدار زیادی» پول می‌روند.

ثروتمندان انتخاب می‌کنند که مشکلات از مسیر منحرف‌شان نکند

راز موفقیت تلاش برای پرهیز از مشکلات یا رهاشدن از آنها نیست، بلکه این است که خودتان را آنقدر رشد دهید که بزرگ‌تر از مشکلات شوید. مسیر ثروت مملو از تله‌ها و مشکلات است و دقیقا به‌همین دلیل است که بسیاری از مردم پا در این مسیر نمی‌گذارند. آنها زحمت، سردرد و مسئولیت این کار را نمی‌خواهند.

ثروتمندان کاری را که دوست دارند، انجام می‌دهند

تصور بسیاری از افراد معمولی این است که ثروتمندان همه زندگی‌شان را کار می‌کنند. اما یکی از مهم‌ترین استراتژی‌ها در سطح جهانی انجام کاری است که به آن علاقه دارید.

به‌عبارت دیگر، قشر متوسط جامعه شغلی می‌گیرد که آن را دوست ندارد و فقط پولش را می‌خواهد. آنها در مدرسه و سپس جامعه آموخته‌اند که تنها کاری انجام دهند و در ازایش پولی بگیرند که زندگی‌شان بچرخد.

ثروتمندان انتخاب می‌کنند که از پول دیگران استفاده کنند

ثروتمندان از اینکه سراغ جیب دیگران رفته و از سرمایه آنها برای آینده کار خود استفاده کنند، ترسی ندارند. ثروتمندان خوب می‌دانند که شخصاً توان تأمین تمام سرمایه لازم را برای کار ندارند و برای همین سراغ سرمایه دیگران می‌روند.

قشر متوسط جامعه اما اعتقاد دارد که باید پول داشته باشی تا بتوانی به پول‌هایت اضافه کنی و همین امر آنها را در بهترین حالت محدود و در بدترین حالت تخریب می‌کند.

منبع: businessinsider

نمای بازار

مرکز خرید از چند زاویه

با توجه بـه لوکس بـودن و زیبایی بصری مجتمع تیـراژه که در همه جـای این مجموعه بـزرگ قابل رویت اسـت (مثل هشـت نخل سـالن طبقه همکف و گلدان‌هـای کوچک و بزرگ که در گوشـه وکنار و در همه طبقات و راهروها به چشـم می‌خورند) قطعا قیمت‌هـای ملـک و اجاره‌بها باید بالا باشـد که البته مسـئولان مرکز خرید و صاحبان فروشـگاه‌ها حاضر نیسـتند به قیمت‌ها اشاره‌ای بکنند. مورد دیگر اینکه اکثر واحدهای اینجا واگذار شده‌اند و قیمت‌ها براساس توافـق بین مالکان و اجاره‌کنندگان تعیین می‌شـود. برخـی دیگـر از مغازه‌هـا متعلق بـه نمایندگی‌های برندهاست و افراد شـاغل زیر نظر نمایندگی مربوطه کار می‌کنند. ولی به هر حال هزینه‌های اسـکان باید بالا باشـد. مدیر مرکز خریـد در مورد تعداد واحدها و افراد شـاغل در این مرکز خرید می‌گوید: «۳۸۰واحد تجاری در این مجتمع فعال هسـتند که متراژ آنها از ۱۷متر تا ۴۰۰مترمربع اسـت. واحد اداری هم نداریم و همه تجاری است که به‌صورت تملکی واگذار شده و هیچ مغازه‌ای خالی نیسـت.» از قرار معلوم کاسبی در این مجتمع برخلاف سایر اصناف و فروشنده‌ها با رونق همراه است و چرخ زندگی خوب می‌چرخد. مدیر مرکز خرید هم در این مورد می‌گوید: متقاضیان زیادی داریم که علاقه‌مند به فعالیت در این مرکز هسـتند. لیست انتظار ما همیشه پر است تا به محض اینکه خالی شد، افراد جدید بلافاصله جایگزین شوند. برخلاف دیگران که دنبال جذب مشتری هستند، ما مشکلی از این بابت نداریم چون همیشه مشتری‌های زیادی داریم که برای خرید سراغ ما می‌آیند.

همه کارها

آذر به‌عنوان مدیر روابط عمومی، درباره پرسنل این مرکز می‌گوید: نزدیک به ۲۰۰نفر کادر اداری، خدماتی و حراسـت به اضافه نفرات شهربازی در اینجا مشغول به کار هسـتند. حدود ۱۵۰۰نفر هـم در مغازه‌ها کار می‌کنند. کادر حفاظتی مجموعه همگی آموزش‌های لازم را دیده‌اند و ۹۰درصد آنان حکم قهرمانی رزمی در سطح کشـوری و استان دارند. تیراژه تنها مجموعه‌ای اسـت که زیاد مزاحم کلانتری نمی‌شـود. چون اکثر موضوعات را به طور مسالمت‌آمیز حل وفصل می‌کنیم. شعار ما این است که همیشه حق با مشتری است و این را همیشه به پرسنل گوشزد می‌کنیم. همه این کارها برای تحقق و تداوم شـعار اصلی و همیشگی مجموعه انجام می‌شود: «خرید مطمئن، تفریح به یادماندنی» تا بیشتر و بهتر در ذهن خانواده‌ها باقی بماند.

کنترل دائمی است

مرکز خرید تیـراژه از مجتمع‌های قدیمی و معتبر پایتخت است که در آن انواع برندهای خارجی حضور فعال دارند. در کنار غول‌های برندینگ دنیا، فروشـگاه اسباب‌بازی لگو از کشـور آلمان به‌چشم می‌خورد که نخسـتین نماینده رسمی این برند در ایران است و در پاسـاژ تیراژه حضور دارد. قیمت‌های این مرکز تجاری به نسـبت مراکز و مناطق همجوار مناسـب اسـت و گران‌فروشـی در آن اتفاق نمی‌افتد. قیمت‌ها براساس نرخ مصوب اتحادیه‌هاست و بازرسان تعزیرات نظارت کامل و همیشـگی دارنـد و مدام کنتـرل می‌کنند. اینجا مغازه‌ها بیشـتر از نرخ تعیین‌شده پولی دریافت نمی‌کنند و اگر چنین شود خود مدیریت مجتمع وارد عمل شـده و فروشـنده خاطی را به اتحادیه و مراجع ذی‌صلاح معرفی می‌کند.

فضاها و برندها

ایـن مرکز محل تجمـع برندهای معروف اسـت که بیشـتر به صنف پوشـاک اختصـاص دارند. در گوشـه و کنار ایـن مرکز بزرگ تجـاری مغازه‌های تکـی و غیرصنفـی را می‌توان مشـاهده کرد؛ مثل سـنگ‌های زینتـی، گل و گیـاه مصنوعـی، لوازم خانگـی و عینک طبی و آفتابی، خدمـات رایانه‌ای و موبایـل، لوازم‌التحریـر و شـکلات‌های فانتـزی. مارک‌هـای موجود این مجتمع تجـاری عبارتند از: پیرگاردیـن، دنیلی، کالوین، فِلِر، ورسـاچی، نایک، فوگـو، میس‌اسـمارت، محصولات چرمـی پیتون، مارپلا، روژا، بولگاری جی ونسـی، پرامو، شـاندی و پرن. مارک‌های معتبر سـاعت مانند رادو، رولکس، رومانسون، سیکو، کاسـیو، ادی‌فیس و تیسوت هم از پشـت ویترین فروشـگاه‌ها بـه مراجعه‌کنندگان چشمک می‌زنند.

هزینه‌های رهن و اجاره

اطـلاع از هزینه‌های رهن و اجـاره در تیراژه برای آن دسته از مشتریانی که متقاضی حضور در تیراژه هستند، بسیار مفید اسـت. فروشگاه‌های این مرکز خرید تقریبا بین ۱۸ تا ۴۰۰متر هسـتند. بسته به اینکه فروشگاه در کدام طبقه مرکز خرید قرار گرفته و متراژش چقدر است، هزینه‌ها متفاوت است. بنا بر اطلاعات به‌دست آمده برای یـک مغازه ۲۵متری در طبقـه همکف این مرکز خرید بین ۲۰تا ۲۵میلیون تومان باید اجاره پرداخت شود که البته این رقم قابل تبدیل به رهن و اجاره است. همچنین بـرای مغازه‌ای ۲۰متـری در طبقه دوم تـا ۱۶میلیون تومان باید اجاره پرداخت شـود که مثلا قابل تبدیل به ۱۰میلیون پول پیش و ۱۲میلیون تومان اجاره است. اگر کسی بخواهد مغازه‌ای با متراژ روی ۱۰۰متر را در اختیار بگیرد و در طبقه اول هم حضور داشـته باشد، باید روی ۳میلیارد تومان برای رهن کامل حساب کند. البته این رقم هم قابل تبدیل است و به توافق بین صاحب فروشگاه و مستاجر بستگی دارد.

سعید غلامحسینی | فرصت امروز

گزارش «فرصت امروز» از مرکز خرید تیراژه

حضور در پاساژ نخستین‌ها

علی علمی

نزدیـک بـه دو دهـه اسـت کـه مراکز خریـد و مجموعه‌های بـزرگ چند منظوره جای‌شـان را در کلانشـهرها بازکرده‌اند. در چند سال اخیر سـرعت ساخت‌وساز مراکز خریـد بـزرگ «مال‌هـا» در تهران رشـد چشـمگیری داشـته و در هر سـال شاهد راه‌انـدازی چنـد مرکز تجاری هسـتیم. با توجه به تأسـیس مداوم این‌گونه پاساژهای عظیـم، هنوز هـم مراکز خریـد قدیمی‌تر مشتری خودشـان را دارند و به اصطلاح از سـکه نیفتاده‌اند. ایـن مجموعه‌های بزرگ چند منظوره که در گوشـه و کنار پایتخت قرار دارند، هر روز پذیـرای تعداد زیادی از شـهروندان هسـتند که از دور و نزدیک به آنها مراجعـه می‌کنند. معماری زیبا، فضای دل‌انگیـز و نو، حضـور برندهـای معتبر و صاحب‌نـام، ارائه کالاهـا و خدمات لوکس، رستوران‌های شـیک و باکلاس تنها بخشی از مشـخصه‌های این مراکز خریـد و اقبال عمومی مردم از آنهاسـت. حضور همیشگی مـردم همراه با رضایت فروشـندگان و تیم مدیریـت باعث شـده تا قدیمی‌هـای این حوزه همچنـان حضور پررنگـی در عرصه تجارت لوکس و منطقه‌ای داشـته باشـند. مرکز خریـد تیراژه سال‌هاسـت در منطقه پونک و در دل باغ‌فیض قدیم به شـهروندان خدمت‌رسـانی می‌کند. این مجموعه بزرگ چندمنظوره دارای بخش‌های متنوعی است تا مراجعه‌کنندگان بتوانند اوقات خوشـی را در آن سپری کنند. گزارش ما را درباره این بازار مدرن به تفصیل بخوانید.

نماد غرب تهران

مجتمع تجاری تیراژه یکی از مراکزخرید مدرن و باسـابقه غرب تهران اسـت که در محـدوده قدیـم باغ‌فیض بنا شـده اسـت. این مجتمع در سـال ۱۳۸۰ افتتاح شـد و به‌طور رسـمی کار خود را آغاز کرد. مسعود امیدی‌مقیم، مدیر این مرکز خرید در مورد ساخت‌وسـاز ایـن مجموعـه بـه «فرصت امـروز» می‌گوید: «در سـال ۱۳۷۳ به این فکر افتادیم که منطقه باغ‌فیض مرکز خرید غـرب تهران را بـا توجه به بافـت محلی و گنجایـش جمعیتی که داشـت، تأسـیس کنیم. محدودیت زمین در شـمال و شـرق تهـران ما را به سـمت غرب کشـاند چون زمین‌های زیادی داشـت. در سـال ۱۳۷۳ کلنگ احداث به زمین خورد و پنج تا شش سال هم زمان برد تا این مرکز ساخته شود. در سال ۱۳۸۰ شـهربازی سرزمین عجایب دایر شـد و مجموعه تیراژه در سال ۱۳۸۲ به بهره‌برداری کامل رسید. این مرکز خرید در زمینی به مسـاحت ۸هزار مترمربع و در چهار طبقه ساخته شده که طبقه زیرهمکف به پوشاک نوزاد، طبقه همکف، اول و دوم به پوشـاک و طبقه آخر به نخستین شهربازی سرپوشـیده کشور با نام سـرزمین عجایب اختصـاص دارد. ایـن مرکز یـک مجموعه تجـاری، فرهنگی و ورزشـی اسـت. بدین جهـت که از تمامـی مدارس تهـران برای بازدیـد و بـازی بچه‌ها به اینجـا می‌آیند و بـا ادارات مناطق آمـوزش و پرورش تعامل نزدیک داریم.»

این سـاختمان بزرگ تجـاری در اتوبان اشـرفی اصفهانی در مسیر شمال به جنوب قبل از پل شـهید همت واقع شـده، بنایی شـیک و مـدرن دارد که پس از ۱۵سـال هنوز خواسـتنی و دلنشین به نظر می‌رسد و بنـا به گفته مدیریت این مرکز، هر سـال عده زیادی از دانشـجویان معمـاری از آن الگـو می‌گیرند. وی اضافـه می‌کند: «یکی از دلایـل جـذب مـردم بـه اینجـا فضای معماری بسـیار زیبایی اسـت که همه را به خود جذب می‌کند. بسـیاری از دانشجویان رشـته معمـاری دانشـگاه‌ها بـرای اجرای پایان‌نامه‌های‌شان به اینجا مراجعه کرده و از طراحی این مرکز اسـتفاده می‌کنند. بیشتر هم از دانشـگاه یزد می‌آینـد. همچنین این مجموعه فضای سبز خیلی قشنگی دارد که از مهم‌ترین جاذبه‌های مرکز است و معمولاً مردم هـم ابراز رضایت می‌کننـد.» یکی از نـکات قابل توجه در مـورد این مرکز خرید تمیزی ظاهری و نظافت آن است. همچنین ایـن مرکز از لحـاظ تجهیـزات ایمنی سـطح بالایی دارد. از امکانات خدماتی این مرکز خرید هـم می‌توان به حضور بانک‌های ملی و ملت در آن اشـاره کرد و عـلاوه بـر آن ۱۰دسـتگاه POS از بانک‌های مختلف در گوشـه وکنار این مجموعه فعال هستند.

جاذبه‌های مشتری‌مدار

یکـی از فعالیت‌هـای مدیریـت این مجموعه برای ارتباط بیشتر با مشتریان و ترغیـب آنـان به حضـور در مجتمع، برگزاری جشـنواره‌ها و مراسـم‌های سنتی است. به‌طور نمونه چیدمان یکی از زیباترین و بزرگ‌ترین سفره‌های هفت‌سین کشور در فضـای داخلی، برنامه‌هـای مخصوص برای شـب یلدا، برپایی مراسـم‌های مختلف در طول سـال در قالـب گروه‌های موسـیقی اقوام ایرانی و کارهایی که تقریباً همیشـگی اسـت و به‌طور مرتب دنبال می‌شود. ضمن اینکه مجموعه تیراژه نخسـتین مرکز خرید زنجیره‌ای در کشور است که با احداث تیراژه ۲ و راه‌اندازی تیراژه ۳ در شـهر اردبیل وارد چرخه خدمات فروشـگاهی زنجیره‌ای شده است.

بعـد از صحبتی کوتاه بـا مدیریت تیراژه سراغ آقای امین آذر که مدیر روابط عمومی این مجموعه اسـت، می‌روم. آذر ۱۱سـال اسـت که در این سـمت فعالیت می‌کند و به گفته خودش از قدیمی‌های بازار به‌شمار می‌آیـد. بـا خوش‌رویـی در دفتـر کارش پذیرایـم می‌شـود و ادامـه گفت‌وگو را پی می‌گیریم. آذر می‌گوید: علاوه بر شهروندان ایرانی که مشـتریان اصلی تیراژه هستند، از خارج از مرزها و آن طرف آب‌ها هم مشتری به این مکان سـر می‌زند. مثلاً بسـیاری از نماینده‌های سیاسی خارجی، سفارت‌خانه‌ها، کنسولگری‌ها و دفاتر بین‌المللی از مشتریان و مراجعه‌کننـدگان دائمـی ما به حسـاب می‌آینـد. قبـل از اینکه به اینجـا بیایند به ما اطلاع می‌دهنـد و پس از هماهنگی‌های لازم با اسـکورت به اینجـا می‌آیند و چون از سال‌ها قبل به تیراژه رفت‌وآمد داشته‌اند، به خوبی اینجا را می‌شناسـند و برایشان به یک پاتوق درسـت و حسابی تبدیل شده و حس نوسـتالژیکی به مجموعـه ما دارند. از آذر در مورد اقبال عمومی و اسـتقبال زیاد مردم می‌پرسم: در پاسخ می‌گوید: مهم‌ترین مسـئله در برند شـدن یک مرکـز تجاری، مدیریت خـوب و شـیوه‌های ارتباط‌گیری خوب با مراجعه‌کنندگان اسـت. بسـیاری از پاسـاژها بعد از یک تا چهار سـال زمین می‌خورند که نمونه‌هایش زیاد است. برخی دیگر مدیریت را هر سـال عـوض می‌کنند و تیـم جدیدی را جایگزیـن می‌کنند. ولی مدیریـت اینجـا بعد از گذشـت ۱۵سـال هنوز سـرپا باقی‌مانده و می‌توان گفت ثبات مدیریت به رشـد و برندینـگ مرکز خرید کمک زیادی کرده است.

یکی از فعالیت‌های مدیریت این مجموعه برای ارتباط بیشتر با مشتریان و ترغیب آنان به حضور در مجتمع، برگزاری جشنواره‌ها و مراسم‌های سنتی است. به‌طور نمونه چیدمان یکی از زیباترین و بزرگ‌ترین سفره‌های هفت‌سین کشور در فضای داخلی، برنامه‌های مخصوص برای شب یلدا، برپایی مراسم‌های مختلف در طول سال در قالب گروه‌های موسیقی اقوام ایرانی و کارهایی که تقریباً همیشگی است

تیراژه بدون سینما

از مسـئول روابط عمومی می‌پرسـم چرا اینجا سینما و آمفی تئاتر ندارد؟ که این‌طور توضیـح می‌دهد: بعد از سـاختن این مرکز خریـد، در پی رفع نواقـص و برطرف کردن ایرادها برآمدیم. در مرکز خرید تیراژه ۲ که درست در ضلع شمالی متروی شهید مدنی و در منطقه نظام‌آباد قرار دارد، یک پارکینگ پنج طبقه و دو سـینما تدارک دیده شـده است. فروشـگاه هایپراستار هم فعال شده و در کنـار آن داروخانه‌های بـزرگ هم فعال هستند. همچنین شهربازی و سایر امکانات لازم یـک مجتمع تجـاری در آن طراحی و ایجاد شده است. در این مراکز همه اجناس عرضه شـده از سوی فروشـگاه‌ها، برندهای معتبر و خوشنام ایتالیایی، فرانسوی، آلمانی و اسپانیایی هستند.

آذر در ادامه از فعالیت‌های عمده مدیریت مجموعـه بـرای جـذب بیشـتر مشـتری می‌گوید: جشنواره‌های مختلفی را در طول سال برگزار می‌کنیم که در آن از اتومبیل تا لوازم خانگی و پوشـاک جایزه داده می‌شود. قرعه‌کشی‌ها با حضور نماینده‌های دادستانی و در حضور عموم مردم برگزار می‌شود. این جشـنواره‌ها را معمولاً دو بار در سال برگزار می‌کنیـم. طرح‌های مخصـوص انتهای هر فصـل و تخفیف‌های ویژه هم بـا نظارت و هماهنگی مدیریت اجرا می‌شـود. در آینده نزدیک (حدود سـه ماه آینده) قصد داریم اینترنت محیطی پرسـرعت رایگان را برای استفاده عموم راه‌اندازی کنیم.

وی دربـاره وضعیـت پاخـور و حجـم مراجعـات مـردم هـم می‌افزایـد: وقتـی مغازه‌هـا در طول سـال‌ها فعالیت می‌کنند و مشـتری‌های خوبی را برای خودشان پیدا کرده‌انـد و تقاضای زیادی هم از طرف افراد برای حضور در تیراژه داریم، یعنی بازار، بازار خوبی اسـت. ضمن اینکـه خیلی از واحدها قصـد تمدید حضورشـان را دارنـد که این نشـانه مثبتی اسـت. وضعیت ما با توجه به رکـود و کسـادی بازار خوب اسـت. حضور مردم را داریم که در این شرایط به ما اعتماد کرده و از مرکـز ما خرید می‌کنند. روزهای تعطیل بیایید اینجا را ببینید! خیلی شـلوغ و پر ازدحام اسـت. خرید می‌کنند، مغازه‌ها را می‌بینند و بچه‌هـا را برای تفریح و بازی می‌آورنـد. یکی دیگر از شـاخص‌های ما در جذب مردم وجود فودکورت و امکانات تهیه و فروش موادغذایی است. فودکورت ما پراکنده است که شامل هشت رستوران بزرگ و چهار واحد کافی‌شاپ می‌شود که همیشـه از رونق کافی برخوردارند. مـا اینجا از همه اقشـار جامعه، چه از تهـران و چه از شهرسـتان مشـتری داریم. حتـی مراجعه‌کننـده خارجی که بیشـتر از روسـیه، هند، پاکستان، کشـورهای عربـی، فرانسـه و خیلـی جاهای دیگر بـه اینجا می‌آیند. بعضی از تیم‌های ورزشی به‌خصوص تیم‌های بسـکتبال و والیبـال داخلی و خارجی در خلال برگزاری مسـابقات به مرکز خرید تیراژه سـرمی‌زنند. در طبقه چهارم سـالن بولینگ دایر اسـت و اکثر مسابقات بولینگ کشور در همین سـالن طبقه چهارم برگزار می‌شود.

قیمت‌های بازار

بـرای پی بردن به چنـد و چون بازار این مرکز سراغ فروشنده‌ها و مشتری‌ها می‌روم. به طـور اتفاقـی وارد یـک مغـازه فروش چمدان، سـاک و کوله‌پشـتی می‌شوم. این مغازه نمایندگی رسـمی کارلتون انگلستان اسـت که جزو قدیمی‌های این مرکز است. صادقی مسـئول این مغازه است که زیر نظر نمایندگی فعالیت می‌کند. در این فروشـگاه بیش از ۴۰مدل چمدان هاردکیس، ۱۰مدل خلبانی و ۲۵مدل کوله‌پشتی عرضه می‌شود. قیمـت اجناس این فروشـگاه بیـن ۸۰ تا ۴۰۰هـزار تومان اسـت. صادقـی از میزان فروش راضی است و می‌گوید: مقدار فروش ما کمتر نشـده و سال به سال بهتر هم شده است. مشتریان ما ثابت هستند و به واسطه معرفی آنها به شمار مخاطبان ما افزوده شده اسـت. این مغازه مارک‌های معتبر با قدمت طولانی را می‌فروشـد. مسئول فروشگاه یک بانـک اطلاعاتی از مشـتریان ایجـاد کرده کـه از طریق پیام کوتاه، ارسـال کاتالوگ و شبکه‌های اجتماعی با آنها در تماس است.

بعد از گپ وگفت کوتاه وارد مغازه دیگری می‌شـوم که مخصوص پوشـاک سایز بزرگ مردانه اسـت. برنـد ویونا جنـس غالب این مغازه است و نمایندگی رسمی آن محسوب می‌شـود. باقری به‌عنوان مسـئول فروشگاه، ۱۴سال است که در این مرکز تجاری کاسبی می‌کند. از سـن پایین در قسـمت پوشاک مشـغول بوده و سـابقه زیادی در این صنف دارد. چند سـال پیش در خیابـان میرداماد یک فروشگاه دیگر داشته که به قول خودش جواب نداده و تعطیل شـده است. از وضعیت فروش در این مرکز راضی اسـت و حضور در اینجا را از بورس‌های پوشاک بهتر می‌داند. در این فروشگاه پیراهن تا سایز ۱۰XL به فروش می‌رسد. کت وشلوار تا سایز ۷۴، شلوار تک تا سایز ۷۶ و کفش تا نمره ۵۲ عرضه می‌شود. باقری از طریق اینسـتاگرام با مشتری‌هایش در ارتباط اسـت و حتی سـفارش تلفنی هم دارد و روزهـای تعطیـل و ایام جشـنواره‌ها آفرهای ویـژه دارد. بیـش از ۴۰مدل لباس مردانه سـایز بزرگ در این فروشـگاه عرضه می‌شود. بعد از فروشـنده‌ها سراغ خریدارها می‌روم. خانمی حدودا ۴۵سـاله برای خرید لباس آمده است. مشـتری دائمی این مرکز خرید اسـت و زیاد به اینجا می‌آید. می‌گوید: چون این پاسـاژ به ما نزدیک است مشکلی بابـت رفـت وآمد نـدارم. خـودم و خانواده هفته‌ای دو مرتبه به اینجا سرکشی می‌کنیم. از قیمت‌ها راضی است و بیشتر خریدهایش را اینجا انجام می‌دهد. خانم میانسال منتظر بقیه سوالاتم نمی‌شود و داخل مغازه می‌رود. کمـی جلوتر یک زوج جـوان جلوی ویترین یکی از برندهای معروف سـاعت ایستاده‌اند. بنا به گفته خودشـان بعضی از وسایل مورد نیازشـان را از ایـن مجتمـع تجـاری تهیه کرده‌انـد و گاهی اوقات حتی اگر قصد خرید نداشته باشند برای تفریح و پاساژگردی اینجا می‌آیند. این خانم می‌گوید: فضای این مرکز خیلی زیبا و جذاب اسـت. بسـیاری از مردم فقط برای تفریح و گذراندن وقت به این نوع مراکز مراجعه می‌کنند و شـاید قصدشان از آمدن به تیراژه فقط خرید نباشد.

برنامه‌های آتی

بنا به گفته مسـئولان مجتمع، آنها قصد دارنـد کار توسـعه و سـاخت وسـاز مراکز تجـاری را دنبـال کننـد. در حـال حاضر مرکز خرید تیراژه۳ در شـهراردبیل درحال سـاخت اسـت که در آینـده‌ای نزدیک به اتمـام خواهـد رسـید. هم‌اکنـون مجتمع تجـاری تیـراژه ۴ در خیابان جشـنواره با مسـاحتی بالغ بر ۲۵هزارمترمربع در دست اجراست. در ساخت این مجموعه‌های عظیم از پیشـرفته‌ترین تکنولوژی‌هـای موجـود استفاده می‌شـود تا خدمت‌رسـانی بهتر و بیشتر به شهروندان ارائه شود.

شهرفرنگ

یکـی دیگـر از جاذبه‌هـای مرکـز تیراژه شـهربازی آن با عنـوان سـرزمین عجایب اسـت. جالب اسـت بدانید که فقط کودکان و خردسـالان مشـتری‌های آن نیسـتند. طبقه آخر این مجموعه مکان مناسبی برای جوانان و والدین بچه‌ها هم اسـت که خیلی هم بدشـان نمی‌آید از وسایل بازی استفاده کنند! این عامل مهـم در مرکز خرید تیراژه تعـداد مراجعـان را چند برابر کرده اسـت. سـرزمین عجایب با برخورداری از غرفه‌های مختلف بازی از جمله بولینگ، کنسـول‌های بازی، رسـتوران و کافی‌شاپ مکانی مناسب بـرای گذراندن اوقات فراغـت کوچک‌ترها و بزرگ‌ترها به حساب می‌آید.

شـهربازی کل طبقـه چهـارم را اشـغال کـرده و هـر روز پذیـرای بچه‌ها بـه همراه خانواده‌های‌شـان اسـت. غرفه‌های سرزمین عجایب شامل: گریم فانتزی، عکاسی مونتاژ، آرایشـگاه کودک با صندلی‌هایی به شـکل ماشـین‌های کوچـک رنگی، شـعبده‌بازی، پنج واحد کافی‌شـاپ، باشگاه بولینگ، سالن مینی‌بولینگ، بازی‌های مکانیکی، مسابقه‌ای، چرخشـی، جنگـی، فکـری، هدف‌گیری و جایـزه‌ای از جملـه تجهیـزات تفریحی آن هسـتند. این مرکز تفریحـی بلیت کاغذی ندارد و استفاده از وسایل آن به صورت کارت بلیت‌های اعتباری است.

گزارش «فرصت امروز» از اختراعی برای تولید گرما در ساختمان و کاهش دمای زمین

نسل جدید پکیج در جهان با ۵ کارایی همزمان

اکرم سادات حسینی
a.s.h.shabestari@gmail.com

موتورخانه که تا سال‌ها پیش بخش نمور و تاریک هر مجموعه مسکونی به نظر می‌آمد، در یک دهه اخیر با رواج پکیج‌های دیواری متحول شده اما این پایان تحول نیست، چرا که ایده‌ای نو تاسیسات و گرمایش را با کارایی و بهره‌وری بالاتر متحول کرده، تحولی که علاوه بر حجم و نیاز به تعمیر و نگهداری هزینه مصرف و تامین سوخت را نیز به‌طور چشمگیری کاهش داده است. یک فعال صنعتی به نام مهدی رحمانی از مهندسان کشورمان با ساخت نخستین پکیج پنج کاره چشم‌اندازی جدید به روی حوزه تاسیسات گشوده است. در این گزارش با این اختراع و مخترع آن بیشتر آشنا می‌شویم.

مهدی رحمانی که کارشناس رشته تکنولوژی تاسیسات است، از کار و تخصص خود چنین می‌گوید: در حال حاضر دانشجوی رشته مکانیک هستم و از ۱۵ سالگی به این حوزه گرایش داشتم و در مجموعه صنعتی پدرم مشغول شدم. هم‌اکنون هم در همان مجموعه که یک شرکت صنعتی است در کنار اعضای خانواده‌ام مشغول کار هستم؛ کارخانه دابو صنعت ۳۸ محصول گرمایشی تولید می‌کند و دو سال است که به‌عنوان شرکت دانش‌بنیان ثبت شده و در پارک علم و فناوری مازندران نیز استقرار یافته است. تاکنون در واحد تحقیق و توسعه موفق به ثبت اختراع چهار محصول شده‌ایم و علاوه بر آن سه محصول هم در مرحله داوری است و دو محصول ما به تولید انبوه رسیده است.

او ادامه می‌دهد: از دوران نوجوانی پس از تعطیل شدن مدرسه در کارخانه مشغول آموزش جوشکاری و نورد بودم و امروز تجربه جدی در بخش جوشکاری مخازن تحت فشار دارم و رونق کار مجموعه صنعتی پدرم در بخش قابل توجهی متوجه استفاده از دستاوردهای دانشگاهی است که با یک تلاش تیمی و ارتباطی که با دانشگاه‌های کشور و همچنین با کشورهای دیگر برقرار کردیم مطابق نیاز بازار محصولی را ساخته و به تولید انبوه رساندیم که می‌توان گفت موفق بوده است. رحمانی در مورد محصولات تولیدی مجموعه صنعتی دابو صنعت می‌گوید: «دیگ بخار و آبگرم با مشعل کاملا اتوماتیک زغال‌سنگ‌سوز» ابتکار مجموعه ما بود و هم‌اکنون به مشتریان خارجی تحویل می‌شود، این مشتریان اغلب از کشورهای افغانستان، قزاقستان و پاکستان هستند که در آنجا سوخت مایع گران‌تر است. البته در نظر داریم با حمایت دولت تولید انبوه و مراحل تجاری‌سازی این محصول را در سال ۹۵ به پایان برسانیم، همچنین «دیگ بخار واتر تیوپ با اکونومایزر و واتر جاکت»، «پکیج چند منظوره تفتان»، «هوا ساز گرمایشی» و «دیگ بخار اسپیرال با ظرفیت پایین» از دیگر محصولات شرکت است که در بین این محصولات موفق به تولید انبوه پکیج چندمنظوره شده‌ایم.

ایده‌ای برای اختراع

سازنده پکیج چند منظوره که از همان ابتدا اشاره دارد محصولش پنج کاره است، این‌طور توضیح می‌دهد: مجموعه کاری ما در بخش تاسیسات فعال است و تقریبا در همه جا نیاز به تامین گرمایش محیط و آب گرم مصرفی وجود دارد. بر این اساس دو مجموعه مستقل که تاکنون این دو موضوع را تامین می‌کرده توسط ما تلفیق شده است، در یک واحد ساختمانی با افزایش نیاز به تامین آب گرم استخر، بخار برای سونا و آب گرم در جکوزی چندین وسیله برای تامین این نیازها در واحد تاسیسات نصب می‌شود تا این نیازها تامین شود، این موضوع زمانی برای من به شکل یک مشکل بروز کرد که در سال ۱۳۸۹ برای ساختمان خود به ساخت یک واحد تاسیسات نیاز داشتیم و از همان‌جا ایده تلفیق واحدهای تاسیسات گرمایشی به ذهنم خطور کرد تا تمام نیاز به گرمایش را با یک دستگاه پکیج چندکاره تامین کنم البته ایده و دستگاه اولیه با تولید فعلی که به‌صورت انبوه عرضه شده سه نسل تفاوت دارد و در سال ۱۳۹۱ محصول را ثبت اختراع کردم.

رحمانی در ادامه این‌طور می‌گوید: با ساخت این دستگاه هزینه سوخت، تعمیر و نگهداری و فضای اختصاص یافته به بخش تاسیسات کاهش یافت و همزمان می‌تواند آب گرم مصرفی، آب گرم استخر، آب گرم جکوزی، بخار برای سونا و آب گرم برای گرمایش محیط را برای رادیاتورها تامین کند. ضمن آنکه با دو سوخت گاز و گازوییل قابل اشتعال است و تاکنون در دنیا چنین محصولی تولید نشده بود، بلکه با دو کاربرد برای تامین گرمای محیط و آب گرم مصرفی آن تولید و عرضه شده است. در حالی که این محصول کارایی کافی را هم ندارد و پاسخگوی نیاز گرمایش به طور کامل و کافی نبوده است.

پکیجی با پنج کارایی و ۹۳ درصد راندمان

سازنده نخستین پکیج پنج کاره دنیا از دیگر ویژگی‌های ابداعش می‌گوید: از محاسن این دستگاه این است که بسیار کم مصرف است، در هزینه تامین سوخت صرفه جویی جدی صورت می‌گیرد، گرید مصرف انرژی آن A است و راندمان بالای ۹۳ درصد دارد. در نسل جدید راندمان ۹۸ درصد را محقق خواهم کرد تا به پکیج چگالشی دست یابیم و این مهم تا کمتر از سه ماه آینده محقق می‌شود. همان‌طور که اشاره کردم نخستین پکیج پنج کاره را برای ساختمان خودمان ساختم و با راه‌اندازی آن هزینه گاز مصرفی ما در زمان اوج مصرف که فصل زمستان است، در مجموعه سه واحد مسکونی با فعال بودن دائمی استخر، سونا و جکوزی حدود ۱۱۰هزار تومان محاسبه شد که اگر این پکیج پنج کاره مستقر نبود رقم قبض گاز بالغ بر ۶۰۰ هزار تومان می‌شد، در مجموع راندمان حرارتی ۹۳ درصد، نیاز به فضای کم برای نصب، کم صدا بودن در حد آلودگی ۴۰ دسی‌بل، مبدل‌های ضد رسوب، خنثی‌سازی رسوب‌ها در مجموعه پکیج و جلوگیری از خوردگی، تجهیز به تابلو کنترل هوشمند

> **راندمان حرارتی ۹۳ درصد، نیاز به فضای کم برای نصب، کم صدا بودن در حد آلودگی ۴۰ دسیبل، مبدل‌های ضد رسوب، خنثی‌سازی رسوب‌ها در مجموعه پکیج و جلوگیری از خوردگی، تجهیز به تابلو کنترل هوشمند براساس دمای محیط و نیاز به سطح مناسبی از گرما و دمای خارج شده از این محصول حدود ۷۰ درجه از ویژگی‌های پکیج ۵ کاره است**

براساس دمای محیط و نیاز به سطح مناسبی از گرما و دمای خارج شده از این محصول حدود ۷۰درجه از ویژگی‌های این پکیج است.

وی در ادامه در خصوص تاثیر این تاسیسات بر کاهش دمای زمین می‌افزاید: به علاوه محصول دیگ‌های آب گرم چگالشی دستاورد جدید ماست که دمای خروجی از دودکش را منطبق با دمای محیط و کمی بیشتر می‌رساند. در حالی‌که همه سیستم‌های شوفاژ اگر دمایی حدود ۷۰درجه سانتیگراد تولید کند، دمای دودکش آنها ۱۴۰ تا ۱۵۰ درجه سانتیگراد خواهد بود. در حالی‌که محصول ما با بهره‌گیری از یک فناوری در سیستم چگالشی دمای دودکش ۳۰، ۳۵ و ۴۲ درجه را در خروجی دارد که اتفاقی بی‌سابقه است.

۲سال تحقیق در مسیر تولید

رحمانی از مسیر طی شده و تامین هزینه اختراع خود می‌گوید: با توجه به نصب رایگان چند نمونه در ابتدا هزینه آزمایشگاه و نمونه‌سازی این پکیج پنج‌کاره حدود ۷۰ میلیون تومان بود و با توجه به هزینه جدی صورت گرفته هم‌اکنون به‌صورت ثبت سفارشی این پکیج را تولید می‌کنیم و به‌صورت سه و حتی چهار کاره هم با توجه به نیاز مشتریان تولید انجام می‌شود، ایده اولیه این محصول متعلق به من بود اما رونق و توسعه آن با تولید نسل دوم و سوم به طور تیمی انجام شد و حدود دو سال کار تحقیق برای نهایی شدن یک ایده و ثبت آن صرف شد.

۲۳۰ پکیج فروخته شده

او درباره بازار محصول پکیج‌های پنج کاره بیشتر توضیح می‌دهد: از آنجاکه تبلیغات برای این محصول بسیار ضعیف بوده هنوز به تولید انبوه نرسیده و با ثبت سفارشی تولید شده اما این یک محصول دانش‌بنیان است و مانند هر محصول دیگری همچون اجاق گاز، یخچال و بخاری قابلیت تولید انبوه دارد و با تولید انبوه نیاز بازار در این زمینه محسوس است، همچنان که تاکنون ۲۳۰ دستگاه تولید و عرضه کرده‌ایم و قیمت‌گذاری آن کاهش ۶۰ درصدی نسبت به تجهیزات مستقلی چون دیگ آب گرم، منبع دوجداره، مبدل گرمایش استخر، مبدل شلنگ تیوب برای جکوزی و یک دستگاه دیگ بخار برای سونای بخار که در یک مجموعه متمرکز شده، دارد و اگر یک موتورخانه حدود ۳۰ میلیون هزینه داشته باشد این پکیج پنج‌کاره تا ۱۴ میلیون تومان هزینه خواهد داشت و تاکنون برای آپارتمان از ۱۰۰ واحد تا فضایی با ۲هزارمتر زیر بنا پکیج تولیدی خود را نصب کرده‌ایم.

شناخت کافی از بازار، خدمات مناسب

رحمانی در خصوص وضعیت بازار مصرفی این اختراع این‌گونه می‌گوید: با توجه به حضور فعال ما به‌عنوان یک برند در بازار محصولات تاسیساتی و شناخت مشتریان و سوابق مجموعه صنعتی به نوعی مشتریان به ما اعتماد داشتند و محصول ما را پذیرا بودند. ما هم با توجه به حضور چند ساله در بازار و در نظر گرفتن نیاز مشتریان و بازار مصرفی دست به تولید محصول زدیم. ضمن آنکه نصب دستگاه و فروش آن را با شرایط بسیار مناسب در اختیار مشتریان قرار دادیم و این دستگاه را در درجه کیفی تولید کردیم تا به مدت ۱۰ سال بی‌نیاز از تعمیرات باشد و در تولید این محصول از تجربه محصولات پیشین بهره کافی بردیم و جای خالی این محصول را در بازار مصرف احساس کردیم.

۴میلیارد که خط تولید را راه می‌اندازد

رحمانی ادامه می‌دهد: با توجه به ارتباط جدی در بازار تاسیسات تاکنون تبلیغات خاصی برای پکیج پنج کاره انجام نداده‌ایم، چراکه امکان تولید انبوه این محصول فعلا محقق نشده؛ البته هم‌اکنون فضای ۴ هزار متر مربع کارخانه قدیمی برای تولید انبوه و راه‌اندازی کارخانه در اختیار است و صرفا تامین مالی و خرید تجهیزات مشکل اصلی ماست.

وی می‌افزاید: سال گذشته از صندوق نوآوری و شکوفایی ۳۰۰ میلیون اعتبار دریافت کردیم که پاسخگوی خرید یکی از تجهیزات برای راه‌اندازی خط تولید این پکیج است. البته سرمایه در گردش کارخانه فعال دابو صنعت هم‌اکنون با ۲۰هزار متر مربع قابلیت راه‌اندازی خط تولید جدید از نظر فضا را خواهد داشت اما به‌طور کلی هم‌اکنون نیازمند ۴میلیارد تومان برای تولید ۴هزار دستگاه در سال هستیم.

حمایت دولت، نیاز دانش‌بنیان‌ها برای توسعه

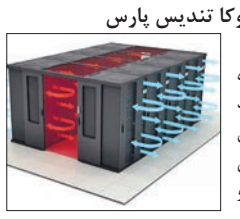
این مخترع در ادامه می‌گوید: هدف شرکت ما تاکنون حفظ مشتریان بوده و در بخش بازار جدید، بازار صادراتی فعالی داشتیم و از این منظر برای تولید محصولات دانش‌بنیان خود با مشکلی مواجه نخواهیم بود چرا که موفقیت خوبی تاکنون در عرصه بازار داشتیم و تا امروز از طریق نمایندگی‌های خود در شهرها پکیج را به مشتریان معرفی کردیم اما بستر بازار برای تولید انبوه پکیج چندکاره فراهم و مناسب است چرا که همه مشتریان به سمت محصولات کم مصرف گرایش دارند و من نوید می‌دهم نسل جدیدی از سیستم گرمایشی را که در راه است، مخاطب به خوبی جذب می‌کند.

رحیمی تصریح می‌کند: یکی از رویکردهای دولت از سال گذشته جایگزینی ۶۰۰ هزار موتورخانه قدیمی پرمصرف با انواع کم مصرف آن بوده و می‌توان گفت اختراع ما کاربری و مشتریان سراسری بسیاری خواهد داشت هر چند وزارت نفت برای جایگزینی تاسیسات ساختمان وزارت از برندهای خارجی استفاده کرده بود و این نشان‌دهنده این موضوع است که این مجموعه به برندهای داخلی اعتنای جدی نداشت و حمایت از دانش‌بنیان‌ها به نوعی در سطح شعار است چرا که عدم حمایت دولت بزرگ‌ترین مشکل دانش‌بنیان‌هاست و مسیر معرفی محصولات تولید داخل در بازار با مشکلاتی مواجه است.

ایده‌های به دنبال سرمایه

سیستم خنک‌کننده و گرم‌کننده

نام شرکت: شوکا تندیس پارس



مشخصات:

این دستگاه براساس فرآیند شیمیایی و قانون حرکت مولکولی ساخته شده و دارای ویژگی‌های زیر است:

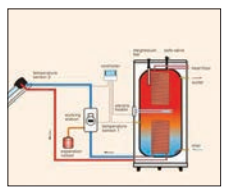
سیستم خنک‌کنندگی بدون نیاز به کمپرسور و گاز و در نوع کولرهای آبی بدون نیاز به آب و در سیستم گرمایی بدون نیاز به گاز و المنت، حجم بسیار کم (قابل جاسازی در خودرو و سیستم‌های مخابراتی و الکترونیکی و...)، متنوع بودن ولتاژ کاری (با ولتاژهای ۶ DC، ۱۲، ۲۴، ۴۸ ولت (مستقیم) و ولتاژهای متناوب در رنج ۱۱۰ تا ۲۴۰ ولت)، کنترل بسیار آسان بین سیستم خنک‌کنندگی و گرمایشی، دارای کاربرد در زمینه‌های پزشکی، صنعتی، تجاری و خانگی، جنس دستگاه از فایبر گلاس و فلز است و در ابعاد ۱۵×۱۵×۳۰ سانتیمتر برای کوچک‌ترین سایز و ابعاد ۲×۲×۲ متر برای بزرگ‌ترین سایز موجود است.

مزایا:

در ایران نمونه تولید شده در داخل وجود ندارد، نسبت به نمونه خارجی ارزان‌تر است، دارای طیف گسترده طراحی و عمر مفید بیشتر نسبت به نمونه وارداتی است. با استفاده از این تکنولوژی با توجه به وسعت طراحی در اندازه‌های مختلف جهت کاربردهای گوناگون با توجه به نیاز بازار و با نازل‌ترین قیمت و کمترین زمان می‌توان این دستگاه را تولید کرد.

مخزن آب گرمکن دو جداره

نام شرکت: تهران مبدل



مشخصات:

مخازن دو جداره بیشتر در جهت مصارف خانگی است. سیستم گرمایشی در داخل مخزن دو جداره آب بوده که در جدار دوم مخزن جریان داشته و حرارت را به جدار مرکزی انتقال می‌دهد.

مزایا:

- ورق مصرفی در ساخت این مخازن معمولا کربن استیل معمولی است که عملیات گالوانیزه گرم روی آن انجام می‌شود.
- منابع تامین این ورق‌ها داخل کشور است یا از ورق‌های گالوانیزه گرم خارجی استفاده می‌شود.
- ظرفیت مخازن مختلف است و از ۲۰۰ تا ۱۲۰۰۰ لیتر است.
- دارای جدول بازده و مشخصات فنی کامل
- قابلیت نصب آسان و قیمت مناسب.

اخبار رسمی شرکت‌ها

توسط یک شرکت ایرانی انجام شد

توانمندی صادرات محصول دانش‌بنیان حوزه نانوالیاف به کره‌جنوبی

یک شرکت دانش‌بنیان ایرانی حاضر در چهارمین نمایشگاه تجهیزات و مواد آزمایشگاهی ساخت ایران، توانمندی صادرات محصول تجاری‌سازی خود به کشور کره جنوبی را به‌دست آورد.

به گزارش دبیرخانه چهارمین نمایشگاه تجهیزات و مواد آزمایشگاهی ساخت ایران، رضا فریدی رئیس هیات مدیره شرکت فناوران نانو مقیاس یکی از شرکت‌های دانش‌بنیان حاضر در این نمایشگاه، در جریان بازدید معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری از این شرکت و در نشست خبری، از صادرات دستگاه تولید نانوالیاف این شرکت به کره‌جنوبی خبر داد و افزود: «در حال حاضر موفق شده‌ایم علاوه بر صادرات این محصول دانش فنی تولید را با ارزش افزوده‌ای بالغ بر سه برابر قیمت داخلی به فروش برسانیم.»

فریدی با اشاره به اینکه این تجهیزات دانش‌بنیان در تولید الیاف در ابعاد نانو کاربرد دارد، عنوان کرد: «نانو فیبرها الیاف بسیار ریزی هستند که در مقایسه با ضخامت موی انسان ضخامتی به اندازه هزار تا میلیون برابر کمتر داشته و صرفا با میکروسکوپ‌های پیشرفته الکترونی قابل مشاهده هستند.»

وی با اشاره به کاربردهای فراوان این محصول دانش‌بنیان به اهمیت این حوزه در تولید علم اشاره کرد و افزود: «مقالات علمی این حوزه به طور روزافزون در حال افزایش است به‌طوری‌که در میان حجم انبوه تولید مقالات علمی کشورمان سهم یک بیستمی از این تولیدات را به خود اختصاص داده است.»

رئیس هیات مدیره فناوران نانو مقیاس با اشاره به اهمیت غیرقابل اجتناب فیلتراسیون در دنیای امروز عنوان کرد: «با یک لایه از این نانو فیبرها می‌توانیم کارایی فیلترها را بدون افت تنفس‌پذیری به طور چشمگیری افزایش دهیم و اگر از این فناوری در نیروگاه‌ها استفاده کنیم به میزان یک درصد صرفه‌جویی خواهد شد.»

وی با اشاره به وضع مطلوب از لحاظ صادرات این فناوری گفت: «جزو ۲۰ شرکت نخست در میان ۱۲ شرکت صاحب این فناوری هستیم و علاوه بر تجربه صادرات دانش فنی و محصول به کشورهای مالزی و نیجریه و ایجاد یک شرکت در مالزی، موفق شدیم این محصول دانش‌بنیان را به کره جنوبی صادر کنیم.»

عضو هیأت علمی دانشگاه علوم پزشکی تهران با اشاره به نقش اثرگذار حمایت معاونت علمی و فناوری در تولید محصولات دانش بنیان از این دست، ابراز کرد: «بدون تردید حمایت‌های معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و شکل‌دهی نمایشگاه تجهیزات ساخت ایران، زمینه‌ساز موفقیت این شرکت در عرضه محصولات رقابت‌پذیر و صدور آن به کشورهای خارجی بوده‌است، به طوری که علاوه بر محصول، دانش فنی صادر می‌کنیم.»

گزارش ۲

گزارش «فرصت امروز» از آینده پارک‌های علم و فناوری

مسیر جهانی‌شدن بازار دانش‌بنیان ایرانی

شکوفه میرزایی
shokoofehmirzaee@yahoo.com

براساس سند چشم‌انداز بیست ساله هدفگذاری رتبه اول علمی ایران در منطقه صورت گرفته و این مقوله با درک پیوستگی علم و فناوری و دستاوردهای جدی که بتواند صنعت را متحول و پویاتر کند بنیادهای علم و دانش را در کشور به مرزهای نامحدودی می‌رساند که جایگاه جدید جهانی را برای دانشمندان کشورمان رقم خواهد زد. در سایه این تحول، بی‌شک حوزه علمی و دانشگاهی کشور چهره‌ای دیگر به خود خواهد گرفت، چه بسا تغییر در سرفصل‌های دانشگاهی و ایجاد دروس مأموریت‌گرا یکی از گام‌ها در مسیر تحول علمی کشور باشد، هم اینک پارک‌های علمی و فناوری و مراکز رشد دانشگاهی فرصت و بستری مناسب را در ارتباط بین دانشگاه و صنعت فراهم کرده‌اند اما این ارتباط چگونه است و چه تحولات و توسعه‌ای را پیش رو دارد؟ در این رابطه سراغ یکی از مدیران وزارت علوم رفته‌ایم تا چشم‌انداز و تحولات اخیر را در موضوع ارتباط دانشگاه و پارک‌های علم و فناوری بررسی کنیم.

خسرو پیری در گفت‌وگو با خبرنگار فناوران «فرصت امروز» ضمن ارزیابی ارتباط دانشگاه‌ها و پارک‌های علم و فناوری عنوان می‌کند: این حوزه فعال است و در حال حاضر تحولاتی در این زمینه رخ داده و شاهد ثبت شرکت اساتید دانشگاهی در بخش دانش‌بنیان هستیم که برخی از آنها در پارک‌ها مستقر شدند و برخی نیز در مراکز رشد دانشگاهی هستند، همچنین در حال تدوین آیین‌نامه شرکت‌های دانش‌بنیان دانشگاهی در وزارت علوم هستیم تا ساز و کار کافی را برای فعالیت دانشگاهیان ایجاد کنیم.

وی ادامه می‌دهد: از آنجا که اساتید وارد حوزه دانش‌بنیان‌ها شدند لازم است فعالیت این گروه در چارچوب آیین‌نامه اجرایی و هماهنگ باشد، هم‌اکنون این حرکت آغاز شده و با شکل‌گیری این نگرش نیاز به گسترش آن احساس می‌شود. ما نیز در وزارت علوم و فناوری در دفتر برنامه‌ریزی فناوری در صدد ایجاد نقاط اتصال پارک‌ها، دانشگاه‌ها و محصولات دانش‌بنیان که خروجی کار آنهاست، هستیم تا به مدد این ارتباط و پیوستگی دستاوردهای دانشگاهی مسیر صنعتی شدن را پیموده و مسیر رشد را طی کنند.

مدیرکل دفتر برنامه‌ریزی امور فناوری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری خاطر نشان کرد: در حال حاضر حرکت جدی در حوزه دانشگاه‌ها و پارک‌های دانش‌بنیان رخ داده و در حال تعریف مأموریت‌های جدیدی برای این دو بخش هستیم تا بهترین استفاده از امور فناوری در پارک‌ها صورت گیرد و از تحقیقات اساتید دانشگاهی در این رابطه استفاده شود که این اقدام خود فرآیند پویایی در دانشگاه و واقعیت علوم و کاربردهای آنها را سرعت می‌بخشد، همچنان که دیگر دانشگاه‌های جهان به این فرآیند رسیده‌اند یا در حال تکمیل این جریان علمی و صنعتی هستند و اقتصاد رو به جلوی جهانی همین نیاز را داشته و دارد و تأمین این نیاز در هر کشوری برای حوزه اقتصاد از سوی فضای علمی و فناوری احساس می‌شود.

اقتصاد می‌تواند محرک جدی فناوری شود

پیری در خصوص تحکیم ارتباط بین دانشگاه‌ها و پارک‌های علم و فناوری عنوان می‌کند: سطح تحقیقات دانشگاهی در کشور ما تاکنون با سطح تحقیقات صنعتی همخوانی نداشته و این در رابطه درخواست و عرضه برابری نداشت اما با استقرار در پارک‌ها و حضور شرکت‌هایی که با تکنولوژی متوسط و تکنولوژی بالا فعالیت دارند این توازن بین دانشگاه‌ها و صنایع ایجاد می‌شود و آنچه تاکنون به‌عنوان موفقیت در این عرصه محقق شده عمدتاً ماحصل تلاش بی‌وقفه فناوران و استمرار کاری آنها بوده و ما باید طی ادامه این مسیر را با تسهیل در ارتباط میان دانشگاه، فناوری و صنعت فراهم کنیم.

وی به پشتیبانی از کلونی جدیدی در اقتصاد و فضای علمی کشور اشاره کرده و می‌گوید: در این حوزه به‌طور جدی مشغول برنامه‌ریزی و حمایت هستیم و این اقتصاد جدید می‌تواند نقطه محرک نوآوری در صنعت باشد و همچنان قابلیت ایجاد بخشی جدید در تکنولوژی است و با ایجاد شرکت‌های اسپیناف دیگر مشکلی در حوزه فناوری و دانشگاه وجود نخواهد داشت و این مجموعه پدیده‌ای در دانشگاه‌هاست و از آنجا که پا به عرصه اقتصاد هم می‌گذارند در بخش اقتصاد نیز تحول و نوآوری را موجب می‌شوند.

برندسازی از شرکت‌های دانش‌بنیان

مدیرکل دفتر برنامه‌ریزی امور فناوری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری همچنین عنوان می‌کند: از آنجا که شرکت‌های ایجاد شده در دانشگاه‌ها زبان بخش‌خصوصی را به درستی می‌شناسند در عمل می‌توانند نوآوری را همزمان در رابطه با دانشگاه و صنعت ایجاد کنند و با توجه به نامگذاری سال ۹۵ به «اقتصاد مقاومتی، اقدام و عمل» چند برنامه‌ریزی را در سطح پارک‌ها در نظر گرفتیم تا شرکت‌هایی را که درون پارک‌ها ایجاد شدند و امکان ارتقا به یک برند دارند مورد حمایت ویژه قرار گیرند و در این اقدام هدفگذاری ما مشخص است.

پیری با یادآوری اینکه سال گذشته برنامه راهبردی پارک‌های علم و فناوری را در سال ۹۴ طبق مأموریتی جدید اجرا کردیم، می‌افزاید: براساس مزیت‌های اقتصادی شرکت‌های دانش‌بنیان در حال نهایی کردن موقعیت این شرکت‌ها از منظر صنعتی و تجاری‌سازی هستیم تا ظرفیت‌های موجود و بالقوه فناوران به درستی نمایان شود و آنان را که به فعل نزدیک‌تر هستند از خط پایان عبور دهیم.

زیرساخت دانش‌بنیان‌ها نیازمند حمایت

وی همچنین از تشکیل بازاری برای دانش‌بنیان‌ها به‌عنوان نقطه ثقل حمایتی از پارک‌ها و فناوران فعال در آنها یاد کرده و می‌گوید: یکی از مهم‌ترین برنامه‌های در دست اقدام ایجاد بازار داخلی و وسیع‌تر از آن در سطح جهانی است و امسال این برنامه را برای حضور شرکت‌ها در بازارهای اروپا و دیگر کشورها داریم و مذاکراتی با چند کشور از جمله ایتالیا و آفریقای جنوبی انجام شده تا شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی برای انجام فعالیت‌های مشترک با همتایان خود در دیگر کشورها برنامه‌ریزی کنند.

مدیرکل دفتر برنامه‌ریزی امور فناوری وزارت علوم، تحقیقات و فناوری همچنین از برنامه‌ریزی‌های بلندمدت برای توسعه فناوری ایرانی خبر می‌دهد: تقویت زیرساخت شرکت‌های دانش‌بنیان نیاز به حمایت جدی مسئولان دارد که با تشکیل مجلس جدید و توجه جدی دولت شکل می‌گیرد، این امر محقق نمی‌شود مگر با نگاه و نگرشی بلندمدت و درک واقعیت‌ها و نیازهای حقیقی اقتصاد صنایع داخلی و خارجی که از بهم پیوستگی دانشگاه و صنعت تأمین شده و رونق می‌گیرد.

بازار جهانی

جایگاه صنعت روغن خوراکی در جهان

ترجمه: فهیمه خراسانی

روغن‌هـای خوراکـی یکـی از مهم‌ترین مـواد مورد اسـتفاده در پخت‌وپز جهان هسـتند که درصد کاربرد روزانه آنها در سـطح جهان بسـیار بالاست و به همین دلیل، صنعت روغن خوراکی یکی از صنایع مهم دنیای امروز محسوب می‌شود. در این میان روغن‌های گیاهی در صنعت غذایی بسـیار پرکاربرد بوده و علاوه بر آن در صنایع دیگری مانند تولید صابون، پودرهای شست‌وشو و محصولات مراقبت شخصی نیز استفاده می‌شود، اما باید گفت که حجم اعظم مصرف روغن در موادغذایی است و خصوصا در سال‌های اخیر با توجه به اهمیت سلامت غذایی، مصرف روغن‌های گیاهی اولویت پیدا کرده است. در ایـن گزارش تلاش می‌شـود روند رشـد، مصرف و چشم‌انداز صنعت روغن خوراکی در جهان بررسی شود.

روغن‌های نباتی؛ پرمصرف‌ترین‌ها

امـروزه مصرف عمده روغن‌هـای خوراکی در جهان، مربوط به روغن‌های نباتی است، به‌طوری‌که که مصرف روغن حیوانی بسـیار کمتر شـده اسـت؛ اسـتفاده از روغن‌های گیاهی در تولیدات غذایی جایگزین مناسبی برای روغن‌های حیوانی محسوب می‌شود که اسیدهای چرب غیراشـباع کمتری نسـبت به روغن‌های حیوانی دارنـد. از این رو، میزان تقاضای مصرف جهانی در چند سال اخیر نسبت به روغن‌های گیاهی بالاتر رفته است، به‌طوری‌که در سال ۲۰۰۹، طبق آمارهای گرفته شده، ۶۱درصد از روغن تولید شده در کل جهان، روغن خرما و روغن سویا بوده است که به ترتیب ۳۳درصد و ۲۸درصد از تولید جهانی به آنها اختصاص داشت.

روغن‌هـای گیاهی حاصل چربی اسـتخراج شـده از گیاهان هسـتند که به صـورت بافت‌های جامد یا مایع تولید می‌شـوند؛ کاربرد اصلی این روغن‌ها در پخت‌وپز است و تا حدودی نیز در صنایع مربوط به تولید سوخت و وسایل بهداشتی و آرایشی استفاده می‌شوند. شایع‌ترین انواع این روغن‌ها نیز شـامل روغن نخل، سویا، کانولا و تخمه آفتاب‌گردان اسـت. روغن خرما بیشتر در مناطق گرمسیر آفریقایی، آمریکای شمالی و جنوب شرقی آسیا یافت شـده و حدود ۹۰درصد از این روغن برای مصارف خوراکی به کار گرفته می‌شود. روغن کانولا که به روغن کلزا نیز معروف است، در سال‌های اخیر مصارف خوراکی زیادی در جهان پیدا کرده اسـت که خصوصا با داشتن مقادیر بیشتری از اسیدهای امگا۳ و امگا۶ و حجم کمتری از اسیدهای چرب اشباع‌نشده، طرفداران زیادی در جهان پیدا کرده است؛ به‌طوری‌که در سال‌های ۱۹۹۶-۱۹۹۵ میزان مصرف این روغن ۱۱,۲میلیون تن بوده است و در سال‌های ۲۰۱۴-۲۰۱۳ به ۲۵,۶۳میلیون رسیده است. به‌طـور کلی طبق آمار، مصرف روغن خوراکی در جهان

در سال‌های ۲۰۱۵-۲۰۱۴ به شرح زیر بوده است: روغن خرما: ۶۰,۷۳میلیون تن؛ روغن سویا: ۴۶,۷۹میلیون تن؛ روغـن کلزا: ۲۷میلیون تن؛ روغـن تخمه آفتاب‌گردان: ۱۵,۱۸میلیون تن و مصرف دیگر روغن‌ها ۲۳,۵۷میلیون تن بوده است.

روند رشد بازار جهانی روغن‌های نباتی

در سـال‌های اخیـر بـا توجـه بـه اهمیتـی کـه مصرف‌کنندگان جهانی به مصرف روغن گیاهی به جای روغـن حیوانی می‌دهند، میزان تقاضا برای این روغن‌ها بیشتر شده و در نتیجه رشد چشمگیری را در این صنعت مشاهده می‌کنیم که در آمارهای فوق نیز کاملا مشهود است. با روند افزایش تقاضا برای روغن‌های گیاهی، ارزش بـازار جهانی این صنعت نیز رشـد قابل توجهی یافته و تجارت پررونقی را رقم زده اسـت. طبق گزارش سایت MarketsandMarkets بـازار روغن‌هـای نباتی در سـال ۲۰۱۲ به ارزش ۸۱میلیارد دلار تخمین زده شده بود و در حال حاضر بنابر نظر تحلیلگران انتظار می‌رود تا سـال ۲۰۱۷ با نرخ رشـد سـالانه ۲,۵درصد افزایش یافته و به ارزش ۹۱,۴میلیارد دلار برسد. رشد جمعیت، بالاتر رفتن آگاهی‌های پزشکی مردم و اهمیت دادن به رژیم‌های غذایی سـالم از جمله عوامل رشـد این بازار هسـتند. در این میان خصوصا مناطق در حال توسـعه که جمعیت بیشتری نیز دارند، از جمله مصرف‌کنندگان اصلی این صنعت به شـمار می‌رونـد. طبق آمارهای به دسـت آمده، بازارهای اصلی این صنعت نیز کشورهای آسیایی هسـتند و اروپا و آمریکای شـمالی نیز از نظر مصرف در رتبه‌های بعدی قرار دارند.

صنعت روغن‌های خوراکی در ایران

صنعت روغن خوراکی در ایران وابسـته به واردات مواد خام اسـت، اگرچه در سال‌های اخیر روغن‌های موجـود در ایـران اکثرا تولید داخل هسـتند اما این نکتـه را نباید از نظر دور داشـت کـه تولیدکنندگان ایـن صنعت بسـیاری از مواد اولیه و خـام مورد نیاز خـود را وارد می‌کنند. بنابراین نوسـان قیمت در این صنعت وابسته به نوسانات مواد خام وارداتی آن است کـه در سـال‌های اخیر رو به افزایش بوده اسـت. در ایـن میان گروه صنعتی بهشـهر از مهم‌ترین رهبران تولیـد روغن‌های گیاهـی در سـال ۲۰۱۵ بوده که ۴۹درصد از سـهم این تجارت را بـه خود اختصاص داده است. روغن‌های خوراکی لادن، بهار، نسترن و... از معروف‌ترین تولیدات این شرکت هستند، همچنین نوآوری‌هـای این گروه صنعتی در بسـته‌بندی و ارائه کیفیت مناسب از دیگر ویژگی‌های آن است.

منابع:
www.cmegroup.com
www. marketsandmarkets.com
www. statista.com
www.euromonitor.com

گزارش «فرصت امروز» از بازار صنعت روغن‌کشی ایران

صنعتی با ظرفیت‌های ناشناخته

شیدا رمزی

اغلب ما در طـول روز حداقل یک‌بار قوطی روغن خوراکـی در انواع مختلف را به دسـت گرفته و از آن اسـتفاده می‌کنیم و معمولا در فهرسـت خرید همگی ما ایـن محصول جای مخصـوص به خـود را دارد. براسـاس آخرین آمار موجود درباره سـرانه مصرف روغن نباتی در کشـورمان، می‌بینیم هر فرد ایرانی تقریبا ۱۸/۵کیلوگـرم روغن در طول سـال مصرف می‌کنـد و همیـن آمـار بیانگر آن اسـت که احتمالا صنعتی پـر از هیاهو و جنب و جوش در کشورمان شکل گرفته است، اما با وجود این نیاز قابل توجه، وابستگی ایران در این زمینه به خارج از مرزهایش به گفته برخی کارشناسـان بیـش از ۹۵درصد اسـت و تنهـا ۵درصد به توانمندی‌هـای داخلی تکیه کـرده و به قول معروف هنوز این صنعت به دل سرمایه‌گذارها نچسبیده است. حال سوال اینجاست که مشکل چیست و چرا هنوز به‌رغم پتانسیل‌های موجود در کشـورمان صنعـت تولید روغـن یا همان روغن‌کشـی در ایـران به جایـگاه اصلی خود نرسـیده اسـت؟ «فرصت امروز» این‌بار سری به صنعت روغن‌کشـی زده تا علاوه بر انتشـار مشـکلات موجـود، راهنمایی مناسـب برای علاقه‌مندان به حضور در این صنعت نیز باشد.

تنها از ۲۶درصد ظرفیت استفاده کرده‌ایم

اکبر سبقتی، عضو هیات‌مدیره و دبیر انجمن صنفی صنایع روغن‌کشی ایران با اشاره به تعداد کارخانه‌های موجود در صنعت روغن‌کشی ایران به «فرصت امروز» می‌گوید: به‌طور کلی تعداد واحدهای روغن‌کشی کشورمان ۲۸واحد است، اما این تعداد همگی فعال نیسـتند و برخی در شـرف تاسـیس و تعداد دیگری هم به دلیل مشکلات موجود رو به تعطیلی هستند. سبقتی در ادامه می‌افزاید: با توجه به دستگاه‌های نصب شده در این واحدها برآورد شده است ظرفیت تولید اسـمی همگی آنها در صـورت فعالیت صددرصـدی، ۴میلیـون و ۶۰۰هزار تن روغن باشد، درحالی که اگر به روند رشد تولید روغن در کشورمان توجه داشته باشیم می‌بینیم هنوز ظرفیت‌های خالی و قابل اتکایی در این زمینه وجود دارد که باید مسئولان نسبت به آن توجه داشته باشند و زمینه‌های بهره‌برداری از آن را در راستای ایجاد ارزش افزوده مناسب ایجاد کنند. وی با اشاره به روند افزایش تولید روغن در ایران تصریح کرد: اگر به اسناد و مدارک موجود توجه داشـته باشـیم درخواهیم یافت که طی سال ۹۲ تنها ۵درصد از ظرفیت اسـمی اعلام شده در کشـورمان فعال بود و این میزان طی سال ۱۳۹۳ بـه چیزی حدود ۱۳درصد رسـید که رشد قابل قبول و مناسـبی را تجربه کرده‌ایم. این درحالی است که صنعت روغن‌کشی ایران در سـال ۹۴ نیـز توانسـت از ۲۶درصد توان تولیـدی خود بهره بـرده و به نفع اقتصاد ملی کشورمان فعالیت کند و هنوز بیش از ۷۰درصد ظرفیـت خالی داریم. ایـن مقام صنفی ضمن تاکید بر رشـد قابل توجه صنعت روغن‌کشی ایران گفت: روند رشـد دوبرابری سالانه صنایع روغن‌کشی کشـورمان بیانگر آن است که اگر بتوانیم در این زمینه سیاست‌گذاری‌های قابل قبول و اصولی داشـته باشیم به سرعت با صد درصد تـوان تولیدی وارد بازار شـده و زمینه صادرات و همچنین دسـتیابی به فرصت‌های قابل توجه اشتغال‌زایی را به اقتصاد ایران هدیه خواهیـم داد، چون کشـورهای اطـراف ایران نیازمند دریافت خدمات و محصولات هستند. وی با اشاره به حجم سرمایه‌گذاری انجام شده در صنعت روغن‌کشـی ایران تصریـح کرد: با توجـه به‌خطوط تولیـد و همچنین تجهیزات نصب شـده در کارخانجات کشور رقمی بیش از ۱۰۰۰میلیارد تومان سـرمایه‌گذاری در این صنعت انجام شـده است که در شرایط فعلی و با توجه بـه افق‌های تازه اقتصادی مقابل ایران لازم است از این حجم سرمایه‌گذاری به نحوی در اشتغال‌زایی و همچنین به حرکت درآوردن چرخ اقتصاد کشورمان استفاده بهینه شود.

سبقتی معتقد اسـت اگر مسئولان با ایجاد شرایط مناسـب و البته حمایت‌های اصولی از صنعت روغن‌کشـی کشـورمان بتوانند زمینه تولید صد درصدی این صنعت را فراهم کنند، روغن‌کشـی در ایران ۳هزار نفر شغل مستقیم و همچنین نزدیک به ۱۰هزار فرصت شـغلی غیرمستقیم را فراهم خواهد کرد، بنابراین لازم اسـت با بازنگری در قوانین و مقررات گذشته متناسـب با توان تولیدی و همچنین نیازهای بازار شـرایطی فراهم شـود کـه کارخانجات روغن‌کشـی کشـورمان بـه جایگاه مناسـب اقتصادی خود دست یابند.

دبیر انجمن صنفی صنایع روغن‌کشی ایران مهم‌تریـن تهدید صنعت روغن‌کشـی ایران را واردات بی‌رویه کالاهای سـاخته شده دانست و افزود: طی سـال‌های گذشـته بـا توجه به سیاسـت‌های غیراصولی یا به نوعی بی‌توجهی مسئولان به صنعت روغن‌کشی کشورمان ورود بی‌رویه کالاهای واسطه‌ای باعث شده تا بخش قابـل توجهـی از سـرمایه‌گذاری‌های صورت گرفتـه در این صنعت به حالت نیمه‌تعطیل یا تعطیل درآید و توان ایجاد گردش مالی مناسب با درنظر گرفتن سطح سرمایه‌گذاری انجام شده را در اقتصاد کشورمان نداشته باشد.

موارد خاص هنوز توجیه‌پذیر نیست

ایـن مقـام صنفـی بـا ایـن توضیـح که سـرمایه‌گذاری در موارد خاصـی چون تولید روغـن از هسـته انگور، کنجـد، کتان یـا. . . متفـاوت از تولیـد انبـوه یا صنعتـی روغن با روش حلال اسـت، گفت: هنـوز ظرفیت‌های خـاص سـرمایه‌گذاری در روغن‌کشـی ایران ناشـناخته باقی مانده و به دلیل نبود تقاضای داخلی یا دسـتیابی به بازارهای خارجی امکان سرمایه‌گذاری عمده در آنها نیست. به صورتی که به‌رغم وجود برخی پتانسیل‌های تولیدی در این بخش مثل هسـته‌انگور یـا دیگر دانه‌های روغنی هنـوز سـرمایه‌گذاری قابـل توجهی در این زمینه انجام نشـده و بیشـتر به‌صورت سنتی، گروهی مشغول به فعالیت‌های اقتصادی کوچک هستند.

وی ناشناخته بودن برخی از انواع محصولات در ایران را نبود تقاضا در بخش‌های بالادستی آن عنـوان کرد و افزود: شـاید در برخی موارد صحبت از تولید روغن‌های خاص مثل هسـته انگور، کنجد یا دیگر موارد شده باشد اما درباره همین روغن هسـته انگور لازم اسـت بدانیم ایـران در بخش‌های بالا دسـتی این محصول هنوز تولیـدی ندارد که صنعت روغن‌کشـی بتواند نسـبت به آن سرمایه‌گذاری توجیه‌پذیر اقتصادی انجام دهـد. به‌عنوان مثال اگر تولید روغن هسـته انگـور در برخی کشـورها رواج داشـته و اکنون زمینه تولید انبـوه آن فراهم شـده بـه دلیل این اسـت که صنعـت تولید برخـی نوشـیدنی‌های غیرمجاز ایـران در آن مناطق بسیار گسترده است و تفاله باقی مانده از آن در واقـع خـوراک صنعت روغن‌کشـی خواهد شـد. درحالی که در کشورمان صنعت تولید این نوع نوشیدنی هیچ جایگاهی نداشته و بیشتر انگور تولید شـده تاکستان‌های ایران به‌صورت تازه‌خوری مورد استفاده قرار می‌گیرد. پس نباید انتظار داشته باشیم در این نوع موارد خاص که بسیار هستند، سـرمایه‌گذاری قابل توجهی انجام شده باشد.

این مقام صنفی در ادامـه افزود: البته مورد یاد شـده تنها یک بخش معادله اسـت چون همان‌طور که می‌دانید بحث تولید و فروش در صنایـع مختلف دارای دو بخش عمده عرضه و تقاضا است که در این زمینه نه تنها مشکلات تامیـن مواد اولیه بـرای تولید در کشـورمان کاملا مشهود است، اما با توجه به قیمت بالای برخی از این نـوع روغن‌ها هنوز تقاضای قابل ملاحظه‌ای هم از سـوی صنایع یـا خریداران معمول نیسـت تا سـرمایه‌گذاران تشـویق به استفاده از فرصت‌های موجود شوند.

بیش از ۹۰درصد وابستگی داریم

اکبر سبقتی با تاکید بر رعایت اصول اقتصاد مقاومتی بـه فرموده مقام معظـم رهبری در صنایـع مختلف از جمله صنعت روغن‌کشـی ایران گفـت: اکنون بیش از ۹۰درصد به خارج از ایران به‌خصـوص در بخش روغن و کنجاله وابسته‌ایم درحالی که اگر میزان تولید دانه‌های روغنـی و همچنین امتیازهای موجود کشـور را در نظر داشـته باشـیم می‌توانیم این میزان وابسـتگی را به حداقل رسـانده و اجازه دهیم با سرمایه‌گذاری اصولی در صنعت روغن‌کشی دو هدف همزمان اقتصادی در راسـتای اجرای سیاسـت‌های اقتصاد مقاومتی به بار بنشیند. چون اگر صنعت روغن‌کشـی ایران براسـاس ظرفیت اسمی خود فعال شود ناخودآگاه بحث واردات خوراک دام هم کاهش یافته و در نهایت دوبخش به ارزش افزوده بالاتری دست خواهند یافت. این مقام صنفی با اشاره به برنامه ۱۰ساله وزارت کشـاورزی در دهه ۸۰ افزود: اگرچه در آن دوران برنامه مناسـبی برای توسعه صنعت روغن‌کشی کشور و ۷۵درصد خوداتکایی آن از سـوی وزارت جهاد کشاورزی و برخی دیگر از نهادها تدوین شده بود، اما با تغییر دولت پس از آن این برنامه به دست فراموشی سپرده شد و اکنون دوباره صحبت‌هایی برای اجرایی شدن مجدد آن پیش آمده که جای امیدواری است.

واردات برای صادرات

سبقتی بحث صادرات در این صنعت را صرفا به‌صورت ورود موقت دانسـت و گفت: با درنظر گرفتن اینکه ظرفیت تصفیه روغن ایران چیزی نزدیـک به ۳/۵میلیون تـن و تنها نیمی از آن برای مصرف داخلی اسـتفاده می‌شـود. در آن دوره که ارز در کشورمان تک‌نرخی بوده برخی از کارخانه‌هـا با توجه به ظرفیـت خالی خود اقدام به واردات موقت کالا با استفاده از قوانین موجـود گمرکی کرده و پـس از انجام فرآیند تصفیـه دوباره محصول را بـه مقاصد از پیش تعیین شده یا مشتریان خود تحویل می‌دادند که پس از چندنرخی شدن قیمت ارز این روش هم غیراقتصادی شـد و اکنـون به آن توجهی نمی‌شـود. وی تصریح کرد: اگـر قیمت ارز در ایـران به‌صورت تک نرخی تعیین شـد زمینه رانت و همچنین واردات کالاهای ساخته‌شـده یـا کنجاله در این صنعت محدود خواهد شـد و رقابت ایجاد شـده باعث ایجاد رونق مناسبی در صنعت روغن‌کشی خواهد بود که امیدواریم مسئولان به این نکته مهم توجه داشته باشند و این نکته را توجه کنیم که کشورهای اطراف ما اغلب نیازمند واردات کالا هستند و می‌توانیم با استفاده از این ظرفیت موجود زمینه مناسبی برای اشـتغال هموطنان خـود فراهم کنیم نه اینکه با واردات محصول نهایی یا ساخته شده به رونق اشتغال در آرژانتین، هندوستان یا برزیل کمک کرده باشیم.

سرمایه‌گذاری

«فرصت امروز» در گفت‌وگو با مدیرعامل شرکت ایران کلدپرس، سرمایه‌گذاری در بازار روغن را بررسی می‌کند

روغن‌کشی؛ معدن طلایی برای سرمایه‌گذاری

با درنظر گرفتن سابقه صنعت روغن‌کشی در جهان از سال‌ها پیش که با استفاده از شیوه‌های کاملا سنتی صورت می‌گرفت، می‌بینیم طی دورانی این نوع روغن‌کشی بنا به سودآوری قابل توجهی که داشـته از طریق برخی کشـورها مثـل آمریکا با اسـتفاده از شـیوه‌های صنعتی به‌صورت انحصاری درآمد که همان خط تولید پرس گرم امروزی است.

امـا نکته جالب توجه اینجاسـت که اکنون همان کشـور و برخـی از کشـورهای صاحب‌نـام در تولید خطـوط تولید روغن‌کشی پرس گرم با درنظر گرفتن مشکلات زیست‌محیطی و سلامتی این نوع روغن‌کشی برای جوامع به دنبال استفاده از سیستم‌های روغن‌کشی سرد، اما به‌صورت صنعتی هستند تا از گرمای دلچسب بازار روغن در دهکده جهانی دوباره به نفع خود استفاده کنند. این تغییر رویه و ایجاد بازاری بسیار قابل توجه باعث شده تا فرصت‌های سرمایه‌گذاری قابل ملاحظه‌ای در کشـورهای مختلـف از جمله ایران ایجاد شـود. از این رو «فرصت امروز» با امیرمحمود مقدسی، مدیرعامل شرکت ایران کلدپرس گفت‌وگویی داشته که در ادامه می‌خوانیم.

فرصت ارگانیکِ سرمایه‌گذاری

امیرمحمود مقدسـی، مدیرعامل شـرکت ایران کلدپرس و مخترع دستگاه روغن‌کشی سـرد درباره سرمایه‌گذاری در این صنعت به خبرنـگار «فرصت امروز» گفت: همان‌طور که می‌دانیـد صنعت تولید روغـن با روش پرس گـرم به نوعی همانند صنعت نوشـابه اسـت و از آنجا که سرمایه‌گذاران به سـرعت صاحب ثروت کلانی می‌شدند، زیاد اجازه فعالیت به سـرمایه‌گذاران دیگر را که قصد استفاده از شیوه‌های سنتی داشـتند نمی‌دادند. به همین دلیل می‌بینیم توجه زیادی به اسـتفاده از سیسـتم‌های تولید روغن از طریق پرس‌سرد در سراسر دهکده جهانی تاکنون نشده و مدت‌کوتاهی است که با توجه به اهمیت سلامتی، سرمایه‌گذاری در این روش با ارزش افزوده بسیار بالا و تقاضای عمده مواجه شده است.

مقدسـی در ادامه افزود: از آنجا که امروز بحث اسـتفاده از محصولات ارگانیک در اغلب کشورها رونق گرفته؛ لازم است درباره سرمایه‌گذاری در این صنعت (روغن‌کشی با پرس سرد) دوبـاره فکر کرده و بـه نوعی برای اقتصادی کـردن آن گام برداریم. این نقشه راه شـرکت ایران کلدپرس از سال ۱۳۷۴ شد تا دستگاه پرس سرد برای روغن‌کشی به‌صورت مکانیزه و صنعتی را تولید و روانه بازار کند و تاکنون در این زمینه نه تنها بخش قابل توجهی از تولیدات خود را داخل کشـور فروخته؛ بلکه در آمریکا، اروپا و برخی کشورهای دیگر نیز مشتریان قابل قبولی به خود جلب کرده‌ایم و حتی تقاضای مشارکت داریم. این فعال صنفی با اشـاره به کم‌کاری انجام شـده در توسعه این نوع روغن‌کشـی که می‌تواند زمینه اشتغال قابل توجهی نیز داشـته باشـد، تصریح کرد: کارشـکنی‌ها، کم‌توجهی‌ها و همچنین سـوءمدیریت‌های عمده‌ای در ایـن زمینه دیده می‌شـود که برخـی از فعالان صنف و حتـی تولیدکنندگان دستگاه‌های این چنینی به سرمایه‌گذاری در کشورهای دیگر تشـویق شـده‌اند. به‌عنوان مثال، گروهی از صاحبان سرمایه ترکیه‌ای چندی پیش با ارائه پیشـنهادهای بسیار قابل توجه به شـرکت ایران کلدپرسینگ قصد داشتند نظر ما را به خود جلب کنند تا در آن منطقه کارخانه تولید دستگاه روغن‌کشی سرد را افتتاح کنیم، بنابراین دور از واقعیت نیست اگر بگوییم در اروپا بیشتر از ایران مشهور شدیم.

معدنی پراز طلا؛ اما ناشناخته

وی با اشاره به فرصت‌های خاص سرمایه‌گذاری در این نوع از روغن‌کشـی با دستگاه سـرد به «فرصت امروز» می‌گوید: سـرمایه‌گذاری در بخش روغن کشـی با دستگاه پرس سرد چه به‌صورت کارگاه‌های کوچـک و چه به‌صورت تولید انبوه کاملا توجیه‌پذیر است و می‌توان از آن به‌عنوان معدن طلایی ناشـناخته یاد کرد. به‌عنوان مثال، می‌توان یکی از پروژه‌های سودآور را برای سرمایه‌گذاری در تولید روغن نارگیل دانست چـون این روغـن در صنایع مختلف مثل، صنایع شـوینده، پتروشـیمی، آرایشـی و بهداشـتی و خوراکی قابل استفاده اسـت و براساس تحقیقات در کشـورمان نزدیک به ۱۵ تن و در کشـورهای حاشیه خلیج فارس ۱۰هزار تن از ماده سالانه مورد نیاز اسـت، بنابراین بازار قابل توجهی درفاصله چند صد کیلومتری ماسـت. به اعتقاد این فعال صنفی، چشم‌انداز این تولید در داخل کشـور بسیار روشـن و سودآور است، چرا که اکنون این تولید در خارج از مرزهای کشـور صورت گرفته و محصول نهایی با ارزبری قابل توجه وارد ایران می‌شود. درحالی که اگر این نوع سرمایه‌گذاری در کشورمان انجام شود حداقل ۴۰درصد سـودآوری در یک دوره حداکثر پنج‌ماهه به دست می‌آوریم. مقدسی معتقد اسـت بهترین نقطه برای این‌گونه سـرمایه‌گذاری‌ها با توجه به تقاضای قابـل توجه خارجی تا داخلی، مناطق آزاد و مناطق ویژه تجاری هستند. چون بخش قابل توجهـی از موادخام اولیه مثل نارگیل یا برخی دانه‌های روغنی دیگر باید از خارج وارد شـوند که سـرمایه‌گذاری در مناطـق آزاد به نوعی مانع از درگیر شـدن با قوانین گمرکی خواهد بود. وی حداقل سـرمایه مورد نیـاز را برای راه‌اندازی یک واحد تولیـدی روغن نارگیل صنعتی بـا ۲۰۰متر مربع مسـاحت را نزدیک به ۱/۵میلیارد تومان برآورد کرد و گفت: از آنجا که بحث هزینه انرژی در این نوع روغن‌کشـی بسـیار پایین اسـت و بدون نیاز هرگونه سـوخت فسیلی یا آلودگی می‌توان در این زمینه سرمایه‌گذاری کرد، ارزش افزوده بالاتری نسبت به سـرمایه‌گذاری‌های انجام شده با شیوه روغن‌کشی گرم و اسـتفاده از حلال ایجاد می‌شود. وی تصریح کرد: این سرمایه‌گذاری در واقع دو نوع محصول برای واحدهای تولیدی ایجاد می‌کند که یکی روغن مورد بحث است. اما بخش قابل توجـه دیگر مربوط به باقی‌مانده دانه‌هاسـت که این بازمانده نیز خود دارای قیمت قابل توجهی به‌عنوان خوراک دام است. بنابرایـن اگر واحدهای تولیدی اینچنین در کشـورمان رونق بگیرند ناخودآگاه از بحث واردات خوراک دام آن هم با کیفیت بسیار بالا برخوردار خواهیم شد و دیگر نیازی به واردات نداریم که دقیقا ترجمه واقعی از اقتصاد مقاومتی است.

مشاغل خانگی در کنار پروژه‌های صنعتی

مقدسـی با اشاره به افزایش تعداد فروشگاه‌های ارائه‌دهنده روغن طبیعی در اقصی نقاط کشـورمان بـه «فرصت امروز» گفـت: امـروزه در بسـیاری از شـهرهای ما فروشـگاه‌های روغن‌کشـی از دانه‌های روغنی در مقابل مشـتری یکی پس از دیگری افتتاح می‌شوند که هرکدام می‌توانند منبع درآمدی برای افراد از ۲میلیون تا ۷میلیون تومان در ماه شناخته شوند.

بـه اعتقـاد این فعال صنفـی ارزش افـزوده و فرصت‌های صادراتـی موجود در ایـن زمینه آنچنان بالاسـت که حتی کارخانه‌های صنعتی بزرگ فعال در دیگر شـاخه‌های صنایع غذایی نیز به استفاده از این نوع روغن‌کشی علاقه‌مند شده‌اند. به‌عنوان مثال، صنایع غذایی شـادلی که در زمینه تولید انواع کنسـانتره و آب‌میوه فعالیت دارد مدتی اسـت بـا راه‌اندازی خطوط روغن‌کشـی سـرد خود اقدام به تولید روغن از تفاله برخی میوه‌ها مثل انار یا انگور کرده است. این کارخانه با درنظر گرفتن حجم بالای هسته اناری که سالانه برای تولید کنسانتره در فصل برداشـت محصول تولید می‌کند سهم قابل قبولی از بازارهای اروپایی و آمریکایی را به خود اختصاص داده و به‌ازای هرکیلوگرم روغن هسته انار یکصد دلار کسب درآمد می‌کند (براساس آخرین قیمت‌ها) درحالی که تا همین چندی پیش این تفاله خوراک دام بود.

این درحالی اسـت که بسیاری از سـرمایه‌گذاران کوچک و حتی بازنشسـتگان با خرید دستگاه‌های تک‌فاز معمولی با افتتاح فروشگاه‌های فروش روغن طبیعی امروز درآمد مناسبی برای خود ایجاد کرده‌اند. بنابراین لازم اسـت امروز که تعداد بیکاران در کشـورمان روبه افزایش اسـت مسئولان به امتیاز این نوع سـرمایه‌گذاری توجه کرده و شرایط سرمایه‌گذاری را تسهیل کنند، چون نیازی به نقدینگی برای آن نیست. مخترع سیستم روغن کشی با پرس سرد در پایان به «فرصت امروز» گفت: مبلغ خرید هر یک از این دسـتگاه‌ها با توجه به توان و منبع انرژی متفاوت اسـت که از ۱۰میلیون تومان تا بالاتر از ۵۰میلیون تومان قیمت‌گذاری شده است. البته نباید فراموش کنیم هرچه پروژه بزرگ‌تر باشد بدون تردید هزینه دستگاه نیز بیشتر از این ارقام خواهد بود.

دیدگاه

بازگشت صحنه داران اصلی اقتصاد

محمود سیادت
رئیس اتحادیه صادرکنندگان خراسان رضوی

اگـر بخواهیم تاثیرات رفع تحریم‌هـا را در این بازه زمانی کوتاه بررسـی کنیم، به هیچ عنوان نمی‌توانیم منکر تاثیرات مثبت آن شـویم. در گام نخست باید به این نکته توجـه کرد که اگر برجـام روی نداده بود و ما همچنان در شـرایط تحریم به سر می‌بردیم چگونه شرایطی را متصور بودیم! دوران پیش از برجام دورانی بود که حالت دینامیکی داشت و مدام حلقه محاصره را تنگ‌تر می‌کرد و اگر برجام به نتیجه نمی‌رسید در این سه سال ما در چه نقطه‌ای قرار می‌گرفتیم. نقطه‌ای که ممکن بود قابل مقایسه با شرایط کره شمالی یا حتی بدتر از آن می‌بود. بنابرایـن اگر نتایج برجام را نادیده بگیریم به نوعی کم لطفی است.

امـا اگر توقع و بـرآورد ما از نتایـج برجام تغییرات اقتصادی و بهبود شرایط معیشتی مردم است، طبیعی است که این تغییر را شاهد نباشیم. به این دلیل که در این سـال‌های طولانی که تحریم‌هـا در حال اجرا بود قواعد بازی در کشور ما تغییر کرد. سیاست‌های دولت قبل و به نحوی شـرایط تحریـم به‌گونه‌ای در اقتصاد رفتار کرد که بسیاری از فعالان اقتصادی را خانه‌نشین کرد، تولید را به حاشـیه راند و دلالی و واسطه‌گری را باب کرد. متاسـفانه در آن دوران افرادی صاحب ثروت شـدند که استحقاق آن را نداشتند و کسانی که فعال و متخصص حوزه تولید و کسـب‌وکار بودند بی‌تقصیر از ادامـه فعالیت محروم شـدند؛ بنابراین تا دوباره این موازنـه تغییر نکند و صحنه‌داران اصلـی اقتصاد وارد عرصه نشوند و میدان‌داری نکنند و افرادی که در این حـوزه تخصصی ندارند و به ناحق وارد آن شـده‌اند به حاشیه رانده نشوند، بی‌شک تغییراتی که انتظار می‌رود روی نمی‌دهد. برای رسـیدن به ایـن هدف نیز زمان لازم است و تا تعادل برقرار شود نیاز به تغییراتی است که در نتیجه رسـیدن به مطلوب در بازه زمانی کوتاه روی نمی‌دهد و آهسـتگی تغییرات اقتصادی طبیعی و منطقی است. شرایط تحریم متاسفانه با سیاست‌های پوپولیسـتی و سیاست‌های مقطعی و غیرکارشناسانه دولت وقت همراه شـد که متاسـفانه بیش از شرایط تحریم به اقتصاد کشور آسیب وارد کرد. البته نمی‌توان منکر آن شد که شاید بخشی از آن سیاست‌ها متاثر از شـرایط تحریم بود که دولت را ناگزیر به تصمیم‌های مقطعی می‌کرد اما آسیب‌های تحریم و آن سیاست‌ها بـه قدری عمیق و جدی بوده‌اند که تا درازمدت اثرات آن در اقتصاد ملی ما مشهود خواهد بود. شاید به شکلی بتوان گفت که شرایط تحریم حتی اثرات مخرب‌تری نسـبت به دوران جنـگ بر اقتصاد داشـت. در دوران جنگ اقتصاد ما محدود نبود اما در شرایط تحریم تمام دنیا در مقابل ما بودند و تنها تعداد محدودی کشورها به تعداد انگشت‌های دست با ما با در نظر گرفتن همه جوانب مراوده اقتصادی داشتند؛ بنابراین این یک اصل است که تولید وقتی در کشوری آسیب ببیند و رشته کار از دسـت کارفرما و کارآفرین و تولیدکننده خارج می‌شـود اثراتش محدود به همان زمان نمی‌شود و تا تثبیت شرایط دوباره این اثرات قابل لمس است.

در حـوزه صادرات هم اگـر بخواهیم صحبت کنیم صادرات کالاهای سنتی ما همواره اتفاق می‌افتاد اما هنر در این است که ما کالاهایی با ارزش افزوده و کالاهای صنعتی خود را بتوانیم صادر کنیم. متاسفانه در حوزه تولید به دلیل بی‌توجهی، مشـکلات و فشارهایی که بر عرصه تولید رفت، راندمـان و بهره‌وری‌مان کاهش پیـدا کرد و به دلیل گران تمام شـدن تولیدات مقوله رقابت‌پذیـری با مشـکل رو به رو شـد و مجموع این مسائل سبب شـد که ما بازارمان را از دست بدهیم و رقبا بازارهای ما را تصاحب کنند.

باید به این نکته توجه داشـت که در عرصه جهانی شرایط تغییر می‌کند و شرایط تحریم آسیب‌های جدی بـه اقتصاد و تولیدات ما زد. متاسـفانه به دلیل اثرات منفی تحریم‌ها در بسـیاری از کشورها ما همچنان از سهم حقیقی خودمان به‌عنوان بخش صادرات محروم می‌شویم. بخش خصوصی در فضای کسب‌وکار فعالیت می‌کند. بخشـی از بهبود شـرایط بخش‌خصوصی به مسـائل درون بنگاهی باز می‌گردد که در آن مسـائل فعالان بخش خصوصی می‌توانند با افزایش راندمان و برنامه‌ریزی بهتر می‌تواند رو به تعالی و بهبود گام بردارد اما مسائل محیط کسـب‌وکار که خارج از بنگاه است مدام بر کار بنگاه‌ها تاثیر می‌گذارد. اقتصاد کشور ما نه یک اقتصاد با ثبات مانند اقتصاد کشـورهای پیشرفته اسـت که دولت نقشش بسـیار کمرنگ است و فقط به‌عنوان ناظر نقش دارد و نه اقتصادی غیرسیاسی است که مسائل سیاسی بر آن اثر نگذارد. در بسیاری مواقع کلیت حاکمیت و نـه فقط دولت با اتخاذ تصمیم‌ها و سیاسـت‌هایی که در پیش می‌گیرند فعالان اقتصادی را نیز متاثر می‌کنند. حتی شرایط دولتی منظور کلیت نظام با ایجاد فضای مناسـب بـرای برخی بنگاه‌های دولتـی، نگرفتن مالیـات، پرداخت سوبسـید و دیگر امتیازات نه تنها از بخش‌خصوصی حمایت نمی‌کنند، بلکـه حتـی برخی از ایـن مراکز به رقابـت با بخش خصوصی مشغول هستند.

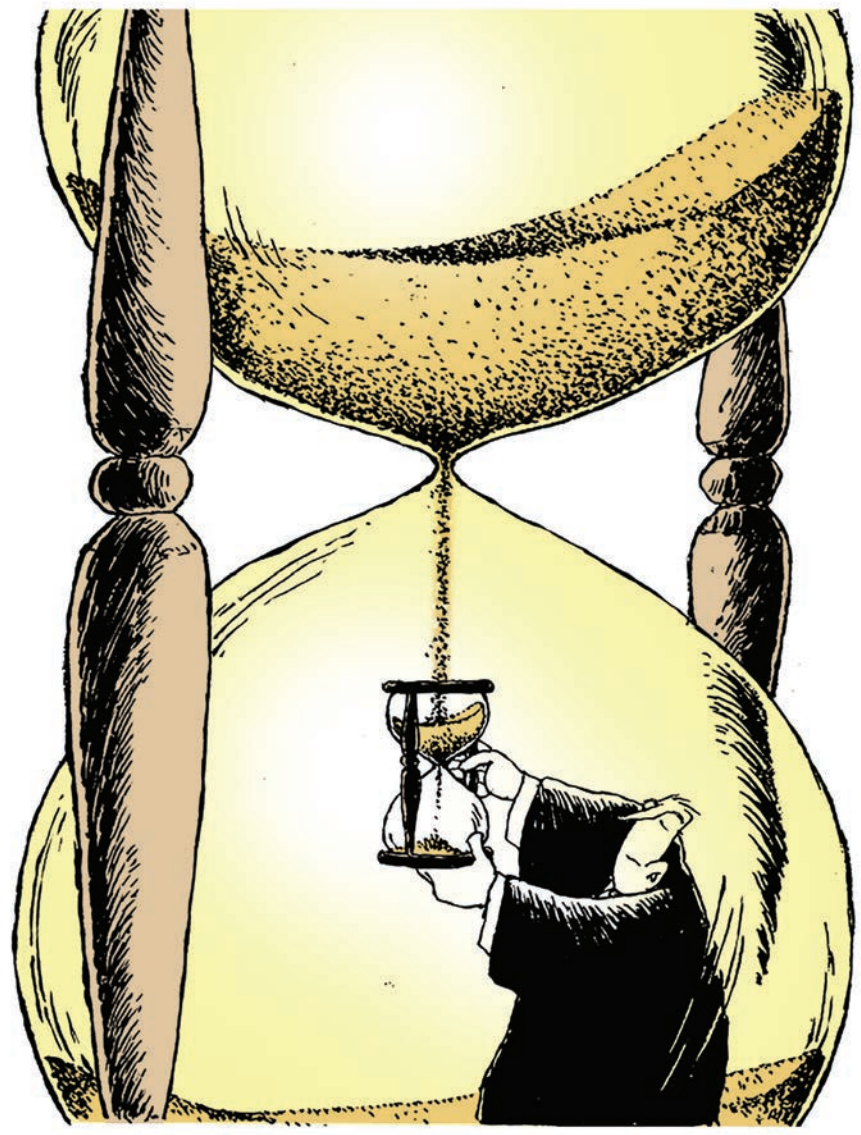
اما با وجود همه موانع و شرایط نباید منکر این شد که بخش خصوصی نیز نیاز به تغییرات اساسی دارد. لازم است در بنگاه‌ها و تشکل‌ها جراحی‌های جدی صورت بگیـرد. در نهایت با جراحی جدی در فضای اقتصادی از بخش‌خصوصـی تـا کل حاکمیت بـا این تغییرات می‌توان فضای اقتصاد را تعالی بخشـید که متاسفانه هنوز این اراده در حاکمیت دیده نمی‌شود. من نگران هسـتم که برای این اتفاق دیر شـود و روزی به خود بیاییم که هزینه آن جراحی از آنچه امروز ممکن است بسیار بالاتر باشـد. لازمه اصلی تغییرات در وهله اول اراده کل حاکمیت و پس از آن تعامل زیرمجموعه‌های حاکمیت است که متاسفانه امروز میان این جریانی که باید تحول‌ساز و زمینه‌سـاز باشد برای فعالیت بخش خصوصی این تعامل و همصدایی وجود ندارد و تا این اتفاق روی ندهـد نمی‌توان انتظار تحول اقتصادی که فضای پسا برجام در اختیار ما گذاشته، باشیم.

«فرصت امروز» توقعات از چگونگی اجرای برجام را بررسی می‌کند

برجام؛ فاصله واقع‌بینی تا توقع

سارا برومند
sarabouromand@gmail.com

زمانی کـه جزییات برجـام به تصویب مجلس رسید، وزارت امور خارجه موظف شـد هر سـه ماه گزارش خود را از اجرای بندهـای این توافق بـه مجلس ارائه کند. اما در گزارشـی که به تازگـی به مجلس ارائه شـده، مجلس عقیده دارد که برجام نتوانسـته مطالبات خـود را پیش ببرد و تغییـرات مطلوب را در فضـای اقتصادی ایجـاد کنـد. البتـه مجلس تنها سـویه منتقد برجام نیسـت. همواره بسیاری از منتقدان برجام معتقد بودند که مشکلات اقتصادی بـا برجام برطرف نخواهد شـد و بیـش از برجـام باید به فکر برداشـتن موانع و مشـکلات داخلی بـود؛ مقوله‌ای که بیشـتر سویه سیاسـی تا کارشناسی داشت، زیرا همین منتقدان سیاست‌های غیرکارشناسـانه دولـت قبـل را شـاهد بوده‌انـد و در برابر آن سـکوت کرده‌اند. بـه هـر حـال اینکـه مشـکلات داخلی بخش عمده مشـکلات اقتصادی کشـور را تشـکیل می‌دهند چنـدان ارتباطی به مسـئله برجام ندارد. آنچه مسـلم است برداشـتن تحریم‌ها مهم‌تریـن قدم برای رفع موانع پیش روی کشـور بوده است و وزارت خارجه به‌عنـوان بازوی بین‌الملل کشور رسالت خود را به سرانجام رسانده اسـت. حال اینکه متوقع باشیم یک شبه همـه بندهای آن عملیاتی شـود و اثرات مثبـت آن یـک شـبه اقتصاد کشـور را بهبود بخشد توقع نابجا و به دور از ذهنی اسـت. مقوله‌ای که بخش خصوصی نیز بر آن اذعـان دارد و هـر چند معتقد اسـت تغییرات اقتصادی روی نداده اما برجام را امیدی می‌داند که می‌تواند اقتصاد کشور را دچار تحول کند.



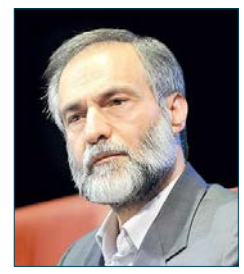
محمدحسین برخوردار:

رکود مانع مشاهده تغییرات اقتصادی شد

محمدحسـین برخـوردار، رئیس سابق مجمع عالی واردات معتقد اسـت کـه رکـود مانع مشاهده تغییرات اقتصادی شده اسـت و اینکه بخواهیم تغییرات ناشی از برجام را نادیده بگیریم غیرمنصفانه است.

به تازگی گزارشی که وزارت خارجـه بـه مجلـس درباره اثرات برجام داده سبب شده تا مجلس به این نتیجه برسد که برجام تاکنون نتوانسـته تغییراتـی را با خود به همراه بیاورد، شـما به‌عنـوان فعال بخش خصوصی آیا در حوزه خود این تغییرات را شـاهد هستید؟

به هر حـال نمی‌توان تغییرات اقتصادی که اتفاق افتاده است را نادیده گرفت. بر کسـی پوشیده نیسـت که پس از برجام شرایط اقتصادی ایران به سـمت تعامل بـا دیگر کشـورها اسـت. پیش از برجـام نوعـی جبهه‌گیری در کشورهای مختلف وجود داشت کـه اکنـون گارد این کشـورها نسـبت به ایران باز شـده است. اما با وجود باز شدن فضا، آمریکا همچنان فشـارهای خـود را بر کشـورهایی که تمایل به تعامل با ایران دارنـد وارد می‌کند، زیرا گـردش مالـی کاری امریـکا با ایران در مقابل اروپا با ایران قابل قیاس نیسـت و آنها بـا در نظر گرفتن منافع خود این فشـارها را اعمـال می‌کنند. بـا این‌همه برجام رسـالت خود را انجام داده اسـت و اگر آمریکا بگـذارد و ما مدیـران نیز کمـر همت ببندیم تا با نـوآوری، افزایش کیفیت و کاهش قیمت وارد عرصه رقابت بین‌الملل شویم، می‌توانیم از این گردنـه عبور کنیـم، در غیراین صـورت برجـام کاری از پیـش نخواهد بـرد و تنها امضایی روی کاغذ است. به این معنا که علاوه بر فشارهای غیرمنصفانه و متضاد با حقوق بشر که در دوران تحریم بـر ما رفت و اکنون نیز همچنان ادامـه دارد اگـر مـا در داخـل تلاشـی برای تغییر انجام ندهیم نمی‌توانیـم در این حیطه موفق شویم. متاسـفانه آمریکا با وجود ادعای دفاع از حقوق بشـر، خود بـا اعمال تحریم‌ها، حقوق بشـر را نسبت به ایران زیر پا گذاشت و ملـت ایـران را بـا تحریم‌ها از دسترسی به داروهای ضروری و نیازهای اولیه انسانی مانند کار و رفاه اجتماعی محروم کرد، البته همچنان هم این فشارها هست. بـه هر حال ما پتانسـیل داخلی داریم و با همین مقدار گشایشی کـه اتفـاق افتاده اسـت بخش صنعـت و تولید باید به سـمتی گام بـردارد کـه محصولاتش را صادرات محور کنـد، بحث‌های



رقابتی مانند قیمت تمام شده و بهره‌وری نیز محقق خواهد شد و آن زمان است که تغییرات ناشی از برجام محسـوس و قابل لمس خواهد شد.

با توجه به صحبت‌های شـما و پتانسـیل‌های موجود، آیا در ایـن بـازه زمانـی کوتـاه تغییـرات اقتصـادی اندکی به سـمت رسـیدن آن هدف غایـی صورت گرفته اسـت، آیا برجـام تاکنون فقط روی کاغـذ بـوده و همچنان هیچ تکانی در حوزه اقتصاد اتفاق نیفتاده است؟

بـه هر حال تغییـرات صورت گرفته و حرفی که زده می‌شـود بایـد منصفانه باشـد. نمی‌توان بـدون آمـار و اعـداد و ارقـام فقط مبتنی بـر کلیت گفت که تغییری انجام نشـده اسـت. به نظر من بی‌شـک ایـن تغییرات اتفاق افتاده اسـت، اما متاسفانه چون رکـود در فضای اقتصادی روی داده ایـن رکـود مانـع مشاهده تغییرات اقتصادی شد. با برطرف شدن رکود و مشکلات اقتصـادی داخلی بی‌شـک این تغییرات مشهود خواهد بود.

حـال بـا توجـه بـه اینکـه تغییرات زمانبر هستند و اگر همیـن امروز هـم مدیران به سمت تغییر در بنگاه‌ها بروند یک شـبه تغییرات اقتصادی اتفاق نمی‌افتد، فکر می‌کنید کـه چه زمـان بتـوان اثرات مثبـت برجـام را بـر اقتصاد کشور مشاهده کرد؟

متاسـفانه چیـزی حـدود ۴۰ درصـد جمعیـت کشـور حقوق‌بگیر دولت هسـتند، اعم از کارمنـد، بازنشسـته و افرادی که زیرمجموعه تامین مسـتقیم دولـت هسـتند. ایـن جـدای هزینه‌های یارانه‌ای اسـت. حال شـما در نظـر بگیریـد دولتـی را که همـه درآمدش ناشـی از نفت اسـت و پـس از برجام هم کاهش قیمـت نفت از آن سـو به کشـور ضربـه زد. بخش دوم درآمد دولت نیز از مالیات تامین می‌شـود. بنابراین دولتـی با این همه هزینه و این منابع درآمدی محدود نمی‌توانـد نقش عمرانی خود را برعهده بگیـرد و بیش از آنکه به فکر توسعه اقتصادی باشد مجبور اسـت هزینه‌هـای جاری خـود را تامین کنـد. بنابراین در این شرایط اگر شما فکر کنید که نشانه‌های اقتصادی خیلی سریع اتفاق بیفتد، این امر شدنی نیست و بی‌شـک تا رسـیدن به شرایط مطلوب، زمان طولانی نیاز است.

حسین سقا رضوی:

برجام عملیاتی نشده است

حسین سقا رضوی، مدیرعامل شـرکت کاشـی فیـروزه معتقد است برجام نتوانسته اهداف خود را عملیاتـی کند و اگـر نگوییم وضعیت بدتر نشده حداقل شرایط اقتصادی تغییر نکرده است.

بـا توجـه بـه اینکـه مجلس معتقـد اسـت پـس از برجام تاکنون تغییراتی ایجاد نشده است و همچنان شرایط مانند دوران پیشا برجام است، شما به‌عنوان فعال بخش‌خصوصی ایـن شـرایط را چگونـه ارزیابی می‌کنیـد، آیا به واقع گشایش‌ها برای شما مشهود نیست؟

اسـتثنائا این بار مجلس حرف درسـتی زده اسـت. گویـی که صدای مردم سـرانجام به مجلس رسیده است. زیرا مجلس همواره جانـب دار دولت بوده اسـت. اما در این مورد به هر حال این عدم تغییر و مشـکلات احساس شده است. شـاید در مشاغل مختلف این تغییر متفـاوت به نظر بیاید امـا حداقل در حوزه سـاختمان که ما فعال هستیم، پس از برجام شرایط نه‌تنها بهتر نشده که بدتر هم شده است.

یعنی شـما فکر نمی‌کنید که اگر پس از تحریم مشـکلات بیشـتر شـده، اگر تحریم‌ها همچنان اعمال می‌شد شاید شـرایط بدتر از آنچـه امروز هست، می‌شد؟

مـا آن شـرایط را تجربـه نکرده‌ایم کـه بتوانیم نظر دهیم. ما برجام را پشت سر گذاشته‌ایم و توقع گشایش و تاثیرات مثبت داشـته‌ایم که این اثـرات مثبت محقق نشـده است. اگر بخواهیم عددی درباره حداقل ساخت‌وساز ساختمان عنوان کنیم، شرایط تا ۱۰درصـد در این دو سـاله بدتر شده است. البته خیلی خوشبینانه بخواهیم نگاه کنیم این است که در اقتصاد پسرفت نداشته‌ایم و در همان شرایط باقی مانده‌ایم. خود جناب ظریف هم گفته که برجام تا سـر سـفره مردم نیاید، کسی متوجه نمی‌شـود که برجام موثر بوده است.

برخی معتقدند نمی‌توان توقع این تغییـرات آن هم بر سـر سـفره مـردم را در این مدت کوتـاه داشـت و بـرای اینکه اثرات برجام مشاهده شود نیاز به زمان داریم، شما این نظر را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

به‌گونه‌ای این صحبت درست است. متاسـفانه اما سیاست‌های انبسـاطی و انقباضـی در زمان درسـت انجـام نگرفته اسـت. متأسفانه از آنجا که هدف کاهش تورم‌ها بوده، به رکود دامن زده و حداقل در صنعت ساختمان که ۷۰درصد کل صنایع را تشـکیل می‌دهد، شـرایط نامناسـبی را رقم زده اسـت. آنچه اکنون مهم است بازگشت سرمایه به صنایع است. متاسـفانه اکنون به دلیل نظـام بانکی و سـودهای بانکی، سـرمایه‌ها در بانک‌ها قفل شده است. اغلب افراد فعال در صنایع پول‌های‌شـان را آزاد کرده‌انـد و سـپرده را به سـرمایه‌گذاری ترجیـح داده‌اند. زیرا آن فضا هم امن‌تر اسـت هم مالیـات ندارد. درحالی‌کـه باید این سـرمایه‌ها به بازار بازگردد. سودهای بانکی یـا باید حذف شـوند یا به نوعی مالیاتی متناسب با بخش صنعت به آنها تعلق بگیـرد تا تمایل به سـرمایه‌گذاری بازگـردد. خود رئیس بانک مرکـزی نیز بر این عقیده است که باید بر سپرده‌ها مالیات گذاشـت تا سرمایه‌ها به بازار بازگـردد. دولت برای تامین منابـع مالـی خـود بـر اصناف فشـار وارد می‌کند و مالیاتی بر سودهای بانکی که به نوعی پول بادآورده اسـت، اعمال نمی‌کند و همین می‌شـود کـه تمایل بر ورود به صنعت از سوی صاحبان سرمایه وجود ندارد. در آن زمان اقتصاد کشـور متحول می‌شود و در بازار ایجاد اشـتغال می‌شود و رکود از بین می‌رود.

مسـائلی که مطـرح می‌کنید بیـش از آنکه مسـئله برجام را نشـانه بـرود، مشـکلات سیاسـت‌های داخلی اسـت. اگر بخواهیم بر مسئله برجام تکیه کنیـم و گشـایش‌های بین‌المللی که ایجاد شـده، به زعم شـما آیا این گشایش‌ها دسـت بخش‌خصوصـی را باز نگذاشـته تا از پتانسیل‌های موجود اسـتفاده کنـد و خود وارد عمل شود؟

یکـی از کارهـای برجـام رفع تحریم‌ها بر بانک مرکزی و گشایش ال‌سـی است. اکنون ال‌سی‌ها نیم بند و مدت دار اسـت که در واقع ارزشی برای بخش‌خصوصی ندارند. اگر ال سی یک ساله و شش ماهه بدهند، نیـاز به وارد کـردن مواد اولیه و ماشـین‌آلات وجـود دارد اما چون ال‌سـی نیست باید بدون پشتیبان پول‌ها به کشورهای دیگه فرستاده شـود و نگرانی نسبت به مبادلات وجود داشـته باشد. اگر سیسـتم بانکی بتوانـد آن نکته مدنظـر در برجام را عملیاتی کند می‌توان از این گشـایش بهره برد. البته همانطور که گفته شد علاوه بر برجام سیاست‌های داخلی هم در تحول اقتصادی موثر اسـت و این دو در کنـار هم اگر عملیاتی شـود می‌توان امید بـه رفع رکود و رشـد اقتصادی داشت. شاید به واقـع این دو مقوله نیـاز به زمان دارد و امیدواریم که سـرانجام این تغییرات ایجاد شود و گشایش‌های اقتصادی مشهود به نظر بیاید.

آزموده

انتظاراتی که در ایستگاه برجام به فرجام می‌رسند

ترجمه و گردآوری: رویا پاک سرشت

پـس از به ثمر رسـیدن توافق هسـته‌ای ایران و گـروه ۱+۵، امیدها برای ایجاد فضای امن اقتصادی و توسـعه فعالیت‌هـای تجـاری بین ایـران و دیگر کشـورها افزایش یافت. طرح جامع اقدام مشـترک (JCPOA) کـه بـا نام برجام شـناخته می‌شـود، قراری اسـت که بین ایران و شـش کشور (روسیه، آلمان، ایالات متحده، چین، فرانسـه و انگلسـتان) منعقد شده، طرحی که به موجب آن انتظار می‌رود یا بـه عبارتی صحیح‌تـر پیش‌بینی می‌شـود ایران مسـیری رو به رشـد را طی کند. امـا این طرح در بین کارشناسـان اقتصادی موافقان و مخالفانی دارد و نظرات گوناگونی را شامل می‌شود. درواقع شیرینی خروج از تحریم‌های متعدد اقتصادی نیازمند عینیت یافتن برنامه‌هایی اسـت که مدت‌هاست برای تحقق انتظار می‌کشند.

ایران زیر ذره بین؛ نتایج برجام

پروفسـور نیکولـز هریـس، پژوهشـگر و مدرس دانشـگاه پنسـیلوانیا معتقد اسـت برجـام بیش از هرچیز روابط بین ایران و کشورهای اروپایی را التیام می‌بخشـد، ایالات متحده نقشی بسیار کمرنگ‌تر و رفتاری بـا ملاحظه‌تر در قبال ایـران پس از برجام خواهد داشت. ایران دومین اقتصاد بزرگ خاورمیانه و شـمال آفریقاسـت و با داشـتن جمعیت جوان و نیروی کار تحصیلکرده شـرایط مناسـب و بالقوه‌ای برای رشد و پیشـرفت اقتصادی در اختیار دارد. اما مشـکلات بین ایران و آمریکا مربوط به سـال‌های اخیر نیسـت، سال‌هاسـت دولتمردان هر دو کشور مواضعی بدبینانه نسـبت به یکدیگر اتخاذ کرده‌اند و حل تمامی اختلافات دیرینه عملاً غیرقابل تصور به نظر می‌رسد. بر این اساس صاحبان مشاغل و صنایع کوچک و بـزرگ اطمینان کاملی در خصوص آینده سرمایه‌گذاری یا شراکت بین دو کشور قائل نیستند و همـکاری اقتصـادی بین ایران و ایـالات متحده چندان عملی به نظر نمی‌رسد.

بـا این حال نمی‌توان سرنوشـت اقتصاد آمریکا را از ایران پـس از برجام مجزا دانسـت، ایران پس از لغو تحریم‌ها به‌عنـوان چهارمین دارنده ذخایر نفت در جهان، ظرفیت تولید نفـت خود را افزایش داده و باوجود مخالفت سـران عرب در منطقه، بر مواضع افزایشـی خود استوار اسـت. همین مسئله بر روند کلی قیمت‌گذاری اوپک و کشـورهایی چون ایالات متحـده بی‌تأثیر نخواهـد بود. یکـی از نقاط قوت ایران دارا بودن ذخایر نفتی اسـت. اما همین بخش پاشـنه آشـیلی دارد که به نقص و کمبود در بخش تجهیزات مرتبط اسـت. با توجه به اهداف افزایشی دولت در بخش نفـت و تمایل مدیران این حوزه به بهبود نرخ صادرات نفتی، شـرایط پساتحریم فرصت مناسـبی برای خریداری و تجهیـز امکانات در این بخش به شـمار مـی‌رود. افزون بر اینهـا، ایران در شرایط تحریم روابطی منجمد با کشورهای اروپایی داشـت و بزرگ‌ترین شریک تجاری این کشور چین تلقی می‌شد. اکنون کشورهایی چون فرانسه، ایتالیا و آلمان تمایل بالایی برای باز کردن درهای تجارت به روی ایران دارند.

بازتاب‌ها و احتمالات

خبرگزاری‌ترند وابسـته به جمهـوری آذربایجان در گزارشـی بـه برجام ایـران پرداخته اسـت. در ایـن گزارش بـه احتمالات پیـش از تحقق توافق و بازتاب‌های پس از توافق اشـاره شـده اسـت. پیش از لغو تحریم‌هـا بخش‌های بانکـی، صنعت، معدن و پتروشـیمی ایران از سـایر بخش‌ها مورد توجه‌تر بود. اکنون به نظر می‌رسـد بخش بانکی با پیوستن به سـوییفت و زنجیره بین‌الملل تا حدودی کامیاب بوده اسـت، بخش صنایع نیز با توجه به قراردادهای اروپایی وضعیت قابل توجهی دارد، اما برای پیشرفت در بخـش پتروشـیمی انتظارهـا کمـی طولانی‌تر خواهند بود.

مایـکل برتون و گلـن کلی، کارشناسـان اقتصاد خاورمیانه در مقاله‌ای مشترک به بررسی اقتصاد ایران در شرایط پساتحریم و تصویب برجام پرداخته‌اند. در بخشـی از این مقاله به اهمیت حضور پررنگ ایران در منطقه در شرایط فعلی (بی‌ثباتی‌های سیاسی و حملات تروریسـتی گروه‌هایی چون گروه موسوم به داعش) اشاره شده است.

قدرت‌گیـری ایـران در منطقـه صرفـاً اقتصادی نیسـت و قـدرت نظامی این کشـور می‌تواند بیش از هـر چیز مهـم جلوه کنـد. برخی کارشناسـان و تحلیلگـران سیاسـی، تضعیـف برجام ایـران را منوط به چگونگـی نتایج انتخابـات ایالات متحده و موضع‌گیـری رئیس‌جمهور جدیـد می‌دانند، این در حالی‌اسـت که برخی دیگـر معتقدند تصمیمات کنگره و جهت‌گیری‌های کلی این کشـور، در عین متاثر بودن از نظرات رئیس‌جمهور، اغلب سـمت و سـویی مشخص داشته اسـت. افزون بر اینها، حتی اکنـون و پیـش از برگزاری انتخابـات، روابط ایران و ایالات متحده تفاوت چندانی با گذشـته نداشـته است.

اما از سـوی دیگر کابینه دولـت فعلی ایران برای پاسـخ دادن هر چه سریع‌تر به انتظارات پساتحریم، چاره‌ای جز اصلاحات در زیرسـاخت‌های اساسـی ندارد. بسیاری از مکانیزم‌های بخش تولید و تجارت در ایـران نیاز بـه بازنگری دارنـد و دولت باید بین سیاسـت‌های خارجی، داخلی و انتظـارات مردمی توازن ایجاد کند. درواقع نمی‌توان منکر این مسـئله بود که شـرایط و مسیر دولت برای تحقق وعده‌های پیش از توافق و پیشبرد اهداف مورد انتظار، چندان هموار نیست. با این وجود منعقد کردن قراردادهای مختلف و متعدد با شـرکای اروپایی و باز شدن باب تجاری با سایر کشورها، امیدهای خوش‌بینانه‌ای به بازار تجاری ایران تزریق کرده است.

آخر فرصت امروز
شماره ۴۹۱ www.forsatnet.ir صفحه ۱۶ تلفن مستقیم: ۸۶۰۷۳۲۸۳

منطقه آزاد

کاهش رکود اقتصادی چین به کمک محرک‌های اقتصادی

ترجمه: رضا فدایی ملوانلو
منبع: economia.elpais.com

اطلاعات ارائه شده دفتر ملی آمار نشان می‌دهد که بخش پویای صنعت چین و بازار مسکن عملکرد بسیار بهتر از آنچه انتظار می‌رفت، از خود نشان داده است. در مرحله اول، تولید صنعتی در ماه «مارس» ۶٫۸درصد رشد کرد، در مقابل ماه «فوریه» رشد آن برابر ۵٫۴درصد بوده و صادرات نیز افزایش یافته است. در مرحله دوم، مساحت کل خانه‌های مسکونی به فروش رفته در سه ماه ابتدای سال نیز ۳۵٫۶درصد افزایش داشته است. بخش خدمات که در آینده باید به یکی از ستون‌های اقتصاد چین تبدیل شود، ۷٫۶درصد افزایش داشته است. این آمار و ارقام به طور قابل توجهی نسبت به آمار و ارقام سه ماه ابتدایی سال ۲۰۱۵، که برابر ۸٫۲درصد بوده، کمتر است، اما پس از آن خدمات مالی از رسیدن به وضعیت طلایی در بورس سرخوش شدند. این شادی تا اوسط ماه «ژوئن» به طول انجامید، زمانی که این حباب ایجاد شده به کلی ترکید. این رشد ۶٫۷درصدی با پیش‌بینی مقامات برای سال ۲۰۱۶ (بین ۶٫۵درصد و ۷درصد)، در یک راستا قرار دارد. تولید ناخالص داخلی در سال ۲۰۱۵ میلادی ۶٫۹درصد رشد کرد که این عدد پایین‌ترین نرخ رشد سالانه در ربع قرن اخیر بوده است. چین غرق در عمق تحولات مدل‌های خود است با هدف اینکه بخش خدمات و مصرف بتوانند بیشترین سود اقتصادی در سرمایه‌گذاری بخش دولتی و بخش صنعتی را که سودآوری پایینی دارند، به‌دست آورند.

در این فرآیند، بخش‌هایی مثل تجارت الکترونیک و صنعت توریسم نرخ دو رقمی به ثبت رساندند، اما صنایع سنگین (فولاد، زغال سنگ، سیمان، شیشه و...) از کاهش شدیدی رنج می‌برند. سوال این است که آیا چین می‌تواند این راه را بدون خارج شدن از مسیر به پایان ببرد. سخنگوی مرکز آمار هشدار داد که «ما باید هوشیار باشیم، زیرا در مرحله حساس جایگزین کردن موتورهای قدیمی با موتورهایی با امکانات نو، قرار داریم. مشکلات این تنظیم ساختاری و فشار رو به پایین بر اقتصاد را نمی‌توان نادیده گرفت. اگرچه نشانه‌هایی از ثبات اقتصادی وجود دارد، اما پشتیبان و تداوم این ثبات نیز خیلی روشن و واضح نیستند. هر دو بخش صنعت و مسکن دارای سیاست‌های مالی و پولی انبساطی و انقباضی بوده‌اند که سال گذشته شامل چهار دفعه کاهش سود و یک افزایش قابل توجه در هزینه‌های عمومی بوده است. به این ترتیب سطح بدهی‌های به ثبت رسانده نیز اضافه می‌شوند: منابع تامین مالی خارجی، شاخصی که آن را برای مشخص کردن میزان رشد اعتبارات استفاده می‌کنند، در ماه «مارس» به ۲٫۳۴ میلیارد یوان چین (۳۲۰میلیون یورو) رسید، حدود سه برابر در مقایسه به ماه «فوریه».

یکی از استادان مدرسه بین‌المللی کسب‌وکار چین (CEIBS) گفت: «میزان وام‌های جدید به مراتب بزرگ‌تر است و در ماه‌های اخیر میزان پول زیادی را تزریق اقتصاد کرده است. این نشان می‌دهد که رشد ۶٫۷درصدی از جایی حاصل می‌شود. سوال این است که آیا دولت می‌تواند این سیاست را در طول سال نیز ادامه دهد.»

ترس میان تحلیلگران از این است که اقتصاد برای رشد به وابستگی خود به اعتبارات، ادامه دهد. رونق بخش مسکن، به‌علاوه، فقط در چند شهر واقع شده است که در حال حاضر اقداماتی را در دستور کار گرفته‌اند تا از به‌وجود آمدن حباب‌های جدید در نتیجه افزایش شدید قیمت جلوگیری کنند. این استاد دانشگاه عنوان کرد: «کار بسیار دشواری است که چین در این نرخ رشد ثابت بماند. دولت می‌گوید که رسیدن به هدف رشد ممکن است، اما تشویق به سرمایه‌گذاری نیز محدود است.»

دور دنیا

خطر کاهش رشد اقتصادی، تهدیدی برای خاورمیانه پسانفت

ترجمه: سارا گلچین
منبع: Bloomberg

کشورهای صادرکننده نفت در خاورمیانه برای کاهش هزینه‌های عمومی و سازگاری با واقعیتی به‌نام قیمت پایین نفت خام تلاش می‌کنند. تلاش این کشورها البته بدون عوارض نیست. رشد اقتصادی و توانایی کاهش نرخ بیکاری در این مسیر ممکن است با تهدیدات جدی روبه‌رو شود. خاورمیانه یکی از مناطق جهان است که نرخ بالای بیکاری جوانان را دارد.

براساس تازه‌ترین پیش‌بینی صندوق بین‌المللی پول، توسعه اقتصادی این منطقه تا سال ۲۰۲۱ به ۳/۵ تا ۴ درصد کاهش خواهد یافت که در مقایسه با رقم ۷/۵درصدی دهه گذشته کاهشی محسوس خواهد داشت. به گفته مسعود احمد، رئیس دپارتمان خاورمیانه و آسیای مرکزی صندوق بین‌المللی پول، با این سرعت، در همین زمان یعنی سال ۲۰۲۱ دولت‌ها و کسب‌وکارهای خصوصی می‌توانند ۷ میلیون شغل ایجاد کنند که این رقم حدود ۳ میلیون شغل کمتر از تعداد متقاضیان ورود به بازار کار است. مسعود احمد در گفت‌وگو با یک رسانه اماراتی با بیان اینکه کاهش رشد اقتصادی نتیجه کاملا منطقی کم کردن هزینه‌های دولت‌ها است، گفت: «چالش امروز این است که چگونه سرعت ایجاد شغل در بخش خصوصی افزایش یابد چون بخش دولتی قصد ندارد تعداد بیشتری شغل نسبت به گذشته ایجاد کند.»

صادرکنندگان نفت از عربستان گرفته تا الجزایر درحال خیز برداشتن به سوی یافتن منابع جایگزین درآمدی همزمان با کاهش هزینه سرمایه‌ای و جست‌وجو برای رشد محدود دستمزدها هستند.

محمد بن سلمان، شاهزاده سعودی در گفت‌وگوی اواخر ماه مارس خود با بلومبرگ اعلام کرد که کشورش قصد دارد درآمد غیرنفتی‌اش را تا سال ۲۰۲۰ به بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار برساند. قطع یارانه‌ها و گرفتن مالیات برارزش افزوده از جمله اقداماتی است که عربستان برای بالا بردن درآمد غیرنفتی خود اجرایی خواهد کرد.

فرصت ازدست‌رفته؟

آمار صندوق بین‌المللی پول کمک می‌کند تا بیشتر روشن شود که چگونه کشورهای سرشار از منابع انرژی در منطقه در دهه گذشته زمانی که نفت هر بشکه ۱۰۰ دلار یا بیشتر از آن بود، بهترین فرصت را برای ایجاد تنوع اقتصادی از دست دادند. درحالی‌که هزینه‌های عمومی رشد غیرنفتی را می‌سوزاند، دولت‌ها از این ثروت تا حدی بادآورده برای استخدام‌های بیشتر و گسترش امکانات و نیروها برای مقابله با ناآرامی‌های احتمالی استفاده کردند. به گفته مسعود احمد، اولویت کشورهای صادرکننده نفت تکمیل تلاش‌هایی است که برای بهبود اوضاع مالی و همزمان ایجاد فضا و انگیزه برای بخش خصوصی صورت می‌گیرد. این کار با هدف ایجاد کارآمدی و رشد بخش خصوصی و تقویت توانایی این بخش در ایجاد شغل انجام می‌شود.

عربستان سعودی، بزرگ‌ترین صادرکننده نفت، هزینه‌های خود را کاهش داد و به سمت چاپ اوراق قرضه رفت تا بتواند کسری بودجه‌اش را جبران کند. این کشور سال گذشته حدود ۱۶ درصد کسری بودجه نسبت به تولید ناخالص ملی را تجربه کرد.

کاهش کسری بودجه

براساس پیش‌بینی صندوق بین‌المللی پول (IMF)، کسری بودجه عربستان قرار است امسال به ۱۳/۵ درصد کاهش یابد. عربستانی‌ها سال گذشته قیمت نفت را که برای تراز کردن کسری بودجه‌شان به آن نیاز دارند، در بودجه‌شان ۹۴ دلار و ۸۰ سنت پیش‌بینی کرده بودند. این درحالی‌است‌که این قیمت در واقعیت ۶۶ دلار و ۷۰ سنت بود. امارات متحده عربی، دومین اقتصاد بزرگ در میان کشورهای عربی بعد از عربستان سعودی است. این کشور سال گذشته یارانه‌های سوختی در بخش حمل‌ونقل را کاملا حذف کرد. عبدالرحمن بن‌خلفا، وزیر امور دارایی الجزایر، دیگر عضو اوپک، همین ماه در مصاحبه‌ای اعلام کرد که کشورش برای نخستین بار در دو دهه گذشته به سمت بازار اوراق قرضه داخلی رفته تا بتواند از منابع داخلی برای تامین مالی پروژه‌ها استفاده کند. طبق داده‌های صندوق بین‌المللی پول (IMF) انتظار می‌رود الجزایر امسال ۱۵ درصد کسری بودجه نسبت به تولید ناخالص داخلی را تجربه کند. این‌درحالی‌است که الجزایری‌ها بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۲ مازاد بودجه با میانگین ۳/۹ درصد داشتند. به گفته احمد مسعود، درحال‌حاضر می‌توانید یک تلاش مولد را در منطقه ببینید که تا حدی ناشی از تاثیرات وضع موجود در منطقه است.

قاب

مجموع بدهی‌های کشور چین برای اولین بار در تاریخ این کشور، به ۲۳۷ درصد تولید ناخالص داخلی این کشور در سه ماه اول سال ۲۰۱۶ رسید. اقتصاددانان هشدار داده‌اند که افزایش بدهی خطر بروز با بحران مالی یا کاهش رشد اقتصادی طولانی مدت را در بر خواهدداشت.

۳۶۰

توقف فعالیت چندین کارخانه ژاپنی پس از زمین لرزه

ترجمه: گلنوش محب علی
منبع: Lesechos

بسیاری از گروه‌های صنعتی بزرگ ژاپن مثل تویوتا، هوندا، سونی، بریجستون و... پس از زلزله اخیرجنوب غربی ژاپن، مجبور به توقف تولید کارخانجات خود شدند.

این زلزله که ۹ کشته و ده‌ها نفر زخمی برجای گذاشت بر فعالیت‌های تولیدی قدرت‌های صنعتی ژاپن هم اثر گذاشت. جزیره کایشو محل تجمع چندین کارخانه تولیدی ژاپن ، مخصوصا کارخانه‌های خودروسازی بزرگ مثل تویوتا و هونداست. یکی از کارخانه‌هایی که به سبب زمین‌لرزه کوماموتو آسیب دیده،از زیر شاخه شرکت هونداست. کوماموتو از شهرستان‌های جزیره کیوشو در ۶۰۰ کیلومتری توکیو است که کارخانه موتورسیکلت و دوچرخه‌سازی هوندا در این منطقه واقع شده است. این کارخانه هم تا ۲۸ آوریل تعطیل شده است. علاوه بر این، هوندا اعلام گزارش مالی سالانه خود را تا ماه به تعویق انداخته است. البته به شرطی که حساب‌های مالی این شرکت تا آن زمان مشخص شده باشد و عوامل تأثیرگذار مانند تعلیق و توقف تولید حذف شده باشند.

کمپانی سونی، غول صنایع الکترونیکی، شرکت دیگری است که تحت تأثیر زلزله اخیر ژاپن قرار گرفت. سونی اعلام کرده که فعلاً قادر نیست پیش‌بینی از میزان درآمدهایش در سال ۲۰۱۶ ارائه دهد، چرا که یکی از کارخانه‌های این شرکت در جنوب غربی ژاپن واقع است. این شرکت تصمیم دارد اعلام برآورد درآمدی خود از سال ۲۰۱۶ را به تعویق بیندازد. در تاریخ ۲۸ آوریل، سونی درآمدهای سال گذشته خود را اعلام خواهد کرد. براساس بیانیه منتشر شده سونی، تولیدات کارخانه Sony Semiconductor Manufacturing پس از زلزله‌ای که این منطقه را لرزاند،متوقف شده است. این کارخانه سونی در جنوب غربی ژاپن، تولیدکننده سنسورهای تصویری گوشی‌های هوشمند و دوربین‌های عکاسی است.

گروه سونی معتقد است که این وقفه، روی حساب‌های مالی این شرکت اثر خواهد گذاشت. علاوه بر این باعث اختلال در سیستم توزیع تأمین‌کنندگان می‌شود. البته سونی اعلام کرده که میزان دقیق این خسارت هنوز محاسبه نشده و هنوز مشخص نیست این توقف تا چه زمانی به طول خواهد انجامید. کارشناسان سونی در تلاش هستند تا تبعات ناشی از زمین لرزه و توقف تولید را به حداقل برسانند.

در این راستا اولویت شرکت با کارمندان است و در مرحله بعد خسارت وارد شده به ساختمان‌ها و تجهیزات و ماشین‌های تولید جبران خواهد شد.

سبک زندگی

پارک تفریحی «هری پاتر» در لس‌آنجلس

ترجمه: حوریه توسلی نیا
منبع: Le Figaro

طرفداران جادوگران معروف کتاب «هری پاتر» از این پس می‌توانند در یک پارک تفریحی که به «هالیوود» تعلق دارد، دنیای جادو را از نزدیک لمس کنند.

مشهورترین شاگرد مدرسه جادوگری «هری پاتر»، پس از گذشت ۱۵ سال از روی پرده آمدن این داستان همچنان به تسخیر دنیای مشنگ‌ها (غیر جادوگران) در پارکی تفریحی در قلب «هالیوود» می‌پردازد. این پارک با نام «دنیای جادویی هری پاتر»، سومین پارک تفریحی با این موضوع پس از اورلاندو و توکیو است که جاذبه‌های زیادی دارد، خصوصا ترن هوایی «پرواز هیپوگریف» یا نمایش سه بعدی «هری پاتر و سفر ممنوعه.»

پدیده‌ای که جذابیت خود را از دست نمی‌دهد

به عقیده نایب رئیس شرکت فیلم‌سازی «یونیورسال»، هنگامی که به میراث «هری پاتر» به عبارتی هفت کتاب و هشت فیلم با این موضوع فکر می‌کنیم، برای برپایی این تجربه اخیر جایی بهتر از پایتخت جهانی سینما وجود ندارد. پنج سال پس از انتشار آخرین فیلم «هری پاتر» جذابیت این شاگرد جادوگر هنوز کمرنگ نشده است. نمایشنامه «هری پاتر و کودک نفرین شده» پدیده‌ای است که حتی پیش از انتشار جهانی در اواخر ماه ژوئیه در لندن، ۱۷۵هزار بلیت تئاتر آن در کمتر از ۲۴ ساعت به فروش رفته است.

تقویت اقتصاد کالیفرنیا

هزینه این پارک تفریحی جدید میلیون‌ها دلار خواهد بود. برای ساخت «دنیای هاگوارتز» که در حال حاضر در فلوریدا وجود دارد بین ۲۰۰ تا ۲۶۵ میلیون دلار هزینه شده است. بدین ترتیب برای ساخت مشابه آن در کالیفرنیا به هزینه‌ای معادل همین مبلغ نیاز است.

مدیر استودیوهای «یونیورسال» اعلام کرد: «به واقع این دو پارک باید تا حد زیادی به یکدیگر شبیه باشند.» مسئولان این کمپانی می‌گویند از هنگام افتتاح پارک تفریحی در فلوریدا در ماه ژوئن ۲۰۱۰، بازدید علاقه‌مندان از استودیوهای اورلاندو ۵۰درصد افزایش داشته است. این جاذبه جدید در سال اول بیش از ۷میلیون بازدیدکننده را جذب کرده و در سه ماهه اول سال ۲۰۱۱، این بازدیدها رشدی ۵۶درصدی به دنبال داشته‌اند.

مسئولان استودیوی «یونیورسال» و فرماندار کالیفرنیا وعده داده‌اند که با افتتاح «دنیای هاگوارتز»، هزاران شغل جدید ایجاد شود. فرماندار کالیفرنیا معتقد است این روز بزرگی برای سرمایه‌گذاری در این ایالت و سرمایه‌گذاری برای دنیای تخیل محسوب می‌شود.

از دیدگاه شهردار لس‌آنجلس، پارک جدید امکان ایجاد مشاغل با کیفیت را در کالیفرنیا فراهم می‌کند و ۴.۴میلیارد دلار سرمایه برای اقتصاد محلی به ارمغان خواهد آورد و سرانجام از نظر مسئول استودیو «یونیورسال»، این پارک جدید مفهوم گردشگری را در کالیفرنیا تغییر خواهد داد. بدین ترتیب مدیران این کمپانی با افتتاح این پارک در انتظار افزایش گردشگری در این منطقه هستند.

پارک تفریحی «هری پاتر» از روز پنجشنبه ۷ آوریل به‌طور رسمی افتتاح شده است و شرکت یونیورسال به‌دلیل تکمیل ظرفیت پارک از چند روز قبل برای نخستین بار مجبور به تعلیق فروش اینترنتی آن شد. قیمت بلیت پارک بین ۹۵ تا ۱۱۵ دلار است که با توجه به امکان انتخاب گزینه‌های گوناگون این قیمت متغیر خواهد بود.

جدول امروز

قیمت گوشت مرغ

نوع	قیمت (تومان)
مرغ کامل تازه بسته‌بندی کیسه‌ای	۵,۶۹۰
مرغ کامل تازه بسته‌بندی بشقابی پاک شده	۵,۸۱۰
مغز ران با پوست	۹,۱۰۰
بال کبابی زعفرانی - بدون نوک بال	۶,۱۵۰
فیله مرغ زعفرانی	۱۳,۱۰۰
شنیسل بدون آرد	۱۱,۷۰۰

کیوسک

هدست واقعیت مجازی هوآوی

L'INFORMATICIEN

تولیدکننده و سازنده چینی هوآوی، فعالیت خود را در زمینه چشم‌بند واقعیت مجازی آغاز کرد. این شرکت قصد دارد گجت جدیدی به بازار عرضه کند.

هوآوی هدست VR (Virtual Reality) خود را در رقابت با Gear VR سامسونگ عرضه می‌کند. هوآوی در کنفرانس شانگهای از نخستین مدل هدست واقعیت مجازی خود پرده‌برداری کرد.

این تکنولوژی در راستای تلاش بشر برای از میان برداشتن مرزهای بین فضای واقعی و مجازی است.

این تکنولوژی به کاربر امکان می‌دهد تا با یک محیط شبیه‌سازی رایانه‌ای ارتباط برقرار کند. با فناوری واقعیت مجازی می‌توان این امکان را فراهم کرد تا افراد بتوانند از امکانات و مکان شما به خوبی دیدن کنند. این مدل تولیدی شرکت هوآوی Huawei VR نام دارد.

از نظر طراحی، این مدل بسیار شبیه مدل رقیب خود، سامسونگ Gear VR است. سیستم اتصال و پنل لمسی تنظیم تصویر در کناره سمت راست و بالای دستگاه قرار گرفته‌اند. در عوض این تولیدکننده اعلام کرده که نخستین ارائه‌دهنده تصویر ۳۶۰ درجه در این نوع دستگاه خواهد بود. البته جزییات این طرح جدید اعلام نشده است.

تصویر هدست مدل هوآوی VR, ۲۰ ثانیه تاثیر دارد و میدان دید ۹۵ درجه‌ای در مقایسه با ۹۶ درجه مدل سامسونگ است. این مدل همچنین با یک فیلتر نور آبی مجهز شده و ۴ هزار فیلم و بازی و تصاوی پاناما روی آن ذخیره شده است.

این هدست در حال حاضر فقط در چین عرضه می‌شود و قیمت نهایی آن هنوز مشخص نیست.

اینترنت اشیا، تحول صنعتی

ZDNet

شاید بعضی از ما در داستان‌ها و فیلم‌های تخیلی عملی رویای اینترنت اشیا را در سر پرورانده باشیم. اکنون در عصر تکنولوژی این رؤیا به واقعیت پیوسته است. همه کسانی که فکر می‌کنند اینترنت اشیا برای آینده است، در اشتباهند. این تکنولوژی در حال حاضر در پس یک یا دو سنسور قابل استفاده است.

تکنولوژی اینترنت اشیا از سال ۲۰۱۳ به کار گرفته می‌شود. اساس این ایده این است که دستگاه‌ها (اشیا) در یک پلتفرم عظیم با کمک حسگرهای مختلف به جمع‌آوری اطلاعات پرداخته و از طریق ترکیبی از تکنولوژی‌های ارتباطی زمان خود (به‌طور مثال یک زمانی RFID و زمانی Wi-Fi) با یکدیگر به تبادل داده بپردازند.

دریافت، ثبت و ارسال اطلاعات به‌روز و لحظه‌ای برای استفاده، تحلیل و بهبود محصولات و خدمات و البته در نهایت برای استفاده مصرف‌کنندگان انجام می‌گیرد.

سیکو یک شرکت آمریکایی تولیدکننده تجهیزات شبکه‌ای است که در منطقه سیلیکون‌ولی فعالیت می‌کند. این شرکت درآمد بالقوه خود را از اینترنت اشیا حدود ۶۱۳ میلیارد دلار برآورد کرده است. این شرکت معتقد است که اینترنت اشیا انقلاب صنعتی آینده است.

به دلیل قابلیت‌های فراوانی که اینترنت اشیا در تعاملات بین ماشین با ماشین به وجود آورده است، این پدیده در بخش‌های صنعت و بخش‌های تولیدی انرژی و گاز مورد استفاده قرار خواهد گرفت.

کمپانی اپل هم وعده داده که پلتفرم «هوم‌کیت» (HomeKit) خود را به قابلیت‌های جدیدی مجهز کند که کنترل گستره زیادی از لوازم خانگی را به دست بگیرد.