روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شنبه ۱۸ اردیبهشت ۱۳۹۵

Sat. 7 May 2016

۲۹ رجب ۱۴۳۷ - سال دوم

شماره ۴۹۹ - ۲۰ صفحه - ۱۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

خالقان «سیری» در حال ساخت دستیار صوتی جدید

هوش مصنوعی جای سیستم عامل را خواهد گرفت؟

۱۳

بررسی آخرین تحولات در مورد موسسات مالی مشکل‌ساز

موسسه‌های غیرمجاز مالی در تور قوه قضائیه

۴

روزنامه‌نگار نشوید

نتایج بررسی‌های تازه در آمریکا مشخص کرده روزنامه‌نگاری بدترین شغل در این کشور است

۱۲

در بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی نفت گاز و پتروشیمی مطرح شد

ایران «نفت روی آب» ندارد

۲

مدیران

استقبال گسترده مخاطبان از نمایشگاه بین‌المللی کتاب

غافلگیری در شهر آفتاب

۸

سرمقاله

پول بانک‌ها نباید حراج شود

محمدصادق جنان‌صفت
عضو شورای سردبیری

مشکل تامین منابع مالی برای فعالیت‌های اقتصادی تنگنای امروز کسب‌وکار ایرانی‌ها، بنگاه‌ها و اقتصاد ملی شده است. بر پایه یک عادت به جا مانده از سنت نیم قرن اخیر در چنین وضعی همه نگاه‌ها به سوی بانک‌ها دوخته می‌شود و سخاوت و بخشش و توانایی بانک‌ها در تامین منابع مالی در کانون توجه است.

شهروندان عادی و نیازمند وام‌های کوچک در حد ۱۰میلیون تومان انتظار دارند که در کمترین زمان ممکن خواست آنها از طرف بانک‌ها اجابت شود. این نیازمندان که وام‌های کوچک می‌خواهند یادشان می‌رود که شمار آنها در هر لحظه از زمان می‌تواند تا ۵۰ میلیون متقاضی باشد. یک محاسبه ساده نشان می‌دهد برای پاسخگویی به این شمار متقاضی وام رقمی معادل ۵۰۰ هزار میلیارد تومان نقدینگی نیاز است. در همین حال اگر قرار باشد فقط صد هزار بنگاه اقتصادی کوچک را که نیازمند وام‌های تا ۱۰۰ میلیون تومان هستند همین امروز تامین مالی کنیم نیازمند رقمی معادل ۱۰هزار میلیارد تومان پول نقد هستیم. صدها بنگاه غول پیکر دولتی و خصوصی‌سازی و از همه مهم‌تر وزارتخانه‌های دولتی نیز در همین وضع نامساعد چشم به بانک‌ها دوخته‌اند تا آنها سپرده‌های شهروندان را تجهیز و در اختیار متقاضیان قرار دهند. این تقاضای انبوه و همه‌جانبه از سوی خانواده‌ها، بنگاه‌های کوچک و بزرگ و دولت در حالتی پدیدار شده و هر کدام از نهادها با استفاده از رسانه‌های خاص خود تبدیل به اهرم فشار به بانک‌ها شده‌اند که دولت و بانک مرکزی شبکه بانکی را زیر فشار قرار دارند. دولت محترم یازدهم برخلاف شعار اصلی تئوریسین‌های خود که آزادسازی را در صدر قرار دادند اما معلوم نیست چرا این آزادسازی فعالیت‌ها را به بانک‌ها سرایت نمی‌دهد. فشار فوق‌العاده‌ای که از سوی مدیران و صاحبان بنگاه‌های ناکارآمد که فلسفه وجودی آنها به قرض گرفتن و پس ندادن منابع بانکی گره خورده است و فشار از سوی منتقدان سیاسی دولت به بانک‌ها برای اعطای تسهیلات فرمایشی مزید بر علت شده و شبکه بانکی را با شدیدترین یورش غیراقتصادی مواجه کرده است. بانک‌ها همانند سایر موسسه‌ها و بنگاه‌ها باید دخل و خرج خود را فارغ از فشارهای سیاسی و غیراقتصادی تنظیم کنند و نباید آنها را وادار کرد کالای خود را به قیمت ارزان همانند حراجی‌ها در اختیار کسانی قرار دهند که ناکارآمدی آنها موجب شده است انجماد منابع به مساله بزرگ امروز بانکی تبدیل شود. حال که متقاضیان مناسبی هستند که برای خرید منابع بانکی سود خوبی می‌دهند چرا باید بانک‌ها را مجبور به حراج کرد. حراج بانکی یعنی حراج پول شهروندان و این صلاح و صواب نیست.

یک مقام وزارت خارجه آمریکا در همایش اقتصادی ایران و اروپا در زوریخ اعلام کرد

کندی گشایش اقتصادی پس از تحریم، ناشی از تحریم‌های آمریکا نیست

یک مقام وزارت خارجه آمریکا که در مذاکرات هسته‌ای نیز مشارکت داشته، می‌گوید همه مشکلات اقتصاد ایران ناشی از تحریم‌ها نیست و شرکت‌ها نباید تنها تحریم‌های اعمال شده از سوی آمریکا را عامل کندی روند اجرای توافق هسته‌ای بدانند.

به گزارش ساعت ۲۴، «جارت بلانک» معاون وزارت خارجه آمریکا می‌گوید: می شنویم که شرکت‌های خارجی به همتایان ایرانی خود می‌گویند که تحریم‌های آمریکا از جمله تعلیق معاملات ایران به دلار مانع فعالیت آنان است، درحالی که چنین نیست. بلانک در سخنانی در همایش شرکت‌های خارجی برای سرمایه‌گذاری در ایران با اعلام این خبر افزود: بازرگانان اروپایی باید به همتایان ایرانی خود بگویند که عامل کندی سرمایه‌گذاری چیست و تنها به اینکه تحریم‌های آمریکا مانع است و تکرار آن اکتفا نکنند. وی تاکید کرد: مقامات این شرکت‌ها در جلسه خصوصی به مسایلی مانند قوانین دست و پاگیر و متعدد و مسئله فساد در ایران به‌عنوان موانع اشاره می‌کنند اما در برخورد با همتایان ایرانی تنها به تحریم‌های آمریکا اشاره می‌کنند. وی تاکید کرد که تحریم‌های هسته‌ای با اجرای برجام برداشته شده و تحریم‌های آمریکا ربطی به اجرای برجام ندارد.

در همین حال مجید قاسمی، مدیرعامل بانک پاسارگاد که در این همایش حضور داشت، به رویترز گفت: شرکت‌های اروپایی فرصت‌های تجاری در ایران را ازدست می‌دهند. وی تاکید کرد فشارهای آمریکا برخلاف منافع بانک‌های اروپایی است.

سومین همایش اقتصادی ایران و اروپا در شهر «زوریخ» سوییس برگزار شد. گزارش‌ها نشان می‌دهد ۴۵۰ نماینده از بخش‌های خصوصی ایران و کشورهای اروپایی در این گردهمایی دوروزه شرکت کرده‌اند. ایران و کشورهای اروپایی پیش از این و در سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ نیز همایش‌هایی مشابه در شهرهای لندن و ژنو برگزار کرده بودند. هدف از برگزاری این گردهمایی‌ها آشنایی شرکت‌های ایران و اروپایی با یکدیگر و بررسی امکان انجام معاملات اقتصادی است.

در همین حال یک موسسه آمریکایی موسوم به گیت استون در گزارشی به مسائل پولی و بانکی ایران پرداخته و نوشته: «ایران در مسئله حمایت مالی برای گروه‌های شبه‌نظامی شفاف نیست و تسهیل پولشویی در نظام بانکی ایران از سرمایه‌گذاری خارجی جلوگیری می‌کند.»

این موسسه آمریکایی در این گزارش خود ادعا کرد: «نفوذ گسترده سپاه در بزرگ‌ترین شرکت‌های کسب‌وکار ایران، مانعی جدی برای سرمایه‌گذاری خارجی است.» به گزارش جام نیوز، موسسه گیت استون در ادامه آورده است: «سیاست‌های مالی ایران باعث مشکلات بانکی کنونی این کشور است. بهره نبردن از توافق نامه برجام نیز به‌عهده ایران است نه آمریکا.»

گیت استون در پایان این گزارش با تکیه بر گفته‌های ولی‌الله سیف نوشت: دلیل دیگر معضلات مالی و بانکی ایران، عدم خریداری برنامه‌های مورد نیاز و کدهای شناسه مالی به منظور عملیاتی کردن سوییفت است.

فروش ۱۰۰ هزار دلاری آمازون به ایران

شرکت آمریکایی آمازون باوجود تحریم‌های آمریکا، محصولات خود را به ارزش بیش از ۱۰۰ هزار دلار به شش نمایندگی ایران فروخته است.

روزنامه «ال اسپانیول» روز چهارشنبه در گزارشی نوشت: شرکت آمازون با بی‌اعتنایی به تحریم‌های آمریکا، در طول سه سال گذشته به فروش کالای خود به نمایندگی‌های دیپلماتیک ایران در کشورهای خارجی اقدام کرده است.

بنا به این گزارش، درهای ایران در حال باز شدن به‌سوی شرکت‌های چند ملیتی است اما روند بازگشایی، به آن آسانی و سرعتی که به نظر می‌رسید، پیش نرفته است. برخی شرکت‌ها باید نقض تحریم‌ها علیه ایران را به رسمیت بشناسند.

ال اسپانیول افزود: یکی از شرکت‌های چندملیتی که این کار انجام داده، آمازون است. این شرکت که توسط «جف بزوس» تاسیس شده، اذعان کرده که کالاهایی را بین سال‌های ۲۰۱۳ تا ۲۰۱۶ بی‌توجه به مجازات‌های آمریکایی ارسال کرده و یکی از این کالاها به مقصد سفارت ایران در اسپانیا ارسال شده است.

به نوشته این نشریه، قانون آمریکایی که در این مورد نقض شده، کمپانی‌های آمریکایی را از انجام هرگونه مبادلات مستقیم یا غیرمستقیم با دولت ایران و افراد تحت قانون این کشور منع می‌کرد. براساس قانون مزبور، شرکت‌های آمریکایی که آن را نقض کنند، مورد جریمه قرار خواهند گرفت.

این رسانه نوشت: آمازون نام افرادی را که از این شرکت کالا خریده‌اند ذکر نکرده، اما ارزش و آدرس آنها را اعلام کرده است.

در ادامه این گزارش آمده است: ارزش تقریبی آنها برابر با ۲۰ هزار دلار بوده و به سفارتخانه‌های ایران در ژاپن، آلمان، فرانسه، اسپانیا، اتریش و چین ارسال شده است. علاوه بر این موارد، ۸۱ هزار دلار دیگر نیز به افرادی که احتمالا در این سفارتخانه‌ها کار کرده‌اند، فروش داشته است.

سرمقاله

پول بانک‌ها نباید حراج شود

مشکل تامین منابع مالی برای فعالیت‌های اقتصادی تنگنای امروز کسب‌وکار ایرانی‌ها، بنگاه‌ها و اقتصاد ملی شده است. بر پایه یک عادت به جا مانده از سنت نیم قرن اخیر، در چنین وضعی همه نگاه‌ها به سوی بانک‌ها دوخته می‌شود و سخاوت و بخشش و توانایی بانک‌ها در تامین منابع مالی در کانون توجه است.

شهروندان عادی و نیازمند وام‌های کوچک در حد ۱۰میلیون تومان انتظار دارند که در کمترین زمان ممکن خواست آنها از طرف بانک‌ها اجابت شود. این نیازمندان که وام‌های کوچک می‌خواهند یادشان می‌رود که شمار آنها در هر لحظه از زمان می‌تواند تا ۵۰ میلیون متقاضی باشد. یک محاسبه ساده نشان می‌دهد برای پاسخگویی به این شمار متقاضی وام رقمی معادل ۵۰۰ هزار میلیارد تومان نقدینگی نیاز است. در همین حال اگر قرار باشد فقط صد هزار بنگاه اقتصادی کوچک را

برنامه سفر رئیس‌جمهوری بلاروس به ایران

نقشه راه امضا شده توسعه روابط اقتصادی ایران و بلاروس از سالانه ۷۵ میلیون دلار به ۲۵۰ میلیون دلار تا پایان سال ۲۰۱۷ در سفر پیش روی الکساندر لوکاشنکو، رئیس‌جمهوری این کشور به تهران و مذاکره سران و مقام‌های بلندپایه دو کشور می‌تواند ارزش همکاری‌های اقتصادی را به یک میلیارد دلار در آینده‌ای نزدیک برساند.

محمدرضا نعمت‌زاده، وزیر صنعت، معدن و تجارت و رئیس هیأت ایرانی در مذاکرات مینسک در مصاحبه با خبرنگار ایرنا ضمن عالی خواندن همکاری‌های سیاسی دو کشور، برنامه‌ریزی برای سفر رسمی الکساندر لوکاشنکو رئیس‌جمهوری بلاروس به تهران را زمینه‌ساز ایجاد جهش بزرگ در روابط دو کشور خواند.

وزیر صنعت افزود: روابط اقتصادی تهران و مینسک همسطح همکاری‌های سیاسی نیست و از این رو در نقشه راه توسعه روابط، ارتقای آن از ۷۵ میلیون دلار کنونی در هر سال به ۲۵۰ میلیون دلار برنامه‌ریزی شده است.

رئیس‌جمهوری بلاروس نیز پیش از آغاز مذاکرات کمیسیون مشترک تاکید کرده بود که ارزش روابط اقتصادی دو کشور باید از مرزهای کنونی فراتر برود.

لوکاشنکو با تاکید بر لزوم توسعه فراگیر روابط تهران و مینسک در عرصه‌های مختلف، خواستار افزایش سه برابری ارزش روابط اقتصادی و بازرگانی دو کشور در زمینه‌های گوناگون شد.

نقشه راه توسعه روابط اقتصادی دو کشور روز چهارشنبه در پایان نشست کمیسیون مشترک با حضور هیات ۵۰ نفری بخش دولتی، خصوصی و پارلمانی ایران به ریاست محمدرضا نعمت‌زاده وزیر صنعت، معدن و تجارت و ویتالی واووک وزیر صنایع بلاروس در مینسک امضا شد.

آندره کوبیاکوف، نخست‌وزیر بلاروس نیز پس از امضای نقشه راه توسعه روابط دو کشور در دیدار با نعمت‌زاده ضمن تاکید بر لزوم ایجاد جهش در روابط اقتصادی دو کشور برای همسطح شدن با روابط خوب سیاسی، گفت: با توجه به توانایی‌های بسیار ایران و بلاروس در عرصه‌های مختلف، سطح روابط کنونی دو کشور در عرصه اقتصادی مناسب نیست.

نخست‌وزیر بلاروس شرایط رفع تحریم‌ها علیه دو کشور را بهترین فرصت افزایش همکاری‌های اقتصادی دانست.

کوبیاکوف با بیان اینکه شرکت‌های بلاروسی با حجم سرمایه‌گذاری ۷۰۰ میلیون دلاری در ایران فعالیت گسترده‌ای دارند، افزایش سرمایه‌گذاری متقابل را برای هر دو کشور سودمند خواند.

وی گفت: روابط دوجانبه آینده‌ای روشن و بدون محدودیت دارد و ما حاضر به همکاری، تولید و بازرگانی در عرصه‌های مختلف از جمله صنعتی، علمی و فناوری، بانکی، کشاورزی، سرمایه‌گذاری متقابل، ساخت تجهیزات و ماشین آلات باری، راهسازی و معدنی هستیم.

نعمت‌زاده نیز در این دیدار با ارزشمند خواندن نتیجه مذاکرات هیات‌های ایرانی و بلاروسی در نهایی شدن نقشه راه توسعه روابط دو کشور تا سال ۲۰۱۷، اظهار کرد: نگاه راهبردی به انجام همکاری‌ها و سرمایه‌گذاری مشترک می‌تواند یاری‌کننده بخش‌های مختلف دست اندرکار افزایش روابط تهران و مینسک باشد. وی گفت: در صورت امضا شدن قرارداد تعرفه ترجیحی بین ایران و اوراسیا، سطح روابط دو کشور افزایش خواهد یافت و می‌تواند افق‌های بهتری پیش رو داشته باشد.

وزیر صنعت و معدن همچنین در دیدار با کالتوویچ، وزیر بازرگانی بلاروس در باره همکاری‌های دو کشور در این حوزه گفت‌وگو و مذاکره کرد.

ویتالی واووک، وزیر صنایع بلاروس نیز توافق برجام را عامل مهمی در گسترش روابط تهران و مینسک خواند و گفت: تلاش می‌کنیم با استفاده از فرصت ایجاد شده، روابط دو کشور در عرصه‌های مختلف از جمله اقتصادی گسترش یابد.

نعمت‌زاده در مصاحبه با خبرنگار ایرنا نیز گفت: راه‌اندازی خط مونتاژ کامیون و اتوبوس ماز در تبریز نهایی شده که زمان بهره‌برداری شهریور ماه سال جاری است و شرکت بلاروسی امکان فروش محصولات را با قیمت ویژه و در صورت افزایش میزان خرید، عرضه اقساطی را نیز در دستور کار دارد. نعمت‌زاده همچنین طرح تولید ماشین‌آلات سنگین معدنی در ایران با همکاری بلاروس را از دیگر موارد توافق برشمرد که می‌تواند ابعاد جدیدی به گسترش همکاری‌های تهران و مینسک بدهد.

وی انتقال فناوری، افزایش همکاری‌های گردشگری، پرواز بین دو کشور، ایجاد تسهیلات برای شرکت‌های ایرانی در بلاروس و برقراری روابط بانکی با توجه به رفع تحریم‌های یکجانبه و غیرقانونی غرب علیه تهران و مینسک را از دیگر موارد پیش‌بینی شده در نقشه راه توسعه همکاری‌ها خواند.

نعمت‌زاده در ادامه با اشاره به برنامه سفر محمد فرهادی، وزیر علوم، تحقیقات و فناوری به مینسک در آینده‌ای نزدیک، از برنامه ارتقای همکاری‌های دو کشور در این حوزه و همچنین کمیته علمی و فناوری خبر داد.

محمدرضا صبوری، سفیر ایران در مینسک نیز ضمن بیان اینکه برای توسعه روابط و همکاری‌ها در عرصه‌های مختلف با کشور دوست بلاروس آمادگی داریم، افزود: گسترش مناسبات را در عرصه‌های اقتصادی و بازرگانی در اولویت قرار داده‌ایم.

وی افزود: روابط سیاسی ایران و بلاروس همواره در سطح عالی قرار داشته و این اطمینان هست که در آینده تحکیم بیشتر خواهد یافت. رفت‌وآمد هیات‌ها میان دو کشور زمینه مساعدی را برای توسعه روابط و توسعه ساختار همکاری‌های دوجانبه به‌وجود آورده است.

صبوری گفت: حتی در دوره تحریم‌ها، روابط اقتصادی و بازرگانی به خوبی توسعه یافت و حجم سرمایه‌گذاری‌های ایران در بخش‌های اقتصادی بلاروس بیشتر شد و اکنون هم برای گسترش همکاری‌ها در عرصه‌های مختلف مصمم هستیم.

نفت

جزییات توافق نفتی ایران- مصر

رکن‌الدین جوادی، معاون وزیر نفت گفت: برای انتقال محموله‌های نفتی نیازمند استفاده از خطوط لوله «سومد» مصر هستیم.

به گزارش مهر، جوادی توضیح داد: ایران برای انتقال نفت به دریای مدیترانه و اروپا باید یا از نفتکش‌های کوچک برای عبور از کانال سوئز استفاده کند یا محموله‌های نفتی بزرگ را در ساحل دریای سرخ تخلیه و پس از انتقال از طریق خط لوله سومد به دریای مدیترانه، دوباره آن را بارگیری کند.

این عضو هیات‌مدیره شرکت ملی نفت ایران تاکید کرد: استفاده از خط لوله سومد امکان حمل محموله‌های بزرگ نفتی به دریای مدیترانه و اروپا را فراهم می‌کند. معاون وزیر نفت یادآور شد: پس از استفاده از خط لوله سومد حضور نفتکش‌های بزرگ ایران در بازار نفت اروپا و مدیترانه گسترش می‌یابد.

هیچ‌وقت ایران را ترک نکردیم

مدیر ارشد شرکت OMV اتریش در خاورمیانه و شمال آفریقا از همکاری‌های این شرکت با ایران پیش‌و پس از تحریم‌ها سخن گفت و به علاقه‌اش برای حضور و سرمایه‌گذاری با همکاری شرکت ملی نفت ایران اشاره کرد.

اروین کرول (Erwin Kroell) به ایسنا گفت: OMV یک شرکت اتریشی و اتریش دولتی است که جهت‌گیری سیاسی ندارد، ما پیش از تحریم‌ها و در دوره تحریم‌ها در ایران حضور داشتیم و در حال حاضر با رفع تحریم‌ها نیز اینجا هستیم و هیچ وقت این کشور را ترک نکردیم.

وی در ادامه با اشاره به همکاری‌های شرکت OMV با ایران اظهار کرد: کشور و شرکت ما از اوایل سال ۲۰۰۰ در یک همکاری موفق با شرکت ملی نفت ایران بود، اما ما به واسطه تحریم‌ها از ۲۰۰۶ و ۲۰۰۷ ناچار شدیم این همکاری را متوقف کنیم تا امروز که تحریم‌ها در حال حذف شدن است و به محض اینکه فضای موجود برای حضور ما مهیا شود، ما به سرمایه‌گذاری و همکاری‌های خود ادامه می‌دهیم.

مدیر ارشد مسائل خاورمیانه و آفریقای شرکت OMV در پاسخ به اینکه آیا با هیچ یک از شرکت‌های ایرانی اقدام به مذاکره کرده‌اند، گفت: ما در حال همکاری و گفت‌وگوی نزدیک با شرکت ملی نفت ایران بوده و همچنین علاقه‌مند و در جست‌وجوی فرصتی مناسب برای سرمایه‌گذاری در آینده هستیم.

کرول با اشاره به بخش‌های مورد علاقه برای همکاری و سرمایه‌گذاری اظهار کرد: ما علاقه‌مند به تولید و توسعه نفت و گاز، توسعه میادین تازه (greenfield) و میادین قدیمی (brownfield) با همکاری شریک خود، شرکت ملی نفت ایران هستیم.

در بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی نفت، گاز و پتروشیمی مطرح شد

ایران «نفت روی آب» ندارد

مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران با بیان اینکه به‌زودی تولید نفت ایران به ۳میلیون و ۸۰۰ بشکه در روز می‌رسد، گفت: بدون اینکه نفتی روی آب داشته باشیم، روزانه ۲ میلیون و ۱۰۰ هزار بشکه صادر می‌کنیم.

به گزارش «فرصت امروز»، بیست و یکمین نمایشگاه بین‌المللی نفت، گاز و پتروشیمی ۱۶ اردیبهشت‌ماه بدون حضور وزیر نفت و شرکت‌های برتر همچون شل و توتال آغاز به کار کرد.

رکن‌الدین جوادی مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران در مراسم افتتاح این نمایشگاه گفت: ایران زمانی به تعامل جهانی برای بهبود وضعیت بازار نفت یعنی فریز نفت می‌پیوندد که به جایگاه قبل از تحریم خود دست یابد.

مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران با بیان اینکه ایران نفتی روی آب ندارد، گفت: تولید نفت خام ایران به روزانه ۳میلیون و ۷۰۰ هزار بشکه رسیده که به‌زودی این رقم به ۳میلیون و ۸۰۰ هزار بشکه در روز می‌رسد. همچنین میانگین صادرات نفت خام ایران به روزانه ۲میلیون و ۱۰۰ هزار بشکه در روز رسیده است. در بخش صادرات میعانات گازی پیش از تحریم‌ها روزانه ۲۵۰هزار بشکه بود که این رقم هم‌اکنون به ۴۵۰هزار بشکه در روز رسیده است.

جوادی اعلام کرد: در حال حاضر برای فروش نفت‌خام تخفیفی به کشوری نمی‌دهیم اما رقبای ایران برای جذب مشتری‌های ایرانی به آنها تخفیف پیشنهاد می‌دهند. با این حال تاکنون تسلیم این جوسازی‌ها نشدیم.

معاون وزیر با بیان اینکه فروش نفت ایران به اروپا پیش از لغو تحریم‌ها قطع شده بود، در حالی که پس از تحریم‌ها چند قرارداد فروش و صادرات نفت با شرکت‌های اروپایی امضا شده است، تصریح کرد: یادداشت تفاهم‌هایی که به تازگی برای همکاری امضا شده است، سهم شرکت‌های غربی سه یادداشت تفاهم و سهم شرکت‌های آسیایی دو یادداشت تفاهم بوده است.

وی با بیان اینکه براساس چارچوب قراردادهای جدید نفتی شرکت‌های ایرانی می‌توانند در کنار شرکت‌های خارجی در بخش اکتشاف حضور داشته باشند، گفت: شناسایی شرکت‌های براساس فرمت E&P تا آخر اردیبهشت‌ماه مشخص و تا آخر خردادماه ارزیابی آنها به پایان می‌رسد و اسامی این شرکت‌ها تا آخر تیرماه اعلام می‌شود.

معاون وزیر نفت درباره جلوگیری عربستان از پهلوگیری نفتکش‌های ایرانی تصریح کرد: رقبای ما برای دسترسی به برخی اهداف سیاسی خود در منطقه هزینه زیادی می‌کنند. از جمله یکی از این روش‌ها تماس و ایجاد محدودیت با برخی شرکت‌های حمل‌ونقل بوده که خوشبختانه با تدابیر صورت گرفته، نتوانستند موفق باشند.

جوادی از اتمام مذاکرات با طرف چینی در فاز دوم میدان یادآوران با روش بیع متقابل خبر داد و گفت: فاز نخست میدان یادآوران حدود یک ماه پیش راه‌اندازی شد و طی دو هفته آینده به ظرفیت نهایی می‌رسد. البته توسعه میدان آزادگان جنوبی به دلیل وجود برخی مشکلات از پیمانکار چینی گرفته و به شرکت‌های داخلی سپرده شد. هم‌اکنون ۱۸ دکل در این میدان فعال است. امیدواریم تا پایان مهرماه ۳۰ هزار بشکه دیگر از این فاز به تولید برسد و بقیه در سقف ۳۲۰ هزاربشکه‌ای که تعریف شده جلو برود. معاون وزیر نفت درباره فاز دوم این میدان نیز گفت: توسعه فاز دوم در قالب مدل جدید قراردادهای نفتی توسعه می‌یابد. تاکنون دو شرکت برای فاز دوم میدان ابراز علاقه کردند که اجازه مطالعه به آنها داده شد. خوشبختانه اصلاحات مدل جدید قراردادهای نفتی انجام شده است و امیدواریم به دور از نگاه سیاسی نهایی شود. معاون وزیر نفت درباره قرارداد با شرکت ملی نفت آذربایجان (سوکار) برای میدان شاه دنیز گفت: قرار به سرمایه‌گذاری جدیدی نبوده است و ما پذیرفته‌ایم که سهم ۱۰ درصدی را حفظ کنیم.

جوادی درباره عدم حضور شل و توتال در نمایشگاه نفت گفت: با توجه به اینکه برجام به تازگی عملیاتی شده از این رو تصمیم‌گیری شرکت‌ها برای حضور در این نمایشگاه زمان‌بر شده است.

بین‌الملل

کاهش تولید نفت در آمریکا و آسیا

ترجمه: معراج آگاهی
منبع: رویترز

آتش‌سوزی مهیب جنگل‌های کانادا، بی‌ثباتی سیاسی و اقتصادی در ونزوئلا و توقف فعالیت‌های مربوط به استخراج نفت شِیل در آمریکا زمینه را برای کاهش سریع حجم نفت خام تولید شده در قاره آمریکا فراهم کرده و به نظر می‌رسد با استمرار شرایط فعلی کشورهای تولیدکننده نفت خام در آمریکا، این قاره به تنهایی مشکل نفت مازاد موجود در بازار را حل خواهد کرد.

به گزارش خبرگزاری رویترز، نفت خام مازاد موجود در بازار که حجم آن در حال حاضر به ۲ میلیون بشکه می‌رسد دلیل اصلی کاهش شدید بهای نفت حدفاصل سال‌های ۲۰۱۴ تا ۲۰۱۶ بوده و به نظر می‌رسد با کاهش تولید نفت خام در ایالات متحده، کانادا و آمریکای لاتین و همچنین کاهش فزاینده تولید در آسیا، به‌زودی و به میزان قابل توجهی از حجم آن کاسته خواهد شد.

در این راستا «گای بیبر» تحلیلگر موسسه مالی و سرمایه‌گذاری Simmons & Co معتقد است: «اختلالات گاه و بی‌گاه در فرآیند تولید نفت خام در نقاط مختلف جهان اصلی‌ترین دلیل بهبود وضعیت بازار در ماه‌های اخیر بوده در حالی که پیش‌بینی‌ها حاکی از روند نزولی قیمت‌ها بوده است.» این کارشناس حوزه انرژی ادامه داد: «چنانچه توقف‌های ناگهانی در فرآیند تولید ادامه یابد، بازار از ظرفیت کافی برای پاسخگویی به افزایش تقاضا برخوردار نخواهد بود.»

در این رابطه اطلاعات منتشر شده توسط دولت‌ها، صنایع و موسسات مشاوره‌ای در حوزه انرژی بیانگر آن است که کاهش ۱/۵ میلیون بشکه‌ای تولید در آمریکا به همراه کاهش ۲۵۰ هزار بشکه‌ای در آسیا و استرالیا سبب شده است تا بخش قابل توجهی از نفت خام مازاد موجود در بازار به مصرف برسد.

کاهش حجم تولید نفت خام در قاره آمریکا و برخی کشورهای آسیایی در شرایطی اتفاق می‌افتد که کشورهای عضو اوپک به رهبری عربستان سعودی از هرگونه تثبیت یا کاهش تولید خودداری کرده و قصد دارند با حفظ حجم فعلی تولیدشان، سهم خود را از بازارهای جهانی حفظ کرده و سایر تولیدکنندگان را از میدان رقابت خارج کنند.

در همین ارتباط «نیل بوریج» از کارشناسان و تحلیلگران ارشد موسسه تحقیقاتی و مدیریتی Sanford. Bernstein می‌گوید: «سعودی‌ها با اتخاذ استراتژی سختگیرانه خود به آنچه می‌خواستند رسیده‌اند و معتقدند قیمت‌ها در فرآیند عرضه و تقاضا به ثبات خواهند رسید.» این کارشناس حوزه انرژی در ادامه افزود: «سعودی‌ها در ۱۲ ماه گذشته با افزایش تولید خود فشار زیادی را به قیمت‌ها وارد کردند تا از این طریق به حجم نفت خام تولیدی کشورهای صادرکننده نظم و انضباط ببخشند، هم‌اکنون می‌توانیم نتایج استراتژی سعودی‌ها را در بازار مشاهده کنیم.»

در حقیقت و با توجه به خارج شدن بخش قابل توجهی از حجم نفت خام تولید شده در کشورهای قاره آمریکا از بازار، عربستان سعودی و قطر توانسته‌اند با افزایش قیمت‌ها و حجم تولید خود محموله‌های بزرگی را روانه بازارهای آسیا کنند.

براساس اطلاعات منتشر شده، گسترش آتش‌سوزی در Fort McMurray که در قلب منطقه نفت‌خیز کانادا قرار گرفته، سبب شده است حجمی معادل ۶۹۰ هزار بشکه از مجموع نفت تولید شده در کانادا کاسته شود. این در شرایطی است که به گفته کارشناسان ممکن است آتش‌سوزی اخیر موجب افزایش اختلال در فرآیند تولید نفت کانادا شود.

با وجود این اختلال در تولید نفت کانادا تنها دلیل کاهش حجم نفت مازاد در بازار نبوده و طبق اطلاعات منتشر شده از سوی اداره ملی اطلاعات در آمریکا، رقمی معادل ۴۱۰هزار بشکه از تولید نفت خام این کشور در سال جاری کاسته شده و انتظار می‌رود تا در پنج ماه آینده ۸۰۰هزار بشکه دیگر نیز از میزان نفت خام تولید شده در ایالات متحده کاسته شود.

از سوی دیگر کشورهای تولیدکننده نفت در آمریکای لاتین نیز به دلیل عدم سرمایه‌گذاری در صنعت انرژی و احداث زیرساخت‌های لازم با مشکلات بسیاری مواجه شده‌اند. در این میان ونزوئلا به دلیل مشکلات اقتصادی عمیق آن با کاهش ۱۸۸ هزار بشکه‌ای تولید خود مواجه شده و میزان تولید در منطقه آسیا – اقیانوسیه نیز روند نزولی را تجربه می‌کند.

دیدگاه

پیشگامی صنعت نفت ایران در توسعه ساخت داخل

محمدرضا نفری

صنعت نفت ایران در دولت یازدهم فرصت مناسبی را برای بخش خصوصی کشور ایجاد کرده و با رویکرد تامین کالاهای مورد نیاز از شرکت‌های داخلی که تقریبا هیچ کدام آنها برند شناخته‌شده‌ای در صنعت نفت و گاز جهان نیست، ریسک پرفایده‌ای را پذیرفته است.

بیش از ۹۰۰هزار قلم کالا در صنایع نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی ایران مورد استفاده قرار می‌گیرد که به‌جز بخش کوچکی از آن، سایر کالاها امکان تولید در داخل را دارند، با این وجود بخش خصوصی ریسک ورود به تولید کالاهای استراتژیک را به دلیل نیاز به سرمایه‌گذاری هنگفت یا نداشتن دانش فنی لازم طی سال‌های گذشته نمی‌پذیرفت. از این رو وزارت نفت برای ترغیب این بخش به تولید کالاهای اساسی مورد نیاز خود، مجموعه‌ای از ۱۰ گروه کالایی پرمصرف و البته استراتژیک را معرفی کرد تا ضمن کاهش وابستگی به شرکت‌های بین‌المللی، نسبت به توجیه اقتصادی آن به بخش خصوصی داخلی اطمینان دهد. با اجرای برجام منابع مالی مورد نیاز در حال تامین است و پیش‌بینی می‌شود امسال علاوه بر ۵۲ قرارداد امضا شده با سازندگان داخلی ده‌ها قرارداد دیگر نیز از خانواده این گروه اقلام امضا و اجرایی شود.

با این حال به‌نظر می‌رسد با توجه به تلاش برای جبران عقب‌ماندگی صنعت نفت کشور همچنان سه عامل کیفیت، زمان و قیمت کالاهای داخلی دغدغه اصلی مسئولان باشد. تدوین و بومی‌سازی استانداردهای بین‌المللی در صنعت نفت بخشی از مشکل سازندگان را حل کرده اما دو عامل دیگر در واقع به توان رقابت‌پذیر بودن شرکت‌های داخلی مربوط است.

بهره‌گیری از منابع ملی و قوانین حمایتی جز با افزایش توان رقابت در بازار ممکن نیست. همان‌طورکه صنعت نفت به‌عنوان سرمایه ملی باید در سطح جهانی قدرت رقابت داشته باشد، بخش خصوصی و سازندگان ایرانی نیز باید از این توان برخوردار باشند تا منافع بخش خصوصی در کنار منافع عموم مردم تامین شود.

بنابراین ۱۶۰۰ شرکت ایرانی سازنده و تامین‌کننده کالای صنعت نفت یقینا راه دشواری برای رقابت در این بازار با برندهای مطرح جهانی دارند تا با ارتقای کیفیت و کمک به سرعت اجرای طرح‌ها، توسعه صنعت نفت و منافع کشور را تهدید نکنند.

از سوی دیگر با مکانیزه کردن سفارش کالا در صنعت نفت که از ابتدای سال ۱۳۹۵ تحت عنوان سامانه تامین الکترونیکی کالای نفت اجرایی شده، عملا امکان سفارش سلیقه‌ای و فساد وجود ندارد. همچنین با رفع تحریم‌ها امکان ایجاد بازار سیاه و انحصار هم محدود شد، بنابراین فرصت برای سازندگانی واقعی فراهم شده است.

امروز شرکت‌های داخلی فرصت انتقال تکنولوژی و جذب سرمایه و مشارکت خارجی را نیز دارند و همه زمینه‌ها برای فعالیت آنها با توجه به قوانین و ابلاغیه‌ها در حمایت از ساخت داخل در وزارت نفت، ممنوعیت خرید کالای مشابه از خارج، اجرای ایران کد، سامانه الکترونیکی سفارش کالا، ثبت شرکت‌ها در سامانه، ایجاد وندورلیست واحد و کمک به صادرات تجهیزات ساخت خود، مهیا است. البته برخی شرکت‌ها که در دوران تحریم با دلالی سود بالاتری از شرکت سازنده اصلی (با وجود هزینه تحقیق و توسعه و زمان به نتیجه رسیدن محصول) می‌بردند، منتقد جدی این سیاست‌ها خواهند بود.

البته بخشی از صنعت که توسط بخش خصوصی اداره می‌شود با دست بازتری نسبت به خرید اقلام مورد نیازش از بازارهای داخلی و خارجی اقدام می‌کند. یقینا با رقابتی شدن حضور شرکت‌های داخلی سازنده تجهیزات، نگاه این بخش نیز به دلیل منافع بیشتر به سمت داخل خواهد بود.

در این میان سازندگان داخلی نیز باید بپذیرند اگر در دوره‌ای با محدودیت کشور به‌واسطه تحریم‌ها در بازار کشور رقابت‌پذیر نبودند، حالا با شرایط تازه‌ای روبه‌رو هستند که باید در سطح بین‌المللی رقابت کنند.

در این برهه نگاه صنعت نفت به داخل فرصت ایده‌آلی برای بخش خصوصی جوان کشور در ساخت تجهیزات مورد نیاز کشور و حتی منطقه و جهان است. امروز نمونه‌های خوبی از این تجربه در شرکت‌های پیمانکار پروژه‌های بالادست نفت کشور شکل گرفته که تصور آن در ۱۰ یا ۱۵سال گذشته غیرممکن بود؛ شرکت‌هایی که در داخل کشور جایگزین شرکت‌های بزرگ بین‌المللی شدند و حالا در مناقصات رقیب آنها هستند یا شرکت‌های حفاری که امروز پروژه‌های قابل توجهی در کشورهای منطقه برعهده دارند. برخی سازندگان داخلی نیز با تولید محصولات باکیفیت صنعت نفت بازار مطلوبی هم در داخل کشور و هم در میان کشورهای نفت‌خیز منطقه ازجمله عراق به‌دست آورده‌اند.

یادداشت

ایران و کره؛ پیکان و هیوندای

محسن آذرگون
مدیرعامل شرکت مسیر تجارت خاورمیانه

رئیس‌جمهور کره جنوبی به همراه هیاتی بلندمرتبه به جهت گسترش مراودات تجاری و همکاری و سرمایه‌گذاری در بخش‌های مختلف اقتصادی به ایران سفر کرده و آنگونه که در خبرها آمده تفاهم‌نامه‌هایی به ارزش ۱۸میلیارد دلار با ایران به امضا رسانده است. جالب توجه است که بدانیم اکثر این تفاهم‌ها و سرمایه‌گذاری‌ها مربوط به بخش‌های زیرساختی و تکنولوژیک است. این موضوع زمانی تعجب‌برانگیز می‌شود که بدانیم کره تا همین ۵۰سال قبل برای توسعه و پیشرفت دست به دامان کارشناسان ایرانی شد و از ایران کارشناسانی برای برنامه‌ریزی به کره اعزام شدند.

کشور کره تا قبل از جنگ دوم جهانی زیر یوغ ژاپن و به نوعی مستعمره آن کشور بود. پس از پایان جنگ و در رقابت ایدئولوژیک بین شوروی و غرب به رهبری آمریکا، کره به دو بخش شمالی و جنوبی تجزیه شده و شمالی‌ها به شوروی و کمونیسم گراییدند و جنوبی‌ها به سمت غرب و ایالات متحده سوق پیدا کردند. تقریبا از نیمه دوم دهه ۶۰ میلادی کره‌جنوبی روند توسعه را آغاز و کارشناسانی را از ایران برای برنامه‌ریزی استخدام کرد. بنا بر آمار موجود صادرات سالانه کره در اواخر دهه ۶۰ میلادی از ۱۰۰میلیون دلار تجاوز نمی‌کرد. کره جنوبی به دلیل فقدان منابع معدنی به‌عنوان کشوری فقیر مطرح بوده است. آنها تا دهه ۸۰ میلادی از کشورهای مختلف کمک‌های توسعه‌ای دریافت می‌کردند.

در مقایسه با ایران و در سال ۱۹۸۰ کره‌ای‌ها تولید ناخالص داخلی معادل نصف ایران داشتند، اما امروز تولید ناخالص داخلی حدود ۶ برابری و درآمد سرانه‌شان به ۵ برابر ایران رسیده است.

کره قبلا برنامه‌ریزی کرد که در سال ۲۰۰۸ درآمد سرانه خود را به ۲۰هزار دلار با رویکرد افزایش حجم صادرات تا سقف ۴۰۰میلیارد دلار برساند. در سال ۲۰۰۸ درآمد سرانه به ۲۱هزار دلار و صادرات به ۴۲۰میلیارد دلار افزایش یافت و از پیش‌بینی‌ها فراتر رفت، سال ۲۰۱۵ این رقم از مرز ۶۰۰میلیارد دلار تجاوز کرد. کره امروزه در زمره ۱۰ اقتصاد برتر دنیا جای می‌گیرد و شرکت‌های کره‌ای در زمینه فولاد، پتروشیمی، فلزات غیرآهنی، کشتی‌سازی، الکترونیک و اتومبیل جزو غول‌های جهانی به شمار می‌روند. در شرایطی شاهد این پیشرفت هستیم که این کشور فاقد درآمدهای عظیم نفتی ایران است.

کشوری که در گذشته نه چندان دور در رتبه‌ای پایین‌تر از ایران جای گرفته بود و همزمان با ما برنامه‌ریزی برای توسعه و پیشرفت را آغاز کرد، اکنون در جایگاهی بسیار متفاوت با ایران قرار دارد. تفاوتی که مظهر آن را به خوبی در واحدهای تولیدکننده پیکان و هیوندای (که هر دو در یک سال مشابه تاسیس شدند) می‌توان مشاهده کرد. اگر بخواهیم جمله قصاری که عنوان می‌کند «وقتی زمین خوردی هنگام برخاستن درسی که از آن آموخته‌ای را از زمین بردار» مدنظر و سرلوحه خود قرار دهیم، متولیان و مسئولان امر هنگام میزبانی از کره‌ای‌ها، رهنمودها و استفاده‌های لازم را از چشم‌بادامی‌ها برای تقویت ساختار اقتصادی و تسریع در رشد همه جانبه ایران می‌برند. غفلت از فرصت‌امروز حاصل از تعامل با کره نتایجی بس تاسف‌بار برای ایران دارد.

بازرگانی

رئیس سازمان توسعه تجارت خبر داد

افزایش ۱۰۰درصدی تعداد رایزنان بازرگانی تصویب شد

مصوبه اخیر هیات وزیران مبنی بر افزایش تعداد رایزنان بازرگانی کشور به ۶۰ رایزن در سطح دنیا، خبری بود که رئیس سازمان توسعه تجارت ایران اعلام کرد.

ولی الله افخمی‌راد، معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت همزمان با دیدارهای مربوط به هیات کره‌ای با مسئولان اقتصادی کشورمان در گفت‌وگو با ایسنا، در پاسخ به این سوال که آیا سرانجام رایزن بازرگانی به کره اعزام خواهد شد یا خیر؟ گفت: در حال حاضر و با منابع موجود، چنین برنامه‌ای وجود ندارد اما با توجه به مصوبه اخیر هیات وزیران مبنی بر افزایش تعداد رایزنان به ۶۰ نفر، کره جنوبی حتما یکی از کشورهایی خواهد بود که رایزن ایرانی به آنجا اعزام می‌شود.

وی در ادامه درباره زمان تحقیق مصوبه هیات دولت گفت: زمانی که سازمان توسعه تجارت به لحاظ شرایط مالی و از نظر نیروی متخصص که شرایط مربوط به یک رایزن را داشته باشد، تامین شود حتما این مصوبه اجرایی خواهد شد.

به گزارش ایسنا، پیش از این براساس برنامه‌ریزی‌های انجام شده مقرر شده بود تعداد رایزنان کشور تا پایان سال گذشته به ۳۰ نفر برسد که در نهایت تا به امروز فقط ۲۱ رایزن بازرگانی به‌عنوان دیده‌بان‌های تجارت خارجی ایران به تعدادی از کشورها اعزام شده‌اند و براساس گفته مسئولان سازمان توسعه تجارت تا یک ماه آینده تعداد رایزنان به ۳۰ نفر خواهد رسید. البته تعداد رایزنان بازرگانی ایران تا پیش از دولت یازدهم ۵ نفر بود که افزایش پنج تا شش برابری آنها تا به امروز، از دستاوردهای تجارت خارجی این دولت به شمار می‌رود که در صورت تحقق مصوبه اخیر هیات دولت نیز این رشد تعداد رایزنان در دولت فعلی نسبت به قبل ۱۵ برابر خواهد بود.

نگرانی رئیس اتاق ایران در جذب سرمایه خارجی

بخش خصوصی ضمانت دولت و بانک مرکزی را می‌خواهد

مینو گله
minoo.galeh@gmail.com

شمارش ورود هیات‌های خارجی به ایران اندک‌اندک به ۲۰۰ نزدیک می‌شود، رقمی که با وجود مدت کوتاه برجام در ایران به گفته بسیاری از کارشناسان کمتر کشوری تجربه کرده است. در این مدت بازار تجارت و سرمایه‌گذاری در ایران بررسی شد و شاید این شناسایی نه تنها برای خارجی‌ها تازگی داشت، که چشم داخلی‌ها را هم به واقعیت‌های روز جهان باز کرد. اما در نهایت نشست و برخاست با این هیات‌ها که از ۲۰ تا ۳۰۰ نفر را در خود جای داده بود، به چه جاهایی رسید. رئیس اتاق ایران معتقد است، در مورد جذب سرمایه‌گذاری مشترک بخش خصوصی و خارجی‌ها باید منطقی‌تر بود و به نظر می‌رسد امروز انتظارات از این بخش نابجاست. محسن جلال‌پور در گفت‌وگوی کوتاه زیر با «فرصت امروز» گذری دارد بر روند ورود هیات‌ها و از مهم‌ترین انتظارش از دولت گفته است.

آرزو بیات / فرصت امروز

هیات‌های زیادی به ایران آمدند و به نظر می‌رسد همه در انتظار اجرایی شدن تفاهم‌نامه‌ها و قراردادها هستند، بخش خصوصی در حال حاضر در چه مرحله‌ای است؟

ما سه مرحله کاری را با هیات‌ها جلو رفتیم. یک مرحله روزهای اول بعد از تفاهم که در سال ۹۴ شکل گرفت. مرحله اول شناخت و بررسی بازار ایران برای خارجی‌ها، فقط رفت‌وآمد و گفت‌وگو بود و کمتر به تفاهم رسید؛ مرحله دوم از ۲۶ دی ماه روزاجرایی شدن برجام شکل گرفت. دراین زمان تمام هیات‌هایی که آمدند همه بررسی‌ها را انجام داده و مذاکرات انجام شده بود و آماده برای امضای تفاهم‌نامه بودند و در این مرحله تفاهم‌نامه‌های زیادی امضا شد. در مرحله سوم که هم‌اکنون در جریان است تفاهم‌نامه‌ها به قرارداد تبدیل شد. بخش خصوصی در این مرحله که حدود یک تا یک ماه و نیم از آن گذشته قراردادهایی داشته است. آنچه که در سفر به ایتالیا و فرانسه اتفاق افتاد و سفرهای دیگری که اتاق ایران به آلمان و ارمنستان و الجزایر داشت، به قرارداد و کار اجرایی انجامید، ایتالیا، اتریش، فرانسه و آلمان قراردادهای جدی را با ایران بستند. بخش خصوصی قراردادهای خوبی را در بخش خودروسازی داشته و اخیرا هم کره‌ای‌ها درحوزه‌های نفتی، معدنی و صنعتی قراردادهای خوبی با فعالان اقتصادی ایران داشتند.

رئیس‌جمهوری این کشور از اختصاص بسته‌ای ۲۵میلیارد دلاری در سرمایه‌گذاری خارجی خبر داد و از بخش خصوصی دو کشور خواسته بود از این بسته استفاده کنند، بخش خصوصی چه برنامه‌ای برای استفاده از این فرصت دارد؟

براساس آماری که سازمان سرمایه‌گذاری داد و قراردادهایی که با کره‌ای‌ها امضا شده است، یکی با اگزیم بانک ۸میلیارد دلار و دیگر ۵میلیارد دلار بایکی از شرکت‌های پوشش بیمه‌ای این کشور امضاء شده است. با این قراردادها، چه شرکت‌های کره‌ای که در ایران سرمایه‌گذاری می‌کنند و چه طرح‌هایی که با برند کره‌ای‌ها یا کالای کره‌ای شرکت‌های ایرانی سرمایه‌گذاری می‌کنند و نیاز به فاینانس دارند می‌توانند از این منبع استفاده کنند.

برخی قضاوت‌ها در مورد زمان اجرایی شدن این قراردادها وجود دارد، اینکه سرانجام نتایج آن چه زمانی دیده می‌شود و دیگر اینکه آیا تا به حال اتفاق خاصی در مشارکت برای سرمایه‌گذاری برای بخش خصوصی افتاده است؟ فکر می‌کنید، قراردادهای سرمایه‌گذاری چه وقت به مرحله اجرایی می‌رسد؟

پروسه سرمایه‌گذاری پروسه زمان‌بری است. به طور منطقی قراردادها در زمان کوتاهی به مرحله اجرا نمی‌رسد. اما اینکه اتفاقی نیفتاده است حرف نادرستی است. ما در زمان‌های گذشته قراردادهای جدی داشتیم و برخی هم به اجرا رسیدند. در برخی شهرک‌های صنعتی و فولادسازی برخی از این قراردادها به اجرا رسیده است. مثلا در سفر به ایتالیا یک قرارداد بین بوتیا از بزرگ‌ترین هلدینگ‌های خاورمیانه و شرکت‌های ایتالیایی اتفاق افتاد که در هفته گذشته به گفته مدیرعامل آن، کارهای اجرایی را شروع کردند. اینکه اظهار می‌شود تا حالا کاری انجام نشده و این سرمایه‌گذاری در حجم بالایی باید انجام شود انتظار بی‌جا و غیرمنطقی است.

اما ما هنوز اطلاعات منسجمی در خصوص ظرفیت و سرمایه بخش خصوصی برای جذب سرمایه خارجی در دسترس نداریم، چرا؟

بخش خصوصی ما آنقدر توانمند نشده و آمادگی ندارد. کارهای بزرگی که امروز در کشور در حال انجام است یا قرار است اتفاق بیفتد به یک بخش خصوصی قدرتمندتر و بزرگ‌تر نیاز دارد. مسئله مهم دیگری که در مورد بخش خصوصی باید بگوییم این است که پشتیبانی‌هایی که از بخش خصولتی، دولتی و نیمه دولتی شده و وجود دارد، از بخش خصوصی نشده است. یکی از گلایه‌ها و اعتراضات ما به دولت این است که بخش خصوصی توسط بانک‌ها تایید نمی‌شود و شرایط مناسبی ندارد، فعالان این بخش حتی در سال‌های گذشته نتوانستند سرمایه‌شان را به روز کنند و از نظر کفایت سرمایه مشکل جدی دارند.

دولت باید به میدان بیاید و ضمانت و فاینانس بانک‌های ما را تضمین کند. این کار در ادوار گذشته هم اتفاق افتاده است. اما امروز بانک مرکزی و دولت در تضمین سرمایه بخش‌خصوصی پشت این بخش نیست و این نگرانی جدی ما است. اگر کارهایی که ما در حال پیش بردن آنها هستیم، توسط دولت و بانک مرکزی که تضمین نهایی توسط آنها انجام می‌شود، اتفاق نیفتد ما دوباره اول راه هستیم و نمی‌توانیم کارمان را پیش ببریم بنابراین توقع داریم دولت و بانک مرکزی بخش خصوصی را هم مثل شرکت‌های دولتی و خصولتی پشتیبانی کند و بانک مرکزی ضمانت‌های لازم را داشته باشد، چون بدون این مسئله شرایط برای مشارکت بخش خصوصی در سرمایه‌گذاری‌ها مناسب نخواهد بود.

معدن

ایران ۴۰میلیارد دلار فرصت سرمایه‌گذاری در بخش معدن دارد

مهدی کرباسیان، رئیس هیات عامل ایمیدرو گفت: ایران برنامه وسیعی برای توسعه بخش معدن و صنایع‌معدنی در دست اجرا دارد که برای اجرای آنها ۴۰میلیارد دلار سرمایه‌گذاری می‌شود.

به گزارش روابط عمومی سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران (ایمیدرو)، او که در سومین مجمع ایران و اروپا در شهر زوریخ سوییس در جمع مدیران شرکت‌های بزرگ معدنی، سرمایه‌گذاری، مالی، بانکی، بیمه‌ای اروپا و جهانی سخن می‌گفت، تصریح کرد: برنامه ششم و طرح‌های توسعه بخش معدن و صنایع معدنی ایران فرصت بسیار مناسبی برای منافع دو سویه ایران و اروپا است.

وی تصریح کرد: این میزان سرمایه برای توسعه بخش‌های فولاد، آلومینیوم، مس، روی و مواد معدنی مرتبط با بخش معدن همچون اکتشاف و امور زیربنایی است که می‌تواند فرصتی برای سرمایه‌گذاری‌های مشترک با اروپا باشد.

کرباسیان افزود: اکتشاف از اولویت‌های اساسی ایمیدرو است که در نخستین حلقه از زنجیره بخش معدن قرار دارد.

رئیس هیات عامل ایمیدرو ادامه داد: در حال حاضر، طرحی جامع برای افزایش فعالیت‌های اکتشافی تا محدوده ۲۵۰هزار کیلومترمربع در دست اجرا داریم که اکنون بیش از ۵۰درصد آن محقق شده است.

رئیس هیات عامل ایمیدرو درباره مزیت‌های اقتصادی ایران گفت: ایران یکی از کم هزینه‌ترین کشورها برای تولیدات معدن و صنایع معدنی است که این امر به دلیل قیمت مناسب و فراوانی انرژی، نرخ پایین بهره مالکانه، هزینه پایین دستمزد نیروی کار و دیگر مزیت‌هایی همچون دسترسی به آب‌های بین‌المللی، خطوط راه‌آهن، شبکه برق و تعرفه مناسب سیستم حمل‌ونقل است.

وی درباره نتایج طرح اکتشاف اظهار داشت: خوشبختانه در روند اجرای برنامه اکتشاف، به منابع غنی جدیدی در روی، سنگ آهن، مس و طلا دست یافته‌ایم، از همین رو خواهان همکاری با شرکای علاقه مند و سرمایه‌گذار برای نتیجه بخش شدن این توانمندی معدنی هستیم.

رئیس هیات عامل ایمیدرو افزود: طبق نقشه راه ترسیم شده تقاضای فولاد در ایران در سال ۱۴۰۴ به سطح ۴۰میلیون تن می‌رسد. برای این منظور در حال طراحی دستیابی به ظرفیت ۵۵میلیون تن فولاد هستیم که ۱۵میلیون تن آن برای صادرات اختصاص می‌یابد.

به گفته وی، ایمیدرو سرمایه‌گذاری ۳۰میلیارد دلاری را برای نیازهای توسعه‌ای این بخش پیش‌بینی کرده که اهداف زنجیره فولاد و امور زیربناها را محقق کند.

کرباسیان ادامه داد: چشم‌انداز ظرفیت‌سازی آلومینیوم و مس (تقاضا و صادرات در افق ۱۴۰۴) به ترتیب ۱,۵میلیون تن و ۴۵۰هزار تن است که این برنامه نیازمند ۱۰میلیارد دلار سرمایه‌گذاری است.

وی افزود: برای تولید دیگر محصولات معدنی مانند تیتانیوم، کک نفتی و تولید محصولات با ارزش افزوده بالا، زغال‌سنگ و محصولات راهبردی همچون عناصر نادر خاکی که به‌تازگی شش نوع آن تولید شده است، برنامه‌های مجزایی داریم.

کرباسیان گفت: برای دستیابی به اهداف فوق به همکاری با شرکت‌های طراز اول دنیا در سرمایه‌گذاری و انتقال فناوری تمایل داریم.

تکذیب واردات تایر چینی بی‌کیفیت

رئیس اتحادیه صنف فروشندگان لاستیک، روغن و پنچرگیران و فیلترسازان تهران با بیان اینکه ۴۰درصد بازار لاستیک (تایر) کشور توسط تولیدکنندگان داخلی و ۶۰درصد از محل واردات تامین می‌شود، گفت: موضوع «واردات تایر چینی بی‌کیفیت» شایعه‌ای است که توسط برخی ذی‌نفعان مطرح شده است.

عباس سماواتی در گفت‌وگو با ایرنا افزود: لاستیک‌های تولید داخل یا وارداتی از هر کشوری، دارای یک شناسه است که از طریق آن، محل تولید، شرکت تولیدکننده، آنالیز مواد و... قابل ردیابی و پیگیری است.

وی با اشاره به بازرسی‌ها و کنترل‌هایی که در ارتباط با محموله‌های وارداتی انجام می‌شود، گفت: محموله‌های وارداتی برای ورود به کشور باید شاخص‌ها و استانداردهایی را رعایت کنند؛ اگرچه برندهای مختلف از نظر کیفیت با یکدیگر متفاوت هستند.

سماواتی ادامه داد: تولیدکنندگان داخلی به‌دلیل به روز نبودن خط تولید، بالا بودن هزینه‌های کارگری و همچنین هزینه‌های تامین مواد اولیه، از نظر قیمتی نمی‌توانند با تولیدکنندگان چینی رقابت کنند؛ ضمن اینکه امکان تولید برخی سایزهای لاستیک در داخل کشور وجود ندارد.

وی افزود: در حال حاضر به اندازه کافی لاستیک داخلی و خارجی در بازار وجود دارد اما به دلیل رکود و کاهش قدرت خرید مردم، خریدوفروش چندانی در بازار انجام نمی‌شود.

صادرات

شکایت نعمت‌زاده از مالیات بر صادرات در شورای اقتصاد

رئیس کنفدراسیون صادرات از طرح مشکل دریافت مالیات از صادرات توسط وزیر صنعت در شورای اقتصاد خبر داد و گفت: مشکل اخذ مالیات از صادرکنندگان بابت مابه‌التفاوت نرخ دلار آزاد و مبادله‌ای حل می‌شود.

محمد لاهوتی در گفت‌وگو با مهر از طرح مشکل دریافت مالیات از صادرات توسط وزیر صنعت، معدن و تجارت در آخرین جلسه شورای اقتصاد خبرداد و گفت: اکنون نزدیک به دو سال است که صادرکنندگان کشور، با مشکل اخذ مالیات مواجه شده‌اند و در هر گوشه و کنار، صادرکنندگانی مشاهده می‌شوند که با این مشکل و معضل روبه‌رو هستند، در نهایت کار به جایی رسید که براساس مکاتبه‌ای که کنفدراسیون صادرات ایران با معاون اول رئیس‌جمهور صورت داد، رئیس امور مالیاتی دستورالعملی صادر کردند که براساس آن، صادرات از مالیات ناشی از مابه‌التفاوت نرخ آزاد ارز با نرخ دولتی معاف باشد.

رئیس کنفدراسیون صادرات ایران افزود: با توجه به اینکه بعد از صدور این دستورالعمل، باز هم این مشکل برطرف نشد. وزیر صنعت، معدن و تجارت این موضوع را به‌عنوان یک دغدغه و مشکل در آخرین جلسه شورای اقتصاد مطرح کرد و بر این اساس مقرر شد تا رئیس سازمان امور مالیاتی در جلسه‌ای که با صادرکنندگان برگزار می‌کند، مشکل را رفع کند. به هرحال با پیگیری وزیر صنعت و قول مساعد سازمان امور مالیاتی، این جلسه انتهای هفته گذشته با محوریت قائم مقام وزیر صنعت، در سازمان امور مالیاتی برقرار شد.

وی تصریح کرد: در این جلسه رییس سازمان امور مالیاتی، با حوصله وقت را در اختیار صادرکنندگان قرار داد و آنها نیز مشکلات و مسائل مربوط را به‌صورت مستند و مصداقی مطرح کرده و برگه تشخیص‌های نجومی که سازمان امور مالیاتی برای صادرکنندگان صادر کرده بود، ارائه شد. به هرحال سازمان امور مالیاتی معتقد است کسانی که در دفاتر خود، نرخ ارز را معادل نرخ ارز مبادله ثبت و دلار را به نرخ آزاد می‌فروختند، به‌دلیل اینکه این درآمدشان ناشی از صادرات نیست، مشمول تسعیر ارز خواهد بود و باید مالیات آن اخذ شود.

لاهوتی ادامه داد: این مشکل، به لحاظ فنی ایجاد شده و به دلیل اینکه برخی صادرکنندگان در اظهارنامه صادراتی خود، قیمت ارز کالای صادراتی را با نرخ مبادله ثبت کرده بودند، همین نرخ را هم در دفاتر خود به ثبت رسانده‌اند، در حالی که نرخ ارز آزاد را از بازار دریافت می‌کردند. در نهایت با توضیحات معاونان سازمان امور مالیاتی عملا مشخص شد که این یک اشکال فنی است که باعث شده صادرکننده مجبور به پرداخت عدد و رقم بالای مالیاتی شود؛ به همین دلیل، رئیس سازمان امور مالیاتی در انتهای جلسه توافق کرد و نوید داد که کارگروهی طی هفته‌های آینده شکل گیرد و به بررسی راه‌های قانونی برای رفع این مشکل بپردازد.

وی با بیان اینکه صادرکنندگان معتقدند که برخی ممیزان مالیاتی، برداشت سلیقه‌ای از دستورالعمل سازمان امور مالیاتی در این رابطه دارند، گفت: قرار بر این شد که در این مورد شفاف‌سازی شده و دستورالعمل و ابلاغیه‌هایی که دارای ابهام است و منجر به برداشت سلیقه‌ای می‌شود، اصلاح شوند.

لاهوتی تصریح کرد: براساس مصوبه مجلس، در سال ۹۵ صادرات از تسعیر نرخ ارز معاف شده که امید می‌رود این بند در شورای نگهبان نیز تایید شده و در نهایت به قانون تبدیل شود؛ بنابراین در مورد سال جدید مشکلی در این حوزه وجود ندارد و بخشنامه مذکور مربوط به اواخر سال ۹۳ است که البته برخی از سازمان‌ها، بازه زمانی قبل از آن را نیز اعمال می‌کنند. برهمین اساس، قرار است در کارگروهی که در آینده نزدیک تشکیل می‌شود، این موارد بررسی شود و در نهایت با دستورالعمل متعاقب آن‌که سازمان امور مالیاتی صادر می‌کند، مشکلات گذشته حل شود.

نمی‌توانیم به‌صورت جزیره‌ای عمل کنیم

باید با برندسازی وارد اقتصاد جهانی شویم

مهدی جهانگیری گفت: اگر می‌خواهیم به W.T.O ورود کنیم باید الزامات آن را رعایت کنیم. در دنیای امروز نمی‌توانیم به‌صورت جزیره‌ای عمل کنیم، باید به اقتصاد دنیا وصل شویم.

نایب رئیس اتاق بازرگانی تهران در گفت‌وگو با ایلنا، در مورد نرخ دلار در بودجه سال ۹۵ و آزادسازی نرخ ارز گفت: اگر بخواهیم اقتصاد را دستوری و دولتی اداره کنیم، دچار اشتباه شده‌ایم. دلار و سیستم بانکی را نمی‌توان با قیمت دستوری مدیریت کرد. بازار بدون دخالت دولت و با توجه به عرضه و تقاضا قیمت خود را پیدا می‌کند. مهدی جهانگیری افزود: دولت زمانی که بودجه را می‌بندد باید پیش‌بینی‌های درستی از بازار داشته باشد و این مسئله در تعیین نرخ دلار حائز اهمیت است. وی ادامه داد: اما امری که روشن است این است که در نهایت دولت چاره‌ای جز آزادسازی نرخ ارز ندارد و هرچقدر این کار زودتر انجام شود، به نفع اقتصاد کشور است. خصوصا در صادرات ما تاثیر مثبتی خواهد داشت.

عضو هیأت رئیسه اتاق بازرگانی در خصوص ورود به سازمان تجارت جهانی و صفر کردن تعرفه‌های گمرکی گفت: اگر می‌خواهیم به W.T.O ورود کنیم باید الزامات آن را رعایت کنیم. در دنیای امروز نمی‌توانیم به‌صورت جزیره‌ای عمل کنیم. باید به اقتصاد دنیا وصل شویم و در بازارهای جهانی با برندسازی و بالابردن کیفیت، ورود کنیم.

وی افزود: اولویت ما باید ورود تکنولوژی روز دنیا به کشور باشد، زیرا این امر در سیاست‌های اقتصاد مقاومتی تاکید شده‌است.

جهانگیری در پایان تصریح کرد: بالابردن کیفیت و شناسایی بازارهای صادراتی نیز می‌تواند در این امر به ما کمک زیادی بکند.

خبرنامه

عدم تمایل بانک‌ها در اعطای تسهیلات ۱۰میلیونی ازدواج

مهم‌ترین ویژگی تسهیلات قرض‌الحسنه نداشتن سود و قسطی بودن آن است. همین ویژگی باعث شده متقاضیان دریافت آن روزبه‌روز افزایش پیدا کنند. وام ازدواج، وام اشتغال، وام‌های ضروری و... در زمره این تسهیلات هستند اما شرایط و مدارک لازم برای دریافت هر کدام از این نوع وام‌ها فرق می‌کند.

به گزارش ایلنا، در روز شنبه ۲۸ فروردین ۱۳۹۵ در جریان بررسی بودجه کشور، نمایندگان مجلس تصویب کردند وام ازدواج جوانان از ۳میلیون تومان به ۱۰میلیون تومان با بازپرداخت سه، چهار ساله از محل سپرده‌های قرض‌الحسنه پس‌انداز و جاری برای هریک از زوجین افزایش یابد و هر بانک به اندازه سهمی که از سپرده‌های قرض الحسنه دارد، در اعطای وام قرض الحسنه هم مشارکت کند.

بانک مرکزی نیز موظف شد جهت اجرای این قانون، بر بانک‌ها نظارت کرده و بانک‌های متخلف را جریمه کند.

منابع قرض‌الحسنه برای وام ۱۰میلیونی کافی نیست

اصغر میرمحمد صادقی، مدیرکل اعتبارات بانک مرکزی در پاسخ به این پرسش که آیا منابع کافی برای دادن اعتبار ۱۰میلیونی وجود دارد یا خیر و آیا شما امسال این وام را پرداخت خواهید کرد یا خیر، به ایلنا گفت: ما امسال این وام را پرداخت می‌کنیم اما وصولی سالانه ما ۵هزار میلیارد تومان است، خودتان حساب کنید هر سال ۸۰۰هزار تا یک میلیون نفر هم به تعداد متقاضیان اضافه می‌شود با این حساب برای پرداخت وام ۱۰میلیون تومانی به ۸هزار میلیارد تومان منابع مالی جدید نیاز است. حال باید دید چطور باید تامین اعتبار صورت گیرد!

وی در پاسخ به این پرسش که تاکنون چقدر تسهیلات قرض‌الحسنه وام ازدواج پرداخت شده، افزود: در سال ۸۸ باتوجه به برخی اعتراض‌ها نسبت به دریافت چندباره تسهیلات ازدواج در مقابل عدم دریافت تسهیلات توسط دیگر متقاضیان، سامانه اعطای تسهیلات ازدواج را راه‌اندازی کردیم و تعداد بانک‌های عضو سامانه را از ۹ بانک به ۲۸ بانک افزایش دادیم و در مجموع از ابتدای راه‌اندازی سامانه تاکنون به ۷میلیون و ۶۱۱هزار نفر تسهیلات پرداخت کرده‌ایم که ارزش آن ۲۰هزار و ۵۰۰میلیارد تومان بوده است.

میرمحمد صادقی گفت: یک ماهه اول امسال ۲۹هزارنفر تسهیلات ازدواج دریافت کردند و هم‌اکنون هیچ متقاضی از سال ۹۲ و ۹۳ برای دریافت وام ازدواج در صف نیست و ۴۰۰هزار نفر باقیمانده مربوط به سال ۹۴ می‌شود.

بانک‌ها برای پرداخت وام‌های خرد دست به‌عصا هستند

آلبرت بغزیان درمورد وام ۱۰میلیونی ازدواج به ایلنا گفت: بانک‌ها درحال حاضر دست به عصا هستند و ترجیح می‌دهند وام‌های کلان‌تر را بدهند تا وام‌های خرد.

وی خاطرنشان کرد: متاسفانه در سیستم بانکی ما وام‌هایی که وثایق مشخصی ندارند و معوق هم می‌شوند، سریع‌تر پرداخت می‌شوند.

وی با بیان اینکه بانک‌ها چندان تمایلی به پرداخت وام ازدواج ندارند؛ گفت: هم‌اکنون هزینه پول بالاست و باوجود اینکه گفته می‌شود نرخ سود بانکی کاسته شده اما همچنان ترفندهایی برای افزایش سود بانکی وجود دارد.

یک کارشناس امور بانکی تصریح کرد

نبود امنیت، ضعف بانکداری الکترونیک

یک کارشناس امور بانکی گفت: یکی از ضعف‌های بانکداری الکترونیک که باید آن را برطرف کرد عدم امنیت موجود در این نظام نو پا است.

شاهین شایان آرامی، کارشناس امور بانکی در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، گفت: بانکداری الکترونیکی مزایای متعددی دارد که نخستین مزیت آن سهولت بستر نقل و انتقالات پولی در کشور است اما این مزایا در فضای مناسب اقتصادی کشور می‌تواند خود را نمایان کند.

وی افزود: امروزه، با توجه به تکنولوژی روز که بر دنیا حاکم است اکثر خریدوفروش‌ها و کارهای تجاری به‌صورت مجازی و با استفاده از اینترنت انجام می‌شود اما در این نوع سیستم نیز مشکلات سایبری همچون هک حساب‌ها و کلاهبرداری وجود دارد که برای حل آنها باید تدابیری را نیز در نظر بگیریم.

شایان آرامی اظهار داشت: زمانی که نظام بانکی به سمت الکترونیکی شدن حرکت و افزایش مبادلات پولی را ایجاد می‌کند باید همگام با آن امنیت حساب‌ها و معاملات نیز ارتقا یابد. در صورت وجود امنیت واستفاده از فضای مجازی هزینه نقل و انتقال پول به‌شدت کاهش می‌یابد.

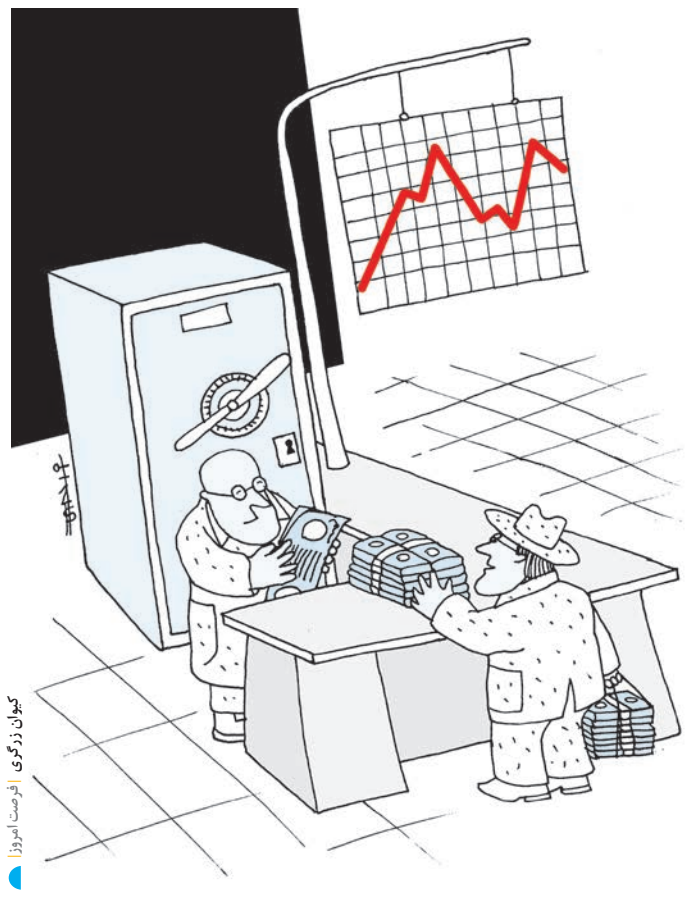
شایان عنوان کرد: از طریق بانکداری الکترونیک و با استفاده از تلفن‌های هوشمند می‌توانیم بازار خدمات بانکی را توسعه دهیم و با نقاط مختلف ارتباط برقرار کنیم.

وی در پایان افزود: ارائه خدمات الکترونیکی از طریق تلفن همراه، فضای مجازی و استفاده از اینترنت، ارائه خدمات از طریق کارت‌های همراه از جمله شاخه‌های مختلف بانکداری الکترونیک محسوب می‌شود.

طرحی که می‌تواند به رکود اقتصادی دامن بزند

اخذ مالیات از سپرده‌های بانکی؛ ایده‌ای خوب در زمانی نامناسب

نسیم نجفی
nasim64najafi@gmail.com


کیوان زرگری | فرصت امروز

اخذ مالیات از سپرده‌های بانکی رفته رفته ابعاد جدی‌تری به خود می‌گیرد. اظهارات چندی پیش وزیر اقتصاد که از اعتقاد خود درباره الزام دریافت مالیات از سودهای بانکی با توجه به بالا بودن نرخ سود نسبت به تورم سخن گفت، واکنش‌های مختلفی را به‌دنبال داشت.

وزیر اقتصاد اعلام کرده بود: برخی بانک‌ها نرخ سود سپرده را آن هم بدون ریسک تا ۲۲ درصد پرداخت می‌کنند، پس در این شرایط چرا نباید مالیات بدهند؟

نخستین موضع‌گیری سازمان امور مالیاتی در برابر پیشنهاد دریافت مالیات از سود بانکی، از این حکایت داشت که تصمیم برای این موضوع جدی است؛ به طوری که طبق اعلام تقوی نژاد، رئیس سازمان امور مالیاتی، مطالعاتی در این رابطه انجام شده و گرچه هنوز تصمیم نهایی در این رابطه وجود ندارد و به قانون تبدیل نشده، اما جزو برنامه‌های مطالعاتی مهم سازمان امور مالیاتی قرار دارد.

مخالفت بانک‌ها

اما در این میان برخی از مدیران بانکی اعتقاد دارند که با وجود رواج اخذ مالیات از سپرده‌های بانکی در کشورهای مختلف، اجرای این برنامه با مشکلات و چالش‌های گوناگونی همراه است.

البته نباید از یاد برد برنامه اخذ مالیات از بخش‌های مختلف اقتصادی و صنفی همواره با مقاومت این بخش‌ها همراه بوده و طبیعی است که با توجه به آثار و نتایج این طرح بانک‌های کشور در مقابل آن چندان روی خوشی نشان نخواهند داد چرا که با اخذ مالیات از سپرده‌های بانکی در عمل نرخ سود بانکی به میزان قابل توجهی کمتر از نرخ مصوب شورای پول و اعتبار کاهش می‌یابد و به این ترتیب انگیزه سپرده‌گذاران برای سپرده‌گذاری در بانک‌ها کاهش می‌یابد.

اما این در حالی است که مطالعات کارشناسان مختلف اقتصادی نشان می‌دهد که یکی از شیوه‌های رایج درآمدی دولت‌ها در سراسر جهان اخذ مالیات از سپرده‌های بانکی است؛ سپرده‌هایی که همواره یکی از منابع مهم درآمدی سرمایه‌های بزرگ و کلان است. تجربه کشورهایی مانند آلمان، استرالیا، و حتی آمریکا نشان می‌دهد که اخذ سود از سپرده‌های بانکی می‌تواند منجر به افزایش سطح درآمدهای کشور شود.

اما با وجود چنین تجربه‌های موفقی برخی از تحلیلگران اقتصادی اعتقاد دارند که با توجه به شرایط عمیق رکودی حاکم بر اقتصاد کشور نمی‌توان انتظار داشت که طرح اخذ مالیات از سپرده‌های بانکی توام با موفقیت باشد.

زمان اجرا مناسب نیست

حیدر مستخدمین حسینی، کارشناس اقتصادی و معاون اسبق بانک مرکزی در این باره به «فرصت امروز» گفت: اگر چه دریافت مالیات از سپرده‌های بانکی در برخی کشورها بازدهی داشته اما باید دید که در کشور ما زمینه مناسب برای اجرای چنین طرحی وجود دارد؟ و آیا زمان مناسبی برای اجرای چنین ایده‌ای است؟

وی افزود: در شرایطی که اقتصاد کشور با رکود مواجه است و بخش تولید با چالش‌های مختلفی مواجه شده و از طرف دیگر بازارهای مالی هم با مشکلات مختلفی دست و پنجه نرم می‌کند، اخذ مالیات از سپرده‌های بانکی بر پیچیدگی مشکلات می‌افزاید و شرایط ناهمواری را پیش روی اقتصاد کشور قرار می‌دهد.

کاهش نرخ سود بهترین گزینه است

مستخدمین‌حسینی تاکید کرد: وزیر اقتصاد و سایر مسئولان خوب است با توجه به کاهش نرخ تورم به کاهش نرخ سود بانکی فکر کنند چرا که این کار می‌تواند اهداف مورد نظر را با سهولت بیشتری فراهم کند.

معاون اسبق بانک مرکزی با اشاره به روند کاهشی تورم گفت: در پاره‌ای از موارد دولت بخشنامه کرد که برخی اقلام و کالاها نباید افزایش قیمت داشته باشند و نرخ تورم را به‌صورت دستوری کاهش داد که این امر مخاطراتی را با خود به همراه دارد. در حال حاضر با وجود کاهش نرخ سود بانکی هنوز با تورم فاصله دارد و ضرورت دارد تا برای کاهش دوباره نرخ سود بانکی چاره‌ای بیندیشند.

وی افزود: نرخ سود بانکی بالا و معاف از مالیات در برخی مقاطع مثل سال ۹۳ شرایطی را به وجود آورد که بسیاری از بخش‌ها تحت فشار قرار گرفتند. اگر چه این نرخ از ۲۲درصد کاهش یافته اما هنوز به تناسب با نرخ کاهشی تورم نرسیده است. در حال حاضر فاصله میان نرخ تورم و نرخ سپرده بانکی ۶درصد و فاصله تورم و نرخ سود تسهیلات ۱۰درصد است و جا دارد تا این فاصله کمتر و کوتاه‌تر شود.

مستخدمین حسینی در پاسخ به این پرسش که آیا اخذ مالیات از سپرده‌های بانکی منجر به بهبود شرایط درآمدی دولت و بهتر شدن شرایط بودجه‌ریزی دولت نمی‌شود؟ گفت: اگر می‌خواهیم به چنین آثاری برسیم باید ابتدا مشکل رکود را حل کنیم و در شرایط رونق اقتصادی تصمیم بگیریم که آیا می‌توان از راه اخذ مالیات از سپرده‌های بانکی به چنین هدفی رسید؟ در شرایط فعلی دولت باید با کاهش نرخ سود بانکی کمک کند تا رفته رفته اقتصاد کشور از رکود خارج شود و چرخ‌های بخش تولید به گردش دربیاید.

گزارش ۲

بررسی آخرین تحولات در مورد موسسات مالی مشکل‌ساز

موسسه‌های غیرمجاز مالی در تور قوه قضائیه

نقدینگی جامعه ایرانی به هزار هزار میلیارد تومان رسیده است که در صورت هیجانی شدن و عدم تعادل بازارها می‌تواند اقتصاد ایران را از حالت عادی خارج کند. بیشترین منابع نقدینگی نزد شبکه بانکی و موسسه‌های اعتباری قرار دارد و مطابق آمارهای رسمی و غیررسمی گفته می‌شود ۲۰درصد از این منابع در اختیار موسسه‌های غیرمجاز مالی قرار دارد که رفتاری شبیه بانک‌ها دارند. یک محاسبه ساده نشان می‌دهد که نقدینگی در اختیار این نهادها به حدود ۲۰۰هزار میلیارد تومان رسیده است که از نظر کارشناسان یک بمب خطرناک زیر دیوار بازار اعتبارات به حساب می‌آید. زاد و رشد این موسسه‌های اعتباری غیرمجاز در سال‌های ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۲ و در پرتو غفلت و فراموشی نهادهای ناظر مثل دولت و بانک مرکزی ممکن شده است. از روزی که دولت یازدهم مستقر شده است یکی از دغدغه‌هایش کنترل و مهار توسعه این شبکه غیرمجاز و همچنین کاهش سهم آنها در نقدینگی کل جامعه است. این نهادها از چند جهت برای شبکه بانکی و بازار اعتبارات تهدید به حساب می‌آیند. یک تهدید این است که وقتی در شرایط ورشکستگی قرار می‌گیرند اعتماد شهروندان به نهادهای پولی زایل می‌شود و تهدید دوم این است که آنها به دلیل کم بودن قیمت تمام شده برای تجهیز پول می‌توانند نرخ سود بیشتری به سپرده‌گذاران بدهند و نوعی رقابت غیرسالم را دامن بزنند. اما دولت و بانک مرکزی به این دلیل که برخی از این موسسه‌ها قدرت سیاسی قابل توجهی دارند نیازمند استفاده از قدرت قوه قضائیه بودند.

در نشست اخیر شورای پول و اعتبار بار دیگر ساماندهی موسسات مالی و اعتباری غیرمجاز مورد بررسی قرار گرفت و آخرین گزارش در رابطه با تعیین‌تکلیف تعاونی اعتباری ثامن‌الحجج ارائه شد.

در جلسه شورای پول و اعتبار که روز سه‌شنبه هفته گذشته در ساختمان میرداماد بانک مرکزی و با حضور اکثریت اعضا تشکیل شد، گزارش جامعی از جلسات شورای پول و اعتبار طی سال‌های اخیر، مصوبات و چگونگی مراحل اجرای آنها به آگاهی اعضای شورا رسید.

به گزارش روابط عمومی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران، در این جلسه که دادستان کل کشور نیز حضور داشت، گزارش بخش نظارت بانک مرکزی در خصوص برنامه ساماندهی موسسات غیرمجاز پولی و اعتباری و نیز اقدام‌های انجام شده به منظور تعیین‌تکلیف تعاونی فاقد مجوز موسوم به موسسه ثامن‌الحجج -که براساس مصوبه شورای عالی امنیت ملی و با همکاری موثر قوه قضاییه و وزارت اطلاعات از اواخر آذرماه سال گذشته آغاز شده و همچنان ادامه دارد- ارائه شد.

در این گزارش تخلفات انجام شده توسط تعاونی مورد اشاره -که منجر به ناتوانی در پرداخت مطالبات سپرده‌گذاران شد - تشریح و توضیحات مشروحی درخصوص سپرده‌ها و حساب‌های تعیین‌تکلیف شده، میزان و محل منابع تخصیص یافته برای پرداخت به سپرده‌گذاران، شناسایی اموال، املاک و دارایی‌ها، نحوه در اختیار گرفتن آنها و نیز برنامه‌ریزی‌های بانک مرکزی برای اقدام‌های آتی کارگروه ویژه ساماندهی، ارائه شد.

تعاونی اعتباری غیرمجاز ثامن‌الحجج از چندی پیش به دلیل مشکلات مالی و رعایت نکردن ضوابط بانکی با بحران مواجه شده است.

رئیس اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران هم در صفحه شخصی خود در شبکه اجتماعی تلگرام نوشت: دادستان کل کشور در نشست شورای پول و اعتبار وعده داده است که برای مبارزه با موسسه‌های مالی و اعتباری غیرمجاز برنامه خواهد داشت و مصمم است در زمینه ساماندهی بازارپولی کشور به بانک مرکزی کمک کند.

محسن جلال‌پور اعلام کرد: در آخرین نشست شورای پول واعتبار بیشتر اعضا حضور داشتند. به‌خصوص حضور محمد جعفر منتظری دادستان کل کشور در این نشست شورا مغتنم بود.

جلال‌پور ادامه داد: مواضع دادستان کل کشور درباره موسسه‌های مالی و اعتباری مورد توجه اعضای شورای پول و اعتبار قرار گرفت و همه نسبت به همراهی دادستانی با این مقوله ابراز خرسندی کردند.

رئیس اتاق بازرگانی ایران حضور دادستان کل کشور در نشست‌های شورای پول و اعتبار را بسیار مهم و حیاتی دانست و گفت: در این دوره خاص که سیاست‌گذار پولی، پنجه در پنجه موسسه‌های غیرمجاز انداخته و درصدد ساماندهی بازار پول است، این حضور اهمیت زیادی دارد.

جلال‌پور اضافه کرد: در حاشیه نشست شورا، صحبتی با «سیدصفدر حسینی» رئیس صندوق توسعه ملی ایران داشتم و درباره وضعیت تصمیم چند شب پیش صندوق توسعه ملی پرسیدم؛ وی گفت از مبلغ ۲۰ هزار میلیارد ریال اختصاص داده شده برای صادرات، در قسط نخست مبلغ ۳هزار میلیارد ریال برای بانک توسعه صادرات و ۲ هزار میلیارد ریال برای بانک کشاورزی در نظر گرفته شده که حداکثر تا پایان هفته آینده به حساب این دو بانک واریز خواهد شد.

پیش از این، مدیرعامل بانک پارسیان اعلام کرده بود: بانک مرکزی برای ساماندهی تعاونی اعتبار ثامن‌الحجج، بانک پارسیان را به‌عنوان بانک عامل برای بازپرداخت وجوه سپرده‌گذاران برگزیده است و به‌زودی، بازپرداخت وجوه مشتریان با اولویت قراردادن سپرده‌گذاران خرد، طبق یک برنامه زمانی مدون آغاز خواهد شد.

به گفته پرویزیان، در مرحله نخست وجوه سپرده‌گذاران با موجودی سپرده تا سقف‌های ۳۰میلیون ریال، ۵۰میلیون ریال و ۱۰۰میلیون ریال در سه مرحله پرداخت می‌شود. مشتریان دارای سپرده‌های بالاتر نیز در مراحل بعدی تعیین‌تکلیف خواهند شد.

در این جلسه، حجت‌الاسلام والمسلمین منتظری، دادستان کل کشور، با قدردانی از اقدام‌های صورت گرفته در بانک مرکزی و لزوم تداوم قاطعانه آنها، بر عزم و اراده جدی قوه قضاییه و دادستانی-کل در حمایت از این گونه اقدامات که به سالم‌سازی فضای اقتصادی کشور منجر می‌شود، تاکید کرد.

براساس این گزارش اعضای شورای پول و اعتبار، ضمن ابراز خرسندی از حضور مجدد حجت‌الاسلام والمسلمین منتظری دادستان کل کشور در شورای پول و اعتبار و قدردانی از رئیس کل بانک مرکزی در اهتمام جدی برای ساماندهی بازار غیرمتشکل پولی، از همکاری و اقدامات ارزشمند قوه قضاییه و وزارت اطلاعات به منظور ساماندهی تعاونی غیرمجاز ثامن‌الحجج تشکر کردند.

حجت‌الاسلام والمسلمین محمدجعفر منتظری، از ابتدای دهه ۸۰، به مدت بیش از پنج سال، سابقه حضور و عضویت در شورای پول و اعتبار دارد.

نرخنامه

دلار۳,۴۴۵ تومان

صرافان بازار ارز و سکه نرخ هر دلار آمریکا را ۳,۴۴۵تومان و هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید را۱,۰۳۴,۰۰۰ تومان تعیین کردند.

هر یورو در بازار آزاد ۳,۹۷۴ تومان و هر پوند نیز ۵,۰۴۰ تومان قیمت خورد. همچنین هر نیم سکه ۵۳۵,۰۰۰ تومان و هر ربع سکه ۲۹۳,۰۰۰ تومان فروخته شد. هر سکه یک گرمی نیز ۱۹۷,۰۰۰ تومان خرید و فروش شد و هر گرم طلای ۱۸ عیار ۱۰۵,۷۲۰تومان قیمت خورد. هر اونس طلا هم در بازارهای جهانی ۱۲۷۸۶دلار بود.

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت	
اونس طلا	۱۲۷۸۶	▲
مثقال طلا	۴۵۸,۵۰۰	▼
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۰۵,۷۲۰	▼
سکه بهار آزادی	۱,۰۳۳,۰۰۰	▼
سکه طرح جدید	۱,۰۳۴,۵۰۰	▼
نیم سکه	۵۳۵,۰۰۰	▼
ربع سکه	۲۹۳,۰۰۰	
سکه گرمی	۱۹۷,۰۰۰	▼

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت	
دلار امریکا	۳,۴۴۵	▼
یورو اروپا	۳,۹۷۴	▼
پوند انگلیس	۵,۰۴۰	▼
درهم امارات	۹۴۳	▼
لیر ترکیه	۱,۲۴۵	▼
یوان چین	۵۴۸	
ین ژاپن	۳۲	
دلار کانادا	۲,۷۷۳	▼
فرانک سوئیس	۳,۶۲۵	
دینار کویت	۱۱,۴۰۰	
ریال عربستان	۹۲۵	
دینار عراق	۲۷۳	
روپیه هند	۶۰	
رینگت مالزی	۹۰۳	

دریچه

افزایش یک دلاری قیمت طلا

قیمت طلا در آخرین مبادلات بازار جهانی فلزات گرانبها، یک دلار گران شد و هر اونس آن ۱۲۷۸.۶ دلار به فروش رسید.

به گزارش فارس به نقل از کیتکو، قیمت طلا دیروز به روند صعودی خود ادامه داد و هر اونس از این فلز ارزشمند ۱۲۷۸.۶ دلار قیمت‌گذاری شد.

قیمت کنونی طلا در مقایسه با روز پنجشنبه یک دلار افزایش داشت.

قیمت ۱۲۷۸.۶ دلار در هر اونس طلا در مقایسه با متوسط قیمت یک ماه گذشته این فلز ۵۶.۳ دلار و در مقایسه با متوسط قیمت یک سال گذشته آن ۹۴.۴ دلار بالاتر بوده است.

به‌جز نقره دیگر فلزات گرانبها نیز افزایش قیمت را در بازار جهانی تجربه کردند.

نقره با ۲ سنت کاهش قیمت ۱۷.۲۹ دلار در اونس قیمت‌گذاری شد.

پلاتین و پالادیم نیز به ترتیب با ۲ و ۴ دلار افزایش در قیمت ۱۰۶۴ و ۶۰۱ دلار در هر اونس عرضه شدند.

بیمه‌نامه

رشد بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری بیمه‌کوثر

تعداد بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری صادر شده از سوی بیمه‌کوثر از ابتدای سال‌جاری تاکنون نسبت به مدت مشابه سال قبل ۵۱/۵۶درصد افزایش یافته است.

به گزارش روابط‌عمومی و اعلام مدیر بیمه‌های عمر و سرمایه‌گذاری بیمه‌کوثر، راه‌اندازی مراکز تخصصی بیمه‌های عمر، جذب نمایندگان و بازاریابان در حوزه بیمه عمر و سرمایه‌گذاری، طراحی نحوه پرداخت کارمزدها و اجرای طرح تشویقی فروش بیمه‌نامه‌ها، برگزاری دوره‌های آموزشی حرفه‌ای و نیز صدور بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری متناسب با نیاز و درخواست مشتری ازجمله اقدامات شرکت در راستای گسترش بازار و جذب پرتفوی در این حوزه بوده است.

وی، مشتری و فعالیت‌های درون سازمانی را عامل افزایش فروش بیمه‌نامه‌های عمر و سرمایه‌گذاری برشمرد و گفت: باتوسعه زیرساخت‌ها، پاسخگویی به نیازهای مشتریان و ارائه خدمات الکترونیکی و اطلاع‌رسانی به ذی‌نفعان از آخرین وضعیت اندوخته‌شان بسترهای اعتمادسازی بیمه‌گذاران فراهم شد.

وی یادآور شد: متقاضیان خرید این بیمه‌نامه، می‌توانند از سرمایه حاصله در آینده، جهت رفع بخشی از نیازهای زندگی مانند تامین هزینه تحصیلات فرزندان، تهیه جهیزیه و ازدواج، خرید و ساخت مسکن، ایجاد کسب‌وکار، درمانی، مستمری بازنشستگی و... استفاده کنند.

خبر

هشتمین دوره بازار سرمایه اسلامی به کار خود پایان داد

هشتمین دوره بازار سرمایه اسلامی با سخنرانی محمد فطانت، رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار به کار خود پایان داد. در پایان این مراسم، رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار ضمن قدردانی از شرکت‌کنندگان به‌دلیل حضور فعال و مفید دانستن این گردهمایی عنوان کرد: این دوره از سلسله نشست‌های بازار سرمایه نیز به پایان رسید و امیدوارم سال آینده نیز بتوانیم در مسیر توسعه بازار سرمایه اسلامی گام‌های روبه جلو برداریم. وی در پایان افزود: امیدوارم سخنرانی‌های ارائه شده مورد استفاده قرار گرفته باشد و همگی سال آینده در نهمین دوره بین‌المللی بازار سرمایه اسلامی مجددا گرد هم آییم.

فرابورس

ورود سرمایه‌گذاران خارجی به بازار سهام فرابورس

یک سرمایه‌گذار خارجی پس از اخذ مجوز از سازمان بورس توانست ۳۰درصد از سهام یک شرکت درج شده در بازار پایه فرابورس ایران را به‌صورت خرد خریداری کند. مدیر نظارت و بازرسی فرابورس با اشاره به انجام معامله ۵۱میلیون یورویی در بازار فرابورس ایران، از ورود جدی سرمایه‌گذاران خارجی به بازار سهام خبر داد. افسانه اروجی با اشاره به افزایش تمایل سرمایه‌گذاران خارجی به معامله در بازار فرابورس ایران در ماه‌های اخیر، گفت: در روز جاری یک سرمایه‌گذار خارجی پس از اخذ مجوز از سازمان بورس توانست ۳۰درصد از سهام یک شرکت درج شده در بازار پایه فرابورس ایران را به‌صورت خرد خریداری کند.

بورس کالا

عرضه ۹۰هزار تن محصولات پتروشیمی و فرآورده‌های نفتی

تالار محصولات پتروشیمی و فرآورده‌های نفتی میزبان عرضه ۹۰هزار و ۵۷۰ تن انواع قیر، وکیوم باتوم و محصولات شیمیایی بود. پالایش نفت شیراز، تبریز، تهران، پتروشیمی مارون، شازند، اروند، کرمانشاه، بندرامام، آبادان و نفت پاسارگاد تهران، اراک، بندرعباس و تبریز از عرضه‌کنندگان تالار پتروشیمی بودند. در تالار محصولات صنعتی و معدنی نیز ۲۶هزار و ۲۰۴ تن انواع کالا روی تابلوی معاملات رفت که شمش طلا، آلومینیوم، سبد میلگرد و تیرآهن و تختال، عرضه‌های این تالار را شکل دادند. همچنین معدن طلای موته، شرکت آلومینیوم ایران، مجتمع فولاد خراسان، ذوب‌آهن اصفهان و فولاد خوزستان عرضه‌کنندگان محصولات صنعتی و معدنی در بورس کالا بودند. همچنین ۴هزار و ۵۲۵ تن انواع روغن خام کلزا، شکر سفید، برنج وارداتی و گندم دوروم در تالار کشاورزی عرضه شد.

بورس بین‌الملل

افت قیمت‌ها در بازار ارز، شاخص‌ها را آشفته کرد

افت ارز رایج بازارهای نوظهور در پی ناامیدی سهامداران نسبت به تصمیمات بانک مرکزی آمریکا مبنی بر افزایش نرخ بهره، موجب سقوط شاخص‌ها در بازارهای جهانی شد.

در بازار آمریکا نیز شاخص‌ها در آخرین ساعات معاملاتی به رنگ قرمز درآمدند و همگی در مدار منفی معاملات را به خاتمه رساندند. در این بازار، شاخص S/P با کاهش ۰.۵درصدی رو به رو شد در حالی که داوجونز افت ۰.۳درصدی را از آن خود کرد.

سقوط بورس فوتسی ۱۰۰ لندن همزمان با کاهش قیمت نفت خام برنت

شاخص سهام بورس فوتسی ۱۰۰ لندن، در پایان معاملات روز چهارشنبه، همزمان با کاهش مجدد قیمت نفت خام برنت دریای شمال، بار دیگر سقوط کرد. ارزش شاخص سهام بورس فوتسی ۱۰۰ لندن که در آن در هر روز کاری سهام ۱۰۰ شرکت مهم و بزرگ انگلیس از نظر ارزش بازاری سهام ثبت شده در بورس، ارزش‌گذاری و خریدوفروش می‌شود در بعد از ظهر روز چهارشنبه با کاهش ۱.۲درصدی مواجه شد. شاخص سهام بورس فوتسی ۱۰۰ لندن، با ۷۳ واحد کاهش، به ۶ هزار ۱۱۲ واحد رسید. این برای نخستین بار طی سه هفته اخیر است که شاخص سهام بورس فوتسی ۱۰۰ لندن تا این سطح کاهش می‌یابد.

حجم و ارزش معاملات امیدبخش است

انتظار تالار شیشه‌ای برای خبرهای مثبت

سیدمحمدصدرالغروی
sadrolgharavi@yahoo.com

هفته گذشته بورس تهران بار دیگر با افت شاخص‌ها مواجه شد اما حجم و ارزش روزانه معاملات همچنان بالا است و این مهم نشان می‌دهد طیف وسیعی از مردم و سرمایه‌گذاران وارد این بخش از فعالیت‌های اقتصادی شده‌اند. با این حال وضعیت کنونی معاملات، چشم‌انداز رشدهای پرشتاب در بورس را کمرنگ کرده است. این موضوع نشان از کاهش حجم ورود نقدینگی به بازار سهام و پررنگ شدن حضور نوسانگیران دارد. شرایط معاملات بورس به‌گونه‌ای است که سهامداران انتظار کسب سود در کوتاه‌مدت را دارند در این شرایط برخی افراد با سفته بازی و شایعه‌پراکنی اقدام به کسب سود در بورس می‌کنند. آن طور که مشخص است تالار شیشه‌ای تهران در روزهای پسا برجام همچنان منتظر اخباری است که بتواند شرایط پیش رو را برای سرمایه‌گذاران شفاف کند و برخی معتقدند این محرک می‌تواند اصلاح سود بانکی باشد. در عین حال باید توجه داشت در روز آخر معاملاتی هفته گذشته، بازار سهام تحت حمایت حقوقی‌ها بود که به نظر می‌رسد با توجه به تداوم این حمایت‌ها در هفته آینده با نماگرهایی سبزپوش معاملات خود را آغاز کنند.

سمیه سهیلی | فرصت امروز

محصولات کاغذی در صدر صنایع بورسی

در پایان معاملات هفته منتهی به ۱۵ اردیبهشت ماه ۱۳۹۵، شاخص کل با ۰.۴۷درصد کاهش روبه‌رو شد. شاخص بازار اول با ۲۵۵ واحد کاهش به رقم ۵۴۶۳۶ واحد بالغ شد و شاخص بازار دوم با ۸۳۸ واحد کاهش عدد ۱۷۰۴۴۴ واحد را تجربه کرد و به ترتیب با ۰.۴۶درصد و ۰.۴۹درصد کاهش نسبت به هفته قبل مواجه شدند. در پنج روز کاری هفته گذشته ارزش کل معاملات سهام و حق تقدم به ۱۶۱۲۸میلیارد ریال بالغ شد که نسبت به هفته قبل ۲۸درصد افزایش یافته است. در ضمن تعداد ۶۶۴۵میلیون سهم و حق تقدم در ۴۷۱هزار دفعه مورد معامله قرار گرفت و به ترتیب ۱۶درصد و ۱۱درصد افزایش را نسبت به هفته گذشته تجربه کرد. همچنین ارزش معاملات نرمال به ۱۶۱۲۸میلیارد ریال رسید و حجم معاملات نرمال با ۶۶۴۵میلیون سهم به ترتیب با ۲۸درصد و ۱۶درصد افزایش نسبت به هفته گذشته همراه شدند. براین اساس تعداد ۲۲۸۹۷۷۷ برگه اوراق مشارکت به ارزش ۲۲۸۸میلیارد ریال معامله شد و به ترتیب ۶۷.۱درصد و ۶۶.۵درصد افزایش را نشان می‌دهد. طی هفته گذشته، محصولات کاغذی با ۲۰.۸۳درصد، استخراج زغال‌سنگ با ۱۱.۷۸درصد، انتشار، چاپ و تکثیر با ۹.۹۶درصد، استخراج سایر معادن با ۹.۷۴درصد، ساخت محصولات فلزی با ۹.۰۸درصد و مخابرات با ۳.۹۲درصد بیشترین تغییر مثبت در شاخص صنایع را نسبت به سایر گروه‌ها به خود اختصاص دادند.

سهم ۴۰درصدی محصولات شیمیایی در معاملات فرابورس

در پنج روز معاملاتی منتهی به نیمه اردیبهشت ماه، یک‌میلیارد و ۵۱۱میلیون ورقه بهادار در فرابورس دادوستد شد که ارزش آن بالغ بر ۹هزار و ۹۰۴میلیارد ریال بود و این وضعیت در قیاس با هفته پیشین، رشد ۵درصدی حجم و افت ۱۵درصدی ارزش معاملات را نشان می‌دهد. در عین حال در بازار اول حجم و ارزش معاملات بیش از ۵۰درصد کاهش یافت و ۱۶۷میلیون ورقه بهادار به ارزش ۳۳۴میلیارد ریال مبادله شد. در بازار دوم هم حجم و ارزش معاملات با کمی کاهش همراه شد به طوری که ۵۶۳میلیون ورقه بهادار با ارزشی معادل یکهزار و ۸۹۴میلیارد ریال مورد معامله قرار گرفت. بازار سوم در هفته‌ای که گذشت میزبان دو پذیره‌نویسی بود که یکی مربوط به صندوق سرمایه‌گذاری آرمان آتیه درخشان مس بود و دیگری اوراق اجاره جوپار که با استقبال بی‌سابقه متقاضیان روبه‌رو شد به طوری که حجم تقاضا بیش از ۱۵ برابر میزان اوراق عرضه شده بود. در مدت یاد شده حجم معاملات در بازار پایه با رشد ۶۱درصدی به ۷۱۹میلیون ورقه بهادار رسید و ارزش این معاملات با ۴۲۸درصد افزایش معادل ۲هزار و ۴۶۲میلیارد ریال شد. در بازار ابزارهای نوین مالی نیز ۵۷میلیون اوراق بهادار به ارزش ۴هزار و ۶۴۴میلیارد ریال دادوستد شد که از این میزان ۵۲میلیون ورقه مربوط به ETFها بود و در مقایسه با هفته قبل ۲۰درصد افزایش داشت. در هفته‌ای که گذشت، بیشترین حجم معاملات روزانه به میزان ۳۶۹میلیون ورقه در روز دوشنبه انجام شد و بیشترین ارزش معاملات با رقم ۲هزار و ۹۷۰میلیارد ریال در روز شنبه به ثبت رسید. همچنین برخلاف آیفکس که در روز چهارشنبه با ۳.۷ واحد افت نسبت به هفته قبل عدد ۷۹۹ واحد را نشان داد، ارزش بازار فرابورس ۳هزار و ۹۴۳میلیارد ریال افزایش یافت و به عدد ۹۴۹هزار و ۳۴۱میلیارد ریال رسید. در هفته هفتم سال ۱۳۹۵، گروه فلزات اساسی با معاملاتی به ارزش یکهزار و ۷۳۳میلیارد ریال توانست ۴۰درصد از معاملات بازار سهام فرابورس را در اختیار بگیرد و دو گروه بعدی یعنی فلزات اساسی و عرضه برق، گاز، بخار و آب گرم به ترتیب سهم ۲۰ و ۶درصدی از معاملات هفتگی را به خود اختصاص دادند.

حرف‌های درگوشی بازار

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

سیمانی‌ها: خبرها از این گروه حاکی از آن است که از روز ۲۵ اردیبهشت ماه سال ۹۵ افزایش قیمت سیمان در استان‌های تهران، البرز و قزوین اجرایی خواهد شد.

هپکو: خبرها حاکی از آن است که در پی توافق با خریدار بلوک مدیریت هپکو با مالک فعلی و سازمان خصوصی‌سازی مبنی بر انتقال بلوک به این سرمایه‌گذار خارجی؛ آگهی فروش این مجموعه در روزهای آینده به‌صورت رسمی از طریق سازمان منتشر خواهد شد.

خصدرا: گویا بدهی‌های این شرکت به سیستم بانکی از طریق انتشار اوراق مشارکت و قرضه پرداخت شده است.

وساپا: شنیده‌ها حکایت از افزایش سرمایه وساپا تا روز دوشنبه ۹۵/۰۲/۲۰ دارد.

همراه: شنیده‌ها از احتمال تعیین قیمتی به‌عنوان کف قیمت اینترنت موبایل حکایت دارد.

لازما: شنیده‌ها حکایت از مذاکرات پشت پرده شرکت آزمایش با بوش آلمان دارد.

بیمه اتکایی: خبرها از آغاز اجرای برجام در صنعت بیمه با مشارکت یک شرکت بیمه اتکایی اروپایی در پی توزیع ۱۰۰درصدی قرارداد مازاد خسارت رشته باربری و کشتی بیمه مرکزی در سطح بین‌المللی حکایت دارد. همچنین شنیده شده اشتیاق بیمه‌گران و بروکرهای اتکایی منطقه و بازارهای جهانی با قطعی شدن برجام، حضور حدود ۳۰۰ نفر در قالب ۱۶۰ هیات از کشورهای مختلف در بیمه مرکزی را به دنبال داشت تا تمایل همکاری خود در بازارهای ایران را رسما اعلام کنند.

بازار سرمایه اسلامی: خبرها حاکی از آن است که تفاهم نامه همکاری میان سازمان بورس و نهاد ناظر بازار سرمایه یونان در حاشیه هشتمین کنفرانس بین‌المللی بازارهای سرمایه اسلامی امضا شد. همچنین خبرها حاکی از آن است که دولت قصد دارد امسال بازار سرمایه را توسعه داده و بدهی‌های خود را به اوراق تبدیل کند.

تاپیکو: شنیده شده این هلدینگ ۲۰۰ میلیارد تومان در سود خود تعدیل ایجاد کرده و قرار است ۷۰۰ میلیارد تومان خود را تا ۳۱ اردیبهشت تامین کند که فروش دارایی و سود حاصل از نوسان گیری (capital gain) دو سیاست تاپیکو در تامین این سود است. همچنین گویا خروج از صنعت سلولزی از مهم‌ترین سیاست‌های شرکت است، زیرا این این شرکت سهامدار عمده چکاوه و چکارن محسوب می‌شود و قصد دارد کلا سهام بیش از ۸۰درصدی خود را در این شرکت‌ها بفروشد. شنیده‌ها نیز حکایت از بهره‌برداری از فاز اول پالایشگاه ستاره خلیج فارس در آینده نزدیک دارد.

قاب

نگاهی به صنعت کاغذ در جهان و ایران

منصوره فیروز جهانتیغ
کارشناس بازار سرمایه

صنعت کاغذ و چاپ یکی از صنایع کوچک در بازار سرمایه کشورمان است که همواره نسبت به سایر صنایع توجهات کمتری را به خود معطوف داشته است. در این گزارش به بهانه عرضه اولیه شرکت کاغذ پارس در روز یکشنبه نگاهی گذرا به وضعیت حال حاضر این صنعت در جهان و ایران می‌اندازیم.

تولید کاغذ به طور معمول از طریق تولید خمیر کاغذ صورت می‌گیرد که در آن الیاف سلولزی در کنار هم قرار گرفته و ورقه‌های کاغذی را تولید می‌کنند. برای تولید خمیر کاغذ از دو منبع چوب درختان و ضایعات کشاورزی استفاده می‌شود. لذا در کشورهایی که سرانه جنگل یا کشاورزی بالایی دارند امکان تولید خمیر کاغذ بیشتر وجود دارد. در حال حاضر میزان تولید سالانه کاغذ در دنیا به حدود ۴۰۰ میلیون تن می‌رسد. نمودار شماره ۱ بزرگ‌ترین تولیدکنندگان خمیر کاغذ در دنیا را نشان می‌دهد. متوسط رشد تولید کاغذ در دنیا حدود ۱.۵ درصد است که در این میان چین از سال ۲۰۰۷ تا سال ۲۰۱۴ بیشترین رشد در تولید را داشته است. این در حالی است که میزان تولید سایر تولیدکنندگان عمده هم چون آمریکا ثابت بوده است. در اواخر سال ۲۰۱۴ به دلیل افزایش هزینه‌های تولید در کشورهای توسعه‌یافته نظیر آمریکا و کانادا، تولید خمیر کاغذ کاهش یافته که همین امر موجب سیر صعودی روند قیمت این محصول در جهان شده است.

کاغذ تولید شده در دنیا به مصارف مختلف (شرح در نمودار ۲) اختصاص می‌یابد. در سال‌های اخیر میزان مصرف کاغذ در حوزه بسته‌بندی و مقوا افزایش یافته است. در زمینه چاپ و تحریر در کشورهای توسعه‌یافته مصرف کاغذ به واسطه ظهور کتاب‌های الکترونیکی در سال‌های اخیر با کاهش مواجه بوده ولی در اقتصادهای نوظهور به دلیل توزیع ثروت افزایش یافته است، بنابراین سهم کاغذ مصرفی در دنیا در این بخش ثابت است. مصارف کاغذ روزنامه نیز به دلیل توسعه صنعت الکترونیک در حال کاهش بوده، این در حالی است که مصرف تیشو (انواع دستمال کاغذی، حوله‌های دستی و آشپزخانه) رشد قابل توجهی را تجربه می‌کند.

مصرف کاغذ در نقاط مخلف دنیا (شرح در نمودار۳) تحت تاثیر عوامل مختلفی نظیر فرهنگ مطالعه، سیستم آموزشی، توسعه صنایعی مثل بسته‌بندی و. . . قرار دارد.

سرانه مصرف کاغذ در دنیا ۵۸ کیلوگرم است که با توجه به نمودار شماره ۴ این مقدار در ایران ۲۰ کیلوگرم می‌باشد.

تولید کاغذ در ایران به دو روش «خمیر و کاغذ ویرجین» و «کاغذ بازیافتی» تقسیم می‌شود.

ادامه در سایت Forsatnet.ir

نماگر بازار سهام

بورس سعودی تا دوسال آینده عمومی می‌شود

بورس عربستان سعودی که چندی است تصمیم دارد سهام خود را میان عموم به‌صورت عرضه اولیه ارائه کند و از سهامی خاص به سهامی عام تغییر وضعیت دهد، موسسه خدمات مالی HSBC را به‌عنوان مشاور عرضه انتخاب کرد. سخنگوی این بورس در بیانیه‌ای در سایت رسمی این نهاد اظهار داشت: استخدام مشاور و انتخاب آن یکی از سخت‌ترین و مهم‌ترین اقدامات برای عرضه اولیه سهم است. به نظر می‌رسد این بازار تا سال ۲۰۱۸ میلادی مراحل اداری عرضه سهم خود را به اتمام برساند و در نهایت تا دو سال آینده سهم خود را به عموم عرضه کند.

شرکت‌ها و مجامع

«سدشت» و پیش‌بینی سود ۱۵۰ ریالی

شرکت صنایع سیمان دشتستان پیش‌بینی درآمد هر سهم شش ماهه سال مالی منتهی به ۳۱ شهریور ماه ۹۵ را با سرمایه یک هزار میلیارد ریال، به‌صورت حسابرسی نشده، منتشر کرد. شرکت صنایع سیمان دشتستان پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی ۹۵ را مبلغ ۱۵۰ ریال اعلام کرد.

عمق بازار

تاثیر مثبت گروه خودرو بر شاخص کل

فرشید شجاع
farshid.shoja@gmail.com

تمام تغییرات هفته گذشته شاخص کل در چند واحد نزول خلاصه شد. با آغاز معاملات در این هفته، شاخص کل چند واحد صعود را تجربه کرده و پس از آن در مسیر نزولی قرار گرفت و این کلیت را تا پایان هفته حفظ کرد. عمده نزول ۳۷۰ واحدی شاخص کل در این هفته در روزهای دوشنبه و سه‌شنبه رخ داد اما سایر روزهای هفته نیز پیغامی واضح برای اهالی بازار داشتند: اوضاع بازار چندان جالب نیست. گشایش اکثر روزهای کاری هفته گذشته با صعود چند واحدی شاخص کل همراه بود و پس از آن نزول دامنگیر این شاخص مهم می‌شد. متاسفانه در روزهای اخیر شکنندگی پس از مدت‌ها به سراغ بازار آمده و این‌گونه به نظر می‌رسد که این بار برای ماندن آمده است. بدین ترتیب شاخص کل بازار بورس اوراق بهادار تهران در هفته گذشته با ۳۷۰ واحد نزول به رقم ۷۸۰۳۳,۸ واحد رسید و بدین ترتیب در یک قدمی ورود به کانال ۷۷۰۰۰ واحد قرار گرفت. با این حال به نظر می‌رسد در روزهای ابتدایی این هفته شاهد از دست رفتن حمایت ۷۸۰۰۰ واحد نباشیم.

در هفته گذشته، شاخص گروه خودرو به صعود ادامه داد و به مقاومت اساسی خود نزدیک‌تر شد. در این هفته شاهد نوسان نمادهای این گروه و معاملات بحرانی آنها بودیم. خودرو، خساپا و خپارس که بزرگ‌ترین نمادهای این گروه محسوب می‌شوند با معاملاتی آزاردهنده هفته گذشته را به پایان رساندند و اما و اگرهایی را برای هفته پیش رو باقی گذاشتند. بسیاری از معامله‌گران انتظار دارند نمادهای خودرویی باری دیگر روند صعودی خود را از سر گیرند و این مسئله بسیار برای بازار خطرناک است. در شرایطی این گونه اکثرا شاهد شکسته شدن مقاومت‌ها به سوی بالا هستیم، اما مسئله مهم آن است که این شکست‌ها پایدار نبوده و تنها برای ساعاتی دوام می‌آورند. به زبانی ساده‌تر، انتظار می‌رود شکسته شدن مقاومت‌های نمادهای خودرویی به‌صورت موقتی و برای عرضه هر چه بیشتر سهم باشد.

با توجه به خیل عظیم اخباری که در مورد گروه خودرو وارد بازار می‌شود، این گروه در ابتدای هفته مثبت بوده و همین مسئله محلی برای سبز شدن شاخص کل باشد. پس از آن می‌توان انتظار داشت شاخص کل نزولی شده و وارد کانال ۷۷۰۰۰ واحد شود. بدین ترتیب با گشایش بازار در این هفته انتظار می‌رود شاخص کل بازار بورس در مسیر صعودی قرار گرفته و یک سوم نخست زمان معاملات روز شنبه بدین منوال سپری شود. پس از آن می‌توان انتظار داشت عرضه در بازار افزایش یافته و شاخص کل از حرکت باز ایستاده و نوسانی شود. یکشنبه نیز می‌تواند کلیتی بدین صورت داشته باشد، اما انتظار می‌رود نزول نیمه دوم روز یکشنبه شاخص را قرمز رنگ کند. در روز میانی هفته شاخص کل به مخاطره افتاده و احتمالا شاهد افزایش عرضه و مازاد عرضه در بازار خواهیم بود.

حمل و نقل

پرونده ۴ ایرلاین بدحساب حقوقی و قضایی شد

عضو هیات‌مدیره شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی ایران از توافق با ایرلاین‌ها برای تسویه بدهی‌هایشان خبرداد و گفت: دو شرکت هما و آسمان و دو شرکت هواپیمایی غیرفعال تاکنون هیچ پرداختی نداشته‌اند.

به گزارش مهر، غلامحسین باقریان درباره آخرین وضعیت بدهی ایرلاین‌ها به شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی ایران بابت استفاده از خدمات فرودگاهی گفت: تمام شرکت‌های هواپیمایی به جز دو شرکت فعال و چند شرکت غیرفعال بدهی‌های خود را تا پایان دی‌ماه سال گذشته با ارائه چک قسط‌بندی تعیین تکلیف کردند.

وی با بیان اینکه دو شرکت هواپیمایی هما و آسمان و چند شرکت هواپیمایی غیرفعال تاکنون هیچ پرداختی بابت استفاده از خدمات فرودگاهی نداشتند، گفت: سایر شرکت‌ها طی توافق با بخش مالی شرکت فرودگاه‌ها نسبت به تعیین تکلیف برای پرداخت عوارض فرودگاهی اقدام کردند.

عضو هیات‌مدیره شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی ایران افزود: شرکت‌های هواپیمایی بخشی از بدهی خود را به‌صورت نقدی پرداخت کردند و بخش دیگر را به‌صورت اقساطی پرداخت می‌کنند.

باقریان درباره ایرلاین‌هایی که به دلیل عدم حضور برای تعیین تکلیف بدهی خود به دستگاه‌های قضایی معرفی شده بودند، گفت: پرونده حقوقی این ایرلاین‌ها همچنان در جریان است. از ایرلاین‌های بدهکار که تاکنون بدهی خود را تعیین تکلیف نکردند دو شرکت در گذشته فعال بودند که در حال حاضر غیرعملیاتی هستند.

معاون برنامه‌ریزی و نظارت شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی ایران ادامه داد: به دلیل اینکه شرکت هواپیمایی جمهوری اسلامی (هما) شرکت ملی و حامل پرچم است، در حال مذاکره و رایزنی برای پرداخت بدهی‌های خود است.

وی در بخش دیگری از اظهاراتش از طلب شرکت فرودگاه‌ها از شرکت پخش فرآورده‌های نفتی خبرداد و گفت: ۲درصد از هزینه هر لیتر سوختی که شرکت پخش فرآورده‌های نفتی به ایرلاین‌ها ارائه می‌دهد باید در اختیار شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی ایران قرار گیرد.

باقریان با بیان اینکه شرکت پخش فرآورده‌های نفتی به طور میانگین سالانه باید ۲۰ میلیارد تومان بابت ۲ درصد بهای سوخت به شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوای ایران پرداخت کند، گفت: این در حالی است که از سال ۹۱ تاکنون فقط ۳ میلیارد و ۵۰۰ میلیون تومان به شرکت فرودگاه‌ها پرداخت شده که ۳میلیارد تومان آن در سال گذشته پرداخت شده است.

معاون برنامه‌ریزی و نظارت شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی ایران افزود: در حال حاضر، این موضوع در کمیسیون اقتصادی دولت در جریان است تا راهکاری برای نحوه پرداخت بدهی‌های شرکت پخش فرآورده‌های نفتی به شرکت فرودگاه‌ها ارائه شود.

وی درباره وضعیت درآمدی شرکت فرودگاه‌ها گفت: تنها فرودگاه سودده کشور فرودگاه بین‌المللی امام خمینی بود که این فرودگاه نیز سال گذشته از مدیریت شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی ایران منتزع و با ثبت شرکت شهر فرودگاهی به‌صورت جداگانه مدیریت می‌شود که بخش عمده‌ای از درآمد شرکت فرودگاه‌ها منتقل شد.

باقریان افزود: با توجه به وضعیت بودجه‌ای نامناسب در صورت ادامه این وضعیت بخشی از ظرفیت‌های خود را از دست خواهیم داد، بنابراین با توجه به توسعه ناوگان هوایی ایران طی سال‌ها آینده نیاز به سرمایه‌گذاری بسیار زیاد در فرودگاه‌ها داریم.

معاون برنامه‌ریزی و نظارت شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی ایران با بیان اینکه طی مدت پنج تا شش سال آینده حدود ۱۷ هزار میلیارد تومان برای سرمایه‌گذاری در فرودگاه‌های کشور نیاز داریم، افزود: اگر این سرمایه‌گذاری انجام شود، می‌توان به ظرفیت توسعه حمل‌ونقل هوایی پاسخ داد در غیراین صورت با مشکل و بحران در صنعت فرودگاهی مواجه خواهیم شد. وی با اشاره به اینکه کل درآمد شرکت فرودگاه‌ها برای سال جاری حداکثر ۱۵۰۰ میلیارد تومان پیش‌بینی می‌شود، گفت: با این شرایط یقینا نمی‌توان نیاز صنعت فرودگاهی را پاسخ داد. در حالی که از سال گذشته ۳۰۰ میلیارد تومان از تعهدات شرکت به امسال منتقل شده است.

صاحبخانه‌ها از تحولات بازار تأثیر نمی‌گیرند

روزهای آرام بازار اجاره مسکن

آرزو بیات | فرصت امروز

جواد هاشمی
j.hashemi1992@gmail.com

بازارمسکن، بازاری که در طول این سال‌ها با یخ سرد و سخت رکود دست و پنجه نرم کرده، حالا پس از مدتی نسبتا طولانی خود را آماده می‌کند تا بار دیگر تحرکاتی جدید را تجربه کند؛ تحرکاتی که احتمالا هم روی بازار خریدوفروش خانه تأثیر خواهد گذاشت و هم بازار اجاره را قدری متحول خواهد کرد.

براساس آمارهای جدید ارائه شده، بازار مسکن حرکت بسیار کند و آرامی به سمت افزایش دوباره معاملات آغاز کرده که با توجه به در پیش بودن ماه‌های گرم تابستان، احتمال آن وجود دارد که در آینده نزدیک سرعت بیشتری به خود بگیرد. هرچند نمی‌توان انتظار داشت دامنه سنگین رکود که در طول تمام این سال‌ها این بازار را گرفته با معاملات کوچک و چند هفتگی به وجود آمده از بین برود، اما امید ایجاد شده نسبت به تحولات پیش رو در سال ۹۵ شرایط را به سمت بهبود نسبی اوضاع مسکن سوق داده است.

در چنین شرایطی و درحالی‌که دولت با تسهیلات بانکی جدید خود و البته شرایطی که پس از اجرای برجام به وجود آمده تلاش می‌کند قدری دست خریداران مسکن را بیش از گذشته باز کند، بازار اجاره مسکن نیز قطعا باید به فکر تحولات پیش روی خود باشد. این بازار که شاید در طول سال‌های سال سخت تورم به‌عنوان یکی از تنها حلقه‌های متحرک بازار مسکن باقی ماند و با وجود تمام مشکلات مالی و محدودیت‌های اقتصادی حرکت خود را ادامه داد، حالا آماده می‌شود تا با فصل جدیدی از رونق در بازار خریدوفروش دست و پنجه نرم کند.

این بازار در طول سال‌های گذشته به‌طور معقول واکنش‌های استانداردی به تحولات اقتصادی کشور داشته است؛ در زمانی‌که نرخ تورم بالا رفت و هزینه‌ها بالا رفتند، صاحبخانه‌ها نیز ترجیح دادند نرخ کرایه خود را افزایش دهند، در زمانی‌که بانک‌ها نرخ سود سپرده‌گذاری را افزایش دادند، صاحبخانه‌ها پول پیش را بالا بردند و در زمانی‌که نرخ تورم کاهش پیدا کرد، فرآیند افزایشی نرخ اجاره‌بها نیز با سرعت بسیار محدودی ادامه یافت. در چنین اوضاعی و با توجه به اینکه نرخ تورم به پایین‌ترین سطح خود در چند سال گذشته رسیده و البته از سوی دیگر نرخ سپرده‌گذاری در بانک‌ها نیز پایین آمده، تحلیل آینده بازار به‌خصوص در ماه‌های آینده قدری سخت به نظر می‌رسد. از سویی رئیس اتحادیه مشاوران املاک پیش‌بینی کرده که نه‌تنها نرخ اجاره‌بها در سال جاری افزایش پیدا نمی‌کند که حتی روند تورم را نیز دنبال نخواهد کرد. از سوی دیگر هم این موضوع مطرح شده که با توجه به کاهش نرخ سود در بانک‌ها احتمال افزایش نرخ اجاره‌بها وجود خواهد داشت؛ مسئله‌ای که آینده این بازار را که در طول ماه‌های گذشته ثبات جالب توجهی را طی کرده، با اما و اگر مواجه می‌کند.

تغییر جدی در بازار اجاره بعید به نظر می‌رسد

این ثبات چند ماهه در بطن بازار نیز به خوبی خود را نشان می‌دهد. جعفری مدیر یک بنگاه معاملات ملکی در گفت‌وگو با «فرصت امروز» ضمن تأیید اینکه بازار اجاره در طول ماه‌های گذشته تغییر و تحول جدی را پشت سر نگذاشته است، اظهار کرد: در سال جدید نیز هرچند ثبت قراردادهای جدید در قیاس با سال گذشته که بسیاری از قراردادها به تمدید برنامه‌های گذشته اختصاص داشت افزایش یافته و اما همچنان می‌توان گفت بازار روند عادی و طبیعی خود را ادامه داده است.

به گفته وی، با وجود آنکه در فضای رسمی صحبت از ثبات نرخ اجاره وجود دارد اما در عمل بسیاری از قراردادهای جدید با افزایش ۱۰ تا ۱۵ درصدی نرخ‌ها بسته می‌شود که به نظر شرایط طبیعی بازار به حساب می‌آید. در این شرایط شاید این پیش‌بینی که نرخ اجاره ثابت باقی بماند، قدری سخت باشد.

جعفری در پاسخ به این سوال که آیا احتمال ایجاد تحرک جدی در این بازار در ماه‌های آینده وجود دارد نیز گفت: با توجه به ساختار بازار اجاره که مستقیماً به نیاز مردم گره خورده این بازار در طول سال‌های گذشته مشتریان خاص خود را داشت و از این رو به نظر می‌رسد در ماه‌های آینده نیز همین روند ادامه پیدا کند.

محمد عدالتخواه، کارشناس بازار مسکن نیز در گفت‌وگو با «فرصت امروز» به‌احتمال تغییر در شرایط کلی بازار مسکن اشاره کرد و گفت: با توجه به اینکه به دلیل محدودیت‌های منابع مالی بسیاری از تحرک‌ها و رفت‌وآمدها در بازار مسکن متوقف شده، بازار اجاره در طول این سال‌ها به‌عنوان یکی از اصلی‌ترین موتورهای محرک شناخته شده است.

وی ادامه داد: این بازار هرچند تغییرات خاص خود را دارد، اما به دلیل آنکه در قدرت خرید تفاوتی به وجود نخواهد آمد و البته واحدهای مسکونی زیادی نیز به بازار عرضه نمی‌شود بعید به نظر می‌رسد تحول خاصی در حوزه افزایش قیمت را تجربه کند.

به اعتقاد وی، طرح‌هایی مانند مالیات بر خانه‌های خالی از سکنه و همچنین نیاز صاحبخانه‌ها به کسب درآمد از واحدهای خالی‌شان باعث خواهد شد که حتی خانه‌های خالی مانده در طول این سال‌ها نیز دوباره به اجاره داده شوند و از این رو وارد شدن این خانه‌ها به خودی خود می‌تواند به ثبات و حتی کاهش نرخ اجاره در برخی حوزه‌ها بینجامد.

بازار مسکن آماده می‌شود بعد از حدود چهار سال یک بار دیگر به خود روی رونق ببیند و از این رو بسیاری از بخش‌های این بازار از هم‌اکنون خود را برای روزهای رونق آماده کرده‌اند. بازار اجاره نیز هرچند به دلیل ارتباط مستقیمی که با نیازهای متقاضیان به خانه دارد در طول سال‌های گذشته حرکت و روند طبیعی خود را ادامه داد، اما در ایام رونق احتمال دارد با تغییراتی همراه شود. افزایش قدرت خرید می‌تواند به کاهش تقاضا برای اجاره واحدهای مسکونی بینجامد و این موضوع در کنار نرخ تورم می‌تواند مبلغ اجاره‌بها را پایین بیاورد. هرچند تاکنون این تغییرات در عرصه عمل به وجود نیامده اما به نظر می‌رسد صاحبخانه‌ها همچنان ترجیح می‌دهند سیاست‌های خاص خود را بر بازار حکمفرما کنند.

عمران

خبرهای آخوندی از تحولات ویژه در تامین مالی مسکن

وزیر راه و شهرسازی گفت: به‌زودی با تبدیل بانک مسکن از حالت تخصصی و تجاری به بانک توسعه‌ای، تحولات ویژه‌ای در حوزه تامین مالی مسکن رخ می‌دهد.

به گزارش ایسنا، عباس آخوندی با اشاره به اینکه اصلاحیه اساسنامه بانک مراحل پایانی را پشت سر می‌گذارد، از ارائه این اصلاحیه به دولت برای تبدیل این بانک به بانک توسعه‌ای در آینده نزدیک خبر داد.

وزیر راه و شهرسازی از تلاش برای کسب مجوز تامین مالی ساخت شهرک‌های مسکونی (ساخت‌وساز در مقیاس‌های بزرگ) در شورای پول و اعتبار خبر داد که با صدور این مجوز اجازه راه‌اندازی صندوق پس‌انداز و تسهیلات مسکن پروژه‌ای و منطقه‌ای به بانک مسکن داده می‌شود.

وی گفت: این صندوق‌ها که قبل از پیروزی انقلاب اسلامی هم سابقه فعالیت در تامین مالی پروژه‌های بزرگ ساختمانی را داشتند با اتکا به سپرده‌های متقاضیان مسکن در همان منطقه یا محله و همچنین جذب سرمایه‌های نقدی سرمایه‌گذاران ساختمانی مقیم همان منطقه، منابع مالی مورد نیاز را برای ساخت شهرک یا ساخت وسازهای انبوه مسکونی تامین می‌کنند. آخوندی با اشاره به فعالیت بانک مسکن در حوزه مسکن از گذشته تاکنون تصریح کرد: در شرایط رکودی بازار مسکن، بانک توسعه‌ای مسکن می‌تواند این سیکل رکودی را با یک مداخله سامان‌مند اقتصادی به مسیر رونق هدایت کند.

وی ادامه داد: بنابراین پیشنهادی که من داشتم و اخیرا دولت هم توجه بیشتری به آن کرده، این است که بانک مسکن ماموریت توسعه‌ای خود را که طی سال‌های اخیر از دست داده بود و به بانک تخصصی تجاری تبدیل شده بود، به‌طور مجدد به دست آورد. در واقع بانک توسعه‌ای مسکن ابزاری باشد برای اینکه تمام منابع دولت در بخش مسکن را اهرم و این بخش را از حالت رکودی خارج کند. به همین دلیل به‌زودی اصلاحیه اساسنامه بانک مسکن و تبدیل آن به بانک توسعه‌ای را به دولت تقدیم می‌کنیم.

آخوندی افزود: به دنبال این هستیم که بانک مسکن به‌عنوان بانک توسعه‌ای تمام ابزارهای پولی و مالی را برای تجهیز منابع فعال کند؛ به این مفهوم که مجددا صندوق پروژه برای تامین مالی پروژه‌های بزرگ داشته باشیم. به‌عنوان نمونه صندوق‌های پس‌انداز و تامین مالی برای توسعه شهری و شهرهای جدید به طور مشخص در حوزه جنوبی ایران در حاشیه خلیج فارس و دریای عمان تا بتوانیم پروژه‌های بزرگ مقیاس را آغاز کنیم. در این مسیر به یقین باید به سمت توسعه و راه‌اندازی صندوق‌های زمین و ساختمان و استفاده از ابزارهای بازار سرمایه و بورس برای تامین مالی بخش مسکن حرکت کنیم.

وی افزود: بانک مسکن نیاز به این دارد که در هر شعبه‌ای یک مشاور مالی داشته باشد تا وقتی یک خانوار و فردی به بانک مراجعه می‌کند و درباره اینکه چگونه خانه‌دار شوم، سوال می‌کند، به او مشاوره مالی بدهد و بتواند تمام فرآیند خانه‌دار شدن را برای هر خانوار مراجعه‌کننده به تفکیک به وی ارائه کند. وزیر راه‌وشهرسازی همچنین تاکید کرد: به‌زودی مصوبه صندوق‌های پس‌انداز مسکن پروژه‌ای و تسهیلات منطقه‌ای را از شورای پول و اعتبار دریافت می‌کنیم که فصل تازه، بنیه جدید و تحول قابل‌توجهی در ساخت وساز و بازار مسکن محسوب می‌شود.

خط اعتبار ۵۰۰میلیون دلاری آذربایجان برای یک محور ایرانی

در جریان مذاکرات ایران و آذربایجان در حاشیه مراسم کلنگ‌زنی پل ریلی آستارا، تفاهم نامه‌ای به منظور افتتاح یک خط اعتباری ۵۰۰ میلیون دلاری از سوی آذربایجان برای طرح ریلی رشت – آستارا به امضای طرفین رسید.

محسن پورسیدآقایی - مدیرعامل شرکت راه‌آهن - در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: هرچند هنوز هیچ قرارداد نهایی برای ورود سرمایه‌گذار خارجی به این طرح به امضا نرسیده، اما بحث‌های مقدماتی برای آغاز به کار خطوط اعتباری و فاینانس به نتایج ابتدایی رسیده است.

پورسیدآقایی باز کردن امکان فاینانس را یکی از اصلی‌ترین گزینه‌های پیش‌روی راه‌آهن رشت به آستارا دانست و اظهار کرد: این گزینه می‌تواند در کنار برنامه‌ریزی برای جذب سرمایه‌گذار در دستور کار قرار گیرد. طرح ۵۰۰ میلیون دلاری آذربایجان که به بانک‌ها اجازه حمایت از این طرح‌ها می‌دهد بخشی از گزینه‌های موجود در این حوزه به حساب می‌آید.

شرکت توسعه و نگهداری اماکن ورزشی کشور (سهامی خاص)
معاونت فنی و مهندسی

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای
به شماره ۹۵/۰۲/۱۱۱ –ف اصلاحیه

فراخوان مناقصه عمومی یک مرحله ای به شماره ۹۴/۱۲/۱۷۹ به شرح ذیل اصلاح می گردد:
۱-نام و نشانی مناقصه گذار: واحد قراردادهای شرکت توسعه و نگهداری اماکن ورزشی کشور به آدرس: تهران، خیابان ولیعصر ، ابتدای اتوبان نیایش، مجموعه ورزشی فرهنگی ورزشی انقلاب، پشت تالار مهربانی ، جنب فدراسیون هاکی، تلفن: ۲۶۲۱۶۳۰۰
۲- موضوع مناقصه : تهیه ، حمل و نصب سازه سقف (پرلین ها و بادبند های سقفی) سالن ۶۰۰۰ نفری سنندج
۳-نوع و مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار : مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار از ۱،۰۱۰،۷۰۰،۰۰۰ (یک میلیارد و ده میلیون و هفتصد هزار ریال) به رقم ۱،۴۳۹،۰۰۰،۰۰۰ ریال (یک میلیارد و چهارصد و سی و نه میلیون ریال) اصلاح می گردد .به صورت یکی از موارد ذیل : الف- ضمانتنامه بانکی و یا ضمانتنامه های صادر شده از سوی موسسات اعتباری غیر بانکی که دارای مجوز فعالیت از سوی بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران هستندب - وجه نقد واریز به شماره حساب«۴۰۰۱۰۰۵۸۰۷۱۴۳۲۱۹» نزد بانک مرکزی به نام شرکت توسعه و نگهداری اماکن ورزشی کشور (کد اقتصادی شرکت توسعه ۴۱۱۱۱۱۱۶۷۸۷۳ - شناسه ملی :۱۰۱۰۱۵۵۵۵۵۰- شماره ثبت : ۱۱۱۸۳۵) / پ-ضمانت نامه صادره توسط موسسات بیمه گر دارای مجوز لازم برای فعالیت و صدور ضمانت نامه از سوی بیمه مرکزی ایران/ ج-اوراق مشارکت بی نام تضمین شده بانک ها و دولت با قابلیت باز خرید قبل از سررسید (موضوع قانون نحوه انتشار اوراق مشارکت)/چ-وثیقه ملکی معادل هشتاد و پنج درصد ارزش کارشناسی رسمی آن/ح-ضمانتنامه های صادره توسط صندوق ضمانت دولتی که به موجب قانون تاسیس شده یا می شوند و طبق اساسنامه فعالیت می نمایند.
۴-برآورد هزینه اجرای کار : برآورد اجرای پروژه از ۲۰،۲۱۳،۴۳۷،۵۴۲ ریال(بیست میلیارد و دویست و سیزده میلیون و چهارصدو سی و هفت هزار و پانصد و چهل و دو ریال) بر اساس فهارس بهای سال ۱۳۹۴می باشد به رقم ۳۰،۲۰۷،۹۶۶،۳۲۲ ریال (سی میلیارد و دویست و هفت میلیون و نهصد و شصت و شش هزار و سیصد و بیست و دو ریال) بر اساس فهارس بهای سال ۱۳۹۵ اصلاح می گردد . شایان ذکر است ضرایب ارتفاع در این برآورد محاسبه نشده است.
* بر اساس بند ۱ و ۲ بخشنامه ۹۴/۳۰۵۹۳ مورخه ۹۴/۰۳/۰۵ موضوع دستور العمل مبلغ ظرفیت مجاز پیمانکاران برای شرکت در مناقصه ، ارزیابی کیفی و ارجاع کار ملاک عمل خواهد بود.
۵-مدت و محل اجرا: ۳ ماه شمسی ، استان کردستان ، شهرستان سنندج
۶-زمان دریافت اسناد مناقصه : در ساعت اداری (از ساعت ۸:۰۰ الی ۱۶:۳۰) تاریخ ۹۵/۰۲/۱۹ لغایت ۹۵/۰۲/۲۶
* * کلیه پیمانکاران دارای صلاحیت مطابق شرایط مناقصه میتوانند نسبت به دریافت اسناد مناقصه با شرایط جدید اقدام نمایند و پیمانکارانی که اسناد مناقصه آگهی شماره ۹۴/۱۲/۱۷۹- ف دریافت نموده اند میتواند نسبت به دریافت موارد اصلاح شده بدون پرداخت هزینه اقدام نمایند.
۷-آدرس دریافت اسناد: مهندسین مشاور فرایند معماری به آدرس: تهران، خیابان شریعتی ، پایین تر از حسینیه ارشاد ، کوچه دشتستان سوم ، پلاک ۱۰ تلفن: ۶-۲۲۸۸۷۸۵۱
۸- رتبه مورد نیاز: حداقل ۵ ابنیه
۹- مدارک مورد نیاز جهت شرکت در فرآیند ارجاع کار : معرفی نامه ممهور به مهر و امضای مجاز شرکت و ارائه گواهینامه صلاحیت پیمانکاری در پایه مورد نیاز و فیش بانکی واریز به حساب « ۴۰۰۱۰۰۰۹۰۱۰۰۱۰۸۲ » خزانه داری کل بانک مرکزی به نام شرکت توسعه و نگهداری اماکن ورزشی به مبلغ ۱،۰۰۰،۰۰۰ ریال (یک میلیون ریال)
۱۰-آدرس محل تسلیم پیشنهاد ها : تهران خیابان ولیعصر (عج) - ابتدای اتوبان نیایش - مجموعه ورزشی انقلاب - ساختمان شرکت توسعه و نگهداری اماکن ورزشی دبیرخانه، می باشد و رسید اسناد را دریافت نمائید .
۱۱-آخرین مهلت تسلیم پیشنهاد ها : ساعت ۱۵:۳۰ بعد از ظهر روز شنبه مورخه ۹۵/۰۳/۱۰ باشد.
۱۲- زمان بازگشایی پاکات : پیشنهاد های واصله در ساعت ۱۱:۰۰روز دوشنبه مورخه ۹۵/۰۳/۱۷ درکمیسیون مناقصه در مجموعه ورزشی انقلاب (تالار نصرت) باز و خوانده می شود ، پس از بررسی گواهینامه صلاحیت پیمانکاری و ارزیابی پیمانکاران ، پاکات (الف و ب و ج) بازگشائی می شود. به پیشنهادهای فاقد امضا و مشروط و مخدوش و پیشنهادهای که بعد از موعد مقرر در بند ۱۱ آگهی مناقصه واصل شود ترتیب اثر داده نخواهد شد .
*بازگشایی پاکتها با پیشنهاد حدقل سه مناقصه گر انجام خواهد شد.
*درج این آگهی هیچگونه تعهدی برای دستگاه مناقصه گزار ایجاد نمی نماید.
*هزینه آگهی بر عهده برنده مناقصه است
* پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات http://iets.mporg.ir
* شرکت توسعه ونگهداری و اماکن ورزشی کشور www.tanavar.ir
شرکت توسعه و نگهداری اماکن ورزشی کشور- معاون فنی و مهندسی
۳۸۵م الف

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

اصلاحیه آگهی دعوت به ارزیابی کیفی فراخوان عمومی مناقصه شماره ۷۶-۸۷-۴۰۰-۹۴

بدینوسیله بند ۵ آگهی مناقصه شماره ۷۶-۸۷-۴۰۰-۹۴ با موضوع «راهبری، نگهداری و تعمیر شبکه گاز اماکن اداری و مسکونی سایت راه آهن تهران» به شرح ذیل اصلاح میگردد. متقاضیان باید دارای گواهینامه صلاحیت از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی یا گواهینامه صلاحیت پیمانکاری حداقل پایه ۵ در رشته تأسیسات و تجهیزات از سازمان مدیریت و برنامه ریزی کشور باشند.

معاونت فنی و زیربنایی راه آهن جمهوری اسلامی ایران
۴۳۳ م الف

بین‌الملل

سوخت نادرست

اگر باک یک خودروی دیزلی را با بنزین پر کردیم، چه‌کار کنیم؟

سینا تفضلی
منبع: autoexpress.co.uk

اگر خودروی خود را به اشتباه با سوختی نادرست پر کنید و سپس سعی در رانندگی کردن با آن داشته باشید باید خود را برای هزینه ۱۰۰۰ پوندی تعمیر آن نیز آماده کنید. در زیر آنچه باید در مواقع پر کردن یک خودرو دیزلی با بنزین یا برعکس انجام دهید توضیح داده شده است.

تا زمانی که برای خودتان اتفاق نیفتد، چنین آماری غیرقابل باور به نظر می‌آید اما در هر ۳ الی ۴دقیقه یک نفر در بریتانیا سوختی نادرست وارد باک خودرو خود می‌کند.

در ابتدا ممکن است این کار اشتباهی کوچک به حساب آید اما اگر شروع به رانندگی با خودرویی که باک آن پر از سوختی نادرست باشد بکنید، موتور شما بلافاصله شروع به ساییده شدن کرده و پس از مدت کوتاهی از حرکت باز می‌ایستد. در صورت بروز چنین اتفاقی ممکن است متحمل هزینه‌های تعمیر بالغ بر هزاران پوند شوید.

۹۵درصد موارد اتفاق افتاده در خصوص وارد کردن سوخت نادرست به ریختن بنزین در باک خودروهای دیزلی باز می‌گردد زیرا پمپ‌های دیزل دارای نازل‌های بزرگ‌تری هستند که با دیدن آنها رانندگان می‌توانند حدس بزنند که اعمال آنها به دهانه باک‌های بنزین جدید در خودروهای مدرن غیرممکن است (به همین دلیل این اتفاق کمتر رخ می‌دهد). در نقطه مقابل اما متاسفانه نازل‌های کوچک‌تر مخصوص پمپ‌های بنزین به راحتی در دهانه باک خودروهای دیزلی قرار می‌گیرند و به همین دلیل این موضوع شایع‌تر است.

اگر بلافاصله متوجه اشتباه خود شوید، برخی کارشناسان عقیده دارند در صورت بیشتر از ۵درصد نبودن مقدار بنزین ریخته شده در باک می‌توانید در همان حالت ادامه سوخت‌گیری را با دیزل انجام دهید. اگر گمان می‌کنید که بیش از این مقدار سوخت نادرست وارد باک خود کرده‌اید، بسیار مهم و حیاتی است که پیش از تخلیه و خشک کردن کامل باک خود توسط افراد متخصص در این زمینه سوییچ خودرو را به سمت حالت احتراق (دو حالت پیش از استارت) نچرخانید.

با ریختن بنزین در یک خودرو دیزلی چه اتفاقی می‌افتد؟

اگر اشتباه اساسی و تعیین‌کننده فعال کردن سیستم احتراق با چرخاندن سوییچ خودرو را مرتکب نشوید، جای زیادی برای نگرانی وجود ندارد؛ البته اگر شرمندگی بابت اعتراف اشتباه‌تان به مسئول پمپ و گرفتاری و هزینه (معمولا حدود ۲۰۰ پوندی) متعاقب آن جهت منتظر ماندن برای آمدن یک خودرو خدماتی و خالی کردن باک خودروتان را در محاسبات خود اعمال نکنیم.

با فعال کردن سیستم احتراق اما خود را در دردسر بزرگی قرار داده‌اید. حتی اگر کلید را به اندازه استارت خودرو نیز نچرخانید، چرخاندن آن به اندازه روشن شدن چراغ‌های داشبورد می‌تواند به معنای آغاز کار سیستم سوخت‌رسانی توسط پمپ سوخت باشد. این کار منجر به مکیدن بنزین در مجاری سوختی دیزلی می‌شود، که این به معنای نیاز پیدا کردن آنها به تخلیه و خشک کردن علاوه بر باک خودرو است. در صورت استارت موتور، عوامل دردسرساز بسیار بیشتری در کنار همه اینها به وجود خواهد آمد.

بنزین در خودروی دیزلی؛ بدترین حالت ممکن

موتورهای دیزلی مدرن از فناوری‌های متعددی چون پمپ‌های سوخت پرفشار گران قیمت و تزریق‌کننده‌های ریلی دارای مقاومت بسیار خوب بهره می‌گیرند تا بتوانند مشخصات mpg شاخص خود را افزایش داده و در عین حال انتشار گازهای گلخانه‌ای را به حداقل برسانند.

این پمپ‌های سوخت با استفاده از گذر سوخت دیزل از آنها توسط این سوخت روان کاری نیز می‌شوند. جایگزینی دیزل با بنزین و حلال آن در این فرآیند موجب از بین رفتن اثر این روان‌کاری می‌شود. یک پمپ سوخت که بدون روان کاری مداوم مشغول کار باشد با برخورد سطوح فلزی خود با یکدیگر به سرعت شروع به ایجاد اصطکاک درونی می‌کند. پس از مدت کوتاهی پمپ شروع به متلاشی شدن و تولید براده‌هایی می‌کند که متشکل از ذرات ریز میکروسکوپی فلز هستند که قادر به آسیب‌رسانی بسیار زیاد به موتور خودرو هستند.

تزریق کننده‌های پرفشار موتور دیزلی در مرحله بعد قرار دارند. آنها سوخت را با فشار و الگویی اسپری مانند و به دقت مهندسی شده از طریق سوراخ‌هایی به سیلندرهای موتور وارد می‌کنند. حال اگر براده‌ها تا آنجا رسیده باشند، به راحتی برخی یا تمام این سوراخ‌ها را پوشش می‌دهند و تعویض کلی سیستم تزریق سوخت هزینه‌ای معادل هزاران پوند را در بر دارد.

رکودی که تمامی ندارد

انجماد بازار خودرو در بهار

عسل داداشلو
dadashloo@gmail.com

ماه دوم سال روبه پایان است، آمار و ارقام نشان می‌دهد که نه تنها هیچ خبری از کاهش پس لرزه‌های رکود در بازار خودرو نیست بلکه خواب زمستانی این بازار برخلاف امیدها با آمدن بهار هم تمام نشده است.

روزگذشته آماری منتشر شد که گواهی می‌داد دومین خودروساز بزرگ ایران در فروردین ماه سال جاری ۱۶ هزار دستگاه خودرو تولید کرده اما فقط ۸ هزار و ۶۵۲ دستگاه از این میزان تولید را به فروش رسانده است. در حالی فروش گروه خودروسازی سایپا نصف شده که تولید گروه X100 یعنی خانواده پراید که همواره پرفروش‌ترین خودروی ایران بوده در فروردین ماه ۱۱ هزار و ۳۲۴ دستگاه بوده اما این سواری پرفروش نیز فقط ۶هزار و ۱۳۳ دستگاه فروخته است. علاوه بر این موضوع مقایسه جدول قیمت بازار با جدول قیمت کارخانه خودروهای داخلی نیز همچنان نشان‌دهنده کمتر بودن قیمت بیش از ۷۰ درصد خودروها در بازار نسبت به قیمت کارخانه است و این موضوع یعنی ادامه دار بودن سنتی که از نیمه دوم سال گذشته جان گرفت.

همه این موارد در حالی شرایط ناامیدکننده‌ای را برای بازار خودرو متصور می‌کنند که پیش‌بینی‌های مسئولان امید به پایان رکود در ابتدای سال جاری داشت. اکنون آیا می‌توان همه این موارد را نشانی از رکود دنباله دار تا پایان سال دانست؟

فربد زاوه، کارشناس صنعت خودرو، در پاسخ به این پرسش به «فرصت امروز» می‌گوید: «این موضوع بیش از آنکه نشان‌دهنده رکود باشد، نشان می‌دهد که ارزش‌گذاری مردم بر کالاها و قدرت خرید مردم، تابع قوانین بازار است و دستوری نیست. بازارهای دستوری هیچ‌گاه کارکرد نداشته است، اگر رکود بدین معنا باشد که تولیدکننده بخواهد با قیمت دلخواهش کالایش را بفروشد و اگر فروش نرود نشان از رکود است، بله می‌توان گفت که رکود ادامه دارد. اما به اعتقاد من این موضوع نشان‌دهنده عدم فهم فروشنده از شرایط بازار است.»

امیرحسن کاکایی، استاد دانشگاه علم و صنعت ایران نیز در گفت و گو با «فرصت امروز» در این زمینه بیان می‌کند: «پیش‌بینی من این بود که رکود تا آخر شهریور ماه ادامه پیدا می‌کند. به این دلیل که علت‌های رکود از بین نرفته بلکه تشدید شده است. مثلا وضعیت اقتصادی مردم بهتر نشده و نکته مهم‌تر وعده ارائه محصولات جدیدتر است که به تعبیری همان رکود انتظاری است. با این شرایط که هنوز خبری از تنوع محصول نیست به اعتقاد من رکود تا پایان سال جاری ادامه خواهد داشت.»

بار روانی که شورای رقابت به بازار تحمیل کرد

با اینکه کارشناسان معتقدند که رکود در بازار خودرو ادامه دارد و نه تنها روبه پایان نخواهد رفت بلکه دنباله دار نیز خواهد بود، اما شورای رقابت با افزایشی هرچند اندک اما بار روانی افزایش قیمت خودرو را در بازار به راه انداخته است که خود به تنهایی می‌تواند عاملی برای پس زدن تقاضا باشد.

زاوه در این باره معتقد است: «اگر قرار باشد همچنان قیمت‌گذاری دستوری دولتی ادامه‌دار باشد، نمی‌توان امیدوار به تغییری در شرایط بازار بود.»

کاکایی نیز با بیان اینکه اعلام افزایش قیمت اندک بار روانی برای بازار داشته است، تصریح می‌کند: «افزایش قیمت زیر یک درصد موضوعی بود که می‌شد از آن صرف نظر کرد زیرا کلمه افزایش خودش بار منفی دارد. اما در مجموع این رقم ملموس نیست که بخواهد تاثیر کلانی در بازار بگذارد.»

دولت باز هم ناجی می‌شود؟

این‌گونه که شرایط گواهی می‌دهد، قایق خودروسازی ایران همچنان سوراخ است و برای جلوگیری از غرق شدنش نیاز به ترمیمی دارد که در توان خود صنعت خودروی ایران نیست. برخی از کارشناسان نظیر سعید لیلاز می‌گویند امکان دارد که دولت باز هم بسته حمایتی دیگری تدوین کند تا نگذارد دومین صنعت بزرگ کشور به گل بنشیند. حالا اگر فرض را بر این بگیریم که بسته حمایتی دیگری هم در کار خواهد بود، حالا این نکته قابل بررسی است که آیا این بسته باز هم با همان ترکیب قبلی می‌تواند تاثیرگذار باشد؟

زاوه در این زمینه اظهار می‌کند: «در بسته حمایتی پیشین دولت نرخ ۱۶ درصد را برای تسهیلات ارائه شده در نظر گرفت. باتوجه به روند کاهش نرخ سود بانکی مردم قطعا در نیمه دوم سال جاری متوجه می‌شوند که سودی نکرده‌اند بنابراین اگر قرار باشد که بسته حمایتی دیگری تدوین شود باید میزان نرخ تسهیلات پایین‌تر از ۱۶درصد باشد. سال گذشته بانک مرکزی پیش‌بینی کاهش نرخ بهره را می‌کرد و بر حسب همین پیش‌بینی تسهیلات ۱۶درصدی را در اختیار مردم قرار داد، زیرا از باب بانک مرکزی این اسناد نه تنها زیانده نبود بلکه سود ده نیز بود. چون آینده‌ای را فروخته که سودآور خواهد بود. اما نباید فراموش کرد که کاهش نرخ بهره بانکی از ۱۶ به مثلا ۱۰ بسیار زمان‌بر خواهد بود و این‌بار دست بانک مرکزی برای ارائه تسهیلات باز نیست.»

او می‌افزاید: «اکنون زمانی است که خود خودروسازان باید فکری به حال آینده خود بکنند. زیرا دیگر زمانه‌ای نیست که عده‌ای دستوری تصمیم بگیرند و مردم هم اطاعت کنند بلکه بازار امروز به ترکیبی از قیمت و کیفیت نیاز دارد و هر وقت خودروسازان به این نقطه برسند روش‌هایی را ارائه می‌کنند که این مشکلات را حل کند.»

کاکایی با تاکید بر اینکه خودروسازان باید تمرکز را روی تنوع محصول بگذارند، می‌گوید: «دولت ناچار است که اقدامی بکند تا تحرک ایجاد کند زیرا به هرحال اگر قرار باشد صنعت خودرو تعطیل شود برنامه‌های آینده زیر سوال می‌رود اما این حمایت به‌صورت موقت فقط تحرک ایجاد می‌کند تا محصولات تازه از راه برسند. تنوع نیاز بازار است که مدت‌هاست خودروسازان به آن پاسخ نداده‌اند.»

بین‌الملل

دایملر پیشرانه مرسدس‌های خود را در لهستان تولید خواهد کرد

ترجمه: معراج آگاهی
منبع: europe.autonews.com

شرکت خودروسازی دایملر آلمان اعلام کرد که این شرکت قصد دارد با سرمایه‌گذاری ۵۰۰میلیون یورویی در لهستان، پیشرانه‌های مورد نیاز برای مدل‌های مختلف مرسدس را در این کشور به تولید برساند. این خودروساز آلمانی همچنین اعلام کرده که خروج برخی از سایت‌های تولید قطعات از آلمان از جمله دیگر اهداف این شرکت از سرمایه‌گذاری در لهستان محسوب می‌شود.

در این رابطه شرکت دایملر با صدور بیانیه‌ای اعلام کرد که کارخانه مذکور از سال ۲۰۱۹ میلادی آغاز به کار خواهد کرد و به تولید پیشرانه‌های چهار سیلندر بنزینی و گازوییلی برای مدل‌های مختلف مرسدس خواهد پرداخت. لازم به ذکر است که احداث سایت تولید پیشرانه‌های مرسدس در لهستان صدها شغل ایجاد خواهد کرد که این موضوع سبب استقبال مقامات لهستان از اقدام اخیر مدیران شرکت دایملر شده است.

براساس اطلاعات منتشر شده در رسانه‌ها، کارخانه تولید پیشرانه‌های مرسدس در منطقه «Jawor» خواهد بود که در فاصله ۴۳۰ کیلومتری جنوب‌غربی ورشو قرار دارد. گفتنی است کارخانه مذکور نخستین سایت تولید پیشرانه مرسدس در لهستان و دومین کارخانه از این نوع بعد از سایت پکن این خودروساز آلمانی محسوب می‌شود.

سرمایه‌گذاری اخیر دایملر در لهستان در حالی اتفاق می‌افتد که مدیران این شرکت معتقدند تحقق پروژه احداث سایت تولید پیشرانه‌های موردنیاز این شرکت در لهستان به عناصر متنوعی بستگی دارد که صدور مجوزهای موردنیاز از سوی مقامات لهستان از جمله این عناصر محسوب می‌شود.

به گفته مدیران شرکت دایملر، سرمایه‌گذاری ۵۰۰ میلیون یورویی این شرکت در لهستان نخستین مرحله از سرمایه‌گذاری این خودروساز آلمانی در این کشور محسوب می‌شود. این در شرایطی است که مدیران دایملر از هرگونه اظهار نظر در رابطه با گزارش‌های منتشر شده در رسانه‌های آلمان در رابطه با احداث سایت تولید خودرو در لهستان به جای روسیه، که صنعت خودروسازی آن در رکود عمیقی فرورفته، خودداری کردند.

لازم به ذکر است سرمایه‌گذاری شرکت دایملر در مرکز و شرق اروپا شامل یک کارخانه خودروسازی در مجارستان و یک سایت تولید سیستم تعلیق خودرو در رومانی می‌شود و در این راستا لهستان سومین کشور اروپای شرقی است که مدیران دایملر قصد سرمایه‌گذاری در آن را دارند.

فرانک دایس، مدیر بخش تولید پیشرانه شرکت دایملر در ارتباط با احداث کارخانه تولید پیشرانه‌های مرسدس در لهستان اظهار داشت: سایت Jawor به مرسدس این امکان را می‌دهد که نسبت به وضعیت تقاضا در بازار به سرعت واکنش نشان داده و نیازهای سایت‌های تولیدی پرتعداد خود را برطرف کند.

بسیاری از کارشناسان و فعالان حوزه صنعت خودروسازی، اقدام اخیر دایملر را در راستای تلاش خودروسازان جهانی به منظور کاهش هزینه‌های تولید از طریق تولید قطعات خودروهای خود در یک سایت و استفاده از آن در خطوط تولید خود ارزیابی می‌کنند.

گفتنی است گسترش فعالیت‌های اخیر شرکت دایملر و سرمایه‌گذاری این خودروساز در لهستان در شرایطی صورت می‌پذیردکه مدیران آن قصد دارند با افزایش تولید و فروش مدل‌های مختلف مرسدس، بار دیگر مقام نخستین تولیدکننده خودروهای لوکس در جهان را از رقیب دیرینه خود BMW بازپس گیرند.

خبر

میزان سود مشارکت خرید خودرو تعیین شد

در اصلاحیه آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو، میزان سود مشارکت خرید خودرو در روش‌های مختلف فروش، تعیین شده است.

به گزارش خبرنگار ایسنا، براساس این قانون در روش فروش تحویل فوری با مدت زمان تحویل حداکثر یک ماه، سود مشارکت به خریداران پرداخت نمی‌شود.

در روش فروش پیش‌فروش قطعی با مدت زمان تحویل حداکثر ۹ ماه نیز سود مشارکت خرید خودرو، معادل حداقل سود سپرده برابر با مقررات نظام بانکی در مدت قرارداد تعیین شده است.

در روش فروش پیش‌فروش عادی با مدت زمان تحویل حداکثر ۱۲ ماه نیز سود مشارکت خرید خودرو برابر با حداقل سود سپرده یک ساله نظام بانکی تعیین شده است.

در روش فروش مشارکت در تولید با مدت زمان تحویل حداکثر سه سال نیز میزان سود مشارکت خرید خودرو برابر با حداقل سود سپرده سه ساله نظام بانکی تعیین شده است.

اصلاحیه آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو چندی پیش با ابلاغ معاون اول رئیس‌جمهوری اجرایی شد.

شمار قربانیان ایربگ‌های انفجاری افزایش یافت

هوندا موتور اعلام کرد: دو تصادف مرگبار در مالزی که ترکیدن ایربگ‌های معیوب ساخت تاکاتا را به همراه داشت، شمار قربانیان این قطعه معیوب را به ۱۳ نفر افزایش داد.

به گزارش ایسنا، این خودروساز ژاپنی اعلام کرد در دو تصادف جداگانه که ۱۶ آوریل و اول ماه مه در دو ایالت مالزی روی داد، بادکننده ایربگ سمت راننده منفجر شد. هر دو خودرو تحت فراخوان‌هایی قرار داشتند که از سوی دولت مالزی برای تعویض ایربگ‌های معیوب اعلام شده بودند.

سخنگوی واحد هوندای مالزی به بلومبرگ گفت: این شرکت با مقامات محلی برای دریافت آمار دارندگان این خودروها همکاری می‌کند تا با آنها برای فراخوان تماس بگیرد.

در تصادف دیگری که در سال ۲۰۱۴ در مالزی اتفاق افتاد، یک زن باردار بر اثر ترکیدن ایربگ تاکاتا کشته شد.

محققی که از سوی خودروسازان برای روشن شدن مشکل ایربگ‌ها استخدام شد، در ماه فوریه اعلام کرد رطوبتی که به داخل بادکننده‌های تاکاتا نفوذ می‌کند دلیل اصلی ترکیدن آنهاست. چندین تحقیق دیگر در حال انجام است و چالش روشن کردن ریشه مشکل، مانع از این شده که خودروسازان و تاکاتا درباره نحوه تقسیم هزینه‌ها تصمیم بگیرند.

بادکننده‌های ساخت تاکاتا از نیترات آمونیوم برای ایجاد انفجار کوچکی که ایربگ‌ها را در تصادف باد می‌کند، استفاده می‌کنند اما این ماده شیمیایی در صورت قرار گرفتن در معرض گرمای شدید و رطوبت بالای هوا به مدت طولانی، ممکن است با سرعت زیادی منفجر شده و قوطی فلزی را که محل نگهداری این ماده است تکه تکه کند و این قطعات همانند ترکش در داخل خودرو پرتاب شوند.

رگولاتور ایمنی خودروی آمریکا روز چهارشنبه دستور داد حداکثر ۴۰ میلیون ایربگ دیگر تحت فراخوان قرار گیرند که دو برابر شماری است که تاکنون اعلام شده است. تاکنون دست‌کم ۱۰ نفر در آمریکا بر اثر ترکیدن ایربگ‌ها کشته شده‌اند.

تحقق برنامه تولید خودروهای تسلا دو سال زودتر از موعد

تسلا موتورز در مسیر افزایش تولید خودروهای بازار انبوه به ۵۰۰ هزار دستگاه در سال ۲۰۱۸ قرار دارد که دو سال زودتر از موعد پیش‌بینی شده است.

به گزارش ایسنا، این خودروساز برقی روز چهارشنبه ۲۸۲ میلیون دلار ضرر را برای سه ماهه اول امسال گزارش کرد که بالاتر از ۱۵۴ میلیون دلار در مدت مشابه سال گذشته بود. ضرر مذکور مطابق با انتظار سرمایه‌گذاران بود و اعلام افزایش تولید خودرو ارزش سهام این شرکت را پس از ساعات معاملات رسمی ۴درصد بالا برد.

تسلا تلاش دارد تولید خودروهایش از جمله جدیدترین مدل را که شاسی بلند «مدل ایکس» نام دارد، افزایش دهد.

تولید «مدل ایکس» از ۵۰۷ دستگاه در سه ماهه چهارم سال ۲۰۱۵ به ۲۶۵۹ دستگاه در سه ماهه اول سال ۲۰۱۶ افزایش یافت.

این شرکت تایید کرد امسال بین ۸۰ تا ۹۰ هزار دستگاه خودروی برقی تحویل خواهد داد.

تسلا از افزایش تقاضا برای همه مدل‌های تولید این شرکت به‌ویژه «مدل ۳» که نخستین محصول بازار انبوه است، خبر داده است. تحویل «مدل ۳» قرار است در سال ۲۰۱۷ آغاز شود و این شرکت در مدت یک هفته از زمان اعلام آن، برای ۳۲۵ هزار دستگاه از این مدل سفارش دریافت کرد که ۱۴ میلیارد دلار فروش آتی را به همراه خواهد داشت.

این خودروساز آمریکایی برای تامین تقاضا برای مدل بازار انبوه خود، دو سال از مدت زمان برنامه‌ریزی شده برای افزایش تولید را کاهش داد.

الون ماسک، مدیرعامل تسلا در نامه‌ای به سرمایه‌گذاران اعلام کرد افزایش پنج برابری تولید در دو سال آینده چالش برانگیز خواهد بود و ممکن است به سرمایه بیشتری نیاز باشد اما به‌هرحال هدف ماست.

این خودروساز اعلام کرده هزینه‌ای که برای رشد شرکت صرف خواهد کرد احتمالا ۵۰ درصد افزایش پیدا می‌کند.

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: ۸۶۰۷۳۲۰۳
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۴۹۳۱۶۶
سامانه پیامکی: ۵۰۰۰۱۲۴۳
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه:
WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

شنبه | ۱۸ اردیبهشت ۱۳۹۵ | شماره ۴۹۹ | صفحه ۸
ایمیل: INFO@FORSATNET.IR سایت: WWW.FORSATNET.IR

استقبال گسترده مخاطبان از نمایشگاه بین‌المللی کتاب

غافلگیری در شهر آفتاب

همچون دو روز اول بیست و نهمین نمایشگاه کتاب، دیروز هم این نمایشگاه با استقبال گسترده مخاطبان مواجه شد، چیزی که همان شروع به کار نمایشگاه، مسئولان را متعجب و غافلگیر کرده است.

به گزارش ایرنا، استقبال از نمایشگاه کتاب در محل جدید یعنی شهر آفتاب خارج از تصور دست اندرکاران این رویداد بوده است. با توجه به اینکه بعد از سال‌های بسیار زیاد نمایشگاه کتاب از درون شهر تهران در فاصله دورتری در شهر آفتاب برگزار می‌شود، چنین استقبالی همه را غافلگیر کرده است.

رئیس شورای نظارت و ارزیابی بیست و نهمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران می‌گوید: استقبال گسترده مردم در ساعات نخستین روز باعث غافلگیری برگزارکنندگان شد.

همایون امیرزاده افزود: غافلگیری از این جهت بود که جمعیت انبوهی اول صبح به شهر آفتاب مراجعه کردند، در حالی که ما فکر می‌کردیم با توجه به ناشناخته بودن شهر آفتاب برای بعضی از شهروندان، استقبال در روز نخست نمایشگاه اندک باشد.

وی افزود: براساس گزارش‌های رسیده به ستاد اجرایی نمایشگاه، استقبال خوب بوده است.

در دومین روز بیست و نهمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران، میزان استقبال مردم از غرفه ناشران داخلی و خارجی به حدی بود که در برخی موارد عبور و مرور بازدیدکنندگان با کندی انجام می‌شد.

این استقبال باعث رضایت ناشران شد و آنان توانستند در کنار تبلیغات به فروش هم نیم نگاهی داشته باشند.

محل جدید نمایشگاه کتاب با استانداردهای روز جهانی نزدیک است و این عامل می‌تواند به میزان رضایت ناشران و بازدیدکنندگان منجر شود.

رضایت ناشران از استقبال بازدیدکنندگان در روزهای نخست این رویداد، موفقیت دیگر این نمایشگاه را در محل جدید نشان می‌هد و چنانچه دسترسی راحت‌تر شهروندان به نمایشگاه فراهم شود، میزان موفقیت نمایشگاه نیز افزون‌تر خواهد شد.

به‌طور کلی مسئولان و دست اندرکاران این نمایشگاه هرگز تصور نمی‌کردند باتوجه به انتقال مکان نمایشگاه و مسافت زیاد آن، حداقل در روزهای نخست با این استقبال گسترده مردم مواجه شوند. از این رو به نظر می‌رسد بروز برخی از این مشکلات ناشی از این مسئله باشد.

بیست و نهمین نمایشگاه بین‌المللی کتاب تهران با حضور ۱۷۰۰ ناشر داخلی و ۱۳۰ ناشر خارجی در ۱۷۰غرفه برگزار می‌شود.

این نمایشگاه با شعار «فردا برای خواندن دیر است...» از ۱۵ تا ۲۵ اردیبهشت در مجموعه نمایشگاهی شهرآفتاب برگزار می‌شود. مجموعه شهر آفتاب در اتوبان خلیج فارس (عوارضی اتوبان تهران - قم)، روبه‌روی حرم مطهر امام خمینی(ره) قرار دارد.

رهبر معظم انقلاب اسلامی:

جمهوری اسلامی پیشتاز جریان بعثت در مقابله با جریان جاهلیت به سرکردگی آمریکاست

همزمان با سالروز بعثت پیامبر عظیم‌الشأن اسلام حضرت محمد(ص) صبح پنجشنبه، مسئولان نظام، سفرای کشورهای اسلامی در تهران و جمعی از خانواده‌های شهدا با حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، رهبر معظم انقلاب اسلامی دیدار کردند.

رهبر معظم انقلاب اسلامی در این دیدار با اشاره به استمرار دو جریان «بعثت» و «جاهلیت» از صدر اسلام تاکنون، شاخصه اصلی جریان بعثت را خردورزی هدایت یافته به‌وسیله پیامبران الهی و مهم‌ترین شاخصه جریان جاهلیت را شهوت و غضب دانستند و گفتند: امروز مهم‌ترین وظیفه امت اسلامی، مقابله با جریان جاهلیت به سرکردگی آمریکا است و جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان پیشتاز جریان بعثت در راهی که امام بزرگوار (ره) آغازگر آن بودند، بدون هراس از قدرت‌ها به حرکت خود ادامه خواهد داد.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای ضمن تبریک مبعث پیامبرگرامی اسلام (ص) به امت اسلامی و ملت بزرگ ایران، با استناد به آیات قرآن، به تبیین مفهوم عمیق بعثت پرداختند و گفتند: مبعث، عید برانگیختگی و روز رجوع به فطرت الهی و زندگی همراه با «عقلانیت، آزادگی، عدالت و بندگی خدا» است و وظیفه پیامبران الهی هدایت انسان‌ها به‌سوی این فطرت پاک و اندیشه‌ورزی در چارچوب دستورات خداوند متعال و توحید است.

ایشان با اشاره به نیاز همیشگی بشریت به تعالیم بعثت، جریان جاهلیت را جبهه مقابل بعثت برشمردند و افزودند: جریان جاهلیت متعلق به دوران پیامبر(ص) نیست، بلکه جبهه‌ای استمرار یافته در مقابل اندیشه‌ورزی هدایت شده به‌وسیله پیامبران است که امروز نیز با استفاده از علم و فناوری و در شاکله‌ای جدید، ظهور یافته است.

ایشان لگدمال شدن ملت‌ها را در زیر چکمه استعمار یکی دیگر از نمونه‌های بارز عملکرد جریان جاهلیت دانستند و با اشاره به تاراج منابع و به‌خاک سیاه نشستن هند بر اثر ده‌ها سال استعمار انگلیس، خاطرنشان کردند: جنگ‌ها و فتنه‌هایی که امروز در منطقه غرب آسیا در جریان است نیز نتیجه عملکرد جبهه جاهلیت و شیطان است.

رهبر معظم انقلاب اسلامی با تاکید بر اینکه جریان صهیونیستی حاکم بر جهان، نمونه بارز سیستم‌سازی شیطان‌ها است، گفتند: وضعیت کنونی دنیا نتیجه حاکمیت شبکه وسیع سرمایه‌داران صهیونیست است که حتی بر دولتی همانند آمریکا غلبه و نفوذ دارد و به قدرت رسیدن جریان‌ها و احزاب منوط به پیروی و تبعیت از این جریان صهیونیستی است.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای ریشه اصلی حرکت‌های عظیم امت اسلامی و ایران و همچنین بیداری اسلامی را مقابله با حاکمیت جریان فاسد صهیونیستی دانستند و افزودند: بر همین اساس، امروز «اسلام ستیزی، ایران ستیزی و شیعه‌ستیزی» از سیاست‌های قطعی آمریکا و دولت‌های وابسته به‌آن است.

ایشان، هوشیاری و بیداری ملت ایران و ملت‌های اسلامی در مقابل حرکت فسادگرانه قدرت‌ها را عامل اصلی عصبانیت آنها برشمردند و خاطرنشان کردند: به همین علت است که ایران به‌دلیل مخالفت با سیاست‌های آمریکا در منطقه، تهدید به تحریم می‌شود، زیرا آنها جمهوری اسلامی را مانع سیاست‌های فزون‌طلبانه خود در منطقه می‌دانند.

ایشان با اشاره به تعابیر امام بزرگوار (ره) که «اسلام متحجر» را در کنار «اسلام آمریکایی» قرار دادند و این دو اسلام را در مقابل «اسلام ناب» دانستند، افزودند: گروه‌های فاسد و مفسدی که امروز به نام اسلام بدترین و فجیع‌ترین جنایت‌ها را انجام می‌دهند، مورد حمایت و پشتیبانی قدرت‌های غربی هستند.

رهبر معظم انقلاب اسلامی افزودند: غربی‌ها به ظاهر ائتلاف ضد داعش تشکیل داده‌اند اما در واقع حامی این جریان هستند و در چارچوب اسلام‌ستیزی، در تبلیغات خود از آنها به‌عنوان «دولت اسلامی» نام می‌برند تا وجهه اسلام را تخریب کنند.

حضرت آیت الله خامنه‌ای با اشاره به گسترش حرکت اسلامی، با وجود اسلام‌ستیزی جریان جاهلیت خاطرنشان کردند: حرکت اسلامی که با تشکیل نظام اسلامی در ایران قوی‌تر و عمیق‌تر شده است، به حرکت خود ادامه خواهد داد و قطعا پیروز خواهد شد.

پیش از سخنان رهبر معظم انقلاب اسلامی، حجت الاسلام والمسلمین روحانی، رئیس‌جمهوری، مبعث را روز رحمت برای همه جهانیان خواند و گفت: پیامبر اسلام(ص) نه فقط برای مسلمانان بلکه برای همه بشریت مظهر رحمت بود، زیرا راه هدایت را در اختیار مردم گذاشت.

رئیس‌جمهوری با اشاره به اتهاماتی که امروز در دنیا به نام تروریسم و خشونت علیه اسلام مطرح می‌شود، گفت: آنها که امروز در جهان به ناروا اسلام‌ستیزی و اسلام‌هراسی راه انداخته‌اند، یک بار منصفانه به آرمان‌شهر اسلام نگاه کنند و از عدالت پیامبر(ص) در برخورد با مشرکین و ملحدین درس بگیرند.

روحانی افزود: از یک سو اسلام‌ستیزان غربی که قرن‌هاست علیهِ اسلام تبلیغ می‌کنند و از سوی دیگر، دوستان نادان یا مزدوران وابسته همچون دو لبه قیچی برای حیثیت اسلام خطر آفریده‌اند.

رئیس‌جمهوری با طرح این سوال که چه کسانی ترور و ناامنی را به منطقه آوردند و ۷۰ سال پیش رژیمی غاصب را پایه‌گذاری کردند، تاکید کرد: ریشه بسیاری از ناامنی‌ها، ترورها و جنگ‌ها در منطقه ما رژیم اشغالگر قدس است.

رئیس‌جمهوری هدف نهایی نظام اسلامی را استقرار صلح و امنیت در سراسر جهان دانست و افزود: چگونه ساکت بمانیم در حالی که مردم یمن هر روز توسط کسانی که خود را متولی مسجدالحرام می‌دانند، زیر بمباران وحشیانه قرار می‌گیرند.

روحانی تاکید کرد: جمهوری اسلامی ایران افتخار می‌کند که تحت رهنمودهای رهبر معظم انقلاب اسلامی از مظلوم دفاع کرده و خواهد کرد و تحت فرمانِ فرمانده کل قوا، هر جا لازم باشد دستِ مظلومی را بگیریم، خواهیم گرفت.

احمد توکلی:

هیأت عالی حل اختلاف قوا در مورد مسئله مینو خالقی چاره کند

نماینده مردم تهران در مجلس شورای اسلامی با بیان اینکه تاکنون رد صلاحیت نامزدی پس از انتخابات از سوی شورای نگهبان سابقه نداشته، ورود هیأت عالی حل اختلاف قوا به موضوع مینوخالقی را چاره کار در این رابطه دانست.

به گزارش ایسنا، احمد توکلی در نوشتاری که در کانال تلگرام خود به‌عنوان «چاره کار در امر منتخب رد شده اصفهان» منتشر کرده، آورده است:

رد صلاحیت نامزدی پس از انتخاب شدن با نظر شورای محترم نگهبان سابقه نداشته است. هر امر بی‌سابقه، به‌ویژه اگر با حقوق افراد کثیری درگیر باشد حساسیت جامعه را برمی انگیزد. این حساسیت بحق است و باید به خاطر وجود آن خدا را سپاس گفت.

۱- هر نهاد مسئولی در جامعه باید برای اقدامات خویش توجیه قانونی داشته باشد و آن را به مردم ارائه دهد. جایگاه بلند شورای محترم نگهبان که حافظ قانون اساسی است این ضرورت را دوچندان می‌سازد. اما توضیح ناکافی، به‌ویژه در این مورد، هزینه سنگینی برای این نهاد مهم و کل کشور داشته و دارد.

۲- در برابر این حساسیت واکنش رئیس‌جمهور محترم که برای حمایت «از آزادی و حرمت اشخاص» نیز سوگند خورده است، امری طبیعی و منتظر بود.

۳- واکنش متین وزارت کشور که ضمن آنکه نظر شورای نگهبان را پذیرفتنی نمی‌دانست از فضاسازی در این باره خودداری کرده، درخور تشکر است.

۴- اما این قبیل مسائل باید در سازوکارهای پیش‌بینی شده حل شود. در این باره برخلاف نظر برخی نمایندگان محترم، کار را نمی‌توان به مجلس واگذارد. زیرا با این نظر شورا، صدور اعتبارنامه فرد منتخب در وزارت کشور غیرقانونی است، بنابراین مجلس دهم محملی برای ورود نخواهد داشت.

۵- در واقع اختلاف بین شورای نگهبان که بخشی از قوه مقننه و وزارت کشور که بخشی از قوه مجریه است، اختلاف بین قوای مقننه و مجریه است. راه حل براساس بند ۷ اصل یکصد و دهم قانون اساسی که «حل اختلاف و تنظیم روابط قوای سه‌گانه» را از اختیارات و وظائف رهبری می‌شمارد، رجوع به هیأت عالی حل اختلاف و تنظیم روابط قوای سه‌گانه است. رعایت این سازوکار از اتلاف نیروها و تباه شدن حقوق مردم جلوگیری می‌کند.

سیاست

جنبش عدم تعهد اقدام آمریکا برای مصادره دارایی‌های ایران را محکوم کرد

جنبش عدم تعهد با صدور بیانیه‌ای تلاش دولت، کنگره و دادگاه‌های داخلی آمریکا برای مصادره اموال بانک مرکزی ایران در آمریکا را مردود دانست و این عمل را اقدامی مغایراصل مصونیت دولت‌ها به‌عنوان یکی از اصول حاکم برحقوق بین‌الملل اعلام و تاکید کرد که چنین اقداماتی آمریکا را در مقام پاسخگویی در جهان قرار خواهد داد. جنبش عدم تعهد در بیانیه خود که روز پنجشنبه منتشر شد، علاوه بر اعتراض به اقدام آمریکا در به چالش کشیدن حقوق بین‌الملل از طریق نقض مصونیت دولت‌ها و نهادهای ملی آنها، این عمل واشنگتن را متخلفانه خواند.

در متن این بیانیه آمده است: «جنبش عدم تعهد از ایالات متحده آمریکا می‌خواهد که اصل مصونیت دولت‌ها را محترم بشمارد و تاکید می‌کند که عدم رعایت این اصل عواقب سوئی را از جمله بی‌ثباتی و اغتشاش در روابط بین‌الملل و تضعیف حکومت قانون در سطح بین‌المللی، در پی خواهد داشت و اقدامی متخلفانه محسوب می‌شود که موجب پاسخگویی بین‌المللی خواهد بود.»

غلامعلی خوشرو، سفیر و نماینده دائم جمهوری اسلامی ایران در سازمان ملل متحد پس از صدور این بیانیه، در نامه‌ای به دبیرکل سازمان ملل متحد خواستار انتشار بیانیه جنبش عدم تعهد به‌عنوان سند مجمع عمومی و شورای امنیت شد.

تیتر اخبار

- در اقدامی بی‌سابقه شاهزاده «ترکی فیصل» سفیر سابق عربستان در واشنگتن با «یاکوف امیدور» مشاور سابق بنیامین نتانیاهو نخست‌وزیر رژیم صهیونیستی دیدار و گفت‌وگو کرده است.
- نخست‌وزیر ژاپن هشدار داد در صورتی که انگلیس در رفراندوم ماه ژوئن ۲۰۱۶ به خروج از اتحادیه اروپا رأی دهد، از جذابیت خود برای سرمایه‌گذاران ژاپنی می‌کاهد.

مسئولان ترکیه روز پنجشنبه روزنامه «زمان»، منتقد سیاست‌های رجب طیب اردوغان، رئیس‌جمهوری ترکیه را که پیش از این اموال آن را در ماه مارس گذشته مصادره کرده بودند، بستند.

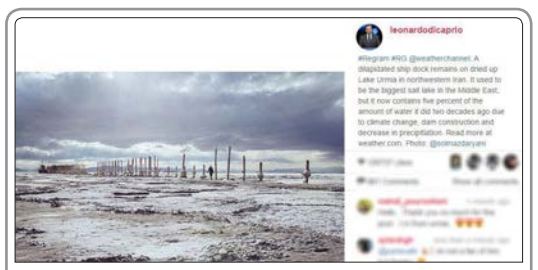
جامعه

هشدار آب‌گرفتگی و سیلاب در هفت استان کشور

مدیر پیش‌بینی و هشدار سازمان هواشناسی کشور آخرین پیش‌بینی‌ها از وضعیت جوی کشور را تشریح کرد و نسبت به بارش باران و آبگرفتگی معابر عمومی و سیلابی شدن رودخانه‌ها و مسیل‌ها در تهران، البرز، ارتفاعات قزوین، مرکزی، لرستان، ایلام و جنوب همدان در روز شنبه هشدار داد. احد وظیفه دیروز در گفت‌وگو با ایسنا، در این‌باره گفت: با استقرار سامانه بارشی در غرب، مرکز و دامنه‌های البرز، طی سه روز آینده رگبار و رعدوبرق و وزش باد برای استان‌های این منطقه پیش‌بینی می‌شود. وی با بیان اینکه روز یکشنبه از شدت بارش‌ها کاسته شده و در مناطقی از غرب، مرکز و شمال شرق و شرق کشور به‌صورت رگبار باران و گاهی رعدوبرق ادامه خواهد داشت، گفت: همچنین شنبه به سبب افزایش سرعت وزش باد در جنوب عراق، پدیده گردوغبار در استان خوزستان دور از انتظار نیست. وی افزود: در روز شنبه نیز بارش باران، گاهی با رعد و برق و وزش باد شدید و آبگرفتگی معابر عمومی و سیلابی شدن رودخانه‌ها و مسیل‌ها در تهران، البرز، ارتفاعات قزوین، مرکزی، لرستان، ایلام و جنوب همدان پیش‌بینی شده و از این‌رو توصیه می‌شود برای جلوگیری از خسارات احتمالی تمهیدات لازم به‌کار گرفته شود. وی درباره پیش‌بینی‌ها از وضعیت هوای تهران نیز گفت: در روز شنبه آسمان تهران ابری و نیمه ابری خواهد بود.

تیتر اخبار

- رئیس اداره کارشناسی واردات تجهیزات پزشکی سازمان غذا و دارو گفت: کیت‌های «پی آر پی» برای پوست و زیبایی مجوز ندارند و تعداد خیلی محدودی برای کاربرد طب ورزشی و ارتوپدی مجوز دریافت کرده‌اند.
- خبرگزاری مهر در گزارشی به افزایش مسمومیت به سرب در میان معتادان پرداخته و از توزیع گسترده تریاک آلوده به سرب در سراسر کشور خبر داده است.



لئوناردو دی کاپریو، بازیگر مشهور هالیوودی و فعال محیط‌زیست، در صفحه رسمی اینستاگرام خود، پستی در رابطه با خشک شدن دریاچه ارومیه به اشتراک گذاشت.

فرهنگ

فروش ۱۴میلیارد و ۳۰۰میلیون تومانی «من سالوادور نیستم»

آخرین آمار فروش فیلم‌های مهم در حال اکران بر پرده سینما به روایت پخش‌کنندگان اعلام شد. علی سرتیپی، مدیر شرکت پخش «فیلمیران»، فروش «رسوایی ۲» آخرین فیلم مسعود ده‌نمکی را ۹۷میلیون تومان با نمایش در حدود ۲۰ سالن اعلام کرد. علی سرتیپی در گفت‌وگویی با خبرنگار سینمایی ایسنا با بیان اینکه اکران شهرستان‌های این فیلم هنوز آغاز نشده است، گفت: این مقدار فروش پس از دو روز اکران این فیلم است.

سرتیپی در ادامه با بیان اینکه، نمایش فیلم‌های «بادیگارد» به کارگردانی ابراهیم حاتمی‌کیا و «ابد و یک روز» سعید روستایی پس از این هفت هفته اکران حداقل تا سه هفته دیگر ادامه دارد، فروش کلی فیلم «بادیگارد» را با در اختیار داشتن ۱۵ سالن، بیش از ۶میلیارد و ۷۰۰میلیون تومان و فیلم «ابد و یک روز» را با نمایش در ۱۴ سالن، بیش از ۷میلیارد تومان اعلام کرد. فروش «من سالوادور نیستم» منوچهر هادی به ۱۴ میلیارد و ۳۰۰میلیون تومان رسیده است. فروش«خشم و هیاهو» پس از هفت هفته نمایش یک میلیارد و ۲۵۰میلیون تومان بوده است.

فروش فیلم «اژدها وارد می‌شود» پس از ۹ روز نمایش در تهران و شهرستان به ۳۶۵میلیون تومان رسیده و «۵۰کیلو آلبالو» هم با ورود به هفته هشتم نمایشش ۱۰میلیارد و ۳۴۹میلیون تومان فروش کرده است.

تیتر اخبار

- فرح یوسفی - همسر پرویز کلانتری هنرمند تجسمی - با بیان اینکه این هنرمند به‌دلیل وضعیت جسمانی‌اش دچار افسردگی شده است، گفت: حدود دو ماه است که همسرم مطلقا نمی‌تواند از طریق دهان غذا بخورد، حتی دریغ از یک قطره آب.
- گروه موسیقی «رولینگ استونز» از دونالد ترامپ، نامزد احتمالی حزب جمهوریخواه برای مبارزات ریاست جمهوری آمریکا خواسته است تا از آهنگ‌های این گروه در تبلیغات انتخاباتی خود استفاده نکند.

پوستر آخرین فیلم اصغر فرهادی با نام «مشتری» رونمایی شد. قرار است این فیلم برای نخستین بار در جشنواره کن روی پرده برود.

ورزش

کلوپ: نمی‌خواهم مثل مارسلینو باشم

لیورپول پنجشنبه شب در آنفیلد با برتری ۳-۰ بر ویارئال موفق شد جواز حضور در فینال لیگ اروپا را کسب کند.

لیورپول در حالی موفق به کسب این موفقیت شد که در بازی رفت در ال مادریگال با یک گل مغلوب ویارئال شده بود. در طول بازی، یکی، دو درگیری لفظی مختصر بین یورگن کلوپ و مارسلینو (مربی ویارئال) رخ داد اما خیلی زود ختم به خیر شد.

مربی ویارئال پس از باخت تیمش در بازی در آنفیلد در نشست خبری به انتقاد از رفتارهای کنار زمین یورگن کلوپ و به‌خصوص شادی گل‌های خاص او پرداخت و گفت که حداقل در این زمینه دوست ندارد مثل مربی لیورپول باشد.

کلوپ که خوشحال و سرمست از برد تیمش به نشست خبری آمده بود، وقتی از صحبت‌های مارسلینو آگاه شد، در پاسخ گفت: «چه باید بگویم؟ واقعیت این است که حتی یک ثانیه هم نمی‌توانم و دوست ندارم مثل مارسلینو باشم اما تاکید می‌کنم که او مربی بزرگی است.» لیورپول در فینال لیگ اروپا، با سویا بازی خواهد کرد.

تیتر اخبار

- انتخابات ریاست فدراسیون فوتبال براساس برنامه امروز برگزار می‌شود. مهدی تاج، مصطفی آجرلو و عزیزالله محمدی نامزدهای جانشینی علی کفاشیان هستند.
- حمید سوریان با غلبه بر حریف اوکراینی خود در انتخابی المپیک در استانبول، راهی المپیک ریو شد.

روزنامه مارکا در جلد خود به حضور سه تیم اسپانیایی در دو فینال اروپا (سویا در لیگ اروپا و رئال مادرید و اتلتکیو مادرید در لیگ قهرمانان) اشاره کرده و تیتر زده است براوو.

کافه تبلیغات

چرا پیام اصلی نباید با جزییات ادغام شود

اکرم آزادیان

یه روز بهاری وقتی کسی از شما بپرسد خانه شما چند پنجره دارد، در جـواب چه خواهید گفت؟ آیا سـریع جواب می‌دهید؟ یا اینکه فکر می‌کنید و در ذهن خود شـروع به شـمارش پنجره‌های خانه‌تان می‌کنید؟

به نظر گزینه دوم برای شـما محتمل‌تر باشد چرا که این سـوال از آن سـوال‌هایی است که کم پیش می‌آید کسـی از ما بپرسـد. بنابراین ضرورتی ندارد تعـداد پنجره‌هـای خانه را دائـم در ذهن خود نگه داریم. این سـوال و سوال‌های مشـابه عمدتا با این مدل ذهنی مواجه خواهند شـد و مغز برای پاسـخ این‌گونه سـوال‌ها باید ابتدا به یک سری از اطلاعات بایگانی شده را فراخوانی کند.

حال مسـئله‌ای که اینجا مطرح می‌شود این است که وقتی مغز در حال بررسـی تعداد پنجره‌هاست، ناخواسـته مکان‌های دیگر خانه را که در آن پنجره واقع شده است به یاد خواهد آورد، یعنی اگر پنجره اتـاق خواب را می‌شـمارد در ذهن اتـاق خواب نیز تداعی خواهد شـد یا اگر به پنجره آشـپزخانه فکر می‌کند ناخواسته به آشپزخانه نیز فکر می‌کند.

در حقیقت مغز برای یادآوری از زنجیره تداعی‌ها اسـتفاده می‌کند اما موضوع به اینجا ختم نمی‌شود چـرا کـه مغز عـلاوه بر تداعی شـکل آشـپزخانه احساسـی را هـم که نسـبت بـه آشـپزخانه دارد تداعی خواهد کرد اما وقتی سـوال مشخصا در مورد پنجره‌های خانه اسـت مغـز نقطه تمرکزش را روی پنجره معطوف می‌کند.

مخاطبـان عمدتـا وقتی بـه یک نام تجـاری بر می‌خورند، ناخواسـته نگرش و احساس خود را نیز نسـبت بـه آن نام تجاری بـه یاد می‌آورنـد و این نقـش آگهی‌ها را پر رنگ‌تر می‌کنـد، چرا که وقتی آگهی می‌سـازیم باید به یاد داشـته باشـیم چیزی که در معـرض دید مخاطبان قرار می‌گیرد همراه با زنجیره‌ای خواهد بود.

مثـلا وقتی نام تجاری SONY یا Apple یا هر نام تجاری دیگر را می‌شنویم؛ زنجیره‌ای از تداعی‌ها در ذهن ما شـکل می‌گیرد که ایـن زنجیره چیزی اسـت که تبلیغات به ما نشان داده و ما آن را درک کرده‌ایم.

یـا اگر کالای هر نام تجاری را در دسـت کسـی ببینـم، باز زنجیـره‌ای از تداعی‌ها که قبلا توسـط تبلیغات به ما معرفی شـده در ذهن ما نقش خواهد بست.

یعنـی اگر مثلا به شـما بگویند کسـی ماشـین BMW خریـده اسـت زنجیـره‌ای از تداعی‌ها در ذهن شـما نقش خواهد بست؛ اینکه فرد مورد نظر ثروتمند است؛ یا اینکه او به لوکس بودن و اسپورت بودن ماشـین بیـش از چیزهای دیگـر آن اهمیت می‌دهد و...

ایـن تداعی‌ها را نام‌هـای تجاری در ذهن شـما به‌وجـود مـی‌آورد نه آن فرد مورد نظـر، چرا که ما در تبلیغات مشـاهده کرده‌ایم که BMW ماشین گرانی اسـت یا اینکه در تبلیغات شنیده‌ایم که این شرکت اتومبیل‌سـازی تاکیدش بر اسپورت بودن و طراحی شیک ماشین‌های خود است.

اینجاسـت کـه تاکید می‌شـود وقتی مـا آگهی تبلیغاتی می‌سازیم باید بتوانیم تداعی‌های مناسبی در ذهن مخاطبـان به‌وجود آوریم و مغز را وا داریم وقتـی به مـا فکر می‌کند زنجیـره‌ای از آنچه که ما می‌خواهیم در آن نقش ببندد.

با دانستن این موضوع که عملکرد مغز در برخورد با یک نام تجاری چگونه می‌تواند باشد، این موضوع حائـز اهمیت می‌شـود که آیا ما مجاز هسـتیم هر تعـداد از موضوعات را با آگهی خـود پیوند بزنیم؟ آنچه مسلم اسـت مغز وقتی می‌خواهد چیزی را به یاد بیاورد تمایلی به یـادآوری جزییات ندارد چون زمان یادآوری برای ما محدود است و مغز در تلاش اسـت هر چه سـریع‌تر آنچه را از او خواسـته شده بازخوانی کند.

بنابراین وقتی آگهی تبلیغاتی می‌سـازیم، باید به یاد داشته باشـیم موضوعات کلیدی خود را طوری بیـان کنیم که بـا جزییـات ادغام نشـود و اینکه جزییات آنقدر نباید در اطراف پیام اصلی آگهی قرار بگیرد که متن پیام تحت‌الشـعاع قرار بگیرد چرا که در ایـن صورت مغز وقتی می‌خواهـد پیام اصلی را یادآوری کند دچار مشـکل خواهد شد. اما اینها به معنای حذف جزییات نیست و جزییات نیز در جای خود می‌تواند برای ما بسیار مهم باشد.

بـه واقـع هدف مـا خیلی روشـن اسـت، اینکه مخاطبان خیلی سـریع ما را به یـاد بیاورند و پیام مـا در زمان لازم در ذهن آنها نقش ببندد تا بتوانند تصمیم خوبـی بگیرند تصمیمی که از نظر ما خرید کالای ماست.

لـذا ایـن موضـوع مهم اسـت، وقتی مـا آگهی می‌سـازیم یا حتـی آگهی‌های بعدی‌مـان را تولید می‌کنیـم نباید از خط اصلی ایـن زنجیره تداعی‌ها زیاد فاصله بگیریم.

چـرا کـه مغز هـر لحظـه نمی‌توانـد موضوعات جدیـدی که ما بـه او ارائه می‌کنیـم در خود نقش ببندد مثل آنکه ما بخواهیم در هر هفته پنجره‌های خانه را عوض کنیم و از او بخواهیم که به یاد بیاورد که پنجره‌ها چه تغییری داشته‌اند.

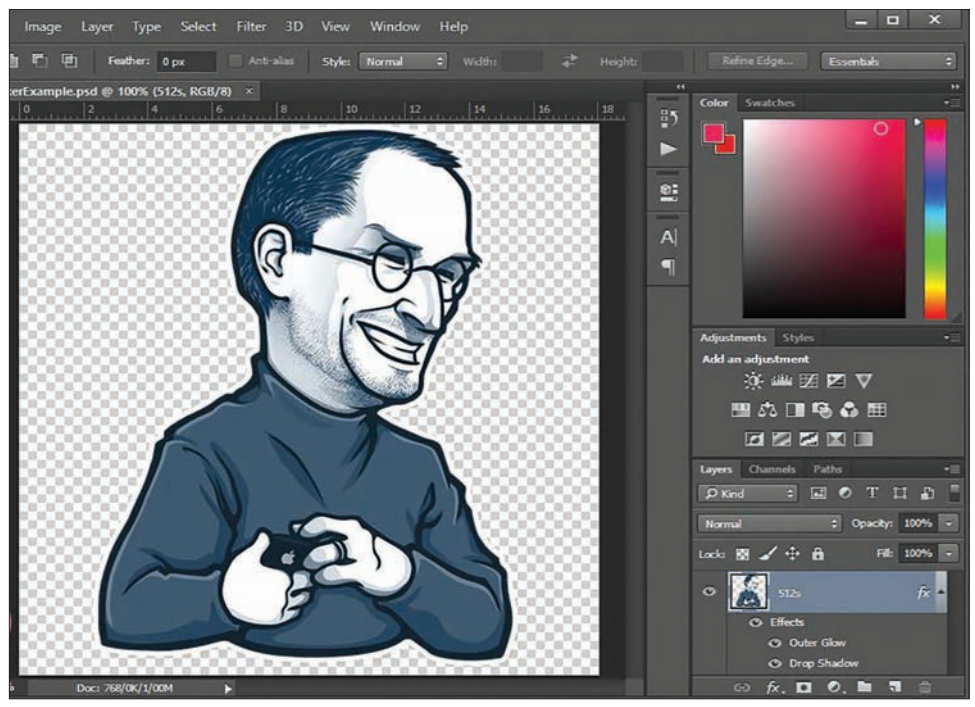
شـاید برای چند نوبت مغز حاضر به پذیرش این تغییر باشـد اما در دراز مـدت در صورتی که نیازی به آن نداشته باشد تمایلی به به‌خاطر سپاری نشان نخواهد داد.

گزارش «فرصت امروز» از بازار داغ استیکرهای تبلیغاتی

ارتباط صمیمی از جنس مجازی

نرگس فرجی
nargesfaraji1389@yahoo.com

برخی مخاطبان آنقدر غرق دنیای دیجیتال شـده‌اند که برایشـان تفکیک زندگی واقعی از زندگی مجازی سـخت است. آنها بیشترین وقت خود را در شـبکه‌های اجتماعی به‌خصوص نرم‌افزار پیام‌رسان پرطرفـدار این روزهـا یعنی تلگـرام می‌گذرانند. وقتـی مخاطبان از دنیایـی بـه دنیای دیگـری کوچ می‌کننـد، برندهایی کـه به این مخاطبان خدمـات و محصولات ارائه می‌کنند نیـز مجبور به انتقال به دنیای دیگر هسـتند. برندها برای برقراری ارتباط ناچار باید وارد فضایی شـوند که مشتریان‌شـان بیشـترین زمان خود را صرف آن می‌کنند. همین موضوع باعث شـده برندها نگاه ویژه‌ای به تبلیغات دیجیتال به‌ویژه تبلیغات در تلگرام داشـته باشند. راه‌اندازی کانال، گروه و... از شـیوه‌های فعالیت برندها در تلگرام است ولی به تازگی برخـی برندها از شـیوه دیگری بـرای برقرار ارتباطـی صمیمی‌تر با مخاطبان خود اسـتفاده می‌کنند. طراحی استیکر شیوه‌ای است که برخی برندها از آن در راسـتای عملکـرد تبلیغاتی خود بهره‌برداری می‌کنند. شـیوه‌ای کـه مانند مابقی روش‌هـای تبلیغاتی دیگر راه و رسم تخصصی خود را می‌طلبد. اشـکان هاتف، کارشناس دیجیتال مارکتینگ و مدیرخلاقیت چندی اسـت به همراه همکارانش سراغ بکارگیـری این شـیوه بـرای برخی برندهـا و طراحی اسـتیکرهای تبلیغاتی رفته است. «فرصت امروز» درباره موضوع طراحی استیکر و اهمیـت آن در دنیای تبلیغات داخلی امـروز گفت‌وگویی با هاتف داشته که در ادامه می‌خوانید.



زمان ورود استیکرها به زندگی مجازی مخاطبان

اشـکان هاتف درباره سـابقه اسـتفاده از اسـتیکرها و نقش آنهـا در زندگی کاربران دنیای مجازی می‌گوید: اگر بخواهیم نگاهی به شکل‌گیری استیکرها و اینکه استفاده از استیکرها توسط کاربران دنیای دیجیتال از کجا شروع شده داشـته باشیم، باید بگویم ورود اسـتیکرها به زندگی مجازی کاربران به زمان استفاده از یاهومسنجر، چت‌روم‌ها و رشد اینترنت در ایران بازمی‌گردد. در آن زمان به دلیل اینکه کاربران ایرانی بیشتر به منظور ایجاد ارتباطات احساسـی از فضای مجازی اسـتفاده می‌کردنـد، از emoji یا استیکرها نیز بیشـتر برای انتقال احساس اسـتفاده می‌شـد. بعد از چند سال شکل و شمایل استیکرها تغییر کرد و emojiهایی بـا اندازه‌هـای بزرگ‌تر با انیمیشـن‌های با کیفیت‌تر، توسط شرکت‌های مختلفی برای یاهو تولید شد. این رشد در همه شبکه‌های اجتماعی به‌صورت مـداوم تا به امروز ادامه داشته است.

استیکرها عضو جدانشدنی ارتباط‌های روزمره مخاطبان

هاتـف می‌گویـد: بـا ورود گوشـی‌های هوشمند به ایران و استفاده همه‌گیر از آنها توسط مخاطبان، اسـتفاده از استیکرها نیز وارد فاز تازه‌ای شد. وایبر نخستین نرم‌افزار پیام‌رسـانی بود که مخاطبان توجه ویژه‌ای به آن داشـتند و همین توجـه باعث خلق گروه جدیدی از اسـتیکرها شد. پس وایبر به‌عنوان یک رسـانه مخاطبان را با استیکر و شـیوه‌های بکارگیری آن آشنا کرد. هاتف می‌گوید: شـاید به جرات بتـوان مهاجرت از وایبـر به تلگـرام را بزرگ‌ترین مهاجرت اینترنتـی ایرانی‌ها دانسـت. مهاجرتی که در مدت زمان کوتاهـی اتفاق افتاد و باعث شـگفتی بسـیاری از کارشناسـان حـوزه دیجیتال شد.

این مهاجرت دنیای استیکرها را نیز وارد مرحلـه جدیدی کرد. یکـی از وجوه تمایز تلگرام نسـبت به وایبر گسترش استفاده از استیکرها توسـط مخاطبان است. در وایبر همه اسـتیکرها توسـط کارشناسان درون سـازمانی خـود ایـن نرم‌افزار یـا بعضی از پکیج‌ها پولی آن طراحی می‌شـد اما تلگرام کـه در بدو ورود، اسـتیکرهای خیلی کمی داشـت با رایگان نگه داشـتن امکاناتش و همچنین باز کردن دسترسی کاربران برای سـاخت استیکرها سهم بیشـتری از تجربه کاربری را به دست آورد و امکانات تازه‌ای را در اختیار مخاطبانش گذاشت به‌طوری که الان این استیکرها عضو جدانشدنی ارتباط روزمره مخاطبان شده‌اند.

ورود استیکرها به دنیای تبلیغات

ایـن کارشـناس دیجیتـال مارکتینگ درباره ورود اسـتیکرها به دنیای تبلیغات و استفاده از آنها توسـط برندها می‌گوید: در سال‌های اخیر شاهد این بودیم که تبلیغات و بازاریابی به سـمت شـخصی شدن پیش رفته و اسـتیکرهایی به نـام و تصویر افراد و برای برندها به نام و براسـاس شـخصیت برندها (دیرین دیرین، مسـتر دماغ و ...) طراحـی شـده و در دسـترس مخاطبـان قـرار گرفته اسـت. این فرصـت برای همه برندها فراهم شـده تا بتوانند جریان‌سازی، برندینگ، ایجاد وفـاداری، تبلیغ موضوعی، جـذب مخاطـب یا حتـی یـادآوری برای خودشـان و برندشـان را از طریق طراحی استیکر انجام دهند.

روند طراحی استیکرهای تبلیغاتی

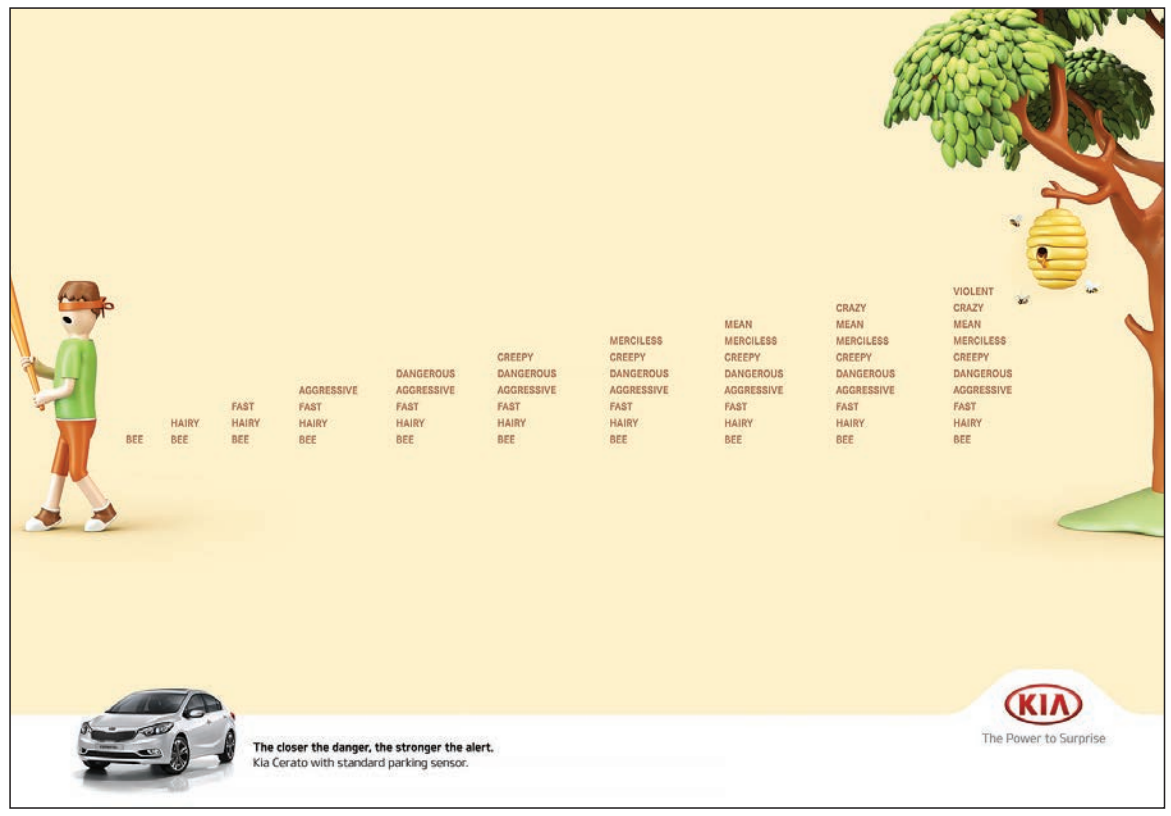
هاتف درباره روند طراحی اسـتیکرهای تبلیغاتی می‌گوید: اگر بخواهیم روند تولید یک اسـتیکر را مورد بررسـی قـرار دهیم ابتدا به سـاکن باید نگاهی به سیاسـت‌ها و اهـداف تبلیغاتی برند داشـته باشـیم تا بتوانیم خروجی دقیق‌تـری را تولید کنیم. ممکن اسـت برنـدی دارای شـخصیت یا لوگویی باشـد که بتواند برای استیکر شدن بسـط داده شـود به‌عنوان مثال چی‌توز را در نظـر بگیرید. حجم طرفـداران این برند قدیمی و دوسـت داشتنی را متصور شوید. قطعاً اسـتیکرهایی که بـا کاراکتر این برند ساخته شـود خیلی سریع پخش می‌شود و نه‌تنها باعث مزاحمت تبلیغاتی نمی‌شـوند بلکـه محبوبیت برنـد را افزایش می‌دهد و تعداد کاربر بالایـی پیدا خواهد کرد. علاوه بـر چی‌توز هـر برندی که تا بـه حال برای خود کاراکتری را طراحی و از آن در دنیای تبلیغات اسـتفاده کـرده اسـت، می‌تواند بـه طراحی اسـتیکر براسـاس آن کاراکتر متمایل شود. هاتف می‌گوید: نکاتی حیاتی در طراحی‌های اسـتیکرها مانند جلوگیری از یکنواختـی موضوعـی و کاراکتـری باید رعایت شـود. همچنین نباید فراموش کرد که این اسـتیکرها در نهایـت به جای بیان حس و حال اسـتفاده خواهند شد پس باید حتماً انتقـال حس را در طراحی آنها حفظ کنیم. از آنجایی که پس از انتشار، استیکرها جزئی از هویت برند محسوب می‌شوند پس قطعاً باید بروزرسانی هم شوند. یکی از نقاط قوت تلگرام هم همین‌جاست، استیکرهایی که به بسـته افزوده می‌شـوند خـودکار به تلگـرام کاربـران افـزوده می‌شـوند و این باعث می‌شـود که برندها به راحتی بتوانند برای مناسـبت‌های خاصی مانند شب یلدا یا نوروز، اسـتیکرهای خود را به‌روزرسـانی کنند. تمام برندها می‌توانند سـراغ استفاده از اسـتیکرهای تبلیغاتی بروند ولی باید در نظـر گرفت که هر چقدر حوزه فعالیت برند مانند حوزه محصولات FMCG عمومی‌تر باشـد، مخاطب استیکرها هم بیشتر خواهد شـد ولـی طبیعتا برنـدی یا شـرکتی که مخاطب خاص دارد قطعاً اسـتیکرهای آن هـم کاربر خاص خـود را خواهد داشـت. تبلیغات به این معنی نیسـت که برندها یا اشـخاص بتوانند از هر فضایی برای نشـان دادن خودشان استفاده کنند برای مثال هر شخصی از نوع خاصی سبک لباس پوشیدن اسـتفاده می‌کند و این موضوع نوعی تبلیغ برای فـرد به حسـاب می‌آید. همـان فرد امکان دارد که لباس یک مجلس رسـمی را در یک محیط صمیمی نپوشـد یعنی همه افراد تلاش می‌کنند متناسـب با فضا رفتار کنند. پس هر فضایی برای شـخص یا برند مشخصی مناسب اسـت و برندها متناسب با آن فضا باید شـیوه‌های تبلیغاتی خود را طراحی و اجرا کنند.

> **در سال‌های اخیر شاهد این بودیم که تبلیغات و بازاریابی به سمت شخصی شدن پیش رفته و استیکرهایی به نام و تصویر افراد و برای برندها به نام و براساس شخصیت برندها (دیرین دیرین، مستر دماغ و ...) طراحی شده و در دسترس مخاطبان قرار گرفته است. این فرصت برای همه برندها فراهم شده تا بتوانند جریان‌سازی، برندینگ، ایجاد وفاداری، تبلیغ موضوعی، جذب مخاطب یا حتی یادآوری برای خودشان و برندشان را از طریق طراحی استیکر انجام دهند**

طراحی استیکر متناسب با شخصیت و حوزه فعالیت برند

هاتـف می‌گوید: با توجه به پیشـرفتی که شـبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های دیجیتال در پیـش گرفتنـد، حضور در این رسـانه‌ها برای برندها یک دغدغه شـده است و چون هزینـه کمتـری دارد، برندها بیشـتر مایل به اسـتفاده از آن هسـتند. یکی از راه‌های تبلیغات می‌تواند اسـتفاده از اسـتیکر باشد ولی این اسـتیکرها باید با خود برند، اهداف و مخاطبان‌شان سازگاری داشته و متناسب با آنها باشـند. هر برندی می‌تواند متناسـب با نوع فعالیت و مخاطبانش اسـتیکر طراحی کند. برندهایی که در فضای بازار عمومی‌تری فعالیت می‌کنند به دلیل ارتباط با مخاطبان عام‌تر بهتر است از اسـتیکرهایی با چاشنی طنز اسـتفاده کنند و شیوه‌ای را در طراحی به‌کار گیرند که بتوانـد ارتباط راحت‌تری با مخاطبان برقرار کنند. پس باز تأکید می‌کنم که طراحان استیکر باید شخصیت برند را در طراحی لحاظ و براساس آن شخصیت‌پردازی کنند. در این میان اگر برند در حوزه خاصی فعالیت دارد و بـا مخاطبان ویژه‌تری روبه‌رو اسـت بهتر است براساس حال و هوای حوزه فعالیت برند اسـتیکرها طراحی شوند. برای مثـال اسـتیکرهای انتشـارات روزگار را در نظـر بگیرید؛ این انتشـارات بـرای طراحی اسـتیکرهایش بـه درسـتی از چهره‌هـای بزرگ ادبی و شخصیت‌های مشهور استفاده می‌کند و گاهی در کنار این تصاویر جمله‌ای از همان بزرگ را نیز ذکر می‌کند. شـیوه در پیش گرفته توسـط این انتشاراتی به خوبی مخاطبان را تحت تأثیر قرار می‌دهد. طراحی استیکر چیزی نیسـت که از راه دور ممکن باشـد و باید طراحان براساس استراتژی‌های برنامه‌ریزی شـده و برگزاری جلسات متعدد بـا برندها اقـدام بـه طراحی کننـد. وقتی اسـتیکری به درسـتی طراحی شود توسط تمام مخاطبان برند چـه در داخل و چه در خارج از کشور قابل استفاده است. برای مثال اسـتیکرهای برندهای ایرانـی می‌تواند بین هموطنـان ایرانی خارج از کشـور نیز مورد اسـتفاده قرار گیرد. هاتف در پایان می‌گوید: هر نوع فعالیت تبلیغاتـی حتماً برندینگ را هم به دنبال خواهد داشـت. در واقع این دو موضوع جدا از هم نیسـت. در هر جایی که برنـد بتواند خـودش را تبلیغ کند و نشـان بدهـد، ماجرای برندینگ هـم اتفاق خواهد افتـاد. در پایـان امیدوارم در آینـده برندها بـا نگاهی خاص‌تر بـه فعالیت‌های تبلیغاتی خود توجه و به حوزه تبلیغات در رسانه‌های جدید اعتماد بیشتری کنند.

تبلیغات خلاق



آگهی شرکت KIA- شعار: هرچه خطر نزدیک‌تر، آلارم قوی‌تر

ایستگاه تبلیغات

تبلیغ خلاق کافه

ایـن روزهـا کافه‌های مختلف شـهر از شـیوه‌های تبلیغاتـی مختلفی بهره‌بـرداری می‌کننـد. اکثر این شـیوه‌ها در نقطه خریـد اتفاق می‌افتد و مشـتریان هنگام ورود به کافه با آنها مواجه می‌شوند. کافه‌داران بـرای کاهش هزینه‌ها سـعی می‌کننـد از امکانات و لوازمی که در اختیار دارند، اسـتفاده کنند. در همین راستا چندی است یکی از کافه‌های شهر تهران از یک خودروی قدیمی به‌عنوان پیشـخوان در محل ورودی خود استفاده می‌کند.

ایـن خودروی قدیمی برای بسـیاری از مشـتریان این کافه جالب اسـت و خاطرات بسیاری را برای آنها زنـده می‌کند. یکـی از کارکنان این کافـه به منظور دریافـت تقاضا و صورت حسـاب در داخل ماشـین قدیمی می‌نشـیند و با مشتریان صحبت می‌کند. این اقدامات سـاده مطمئنا مورد اسـتقبال مخاطبان قرار خواهد گرفت و کافه‌داران می‌توانند به راحتی متوجه اثربخشی شیوه تبلیغاتی خود شوند.

بازاریابی مجانی

ایمیل مارکتینگ

عطیه عظیمی
azimiatiye@gmail.com

اگر بـه فکر افزایـش فروش خود هسـتید به طوری که بتوانیـد فروش خود را به چهار تا پنج برابر افزایش دهید قطعا یک راهکار مناسـب آن ایمیل مارکتینگ است.

گاهـی ایمیـل مارکتینـگ بهینه‌تریـن روش بـرای افزایش درآمد کسـب‌وکار شـما اسـت. روش‌هایی برای کاربرد بیشـتر ایمیل مارکتینگ وجـود دارد کـه در ادامـه بـه توضیـح آنهـا می‌پردازیم.

تهیه لیست

نخسـتین کاری کـه بـرای راه‌انـدازی یـک ایمیـل مارکتینگ هدفمند بایـد انجام داد تهیه لیسـت بزرگی از ایمیل‌های مشـتریان سازمان اسـت. هرچه تعداد ایمیل‌های شما بیشتر باشد فروش شـما هم افزایش خواهد یافـت و این به این معنا نیسـت که از بانک‌هـای ایمیل نامعتبر اسـتفاده کنید، برای اینکه لیست ایمیل خود را گسـترش دهید. سـعی کنیـد در ایمیل خود از صفحات فرود اسـتفاده کنید و در وب‌سایت‌تان از وب‌فرم یا همان فرم اشـتراک استفاده و ایمیل بازدیدکننـدگان وب‌سـایت‌تان را ثبـت کنید تا لیسـت ایمیل خود را گسترش دهید. بزرگ‌ترین راز موفقیـت در ایمیل مارکتینگ این اسـت که اندازه لیست ایمیل شما مناسب با بازار هدف شما باشـد. هر چه این لیسـت بزرگ‌تر باشد، فروش شما نیز بیشتر خواهد بود.

صفحه فرود

اهمیـت صفحه فرود یا همـان لندینگ‌پیج در تبلیغـات بـه حدی زیاد اسـت کـه می‌تواند در فروش و جذب مشتریان شما تاثیر بسزایی داشته باشد. در نظر داشته باشید که هیچ عکس و لینک غیرمرتبطـی را در صفحات فرود قرار ندهید زیرا باعث می‌شـود که شـما از هـدف اصلی خود در تبلیغات دور شوید.

پیشنهاد ما برای اینکه بتوانید از طریق ایمیل مارکتینگ در کسـب‌وکارتان موفق باشـید این است که در صفحه فرود خود یک هدیه یا دانلود رایگان از پی‌دی‌اف‌های آموزشـی یا سـایر موارد قـرار دهید و بازدیدکنندگان خود را تشـویق به ثبت‌نام در وب‌سایت‌تان کنید.

زمانی که لیسـت ایمیل خـود را تهیه کردید بهتر اسـت به مشـتریان خود محصولات خود را ارائـه و در کنار آن به آنها این اطمینان را بدهید که برای محصولات خریداری شده پشتیبانی هم خواهید داشت.

بـا این روش به آنها ایـن اطمینان را می‌دهید که در ازای خریدشـان در صورت وجود مشکلی می‌توانند با پشـتیبانی و خدمات شما آن را حل کنند.

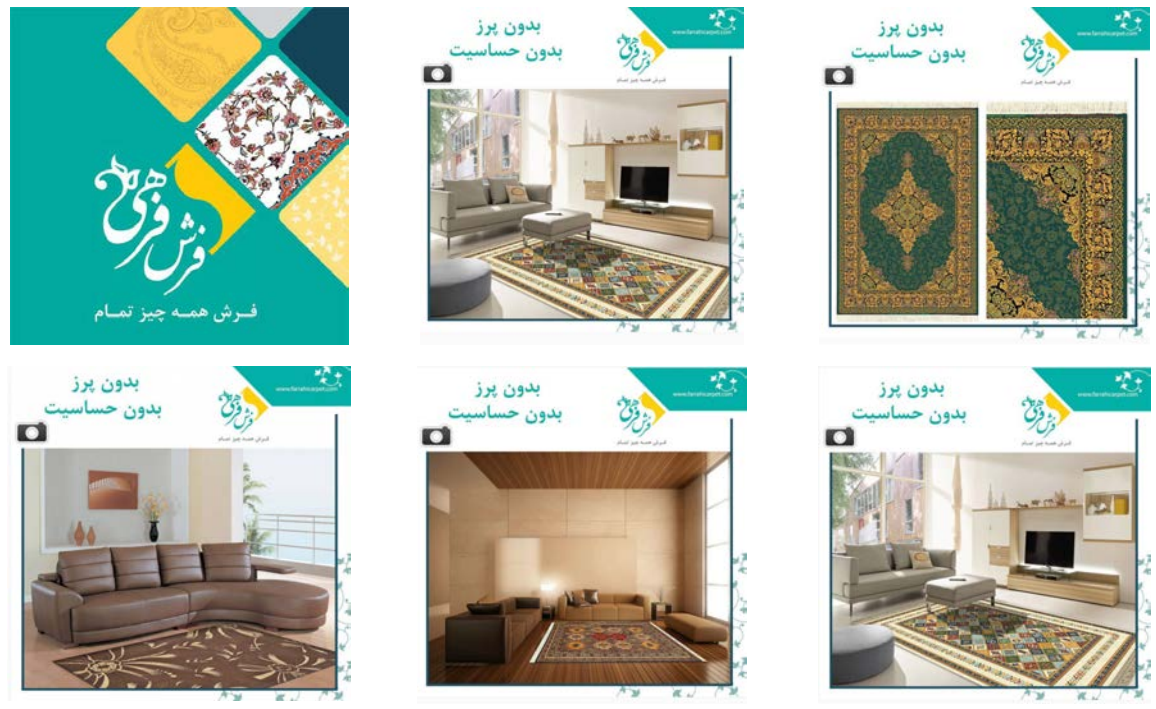
اهمیت دادن به موضوع ایمیل

شـما باید به موضـوع ایمیل ارسـالی اهمیت دهیـد. موضـوع در ایمیل همان نقشـی را بازی می‌کند که تیتـر برای یک مقالـه روزنامه بازی می‌کند.

تیتـر روزنامـه در خواننـده ایجـاد کنجکاوی می‌کنـد تا وی را متقاعد بـه خواندن مقاله کند. همین موضوع برای ایمیل نیز صادق اسـت. شما می‌توانیـد این موضـوع را در رابطه بـا ایمیل‌ها امتحـان کنید تا ببینید که کدام یک شـانس باز شدن بیشتری را دارند.

با ارسال ایمیل با موضوع جذاب باعث می‌شوید نرخ باز شـدن ایمیل‌های شـما افزایش یابد و در نهایت میزان فروش شما بیشتر شود. با استفاده از یک نرم‌افزار مدیریت ارتباط با مشتری، مشتریان بالقوه خود را شناسایی کرده و با تیم فروش خود آنها را پیگیری کنید.

این تماس‌ها به‌عنوان فرصتی برای شما جهت جمع‌آوری ایمیل بیشتر اسـت. چگونگی ارتباط برقرار کردن آنها با محتوایی که برای آنها ارسـال کرده‌ایـد بسـیار بهتر از درخواسـت از آنها برای صرف وقتی جهت آشـنایی بیشـتر با محصولات و خدمات شما است.



گزارش «فرصت امروز» از محصول جدید فرش فرهی

جاذبه‌های منطقی

امیر کاکایی
a9631m@gmail.com

در هـر خانـه ایرانـی چه مدرن یا سنتی، فرش همواره یکـی از لـوازم مهـم خانگی محسوب می‌شود. اگرچه این محصـول مانند گذشـته در خانه‌هـا جایگاهی نـدارد اما هرچند سـال یک‌بار بسیاری از خانواده‌هـای ایرانی ترجیح می‌دهنـد فرش‌هـای زیـر پای خـود را تغییـر دهند و دکوراسیون منازل را نو کنند. در این میـان زوج‌های جوان کـه نیاز بـه خریـد جهیزیه برای تشـکیل خانواده دارند، یکـی دیگر از گروه‌های هدف برندهـای فـرش محسـوب می‌شوند.

به‌صـورت کلـی یکـی از مشـکلات فرش‌های نـو، پرز دادن آنها اسـت؛ این موضوع به انـدازه‌ای بـرای خانم‌های خانـه حائز اهمیت اسـت که ترجیح می‌دهنـد فرش‌هایی را خریـداری کننـد که کمتر پـرز دهـد. چنـدی پیـش فـرش فرهـی کـه یکـی از تولیدکنندگان فـرش ایرانی محسوب می‌شـود، محصولی را بـه بـازار عرضه کـرده که معتقد اسـت این محصولات آنتی باکتری بـوده و به هیچ عنـوان پرز نمی‌دهد. در میان تبلیغ‌هـا و پیام‌های متنوع و تکـراری برندهای فرش که از قبـل از عید نـوروزی به اوج خود رسـیده بود، فرش فرهی تمایزی را بـرای خود تعریف کرده است. اینکه این موضوع تا چه انـدازه می‌توانـد برای فـرش فرهی تمایز محسـوب شود و مشـتریان را ترغیب به خرید از فرش‌های فرهی کند، بهانه‌ای شد تا «فرصت امروز» سراغ هادی اسکندری، مشاور برندسازی برود.

هادی اسکندری در گفت‌وگو بـا «فرصت امـروز» می‌گوید: بـدون در نظر گرفتن سـطح کارایی محصـولات جدید این کمپانـی، فرهی اقدام به تمایز خـود در بـازار رقابتـی کرده اسـت. به‌نوعی می‌توان گفت که این کمپانـی بزرگ فرش، نگاهـی بـه بازسـازی جایگاه برند خودکـرده و ابزار خود را در تبلیغات به نمایش گذاشته است.

او ادامه می‌دهد: ما در حالی بـا مهم‌ترین دلیل بازسـازی جایگاه برند کـه همان بحران اسـت، روبـه‌رو هسـتیم که اکثـر شـرکت‌های معتبر دنیا با بحران‌های بزرگی دسـت و پنجـه نرم می‌کننـد. در حال حاضـر تمامـی شـرکت‌های معتبـر ناچارنـد برنامه‌های خود را با محیط انطباق دهند. این مسـئله بسـیار حائـز اهمیت اسـت که چگونه می‌توانید برنامه‌های‌تـان را با یـک ارزش ارتباطی مفهومی که در ذهن همـه وجـود دارد، انطباق دهید؟

انتقال توجه مخاطبان به دیگر مزایای محصولات فرش

اسکندری می‌افزاید: همان‌طور که می‌دانید جایگاه‌سـازی به مفهـوم متمایز سـاختن خود در ذهن مشـتری بالقوه و نیز عملی است که ذهن در ایجاد ارتباطـات انجام می‌دهد. حال باید دید این تمایز اعلام‌شـده از سوی فرش فرهی یک تولید منحصربه‌فـرد بوده یـا صرفا انتقال توجه مخاطبان به دیگر مزایای محصولات فرش است که شـاید در دیگر برندها نیز وجود داشته باشد.

سوق دادن مخاطبان به خرید

این کارشناس ارشد بازاریابی اظهار می‌کند: سوق دادن افراد به خرید، آخرین وظیفه تبلیغ اسـت و البته وظیفه آسـانی نیسـت. برای اینکه اثربخشی ارتباطـات را بالاتر ببریم، پیام تبلیغاتـی باید تاکیـد فراوانی روی نیازهـای ملمـوس و محسـوس مشـتری داشـته باشـد. پژوهش‌های بسیار در خصوص نگرش‌های مشتریان در بـازار هدف کمـک بزرگی اسـت بـرای تبلیغ‌کننـدگان تـا در خصـوص یـک چنین نیازهـای محسـوس ارضـا نشده‌ای، اطلاعاتی جمع‌آوری کنند. توجه، شـناخت و درک یک چنیـن نیازهایی می‌تواند زمینه را برای اقدام مشـتری جهـت خریـد همـوار کند و همچنیـن اطلاعاتـی را که او نیـاز به توجیه منطقی و تایید تصمیم خود دارد، فراهم آورد.

او خاطـر نشـان می‌کنـد: ارتبـاط برقرارکننـده بایـد بـه دنبـال جاذبه یـا مطلبی باشـد که پاسـخ مورد انتظار او را به‌دنبـال داشـته باشـد. یکـی از راه‌های حصـول این هدف از طریـق بهره‌گیری از جاذبه‌های منطقی اسـت که به دل‌بسـتگی‌های شـخصی مخاطبـان هـدف، مربـوط می‌شـود. جاذبه‌های منطقی نشـان می‌دهـد کـه کالا، منافـع و مزایای مـورد انتظار را در بـردارد. پیام‌هایـی کـه کیفیـت، صرفه‌جویی، فایده و کاربرد کالا را نشـان می‌دهد، ازجملـه پیام‌هایی اسـت که در آنهـا از جاذبه‌های منطقی استفاده‌شده است. حال فرهی در کنـار مـوارد ذکرشـده به آسـایش نگهداری و بهداشت محصـول هـم اشـاره دارد. فوایدی که گویـی در انحصار ایـن کمپانـی اسـت یـا بـه مخاطـب خود ایـن آرامش را می‌دهـد که ایـن مزیت‌ها در اولویـت تولیـد محصول خود قرار داده‌شده است.

> **جایگاه‌سازی به مفهوم متمایز ساختن خود در ذهن مشتری بالقوه و نیز عملی است که ذهن در ایجاد ارتباطات انجام می‌دهد. حال باید دید این تمایز اعلام‌شده از سوی فرش فرهی یک تولید منحصربه‌فرد بوده یا صرفا انتقال توجه مخاطبان به دیگر مزایای محصولات فرش است که شاید در دیگر برندها نیز وجود داشته باشد**

ارتقای جایگاه برند

اسـکندری ادامـه می‌دهد: فرهی می‌خواهد سهم جایگاه خـود را به‌عنوان پیشـگام در تکنولـوژی صنعـت فـرش از آن خـود کنـد و مطمئنـا به آینـده‌ای کـه این جایـگاه را به دسـت آورد، فکر می‌کنـد و وقتـی شـما دارای جایگاه پیشـگامی هستید، عموما می‌خواهید که آن را تقویت کنید.

او بیـان می‌کنـد: مهم‌ترین ملاحظات در انتخـاب نقـاط تمایز این اسـت که مصرف‌کنندگان آنها را مطلـوب بدانند و بـه این باور برسـند که فرهی از امکانـات متفاوتـی بـرای ارائه برخوردار اسـت. اگر این نکته‌هـا به ثمر برسـند، نقطه تمایز کمپانـی فرهی می‌تواند به‌عنـوان تداعیـات قدرتمند، مطلـوب و منحصربه‌فـرد در ذهـن مصرف‌کننـدگان جای‌گیـرد. هرکـدام از ایـن نکته‌هـا، یعنـی مطلوبیـت و قابلیـت ارائـه از معیارهـای جزئی‌تری برخوردارند.

تعریف تداعیات اصلی برند

این کارشناس ارشد بازاریابی می‌گویـد: جایگاه‌سـازی برند تشـریح می‌کنـد کـه چگونه برند می‌تواند به‌صورت موثر در مقابل رقبا فعالیت کند. با این اوصاف در بسـیاری از موارد، برندهـا به رده‌هـای متنوعی از محصولات پـا می‌گذارند و همین دلیل ممکن اسـت یک جایـگاه متفاوت و درعین‌حال مرتبـط را بـرای خـود ایجاد کند. با تعمیم برند در رده‌های مختلـف محصـول، بازاریابان بایـد مجموعـه‌ای از تداعیات اصلی را برای برند خود تعریف کننـد تـا بتوانند ابعـاد مهم مفهوم و ماهیـت برند را برای مشتری‌های خود روشن سازند و عـلاوه بر آن، ایـن تداعیات اصلی را به شـکل وعده، تعهد یا فلسـفه، ساختارمند کرده و از آن به‌عنـوان بازتابی از روح و قلب برند خود استفاده کنند.

نخستین نام تجاری

اسـکندری اظهـار می‌کند: پیشـگام بودن به‌تنهایی یکی از اهداف اصلی بازاریابی است. به همین علت است که کمپانی فرهی می‌خواهد نخسـتین نام تجـاری در این شـاخه باشـد کـه بتواند در مقایسـه با رقبا، از چند قدم جلوتر شروع کرده باشـد و دلیل دیگر می‌خواهد پیشگامی خود را نشان دهد تا مخاطبان تصور کنند نام فرهی جزو بهترین‌هاسـت؛ زیرا همه می‌دانند که پیشگامی در بازار فروش، از آن کالای برتر است.

او دربـاره نقاط قـوت تبلیغ پیشـگامان بیان می‌کند: نقطه قـوت تبلیـغ کـردن به‌عنوان پیشـگام در یک امر این است کـه ایـن نـوع تبلیـغ دارای اعتبار اسـت. فـرض کنید نام تجاری شما دارای خصوصیات متعددی اسـت کـه می‌توانید دربارهشـان تبلیـغ کنیـد. عملکرد، دوام، استفاده آسان و پیشگامی در رشته مربوط و در بازار مواردی هسـتند که طبق عقیده و نظـر مصرف‌کنندگان معنـا می‌یابنـد و نـکات ثابت‌شده‌ای نیسـتند و رقبای شـما ممکـن اسـت بخواهند در تبلیغات خود دقیقا بر سـر همیـن مـوارد با شـما رقابت کننـد. ولی پیشـگامی چیزی نیست که بتوان به‌آسانی بر سر آن جدال کرد.

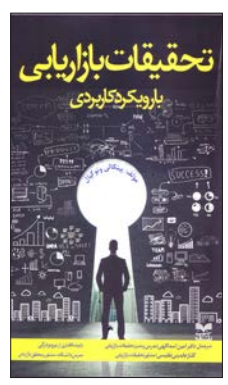
کتابخانه

تحقیقات بازاریابی با رویکرد کاربردی

امروزه داشـتن اطلاعات به همراه یـک برنامه منظم برای تمام شـرکت‌ها و سـازمان‌ها امری حیاتـی و غیرقابل انکار به حسـاب می‌آیـد و این امر میسر نمی‌شـود مگر با اجرای تحقیقـات بازاریابی از سـوی شـرکت‌ها. تحقیقات بازاریابی نخستین گام شـرکت‌ها برای ورود به بـازار پرتلاطم امروزی است.

در دنیـای رقابتـی امـروز شـرکت‌هایی که بدون اجرای تحقیقـات بازاریابـی قـدم به کسـب‌وکار می‌گذارند، به طور قطع با اشـتباهات و خطاهای بسـیاری در بـازار مواجـه خواهنـد شـد کـه در صورت اجـرای پروژه‌هـای تحقیقات بازاریابی این خطـا به حداقل ممکن کاهـش خواهد یافت و هزینه‌کمتـری را بـه مجموعه تحمیـل خواهـد کـرد. در سـال‌های قبل علاقه کمتری به مباحـث تحقیقات بازاریابی وجـود داشـت و علـت آن ناملموس بودن این‌گونه پروژه‌ها در مراحل ابتدایی بود. بسیاری از شـرکت‌ها در همان ماه‌های اولیـه، انتظار تغییـر و تحول اساسـی در مباحـث فروش و بازاریابی خود را داشتند و علت این امر آن اسـت که تحقیقات بازاریابی پـس از حداقل ۳ماه بازخـورد و اثربخشـی خود را نشـان می‌دهد اما امـروزه که اثربخشـی این‌گونـه مباحـث برای همگان آشکار شده است، علاقه بسـیاری بـه تحقیقات بازاریابـی در میان شـرکت‌ها دیده می‌شـود و آنهـا واحدی مجزا برای فعالیت‌های تحقیقات بازاریابی خود در نظر گرفته‌اند. کتـاب تحقیقـات بازاریابی با رویکرد کاربردی نوشته پینگالی ونوگپـال، ترجمـه دکتر امین اسـداللهی و گلنـاز عابدینـی، درک اصـول اولیـه تحقیقات بازاریابی و توسـعه مهارت‌های کاربر برای بررسـی جنبه‌های مرتبط بـا فرآینـد تحقیق، به منظـور حصـول اطمینـان از نتایج معتبر برای تصمیم‌گیری را هـدف خود قرار داده اسـت. این کتاب در سـه بخش و ۱۵ فصل با موردکاوی‌های عملیاتی و نمونه‌های تحقیقات بازاریابی یکی از بهترین و کاربردی‌ترین کتاب‌هایی اسـت کـه در این حوزه به رشـته تحریر درآمده است.

در بخشی از این کتاب آمده اسـت: طی روند تبدیل مسئله تصمیم به یک مسئله تحقیق، باید احتیاط لازم به منظور عدم تسلط تصمیم‌گیرنده بر فرآیند صورت گیـرد. تصمیم‌گیرنده بایـد بـه طـور مشـترک و بی‌طرفانه با محقـق همکاری کنـد تا اطلاعات مـورد نیاز را به دست آورند. به عبارت دیگر محقـق و تصمیم‌گیرنـده باید به‌طور مسـاوی کار کنند، این همکاری همان‌طور که اطلاعات مورد نیـاز برای تصمیم‌گیرنده را مشـخص می‌کند، به روشن ساختن حـوزه تصمیـم نیز کمک می‌کند. ایـن کتاب در ۳۲۷ صفحـه و قیمت ۲۵هزار تومان توسط انتشارات بازاریابی به چاپ رسیده است.



بازاریابی مدرن

بازاریابی عصبی (قسمت دوم) آشنایی با ابزارها

دکتر میثم شیرخدایی
مشاور برند و عضو هیات علمی دانشگاه مازندران

بازاریابـی عصبی آمیـزه‌ای از تکنیک‌هـا برای ثبت واکنش‌های عصبـی در مغز و دیگر اندام بدن به منظور کسـب بینش و اطلاعاتی ژرف‌تر و مستدل‌تر به نسبت روش‌های تحقیقات سنتی است که به مدد آن می‌توان به مطالعه اهمیت یک برند، برند آگاهی، ترجیحات برند و همچنیـن پردازش اطلاعـات و مطالعه تصمیم‌گیری پرداخت. چرا که ارمغـان بازاریابی عصبی فراهم آوردن امکان سـنجش فرآیندهای ناخودآگاه اسـت. بازاریابی عصبـی، ترکیبـی از دو واژه عصـب و بازاریابی و بیانگر فعالیت در دو حوزه و رشته مختلف علوم عصب‌شناسی و مطالعات بازاریابی اسـت. در سال ۲۰۰۲ که این رشته برای نخسـتین بار به جهانیان معرفی شد، مناقشات و بحث و جدل‌های زیادی را به‌همراه داشت اما با به‌دست آوردن اعتبـار و وجهه مناسـب در بین افـراد حرفه‌ای تبلیغات و بازاریابی، پیشـرفت سـریعی را آغاز کرد. به کاربرد ابزار، دستاوردها و آزمون‌های برآمده از رشته‌های علمی روان‌شناسی و علوم مغز و اعصاب و عصب‌شناسی به منظور اندازه‌گیری و سنجش واکنش‌های زیستی در مواجهه با محرک‌های بازاریابـی (راهبردهای بازاریابی، ارتباطـات، تبلیغـات، محصولات جدیـد و محصولات موجـود) بازاریابـی عصبـی گوینـد. بازاریابی عصبی نویددهنـده نوع جدیـدی از بازاریابی اسـت که کاملا ماهیت میان رشـته‌ای دارد. جایی کـه علوم مدیریت، عصب‌شناسـی، روانشناسی و شـاید هم به نوعی هنری بـه هم پیوند می‌خورند. به بیان سـاده بازاریابی عصبی پژوهـش مبنایی رفتار مصرف‌کننده با اسـتفاده از ابزار علمی مدرن و دقیق به‌ویژه ابزار پزشکی است.

بازاریابی عصبی، دانشـی اسـت که بـا بهره‌مندی از مطالعات علوم مختلف بر آن است تا تصمیم‌گیری‌های انسان را که غالبا به‌صورت ناهشیار و در مغز وی صورت می‌گیرد، بررسی کند. در بازاریابی عصبی نیازی نیست تا از فرد سوالی برای پی بردن به تصمیمات وی پرسیده شود. بلکه هدف، دستیابی به اعماق ذهن مخاطب است. مغز انسان به‌عنوان مرکز فرماندهی جسم، مسئولیت‌های بسیاری از جمله تصمیم‌گیری را برعهده دارد؛ از سویی تلاش همیشگی بازاریابان و محققان بازار این بوده که بر فرآیندهای تصمیم‌گیری مصرف‌کنندگان و کم و کیف آن اشـراف پیدا کنند. بنابراین بازاریابی عصبی می‌تواند بـه بازاریابان به‌منظور تولید محصـولات و خدماتی که به بهترین نحـو مطابق با ترجیحـات مصرف‌کنندگان باشـد، کمک شـایانی بکند. بازاریابی عصبی با تجزیه و تحلیل محرک‌ها و پاسـخ‌های مغز انسـان می‌تواند به بازاریابان دقیقا بگوید که مصرف‌کنندگان به چه ابعادی از محصول واکنش مثبت یا منفی نشـان می‌دهند؛ آیا رنگ بسته‌بندی محصول یا شکل، عطر یا طعم محصول اسـت که توجه مصرف‌کننـدگان را به خود جلب کرده یا عوامل دیگر. بنابراین بازاریابی عصبی کلید گشـودن افکار، احساسـات و امیال ناخودآگاهی است که موجب برانگیختن افراد به خرید می‌شود. ابزارهای مختلفی در راستای رسیدن به هدف این نوع بازاریابی انجام می‌گیرد که به تدریج به آنها اشاره می‌شود.

الکتروانسفالوگرافی

هانـس برگر، نخسـتین ابـزار عملـی اندازه‌گیری الکتروانسـفالوگرافی را در سـال ۱۹۲۰ ساخته است. او نخستین دانشمندی بود که سنسورهایی را طراحی کرد تا با اسـتفاده از آن بتوان سـیگنال‌های الکتریکی را کـه به‌طور طبیعی از مغز تولید می‌شـود، گردآوری کـرد. او از همان آغاز می‌دانسـت کـه اختراعش برای اندازه‌گیـری طیـف گسـترده‌ای از فعالیـت مغز قابل استفاده اسـت نه اینکه فقط در بخش کوچکی کاربرد داشـته باشد. الکتروانسفالوگرافی یک فناوری غیرفعال اسـت که با اسـتفاده از سنسـور (میکروفن کوچک و بسـیار حساس)، سـیگنال‌های الکتریکی را که در هر دقیقه به وسـیله فعالیت امواج مغزی تولید می‌شـود، دریافـت می‌کند. این دسـتگاه کامـلا غیرتهاجمی و راحت اسـت. سنسورهای الکتروانسـفالوگرافی در یک کلاه بسیار سبک وزن جاسازی شدند (تقریبا شبیه به کلاه معمولی شـنا) آنها سیگنال‌های بسیار کم ولتاژی را که توسط فعالیت‌های عصبی تا دوهزار بار در هر ثانیه از محل سنسور سـاطع می‌شود، اندازه‌گیری می‌کنند. بسیاری از مناطق (نواحی) مغز مسئول چندین عملکرد (وظیفه) هسـتند. به این دلیل برای دستیابی دقیق به پوشـش کامل مغز، مناطق مورد نیاز (عامل) را به‌طور همزمان و هماهنگ در پاسخ به یک محرک خاص مورد بررسـی قرار می‌دهند. قرار دادن سنسـورها نیز خیلی مهم و کلیدی است. سنسور الکتروانسفالوگرافی بسیار حساس است و باید در اصطلاح پردازش سیگنال همراه با فعالیت امواج مغزی باشـد. در زمان تجزیه و تحلیل، از بین بردن سـروصدا مهم است؛ برای اینکه اطمینان حاصـل کنید چیـزی که از تجزیه و تحلیل به‌دسـت می‌آیـد، تنهـا اطلاعات خالص مغز اسـت و از فعالیت عضلانی یا دیگر سـیگنال‌های غیراصلی دور مانده‌اید باید بدانید که اگر شـما سنسور الکتروانسفالوگرافی را فقـط در مناطق محدود از قبیل شـقیقه (گیجگاه) یا پیشـانی قرار دهید، به نسـبت زیادی نویز یا سروصدا از فعالیت عضلانی در آن منطقه در مقایسـه با فعالیت امواج مغزی ثبت شده انتخاب خواهید کرد.

در تسـت کامل مغز نباید منحصـرا به فعالیت امواج مغزی تولید شـده در مناطق مرتبط و به هم پیوسـته تکیه کرد. بلکه باید از جریان داده‌هایی که با هم تداخل دارند نیز به‌طور کافی استفاده کرد تا از این طریق بتوان نویزهـا را حذف کرد و به انـدازه کافی اطلاعات امواج مغزی را به منظور تجزیه و تحلیل دقیق به دست آورد. روش تست الکتروانسفالوگرافی را با تجهیزات پیچیده ردیابی چشـم، جایی که تجربه فـرد موقع دیدن یک محرک ثبت می‌شـود، ترکیب کنید. این ترکیب دقیق بوده و نشـان می‌دهد در جایی که چشم فرد در همان میلی‌ثانیه تمرکز می‌کند دقیقا مغز شخص در برابر یک محرک خاص از نظر سـه معیار اصلـی مغز و اعصاب، توجـه، تعهد عاطفی و نگهـداری (ابقا) حافظه چگونه پاسخ می‌دهد.

تریبون

توصیه‌هایی کاربردی برای مدیران روابط عمومی (۸۱)

پایدار بودن

ترجمه: امیر آل علی

انجام فعالیت‌های بشردوستانه و انجام کارها به‌گونه‌ای که باعث بهبود وضع کسب‌وکار شما شود، دو چیز کاملاً متفاوت است.

برای مثال، استفاده از کارمندان برای تمیز کردن یک منطقه زیبا علاوه بر تأثیری که به دلیل پوشش خبری رسانه‌ها روی کسب‌وکارتان می‌گذارد، باعث ایجاد انگیزه مضاعف در کارمندان نیز می‌شود، زیرا آنها اطمینان حاصل خواهند کرد که برای شرکتی کار می‌کنند که به محیط زیست اهمیت داده و حامی محیط زیست است.

با این حال اگرچه این گونه فعالیت‌ها در کوتاه‌مدت نتایج مطلوبی را برای شما در پی خواهد داشت اما در بلندمدت هیچ گونه تأثیر مشخص و قابل ذکری روی کسب و کارتان نخواهد گذاشت.

حرکت از یک رویکرد صرفاً تبلیغات‌گرا مانند آنچه که ذکر شد به سوی یک رویکرد کسب‌وکارگرا، علاوه بر تفکر و ایده‌پردازی خلاق نیاز به برنامه‌ریزی بلندمدت و دقیق نیز دارد. در عین حال روابط عمومی نیز به‌عنوان یک عنصر تأثیرگذار در این زمینه خود یک فرآیند طولانی‌مدت است که نیاز به برنامه‌ریزی دارد تا روی کسب‌وکار شما تأثیر مطلوب و مورد نظر را بر جای بگذارد.

ایده

چندی پیش شرکت مایکروسافت تعدادی کامپیوتر را به مدارس سراسر آمریکا اهدا کرد. بدون شک این اقدام مایکروسافت یک نمونه عالی از اقدام بشردوستانه است. در عین حال علاوه بر سودی که مدارس از این کامپیوترهای مجانی خواهند برد، مایکروسافت نیز از سوی دیگر موفق به تداعی نوعی حس بشردوستانه و همچنین خیرخواهانه در ذهن معلمان، دانش آموزان و اولیای آنها شده است.

با همه اینها سود واقعی این عمل برای مایکروسافت در جای دیگری است. در واقع این کامپیوترها با ویندوز مایکروسافت و نرم‌افزارهای این شرکت کار می‌کنند، همچنین دانش آموزان نیز با استفاده از این نرم‌افزارها تحصیل کرده و در واقع بزرگ شده و به آنها عادت می‌کنند، معلمان نیز مجبور به یادگیری نحوه کار با ویندوز و همچنین نرم‌افزارهای شرکت خواهند شد، در عین حال اولیای دانش‌آموزان نیز مجاب خواهند شد در خانه کامپیوتر مایکروسافت را به جای کامپیوتر دیگر شرکت‌ها مثل Apple داشته باشند، زیرا فرزندان‌شان نیاز به ارتباط و جابه‌جایی آسان اطلاعات بین مدرسه و خانه را دارند.

همانند مایکروسافت، شرکت Procter & Gamble نیز مشکلی مشابه در برقراری ارتباط مناسب و فروش محصولات خود به مردم و خصوصاً مردم کشورهای در حال توسعه که علاقه زیادی به خرید کالاهای گران قیمتی مانند محصولات P&G ندارند، داشت.

در راستای بهبود اوضاع، شرکت اقدام به سرمایه‌گذاری روی برجسته کردن برند خود و باکیفیت‌تر نشان دادن محصولات خود کرد. اگرچه چنین سرمایه‌گذاری بلندمدتی نیاز به زمان زیادی برای نتیجه‌گیری داشت اما شرکت P&G این ریسک را کرد و این در حالی است که این شرکت هم‌اکنون یکی از بزرگ‌ترین تولیدکنندگان محصولات مختلف است.

پایداری در انجام کارهای بشردوستانه علاوه بر ارزشمندتر کردن فعالیت‌های بشردوستانه شما، منافع بلندمدتی را نیز برای شرکت‌تان به ارمغان خواهد آورد.

آنچه در عمل باید انجام دهیم

-بلندمدت فکر کنید. در پروژه‌های بلندمدت شاید پولی که امروز خرج می‌کنید به‌زودی تبدیل به سود نشود اما در نهایت منفعت آن به شما خواهد رسید.

- در عین حال که به فعالیت‌های بشردوستانه خود اهمیت می‌دهید، مراقب نتایج بلندمدت فعالیت‌های خود نیز باشید.

- زمان، پول و تلاش خود را روی پروژه‌هایی که به کسب‌وکار شما مرتبط نیستند یا نسبت به نتایج بلندمدت آنها مطمئن نیستید به هدر ندهید.

از میان خبرها

جنجال در وال مارت به خاطر اخراج کارگری مهربان!

وال‌مارت، یکی از کارگرانش را که دچار آسیب مغزی بود، اخراج کرد و با این کار خشم بسیاری را برانگیخت. فرانک سوانسون به مدت دو دهه صندوقدار وال‌مارت در ایالت میسوری بود.

به گزارش مارکتینگ نیوز، او در محله به کارگری مشتاق شناخته شده بود که دوست داشت مشتریان را به آغوش بکشد. سخنگوی وال‌مارت اعلام کرده است که فرانک به دلیل نقض سیاست‌های قیمت‌گذاری اخراج شده است. اما طرفداران سوانسون معتقدند که او به خاطر ابراز محبت به مشتریان از کار برکنار شده است. آنها با تجمع در مقابل شعبه وال‌مارت در ایالت میسوری، اعتراض و حمایت خود را از این کارگر نشان دادند. اعتراض‌کنندگان کمپینی به نام «Hugs for Frank» به راه انداخته‌اند. سوانسون جوان‌تر که بود در یک سانحه دچار آسیب‌دیدگی مغزی شد و شش هفته به کما رفت و مدتی هم فلج بود.

برای مطالعه ۴۴۷ 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: تولیدکننده لوازم ورزشی هستم و قصد تبلیغات و معرفی محصولات را در شبکه‌های اجتماعی دارم. برای این نوع تبلیغات در تلاشیم از مدل‌های تبلیغاتی استفاده کنیم. از نظر شما چه نوع مدل‌هایی را باید برای تبلیغات در شبکه‌های اجتماعی مانند اینستاگرام یا تلگرام انتخاب کرد؟

مدلینگ در شبکه‌های اجتماعی

پاسخ کارشناس: استفاده از مدل‌های تبلیغاتی در چند سال گذشته در ایران مد شده و بسیاری از برندها از مدل‌های مختلفی در تبلیغات خود استفاده می‌کنند. موضوعی که بسیار حائز اهمیت است، انتخاب مدل‌های مناسب تبلیغاتی است که باید براساس استراتژی مناسب و جوهر برند هر سازمانی انجام شود.

این موضوع باعث می‌شود مخاطبان در مواجهه با این نوع تبلیغات ارتباط احساسی را با برند برقرار کنند. با توجه به نوع کسب‌وکار شما که در حوزه لوازم ورزشی است، پیشنهاد می‌شود از مدل‌هایی استفاده شود که از نظر جسمانی و فیزیک بدنی در وضعیت مناسبی باشند؛ یعنی هنگامی که مخاطبان این مدل‌ها را می‌بینند احساس کنند با مدل ورزشکاری مواجه شده‌اند.

در این میان در صورت داشتن بودجه مناسب تبلیغاتی، شما می‌توانید از ورزشکاران معروف نیز در تبلیغات خود استفاده کنید و حتی یکی از این ورزشکاران را به‌عنوان سفیر برند خود انتخاب کنید؛ البته این موضوع نیازمند اختصاص بودجه مناسب تبلیغاتی است. از طرفی محتواهایی که در این دو شبکه اجتماعی تولید می‌شود، می‌تواند ساده‌تر و طبیعی‌تر باشد؛ این موضوع باعث می‌شود مخاطبان راحت‌تر با مدل‌های تبلیغاتی شما ارتباط برقرار کنند. تولید تیزرهای تبلیغاتی کوتاه که مختص شبکه اجتماعی اینستاگرام است، می‌تواند برای تبلیغات شما بسیار مثمرثمر واقع شود. به‌صورت کلی اتخاذ سفیر برند، مدل‌های تبلیغاتی و... باید در راستای هویت برند شما باشد و در راستای این موضوع باید برنامه‌ریزی‌های مناسبی اتخاذ شود تا از این طریق، تبلیغات شما با اثربخشی بیشتر همراه باشد.

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.

چگونه شرکت‌ها از نیکوکاری سود می‌برند

تو نیکی می‌کن و در دجله انداز...

مونا اشرف‌زاده
mona.ashrafzade@gmail.com

وقتی در کودکی اسباب‌بازی‌های‌تان را به همبازی‌های‌تان نمی‌دادید، احتمالا پدر و مادرتان به شما این قانون طلایی را می‌گفتند: کاری را برای دیگران انجام دهید که می‌خواهید آنها برای‌تان انجام دهند. سال‌ها گذشته و امروز یاد گرفته‌اید که هیچ‌چیز رایگان به دست نمی‌آید. حتی اگر چیزی رایگان هم به نظر برسد، همیشه بهایی در آن نهفته است. در واقع فرصت‌ها بهایی دارند که باید پرداخت تا تصمیمی گرفته شود. اما اگر این گونه است، چرا کسب‌وکارها باید میلیون‌ها دلاری که به سختی به دست می‌آورند را صرف نیکوکاری کنند؟ این شرکت‌ها نیکوکاری می‌کنند زیرا می‌دانند که مزایای بسیاری به سوی آنها بازخواهد گشت. بسیاری از شرکت‌های بزرگ و موفق دنیا این مسئله را می‌دانند، بنابراین درصد قابل‌توجهی از سودشان را هر سال صرف امور خیریه می‌کنند. نام‌های بزرگی مثل شرکت وال‌مارت در بین فهرست سخاوتمندترین شرکت‌هایی قرار دارند که فهرست آنها توسط مجله فوربس انتخاب می‌شود. کمک‌های این شرکت‌ها، چه به صورت نقدی و چه با ارائه خدمات، میلیون‌ها دلار را شامل می‌شود و می‌تواند در بسیاری از امور خیریه تغییرات بزرگی ایجاد کند، اما مطمئن باشید که مدیران ارشد اجرایی این شرکت‌ها به این هدایا و کمک‌ها به چشم سرمایه‌گذاری نگاه می‌کنند. درست مثل بسیاری از موفق‌ترین سرمایه‌گذاران جهان، آنها می‌دانند پولی که می‌دهند، سودش را در آینده به دست خواهند آورد.

جایگزینی برای روش‌های سنتی تبلیغات

اگر به گذشته و زمانی که اینترنت نبود بازگردیم، تنها راه برقراری ارتباط شرکت‌ها با مردم از طریق تلویزیون، رادیو و نشریه‌ها بود. اینها تنها راه مرتبط شدن با افرادی بود که پتانسیل مشتری شدن و پرداخت پول را داشتند. زمانی که عصر اینترنت فرا رسید، همه چیز تغییر کرد، زیرا هرچه می‌گذشت مردم زمان بیشتری را صرف وقت‌گذرانی و جست‌وجو در صفحات وب می‌کردند. اینترنت به بهترین راه برای شرکت‌ها تبدیل شد تا نام برند و محصولات‌شان را در معرض توجه مردم قرار دهند، اما تبلیغات سنتی و حتی آنلاین هم محدودیت‌های خودش را دارد. در یک اینفوگرافی توسط سایت Invesp، واقعیت اثربخشی تبلیغات آنلاین نشان داده شده است. براساس این اینفوگرافی، فقط ۰/۱ درصد از تبلیغات یک کمپین تبلیغاتی به کلیک شدن ختم می‌شوند. در دنیایی که شما بمباران اطلاعاتی شده‌اید، برای تبلیغات سنتی، کار هر روز سخت‌تر و سخت‌تر می‌شود تا بتوان یک ارتباط موثر برقرار کرد. اینجا همان جایی است که اسپانسر شدن برای یک خیریه به بهترین شکل ممکن پاسخ می‌دهد. به عنوان مثال، حمایت از یک کمپین داوطلبانه محلی می‌تواند روشی فوق‌العاده برای شناساندن نام شرکت در یک اجتماع خاص باشد. همین اتفاق می‌تواند برای کسانی که این کمپین را دنبال می‌کنند و همچنین کسانی که اثرات این کمپین متوجه‌شان می‌شود نیز بیفتد. در مقایسه با تاثیرات کمتری که یک تبلیغات آنلاین می‌تواند روی افرادی که وب‌سایت‌ها یا شبکه‌های مختلف تلویزیون را مشاهده می‌کنند، داشته باشد، تبلیغات از طریق اسپانسر شدن می‌تواند پتانسیل بیشتری داشته باشد.

تصویر شرکت را برجسته‌تر می‌کند

تصویر عمومی که از یک شرکت وجود دارد خیلی بیشتر از آنچه فکر می‌کنید اهمیت دارد. براساس مطالعه‌ای که در مجله تحقیقاتی مصرف‌کنندگان صورت گرفته، محصولاتی که دارای کیفیت بالایی هستند بیشتر دیده می‌شوند، به‌ویژه اگر شرکتی که آنها را ساخته در مسئولیت‌های اجتماعی مشارکت داشته باشد. اگر یک شرکت به امور خیریه کمک کند یا رویدادی نیکوکارانه را سازماندهی کند، شانس اینکه رشد قابل‌توجهی را در فروش محصولاتش بلافاصله پس از آن رویداد داشته باشد، افزایش می‌یابد، حتی این شانس زمانی بیشتر خواهد شد که آن شرکت آنقدر بزرگ باشد که توجه رسانه‌ها را نیز به خود جلب کند. این اتفاق محتمل است زیرا مشتریانی که شاهد انجام چنین برنامه‌هایی هستند، محصولات این شرکت را خریداری می‌کنند تا از شرکت موردنظر در جهت مشارکت هرچه بیشتر در امور خیریه حمایت کرده باشند.

> **در دنیایی که شما بمباران اطلاعاتی شده‌اید، برای تبلیغات سنتی، کار هر روز سخت‌تر و سخت‌تر می‌شود تا بتوان یک ارتباط موثر برقرار کرد. اینجا همان جایی است که اسپانسر شدن برای یک خیریه به بهترین شکل ممکن پاسخ می‌دهد**

به جذب استعدادهای جدید کمک می‌کند

طبق تحقیقاتی که انجام شده، بیشتر کارگران و حتی دانش‌آموزان داشتن شغلی را که بتوانند تغییراتی در جامعه ایجاد کنند، بسیار مهم و حیاتی برای خوشبختی‌شان می‌دانند. این تحقیق می‌گوید مردم دوست دارند کاری را انجام دهند که می‌تواند تغییر ایجاد کرده یا به حل شدن مشکلی از جامعه کمک کند. انجام چنین کاری برای آنها حتی مهم‌تر از داشتن یک شغل معتبر و در سطح بالا است. شرکت‌هایی که خیریه‌های خودشان را دارند یا به طور مرتب اسپانسرینگ رویدادهای داوطلبانه و نیکوکارانه را حمایت می‌کنند، برای جویندگان کار بسیار جذاب‌تر هستند و همین امر باعث می‌شود این شرکت‌ها شانس بیشتری برای انتخاب افراد بهتر از میان جست‌وجوکنندگان کار داشته باشند. در نتیجه این انتخاب، استعدادهای جدیدتری جذب شرکت می‌شوند که در جهت رشد و پیشرفت آن بسیار می‌توانند اثرگذار باشند.

در جهت حفظ کارکنان موثر است

همه ما می‌دانیم که از خواب بیدار شدن در صبح زود و رفتن به محل کار یا کلاسی که از آن متنفر هستیم، چه حسی دارد. حتی اگر یک کارمند مزایای خوبی دریافت کند و در یک محیط رقابتی هم کار کند، هر روز برایش یک چالش مداوم خواهد بود اگر نسبت به کاری که انجام می‌دهد رضایت نداشته باشد و از انجام آن خوشحال نشود. به طور کلی پذیرفته شده، رضایت از کار تاثیر فوق‌العاده‌ای روی حفظ کارکنان دارد. به دلیل تاثیری که نیکوکاری روی شاد بودن دارد، کارکنان شرکت‌هایی که به طور مداوم به خیریه‌ها کمک می‌کنند، دلیل محکمی برای ماندن هرچه طولانی‌تر در این شرکت‌ها خواهند داشت. در کنار مزیتی که به آن اشاره شد، دانستن این نکته برای کارمندان که بخشی از کارشان در شرکت وقف امورخیریه می‌شود و به کارهایی اختصاص می‌یابد که برایشان اهمیت دارد، به طور چشمگیری روی حفظ آنها تاثیرگذار است.

بهره‌وری را افزایش می‌دهد

در همه کلاس‌های اقتصادی، یکی از اولین مفاهیمی که معرفی می‌شود این است که مردم با مشوق‌ها انگیزه پیدا می‌کنند. مشوق‌ها می‌توانند شکل‌های مختلفی داشته باشند، مثلا مزایای بهتر یا دریافت حقوق بالاتر باشد، اما در برخی موارد مشوق‌ها برای کارکنان در جهت بالا بردن بهره‌وری کار، آن چیزی نیست که انتظارش را دارید. یک تحقیق اجتماعی نشان می‌دهد که بهره‌وری کارمندان بالاتر می‌رود، اگر آنها بدانند در حال کمک کردن به یک خیریه هستند. همچنین براساس این تحقیق، کارمندان بهتر کار می‌کنند زمانی که به آنها گفته شود اساس کارشان کمک کردن به دیگران است. با وجود اینکه در برخی موارد هم کمک کردن ارتباطی با عملکرد بهتر نداشته، اما بهره‌وری همچنان در بسیاری از موارد افزایش یافته است. حتی این تحقیق نشان می‌دهد که اگر انتخابی برای کمک کردن یا نکردن وجود داشته باشد، تعداد بسیار زیادی از افراد انجام امور خیریه با استفاده از پولی را که به دست می‌آورند انتخاب می‌کنند. حمایت از امور خیریه و در جریان قرار دادن کارمندان می‌تواند تاثیری فوق‌العاده روی بهره‌وری و رضایت کارکنان یک شرکت داشته باشد.

فرصت ارزشمندی برای آشنایی با سایر شرکت‌ها است

اگر یک کارآفرین باشید، احتمالا پیش از این حضور در رویدادها و همایش‌ها را تجربه کرده‌اید. تصور کنید به یک مکان کاملا ناآشنا بروید و به افرادی که در آنجا حضور دارند بگویید محصولی را از شما به دلایل مختلف خریداری کنند. یک کمپین داوطلبانه در جهت امور خیریه می‌تواند روشی منحصربه‌فرد برای آشنایی با سایر کسب‌وکارها باشد. بودن در متن یک رویداد نیکوکارانه، برقراری ارتباط با سایرین را بسیار آسان‌تر می‌کند. مشارکت در چنین اجتماعاتی باعث می‌شود که کسب‌وکارتان در معرض دید افراد قرار بگیرد.

علاوه بر تمام مزایایی که در پس مشارکت در چنین اجتماعات خیرخواهانه‌ای وجود دارد، این مسئله که هیچ‌کس شکایتی ندارد و آن را تایید می‌کند نیز نکته قابل‌توجهی است. کمک‌هایی که از طریق شرکت‌های مختلف صورت می‌پذیرد، زندگی را برای بسیاری از مردم بهتر می‌کند. آیا شما به عنوان صاحب کسب‌وکار یا یک کارمند، مشارکتی در این امور دارید؟

اشتباهات ماندگار

اشتباه بیست و هفتم، مدیرانی که بلندپروازانه تحول‌طلب هستند

فرشته طاهری‌نیا
f_taherinia@yahoo.com

کم نیستند مدیرانی که پس از تصدی پست مدیریت، مطابق اهداف شرکت و با یک مدیریت صحیح و زمانبندی مناسب، شرکت را به درستی رهبری می‌کنند. اما گاهی افرادی به مدیریت می‌رسند که شخصا افرادی بلندپروازند که در محدوده اهداف شرکت گام بر نمی‌دارند تا جایی که در اثر زیاده‌خواهی‌های فردی، اهداف کلان شرکت را تغییر می‌دهند و دقیقا از همین نقطه، مسیر نهایی خود را به سمت شکست تغییر می‌دهند.

برخی از این مدیران که اتفاقا بسیار خودرای هم هستند و خود را بسیار خلاق می‌دانند خود را مجاز می‌دانند هر تغییری در وضعیت اداره بدهند به‌طوری‌که با شعار صرفه جویی و استفاده بهینه از سرمایه‌های انسانی و مالی- به‌جای تغییرات جزئی و اصلاحات- دست به تغییرات انقلابی و ریشه‌ای می‌زنند.

با شعار چابک سازی، تعدیل نیرو می‌کنند و تعریف کاری جدیدی برای مشاغل مختلف معین می‌کنند، مدیران میانی را تا حد سرپرست تقلیل رتبه می‌دهند و از طرفی به‌جای آنان، افرادی را انتخاب می‌کنند که بیشتر مورد اعتمادشان باشند تا متبحر و کاربلد. در چنین وضعیتی می‌توان گفت اداره به‌صورت ناگهانی با تغییرات شدید بنیادین مواجه می‌شود به‌گونه‌ای که هم کارکنان در جایگاه سابق خود خدمت‌رسانی نمی‌کنند، هم محدوده مدیریت‌ها عوض شده، هم مدیران تغییر کرده‌اند و آنقدر این تغییرات شدید است که گویی باید کمیته بحران تشکیل شود تا اوضاع بهم ریخته اداره را سامانی دوباره دهد.

متاسفانه این دست مدیران به قدر کافی خودخواه و مستبدند و دیکتاتورمآبانه کار می‌کنند که خود را بی‌نیاز از هر گونه مشورت و همفکری می‌دانند و اگر هم نظر کسی را بپذیرند فقط نظر کسانی را می‌پذیرند که کارهای آنان را تایید می‌کنند.

در این آشفته بازار به نظر می‌رسد اهداف سازمان در حد شعار باقی مانده که برای اداره، این وضعیت، بدترین وضع موجود می‌تواند باشد.

اگر شما هم جزو مدیرانی هستید که مایل به ایجاد تحولات کاملا جدید، اساسی و انقلابی در اداره هستید و به محض تکیه زدن بر صندلی ریاست، با فراموش کردن اهداف کلی شرکت، شروع به تغییرات بی‌محابا کرده‌اید باید بگویم متاسفانه شما هم در زمره مدیران مستبد و تحول‌طلبی هستید که نتیجه مدیریت اشتباه‌تان، می‌تواند به شکست و حتی نابودی شرکت منجر شود.

برای اجتناب از این اشتباه چه باید کرد؟

به نظر می‌رسد افرادی که اعتقادی به همفکری و مشورت ندارند بیشتر از سایر مدیران مرتکب چنین اشتباهی می‌شوند. لذا ضروری است که به‌خاطر داشته باشید مدیریت این اداره برای مدتی محدود در اختیار شما قرار داده شده است.

بنابراین در مقام مدیر اداره، لازم است همواره اهداف کلان شرکت‌تان را در نظر داشته باشید و فراموش نکنید به شما اعتماد شده است، مدیریت اداره به شما واگذار شده و راهبری آن و کنترل صحیح و مقرون به صرفه سرمایه‌های انسانی و مالی برای مدتی مشخص به شما محول شده است تا به کمک منابع در دسترس، اداره را به بهترین نحو از نقطه الف به نقطه ب برسانید.

اما اینکه با چه سرعتی و چگونه حرکت کنید تا به هدف برسید به هنر و فن مدیریت شما مربوط می‌شود. بنابراین اگر علاقه‌مندید منشا تحولات مهم و کارآمد باشید بهتر است به یکباره تمامی ساختارها را تغییر ندهید. اجازه دهید تغییرات به مرور زمان و مرحله به مرحله – از اصلاحات روبنایی به تغییرات زیربنایی- اعمال شود.

پس از هر تغییر، ابتد بازخورد کار را بسنجید خواه از نظر افزایش بهره‌وری و رضایت کارکنان خواه نتیجه نهایی کار. چنانچه نتیجه کار رضایت‌بخش بود آنگاه تغییر بعدی را شروع کنید. اگر قصد دارید تیم مدیریتی موجود را تعویض کنید باز هم ریسک نکنید و به یکباره این کار را انجام ندهید بلکه ابتدا از مدیران ضعیف‌تر یا افرادی که حیطه مدیریتی کوچک‌تری دارند شروع کنید و البته مطمئن شوید خواسته‌های مستبدانه شما، دلیل این تغییر نیست.

فراموش نکنید اهداف شرکت و افزایش بهره‌وری کار را قربانی خواسته خود یعنی ایجاد تغییر به هر قیمتی نکنید. اصولا تغییر به‌عنوان ابزاری مناسب در خدمت مدیریت بهینه در دستان شما قرار دارد پس به‌جا و مناسب از آن استفاده کنید.

دریچه

راحت‌ترین و پردرآمدترین مشاغل دنیا در سال ۲۰۱۵

ترجمه: سارا گلچین
منبع: therichest

از شغل خود متنفرید؟ سخت کار می‌کنید و درآمد کافی ندارید؟ خب! شما قطعا تنها کسی نیستید که چنین حسی دارید. این امکان‌پذیر است که پول درآورید، شغلی که دوست دارید را داشته باشید و کمتر از دیگران استرس داشته باشید. به عبارت دیگر، مشاغلی در دنیا هستند که می‌توان در آنها با کمترین زحمت و استرس به بیشترین درآمد رسید. اگر منصف باشیم، برخی از این مشاغل نیاز به آموزش، علاقه و هوش بیشتری دارند، اما قطعا راحت‌تر از بسیاری از مشاغل حال حاضر جهان هستند.

بینایی‌سنج، ۱۲۴ هزار و ۶۰۰ دلار

کاری که یک بینایی‌سنج انجام می‌دهد چک کردن میزان بینایی بیمار با یک روش کاملا مشخص است. او در نهایت تشخیص می‌دهد که چه عینک یا لنزی مناسب بیمار است. بینایی‌سنج‌ها با روش خاصی مشکلات چشمی را تشخیص می‌دهند اما در واقع، اصل کار را دستگاهی که در اختیار بینایی‌سنج قرار دارد، انجام می‌دهد. باید گفت کار با چنین دستگاهی نه‌تنها سخت نیست بلکه سرگرم‌کننده نیز هست، بنابراین کار کردن با یک دستگاه سرگرم‌کننده و درآمد ۱۲۴هزار و ۶۰۰ دلاری، بینایی‌سنجی را در فهرست پردرآمدترین مشاغل راحت دنیا قرار می‌دهد.

هنرمند، ۱۰۰هزار دلار

اگر یک هنرمند استعداد کافی و اسم و رسمی برای خودش داشته باشد، می‌تواند از استعداد خود در نقاشی، مجسمه‌سازی یا طراحی درآمد خوبی کسب کند. بعضی هنرمندان هستند که کاریکاتور آدم‌های معمولی را در کنار خیابان می‌کشند. این افراد درآمد بدی ندارند. هنرمند بودن نوعی شغل است که اول باید در آن اسم و رسمی بیابید و بعد انتظار پول درآوردن از آن را داشته باشید. اما وقتی شروع به پول درآوردن کردید تا ۱۰۰هزار دلار هم درآمد می‌توانید داشته باشید.

نویسنده مستقل، ۱۰۵هزار دلار

اگر از آن دسته افرادی هستید که به نوشتن علاقه دارید، دوست دارید در خانه بمانید و پول دربیاورید، نویسندگی برایتان بسیار شغل مناسبی است. نویسندگان مستقل می‌توانند در خانه یا دفتر شخصی خودشان کار کنند. آنها روی شغل‌شان کاملا کنترل دارند، یعنی اگر کسی از آنها نوشته‌ای بخواهد که به‌سرعت آماده شوند، آنها می‌توانند کار را رد کنند. ساعت کاری نویسنده‌های مستقل هم دست خودشان است؛ می‌توانند تا ظهر بخوابند و تا نیمه شب کار کنند.

مهندس کامپیوتر، نرم‌افزار، ۸۰ هزار و ۵۱۹ دلار

این شغل قطعا باید در فهرست راحت‌ترین و پردرآمدترین مشاغل دنیا ثبت شود، اما به این شرط که شما از علاقه‌مندان و حرفه‌ای‌ها در دنیای کامپیوتر باشید. اگر از آنهایی هستید که دوست دارند هر روز به یک جای مشخص به‌عنوان محل کار بروند و سروکله زدن با ارباب رجوع هم برایتان سخت است، این شغل دقیقا برای شماست. اما برای رسیدن به این شغل حتما نیاز به مدرک مهندسی کامپیوتر دارید. خبر خوب برای خانم‌ها اینکه با توجه به مردسالار بودن این شغل و درخواست شرکت‌ها برای استخدام مهندس کامپیوتر زن، این شغل جای مناسبی برای آنها است.

مربی ورزش خصوصی، ۵۳هزار و ۲۲۰ دلار

کار مربی ورزش خصوصی این است که به درخواست شاگردش خوب گوش کند؛ اینکه شاگردش می‌خواهد وزن کم کند یا بدنی عضلانی داشته باشد. مربی برهمین‌اساس یک برنامه ورزشی تنظیم می‌کند، اجازه می‌دهد شاگردش کار خود را انجام دهد و فارغ از اینکه شاگرد به برنامه عمل می‌کند یا خیر پولش را می‌گیرد. مربی ورزش خصوصی می‌تواند واقعا یک بانک باشد، البته به شرطی که تایید شاگرد را بگیرد یا مشهور باشد.

راهنمای گردشگری ۵۲هزار دلار

راهنمای تور گردشگری بودن قطعا شغلی عالی برای کسانی است که دوست دارند آدم‌های بامزه یا استندآپ کمدین‌های تراز اول شوند. آنها به نقاط مختلف سفر می‌کنند و درباره جالب‌ترین نقاط گردشگری برای گردشگران صحبت می‌کنند و به آنها درس‌هایی از تاریخ می‌دهند. بیشتر وقت راهنمایان گردشگری در اتوبوس می‌گذرد، بنابراین حتی کارشان نیاز به پیاده‌روی زیادی هم ندارد. بزرگ‌ترین چالش راهنمایان گردشگری این است که حرف‌هایشان همیشه بوی تازگی بدهد. اگر از کسانی هستید که از ارتباط همیشگی با مردم لذت می‌برید، این شغل با درآمد ۵۲ هزار دلاری بسیار برایتان مناسب است.

ماساژور، ۵۱هزار و ۴۰۰ دلار

آنها پول می‌گیرند تا استرس مشتریان را کم کنند، بنابراین بسیار مهم است که خودشان احساس آرامش داشته باشند. آنها برای ماساژور شدن باید دوره‌هایی را بگذرانند و پایه درآمدشان ۲۴هزار دلار است؛ درآمدی که می‌تواند تا بیش از ۵۰هزار دلار هم پیش رود.

بازیکن بازی‌های کامپیوتری، ۵۰هزار دلار

روشن است که پول درآوردن از بازی‌های کامپیوتری بسیار هیجان‌انگیز است، اما نقطه تاریک ماجرا آنجاست که اگر بخواهید درآمد خوبی از این کار داشته باشید باید ۱۶ ساعت در شبانه روز بازی کنید. از طرفی بازیکن حرفه‌ای بازی‌های کامپیوتری باید حتی بازی‌هایی را که هنوز عرضه عمومی نشده‌اند نیز بازی کرده و بلد باشد، بنابراین برای رسیدن به درآمد ۵۰هزار دلاری بازی‌های کامپیوتری به غیراز حرفه‌ای بودن در این کار باید عاشقش هم باشید.

ترانه‌سرا، ۴۳هزار دلار

ترانه‌سراهای درجه یک در دنیا درآمدی میلیون دلاری دارند که دنیس ایسنبرگ ریچ و دیوید فوستر از جمله آنها هستند. اما حتی ترانه‌سراها در سطح معمولی نیز درآمدهای خوبی دارند. ترانه‌سرا بودن یعنی توجه به علاقه و داشتن پول کافی برای گذراندن زندگی. ترانه‌سرا بودن همچنین نیاز به داشتن مدرک خاصی یا دیدن دوره خاص موسیقی ندارد. حتی نیازی نیست که از بخش فنی موسیقی سردرآورد. از همه تعجب‌آورتر اینکه برخی ترانه‌سراها حتی نمی‌توانند یک نت موسیقی را بخوانند.

روزنامه‌نگار نشوید

نتایج بررسی‌های تازه در آمریکا مشخص کرده روزنامه‌نگاری بدترین شغل در این کشور است

روزنامه‌نگاران زیادی احتمالا این طور خواهند گفت که شغل بسیار سرگرم‌کننده‌ای دارند. آنها با مردم مشهور و سرشناس سر و کار دارند و با آنها مصاحبه می‌کنند، درباره رویدادهای بزرگ گزارش می‌نویسند و آزاد هستند که از همه افراد قدرتمند جامعه پرسش داشته باشند.

اما کریرکاست چندان اعتقاد ندارد که روزنامه‌نگاری یک شغل داغ و هیجان‌انگیز باشد. این سایت که مختص جویندگان کار و جامعه منابع انسانی است گزارش داده که خبرنگاری برای روزنامه به‌صورت قاطعانه‌ای بدترین شغلی است که جویندگان کار در آمریکا می‌توانند انتخاب کنند. این تنها شغل در گستره کارهای ژورنالیستی نیست که در لیست بدترین‌ها قرار دارد و گزارشگری تلویزیونی در رده سوم قرار دارد.

گزارش سالانه رده‌بندی مشاغل کریرکاست که ۱۰ شغل بد آمریکا را لیست کرده، در سه زمینه مشاغل را ارزیابی می‌کند و به آنها نمره می‌دهد: حقوق و پتانسیل پیشرفت شغلی، نیازهای روحی، فیزیکی و اهمیت زمان‌بندی و در نهایت آینده شغلی. کریرکاست همچنین یازده عامل استرس را درنظر می‌گیرد تا مشخص کند کدام حرفه در میان مشاغل پرمتقاضی یا کم‌متقاضی است.

در گزارش امسال کریرکاست همچنین مشخص شده که دی‌جی هم یکی از ۱۰شغل بد در آمریکاست. دیگر مشاغل این لیست افراد نظامی، فروشنده خرده‌فروشی‌ها، نماینده فروش تبلیغات، رانندگان تاکسی، آتش‌نشان‌ها و کارگران کنترل پست قرار دارند.

کایل کنسینگ، مدیر تولید محتوای آنلاین کریرکاست درباره این لیست می‌گوید: «کاهش فرصت‌های شغلی در این مشاغل یکی از نشانه‌های سخت بودن آنهاست. رسانه‌های سنتی مشخصا به خاطر این روزهای سختی را سپری می‌کنند که مطبوعات در حال انتقال کامل به رسانه‌های تمام دیجیتال هستند و درآمدهای آگهی‌ها افت کرده است.»

در این گزارش به این موضوع اشاره شده که تا سال ۲۰۲۴ میلادی در حوزه‌های خبرنگاری برای روزنامه و گزارشگری تلویزیونی شاهد ۹درصد کاهش در تعداد شاغلان خواهیم بود.

در این گزارش مشاغل مرتبط به تخصص ریاضی در صدر بهترین‌ها هستند. شغل شماره یک لیست بهترین‌ها متخصص داده‌هاست و در رتبه بعدی متخصصان آمار قرار دارند. ریاضیدان‌ها در رتبه ششم قرار دارند و تحلیلگر ریسک هم که به تخصص بالا در ریاضی نیاز دارد، در رده ششم است.

کنسینگ در این باره می‌گوید: «یکی از دلایل مهمی که تخصص‌های مرتبط به ریاضی را این قدر پرطرفدار می‌کند این است که تحلیل‌های داده‌ای و آماری کاربردهای بسیار زیادی در تجارت، دولت، سیستم بهداشتی و تحصیلات دارند. متخصصان ریاضی همچنان می‌توانند راه‌های سنتی مانند تحصیلات مهندسی را پیگیری کنند اما اهمیت رو به رشد «داده‌های بزرگ» درهای زیادی را در تجارت، تبلیغات، امور مالی و حتی سیستم بهداشتی برای آنها باز کرده است.»

در اینکه روزنامه‌ها در حال کوچک‌شدن و بسته‌شدن هستند شکی نیست اما تهیه‌کنندگان این گزارش با افراد شاغل در مشاغلی که از آنها نام برده شده صحبت نکرده‌اند و به جای آن به‌صورت سرسختانه‌ای عناصر بنیادین مشاغل مانند حقوق، چشم‌انداز شغلی، فرصت‌های پیشرفت شغلی و عوامل استرس آنها را بررسی کرده‌اند.

دانیل واین‌تراوب برای ۲۵ سال در لس‌آنجلس تایمز، اورنک کاونتی رجیستر و ساکرامنتو بی‌خبرنگار و ادیتور بوده است. او در حال حاضر سردبیر رسانه آنلاین گزارش بهداشتی کالیفرنیاست.

واین‌تراوب که در ساکرامنتو زندگی می‌کند، می‌گوید: «(کار روزنامه‌نگاری) واقعا شغل معرکه‌ای بود و من از هر روز آن لذت بردم. بهترین چیز درباره آن این بود که هر روزش متفاوت بود. حتی وقتی که سیاست‌های عمومی و دنیای سیاست را پوشش می‌دادیم، این احساس را داشتم که هر روز یک چیز جدید یاد می‌گیرم. من با کار روزنامه‌نگاری ثروتمند نشدم اما حقوقم به‌اندازه‌ای بود که راحت زندگی کنم و خانواده داشته باشم. من تجربه روزنامه‌نگاری را با هر چیزی عوض نخواهم کرد.» تامس کی آرنولد، به‌صورت حق‌التحریری با وراثتی و یواس‌ای تودی همکاری داشته و به‌صورت تمام وقت سردبیر مجله هوم مدیا بوده است.

او می‌گوید: «بهترین روزهای من زمان‌هایی بود که به‌عنوان خبرنگار محلی در سن‌دیه‌گو برای لس‌آنجلس تایمز کار می‌کردم. می‌توانستم یک هفته درباره خواروبارفروشی‌های مهاجران بنویسم و هر روز چیزهای عجیب و غریب بخرم و با افراد جالبی که از عراق، مکزیک، آلمان و سوئد آمده بودند، صحبت کنم. بعد از آن می‌توانستم با پلیس در جنوب شرق سن‌دیه‌گو گشت بزنم و شب بعدش برای نوشتن گزارش به کنسرت گروه موردعلاقه‌ام بروم.»

کنسینگ با این موضوع موافق است که تعداد زیادی از روزنامه‌نگاران و همین‌طورخبرنگاران تلویزیونی عاشق کار خود هستند. اما به این موضوع اشاره می‌کند که برخلاف روزنامه‌نگاران رسانه‌های بزرگی مانند سی‌ان‌ان که به تمام دنیا سفر می‌کنند و با سلبریتی‌ها مصاحبه می‌کنند، روزنامه‌نگاران رسانه‌های کوچک‌تر، نمونه بارز شرایط سخت این صنعت هستند.

او می‌گوید: «پسرفت‌ها در رسانه‌های ملی و محلی تاثیر بد زیادی روی چشم‌انداز شغلی کسانی گذاشته است که می‌خواهند وارد این حرفه شوند یا همین حالا هم در بازارهای کوچک‌تر آن حضور دارند. کوچک‌سازی نقش‌های دیگر حرفه مطبوعاتی هم کار بیشتری در کاسه شاغلان این حوزه گذاشته است یعنی بخشی از کارهای سردبیری و بخش‌های فنی به دوش خبرنگاران افتاده است.»

در بررسی میزان استرس، او به این موضوع اشاره می‌کند که روزنامه‌نگاران کار سختی دارند. به گفته او، آنها در میدانی کاملا رقابتی کار می‌کنند و ددلاین‌های بسیار سختی دارند. از نظر عموم مردم هم آنها تحت فشار زیادی هستند؛ «به این فکر کنید در شرایطی باید کار کنید که ایمیل و حساب‌هایتان در شبکه‌های اجتماعی پر از پیام‌هایی است که همه چیز شما – از نحوه پوشش‌تان تا شیوه صحبت‌کردن‌تان – را به انتقاد گرفته‌اند. این چیزی است که گزارشگران تلویزیونی با آن سر و کار دارند.»

شغل‌های دیگری که در لیست بدترین‌های آمریکا هستند از نظر خطرناک بودن و از نظر شرایط خاص فیزیکی در فهرست بدترین مشاغل قرار گرفته‌اند مانند آتش‌نشانی، کارهای نظامی.

کنسینگ می‌گوید تعداد شغل‌ها در حوزه تبلیغات در حال کم شدن است و بر سر همان شغل‌های موجود هم رقابت سنگینی وجود دارد. برای نمونه رانندگان تاکسی عموما دستمزد کمی دارند و حالا رقابت تنگاتنگی را از سیستم جدید تاکسیرانی اشتراکی مانند اوبر احساس می‌کنند.

منبع: shrm.com

بدترین شغل ها	بهترین شغل ها
روزنامه نگاری	متخصص دیتا
هیزم شکن	متخصص آمار
گزارشگر تلویزیونی	تحلیلگر امنیتی اطلاعات
دی جی	متخصص شنوایی سنجی
سرباز ظیفه	اپراتور سونوگرافی
کارگر کنترل حشرات موذی	ریاضیدان
خرده فروش	مهندس نرم افزار
فروشنده شرکت تبلیغاتی	تحلیلگر سیستم های کامپیوتری
راننده تاکسی	گفتار درمانگر
مامور آتش نشانی	مشاور کسب و کار

گزارش ۲

خطرناک‌ترین مشاغل دنیا

گلنوش محب علی
soocurious.com

سایت اطلاعاتی شبکه شغلی آمریکا لیستی از ۱۵ شغل خطرناک را معرفی کرده است. مطالعه‌ای که صورت گرفته ۹۷۴ شغل را بررسی و از میان آن مشاغل خاصی را که بیشتر در معرض خطر هستند در قالب لیستی ۱۵تایی ارائه داده است. این مطالعه بسیار دقیق و جالب است و نتیجه آن شما را شگفت‌زده می‌کند. این مطالعه روی یک پایگاه داده با در نظر گرفتن حدود ۱۰۰۰ شغل مختلف و شش معیار مشخص در تهدید سلامتی انسان انجام شده است. شش خطری که از نظر محققان این مطالعه سلامتی انسان را به خطر می‌اندازد، عبارتند از:

۱- قرار گرفتن در معرض انواع آلودگی
۲- قرار گرفتن در معرض انواع عفونت‌ها
۳- شرایط نا امن محیط کار
۳-قرار گرفتن در معرض اشعه‌های مختلف
۴-خطر سوختگی‌های خفیف، بریدگی‌ها و انواع جراحت‌ها
۵- گزش و نیش حشرات و حیوانات
۶- عدم فعالیت و نشستن‌های طولانی مدت.

شاید انتظار مورد آخر را نداشتید، ولی از نظر کارشناسان نشستن‌های طولانی و عدم فعالیت داشتن ممکن است باعث افسردگی شده و به کاهش یا از دست دادن امید به زندگی منجر شود. عوامل بالا در مقیاس صفر تا ۱۰۰ و توسط بخش کارگری شبکه شغلی آمریکا در مورد هر شغل مشخصی امتیازبندی شده و به‌عنوان نتیجه این لیست ۱۵تایی از پرخطرترین مشاغل دنیا در نظر گرفته شده‌اند. از دیدن بعضی شغل‌ها در این میان ممکن است متعجب شوید. به معرفی لیستی که از شماره ۱۵ شروع می‌شود، می‌پردازیم. در مقابل هر شغل عددی به‌عنوان نمره جهانی از نظر تهدید سلامتی ذکر شده است.

۱۵- ماموران نظافت شهری و جمع‌آوری‌کنندگان محصولات بازیافتی: ۵۵

این ماموران مسئولیت جمع‌آوری و پرتاب زباله‌ها و مواد و محصولات بازیافتی را به داخل کامیون به عهده دارند. برای این شغل سه عامل تهدیدکننده سلامتی وجود دارد: قرار داشتن در معرض آلودگی‌ها (۹۷)، عدم فعالیت (۶۹)، قرار گرفتن در معرض عفونت‌ها (۶۳)

۱۴- تکنیسین‌های تجهیزات هسته‌ای: ۵۵,۲

این افراد وظیفه کنترل دستگاه‌ها و تجهیزات مورد استفاده جهت آزادسازی و کنترل انرژی هسته‌ای را برای کمک به محققان در فعالیت‌های تولید و آزمایشگاهی به عهده دارند. برای این شغل قرار گرفتن در معرض اشعه (۸۹)، شرایط خطرناک محیط کار (۷۷)، قرار گرفتن در معرض آلودگی (۶۵)

۱۳- تکنیسین پزشکی: ۵۵,۳

انجام انواع تست‌های پیچیده در آزمایشگاه‌های پزشکی برای تشخیص و درمان و پیشگیری از بیماری‌ها از وظایف این قشر است. قرارگرفتن در معرض بیماری‌ها و عفونت‌ها (۹۶)، شرایط ناامن محیط کار (۶۹)، قرارگرفتن در معرض آلودگی (۶۸)

۱۲- خلبان هواپیما، کمک خلبان و مهندس پرواز: ۵۵,۷

هدایت و کنترل هواپیمای چند موتوره، معمولا در مسیرهای طولانی هوایی و پروازهای منظم، برای حمل بار یا جابه‌جایی مسافر مسئولیت این شغل است. فاکتورهای عدم فعالیت (۹۳)، قرارگرفتن در معرض اشعه (۷۳)، قرار گرفتن در معرض آلودگی (۶۸) برای این شغل در نظر گرفته شده‌اند.

۱۱- اپراتور حفاری نفت و گاز: ۵۶

تجهیز و راه‌اندازی و هدایت پمپ گردش گل از طریق سوراخ مته کار این اپراتورهاست. قرارگرفتن در معرض آلودگی برای این شغل ۱۰۰درصد، احتمال سوختگی، جراحت، گزش و نیش حشرات و حیوانات ۹۱درصد و موقعیت ناامن شغلی ۹۱درصد است.

۱۰- دستیار جراحی: ۵۷,۳

دستیار جراح، پرستار بخش و به طور کلی تمام شرکت کنندگان در عمل جراحی در این حوزه رده‌بندی می‌شوند. قرارگرفتن در معرض عفونت (۸۲)، قرارگرفتن در معرض آلودگی (۸۱) و محیط ناامن شغلی (۵۹).

۹- اپراتور دیگ‌های بخار و موتورهای ثابت: ۵۷,۷

وظیفه این قشر اطمینان حاصل کردن از عملکرد موتورها، دیگ‌های بخار و سایر تجهیزات مکانیکی در بخش‌های صنعتی است. این افراد ۹۹درصد در معرض‌آلودگی و ۸۴درصد در خطر جراحت و سوختگی و بریدگی قرار دارند، ضمن اینکه شرایط ناامن محیط کار برای آنها ۸۹درصد است.

۸- مدیریت سیستم تصفیه آب و فاضلاب: ۵۸,۲

کنترل و مدیریت فرآیند تصفیه آب و فاضلاب و جداسازی آلودگی‌ها و زباله‌های داخل آب، معمولا از طریق پنل‌های کنترلی شغل این افراد است. قرار گرفتن در معرض آلودگی با ۹۷درصد و شرایط خطرناک محیط‌زیست با ۸۰درصد و احتمال جراحت، بریدگی و سوختگی با ۷۴درصد این شغل را در رده خطرناک‌ترین مشاغل دنیا قرار داده است.

۷- بازرس مهاجرت و گمرک: ۵۹,۳

بازرسی افراد، حمل‌ونقل عمومی، محموله‌های در حال تردد به منظور شناسایی و رعایت و اجرای قوانین قاچاق و مهاجرت کشورها شغل این ماموران است. قرار گرفتن در معرض آلودگی ۷۸درصدی و بیماری‌ها و عفونت‌ها ۶۳درصد و قرار گرفتن در معرض اشعه‌ها ۶۲درصد این شغل را پر خطر کرده است.

۶- پزشک معالج پا: ۶۰,۲

تشخیص و درمان بیماری‌های مربوط به پا یا تغییر شکل در ناحیه پا تخصص این پزشکان است. برای این شغل قرارگیری در معرض بیماری‌ها و عفونت‌ها (۸۷)، اشعه‌های خطرناک (۶۹) و عدم فعالیت (۶۱)است.

۵- دامپزشک و دستیار دامپزشک

تشخیص بیماری یا آسیب‌دیدگی حیوانات، انجام تست‌های آزمایشگاهی مختلف برای درمان حیوانات مسئولیت این پزشک است. این شغل با قرار گرفتن ۸۱درصدی در معرض عفونت و بیماری‌ها و ۷۵درصدی جراحت و سوختگی و نیش و گزش حیوانات و ۷۴درصدی آلودگی، جزو خطرناک‌ترین مشاغل دنیاست.

۴- متخصص بیهوشی، پرستار بیهوشی و دستیار بیهوشی: ۶۱,۸

بیهوشی بیماران تحت معالجه و تزریق داروهای آرامبخش در طول مراحل پزشکی شغل این افراد است. قرارگرفتن در معرض بیماری‌ها و عفونت‌ها (۹۴)، آلودگی‌ها (۷۹) و اشعه‌ها (۷۱,۸) برای این شغل تهدیدی برای سلامتی به شمار می‌آیند.

۳- مهماندار پرواز: ۶۲,۳

مشخص‌کردن جای مسافران در سفرهای هوایی، چک‌کردن بلیت‌ها، توضیح روش استفاده از تجهیزات ایمنی و پذیرایی از مسافران شغل این افراد است. برای این شغل عوامل تهدیدکننده قرار گرفتن در معرض آلودگی (۸۸)، قرار گرفتن در معرض بیماری‌ها و عفونت‌ها (۷۷) و احتمال آسیب دیدگی جراحت و سوختگی (۶۹) هستند.

۲- دندان پزشک، دستیار دندان پزشک و دندان ساز: ۶۲,۹

بررسی و تشخیص و درمان بیماری‌های دندان و لثه، درمان بیماری‌های مرتبط با اعصاب دندان و مراقبت‌ها و بهداشت دندان و دهان شغل آن‌هاست. این افراد در معرض بیماری‌ها و عفونت‌ها (۸۷,۸) و آلودگی‌ها (۷۶,۲) قرار دارند. ضمن اینکه عدم فعالیت (۷۳,۶) هم تهدید دیگری برای سلامتی آنهاست.

۱- تکنیسین بافت‌شناسی: ۶۳,۸

مطالعه بافت‌های بخش‌های مختلف بدن بیمار برای کمک به پزشک جهت تشخیص بیماری وظیفه آنهاست. این شغل ۹۴درصد در محیط کار خطرناک و ۹۱درصد در معرض آلودگی و ۷۵درصد در معرض عفونت‌ها و بیماری‌ها قرار دارند.

شنبه‌بازار

قیمت چاپگرها

این روزها بازار چاپگرها شاهد انواع و مدل‌های زیادی است که هر کدام از این محصولات دارای ویژگی‌ها و قیمت‌های متفاوتی هستند. این محصولات طی هفته‌های اخیر با افت نسبی قیمت مواجه بودند که این امر ناشی از آغاز سال است.رکود در بازار باعث شده تا فضای مناسبی برای خرید چاپگرها ایجاد شود چون فروشندگان این دستگاه‌ها تاجای ممکن قیمت‌ها را پایین آورده‌اند تا مشتریان خود را از دست ندهند.

امروز در ستون «شنبه بازار» پرفروش‌ترین مدل‌های این دستگاه‌ها را به همراه قیمت آن‌ها معرفی می‌کنیم.

عنوان	قیمت (تومان)
HP LaserJet P1102W Laser Printer	۳۵۳,۰۰۰
HP LaserJet M1132	۴۱۹,۰۰۰
HP LaserJet Pro 400 M401dn	۶۹۰,۰۰۰
HP LaserJet P2035 Laser Printer	۵۳۹,۰۰۰
HP LaserJet P1102 Laser Printer	۳۳۵,۰۰۰
HP LaserJet Pro MFP M125nw	۴۹۵,۰۰۰
HP LaserJet Pro MFP M127fn	۶۳۰,۰۰۰
HP Officejet 4630 Multifuntion Inkjet Printer	۲۶۸,۰۰۰
HP LaserJet Pro MFP M225DN Laser Printer	۶۷۰,۰۰۰
HP Deskjet 2130 All-in-One Multifunction Inkjet Color Printer	۱۱۷,۰۰۰
HP LaserJet Pro MFP M125a Laser Printer	۴۷۵,۰۰۰
HP Officejet 7110 Inkjet Printer	۴۴۵,۰۰۰
HP Officejet 100 Mobile Inkjet Printer	۱,۰۵۰,۰۰۰
HP color LaserJet Pro MFP M277DW Laser Printer	۱,۰۹۰,۰۰۰
HP LaserJet Pro CP1025	۵۶۵,۰۰۰
HP Deskjet D1050 Multifunction Inkjet Printer	۱۳۵,۰۰۰
HP LaserJet Pro MFP M127fw	۶۸۲,۰۰۰
HP LaserJet Pro MFP M177fw	۹۶۰,۰۰۰
HP LaserJet Pro M1214nfh Multifunction Laser Printer	۱,۶۸۵,۰۰۰
HP LaserJet Pro 400 color MFP M475dn Multifunction Laser Printer	۷۶۰,۰۰۰
HP LaserJet Pro 400 M401a	۵۰۵,۰۰۰
HP LaserJet Pro 200 M251nw	۷۹۰,۰۰۰
HP color LaserJet Pro MFP M277N Laser Printer	۹۴۰,۰۰۰
HP LaserJet Pro MFP M225dw	۹۲۲,۰۰۰
HP LaserJet Enterprise M806x+ (Printer(CZ245A	۲۰,۵۰۰,۰۰۰
HP LaserJet Enterprise (M604n(E6B67A	۱,۵۵۰,۰۰۰
hp LaserJet Enterprise 500 MFP M525f	۱۰,۱۰۰,۰۰۰
HP Color Laserjet Pro MFP M476dw Printer	۱,۵۱۰,۰۰۰
HP LaserJet-Pro-MFP-M176n	۸۳۰,۰۰۰
HP LaserJet Pro 200 color MFP M276nw Multifunction Laser Printer	۵۵۵,۰۰۰

عنوان	قیمت (تومان)
Canon PIXMA PG2440	۱۱۰,۰۰۰
Canon i-SENSYS LBP6030W Laser Printer	۲۷۴,۰۰۰
Canon i-SENSYS MF229dw Printer Multifunction Laser Printer	۹۶۵,۰۰۰
Canon PIXMA iP7240 Inkjet Printer	۳۱۰,۰۰۰
Canon i-SENSYS MF3010	۳۸۸,۰۰۰
Canon iSensys MF4870dn	۱,۱۵۵,۰۰۰
Canon i-SENSYS LBP7018C Laser Printer	۵۶۰,۰۰۰
Canon i-SENSYS MF211 Printer Multifunction Laser Printer	۴۱۹,۰۰۰
Canon i-SENSYS MF212W Printer Multifunction Laser Printer	۴۹۴,۰۰۰
Canon i-SENSYS MF226DN Printer Multifunction Laser Printer	۶۰۹,۰۰۰
Canon i-SENSYS MF4750	۸۳۰,۰۰۰
Canon iSensys MF4730	۶۶۰,۰۰۰
Canon SELPHY CP910 Photo Printer	۳۲۵,۰۰۰
Canon SELPHY CP820 Photo Printer	۹۵,۰۰۰
Canon i-SENSYS MF216N Printer Multifunction Laser Printer	۶۰۰,۰۰۰

عنوان	قیمت (تومان)
Epson Stylus Photo 1410	۱,۲۳۵,۰۰۰
EPSON L1800 ITS Inkjet Printer	۲,۳۵۰,۰۰۰
Epson L805 Inkjet Photo Printer	۱,۰۰۵,۰۰۰
Epson L130 Inkjet Printer	۴۷۵,۰۰۰
Epson L850 Inkjet Printer	۱,۳۹۹,۰۰۰
Epson L365 Multifunction Inkjet Printer	۶۹۹,۰۰۰
EPSON L1300 ITS Inkjet Printer	۱,۶۶۹,۰۰۰
Epson L810 Inkjet Printer	۱,۳۶۵,۰۰۰
Epson L800	۹۷۰,۰۰۰
Epson LQ-350	۶۷۵,۰۰۰

خالقان «سیری» در حال ساخت دستیار صوتی جدید

هوش مصنوعی جای سیستم عامل را خواهد گرفت؟

محمد ممتازپور
anoosh.m1986@gmail.com

چند سال اخیر رقابت در دنیای فناوری سمت‌وسوی جدیدی به خود گرفته و غول‌های فناوری تلاش می‌کنند تا با طراحی دستیارهای صوتی به توسعه هوش‌های مصنوعی سرعت بیشتری ببخشند.

اپل با siri، مایکروسافت با cortona و گوگل با Google Now توانسته‌اند مسیر روشنی از آینده هوش‌مصنوعی ترسیم کنند و به گفته بسیاری از کارشناسان در آینده‌ای نه‌چندان دور صفحه نمایش‌ها، صفحه کلیدها و بسیاری از دستگاه‌های ورودی و خروجی رایانه‌ها و گجت‌ها از رده خارج خواهند شد و با توسعه دستیارهای صوتی دیگر نیازی به آنها نخواهد بود.

شرکت اپل که به یکی از خلاق‌ترین شرکت‌های فناوری شهرت دارد و دنیای دیجیتال بسیاری از پیشرفت‌های خود را مدیون طراحان و برنامه‌نویسان این کمپانی بزرگ هستند برای نخستین بار در جهان دستیار صوتی را به سیستم‌عامل‌ها آورد و شگفتی همگان را برانگیخت. این هوش مصنوعی که سیری نام دارد توانسته به خوبی از پس نیازهای کاربران برآید گرچه هنوز محدودیت‌های فراوانی را با خود به همراه دارد اما کارشناسان معتقدند توسعه سیری در سال‌های نه‌چندان دور تاثیر زیادی را در تحول دنیای سیستم‌عامل‌ها خواهد گذاشت.

خبرها حاکی از آن است که یک‌سوم از تعداد توسعه‌دهندگان سیری در حال ساخت یک هوش‌مصنوعی بزرگ‌تر هستند و در تلاشند تا با طراحی یک سیستم جدید تحول بزرگی در تولید هوش‌مصنوعی ایجاد کنند.

البته مایکروسافت و گوگل هم به خوبی توانسته‌اند با سیری به رقابت بپردازند و حتی در برخی از بخش‌ها آن را پشت سر بگذارند.

بادقت و باهوش‌تر

مطمئنا یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های یک دستیار مجازی قابلیت آن در تشخیص صداست.

با وجود اینکه هر سه این دستیارهای صوتی به خوبی توانسته‌اند صداها را تشخیص دهند اما باز هم باید گفت که میزان قدرت آنها در این مورد به هیچ عنوان با هم مساوی نیست و آزمایش‌ها نشان می‌دهد که سیری از بقیه در این زمینه ضعیف‌تر عمل کرده است.

با وجود اینکه سیری به یک موتور تشخیص صدای بسیار قوی مجهز است اما باز هم کیفیت عملکرد آن در تشخیص صدا به خوبی کورتنا و گوگل ناو نیست. چیزی که باعث شده سیری از دو دستیار مجازی دیگر در این زمینه متمایز شود، تنبلی موتور تشخیص صدای آن در اصلاح مفاهیم است.

در شرایطی که گوگل ناو و کورتنا، هر دو قابلیت اصلاح صدا را دارند، سیری از این امکان کاملا بی‌بهره است. به‌عنوان مثال اگر صدای شما کمی ناواضح بوده یا کلمه‌ای را به اشتباه تلفظ کنید دو دستیار صوتی دیگر قادر هستند گفته شما را حدس زده یا آن را اصلاح کنند اما سیری به آنچه شما گفته‌اید یا از شما شنیده است، بسنده کرده و هیچ اصلاحی در کارش نیست، حتی اگر جمله شما نادرست و کاملا بی‌مفهوم باشد.

اما از میان دو دستیار صوتی دیگر اگر بخواهیم مقایسه‌ای میان گوگل ناو و کورتنا از نظر میزان کیفیت تشخیص صدای آنها داشته باشیم باید بگوییم که با یک اختلاف بسیار جزئی، گوگل ناو در این زمینه بهتر عمل کرده و هوشمندتر است.

محیط کاربری جذاب

اگر دنبال محیطی جذاب با کاربری جذاب هستید به گوگل ناو حتی فکر هم نکنید چون عملکرد آن بسیار خشک و بی‌روح است، اما دو رقیب دیگر آن بسیار جذاب‌تر و حتی شوخ‌طبع هستند. به‌عنوان مثال هرگاه از کورتنا بخواهید آواز بخواند حرف شما را زمین نمی‌گذارد و سعی می‌کند کاربر خود را تا جای ممکن سرگرم کند.

گوگل ناو روح یا به عبارتی شخصیت ندارد و مانند یک روبات عمل می‌کند و هیچ ارتباط مثبتی نمی‌تواند با صاحب خود برقرار کرده یا به نوعی برای آن سرگرمی به وجود آورد. اما این موضوع یکی از نقاط قوت سیری و کورتنا است و هر دو امکانات سرگرم‌کننده و بسیار جالبی در این زمینه دارند. سیری هم می‌تواند با تعریف کردن لطیفه لبخند را روی لبان کاربر بنشاند تا متوجه گذر زمان نشود.

جدی و با انگیزه

وقتی به عملکرد این سه دستیار صوتی می‌رسیم باید گفت هیچ‌کدام مانند گوگل ناو قدرت پاسخگویی دقیق را ندارند.

بدون شک این خصوصیات بسیار اهمیت دارند ولی اگر به‌عنوان مثال گوگل ناو یک جواب دقیق برای یک سوال دارد اما سیری حتی نمی‌تواند آن سوال را به خوبی درک کند. دلیل این کارایی بالا قدرت جست‌وجوی گوگل در اینترنت است و به همین علت به سرعت می‌تواند پاسخ دقیق را دریافت و به کاربر خود ارائه دهد.

البته سیری و کورتنا هم برای سوالات کاربر پاسخ دارند اما شاید پاسخ‌هایی که می‌دهند به خوبی گوگل ناو نباشد و اگر بخواهیم یک مقایسه کلی در این زمینه داشته باشیم باید گفت پاسخ‌ها به گستردگی پاسخ‌های دستیار گوگل نیستند و به‌خصوص در کورتنا بیشتر به این صورت است که باید اطلاعات را خودتان بخوانید و روال کار بیشتر شبیه یک جست‌وجوی معمولی در اینترنت است. در حالت کلی باید گفت هرسه این دستیارها عملکرد قابل قبولی دارند و اگر بتوانید به خوبی با آنها ارتباط برقرار کنید همدم خوبی برای شما خواهند بود.

البته این سه دستیار هنوز در ابتدای مسیر تکامل هستند و کارشناسان افق درخشانی را برای آنها ترسیم کرده‌اند.

نسل چهارم تلفن هوشمند Moto G

تلفن‌هوشمند موتو جی کمپانی موتورولا یک گوشی پایین‌رده و خوش‌قیمت است که حالا براساس تصاویر جدیدی که از حساب توییتر هندی این شرکت منتشر شده، تا چند هفته آینده شاهد معرفی رسمی نسل چهارم این محصول خواهیم بود.

همان‌طور که از موتورولا انتظار می‌رود، احتمالا این شرکت قصد دارد نسل چهارم تلفن هوشمند موتو جی را در طی یک رویداد مطبوعاتی در ۱۷ مه (۲۸ اردیبهشت) و در کشور هند معرفی کند.

علاوه بر مراسم معرفی اصلی این محصول، اخیرا موتورولا در حساب کاربری توییتر خود اطلاعاتی در مورد این گوشی هوشمند معرفی نشده اعلام کرده و براساس این موضوع تایید می‌شود که دستگاه یاد شده یک گوشی هوشمند پایین‌رده خواهد بود که به‌زودی رسما معرفی می‌شود.

اگرچه اینکه یک بار دیگر مطمئن شویم حدودا تا چند هفته آینده شاهد معرفی مدل ۲۰۱۶ تلفن هوشمند Moto G هستیم یک خبر خوب است، اما با توجه به تیزرهای موتورولا نمی‌توان هنوز هم مشخصات و اطلاعات بیشتری در مورد این محصول به‌دست آورد. موتورولا که حالا تحت مالکیت کمپانی لنوو قرار دارد، ویژگی‌هایی مانند دوربین بهتر، باتری با عمر طولانی‌تر، پردازنده قدرتمندتر و امنیت بیشتر را در نسل جدید تلفن هوشمند یاد شده وعده داده است.

اما براساس شایعات منتشر شده در مورد این محصول، اطلاعات و مشخصات فنی آن نیز تا حدی مشخص شده است. بنا به اعلام این شایعات، صفحه نمایش نسل چهارم موتو جی ۵.۵ اینچی خواهد بود که رزولوشن آن نیز ۱۰۸۰ در ۱۹۲۰ پیکسل است.

پردازنده این محصول هشت هسته و در کنار یک رم ۲ گیگابایت قرار گرفته است. حافظه داخلی ذخیره‌سازی این گوشی هوشمند ۱۶ گیگابایت است و از کارت حافظه جانبی نیز پشتیبانی می‌کند.

سنسور اثر انگشت هم یکی دیگر از امکاناتی است که نسل چهارم Motorola Moto G ارائه می‌دهد. دوربین این دستگاه نیز ۱۳ مگاپیکسلی اعلام شده و علاوه بر تمامی این مشخصات شایعاتی هم مبنی بر تولید یک مدل دیگر به نام Moto G4 Plus اعلام شده که انتظار می‌رود دوربین آن ۱۶ مگاپیکسلی باشد.

تکنولوژی

Stromr یک کابل شارژ خلاقانه است که نه تنها به سادگی قابل حمل بوده بلکه ظاهر زیبایی در رنگ های مختلف نیز دارد. این کابل شارژ در دو مدل میکرو یو اس بی به میکرو یو اس بی و همچنین میکرو یو اس بی به لایتنینگ در دسترس است کابل شارژ Stromr در دو مدل و چهار رنگ موجود است و با پرداخت مبلغ ۲۴ دلار آمریکا قابل خریداری است.

خبر

معاون وزیر ارتباطات خبر داد

سهم ۱۰درصدی استان‌ها در اقتصاد دیجیتال

معاون امور استان‌های وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات سهم استان‌ها را در اقتصاد فناوری اطلاعات و ارتباطات کشور حدود ۱۰درصد عنوان کرد و از برنامه‌ریزی برای افزایش این سهم خبر داد.

مرتضی براری در گفت‌وگو با مهر، با اشاره به لزوم افزایش سهم فناوری اطلاعات از اقتصاد کشور و نیز بازار جهانی اظهار داشت: باید در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات در عرصه جهانی حضور پررنگی داشته باشیم و این هدف محقق نخواهد شد مگر اینکه در کل کشور بتوانیم سهم کاملی از فناوری اطلاعات و ارتباطات را شاهد باشیم.

وی گفت: هم‌اکنون شاهد آن هستیم که تکنولوژی‌های خدماتی توسط یک کشور، در بازار سایر کشورها نیز نقش بسزایی دارد. ما نیز برای جا نماندن از بازار جهانی، باید به فکر تولید خدمات ارتباطی باشیم.

معاون امور دولت و استان‌های وزیر ارتباطات با تاکید براینکه این هدف را در استان‌ها پیگیری خواهیم کرد، ادامه داد: هدف این است که سهم هر استان را از بازار فناوری اطلاعات، شفاف کرده و تلاش کنیم حضور استان‌ها در بازار اقتصاد فناوری اطلاعات و ارتباطات کشور افزایش یابد.

براری بزرگ‌ترین مشکل فعلی را سهم حداقلی فناوری اطلاعات (IT) و فناوری ارتباطات (CT) در استان‌ها عنوان کرد و گفت: اغلب خدمات ارتباطی هم‌اکنون در استان تهران در حال تولید است، چرا که اپراتورهای ارتباطی در حال تولید خدمات در تهران هستند. براین اساس ما باید تلاش کنیم سهم استان‌ها را در اقتصاد فناوری اطلاعات و ارتباطات افزایش دهیم.

وی با اشاره به اینکه باید سهم هر استان از اقتصاد ICT شناسایی و مشخص شود، خاطرنشان کرد: برای مثال استانی مانند خوزستان که حدود ۶درصد جمعیت کشور را داراست باید ۶درصد از سهم اقتصاد ICT را نیز در اختیار داشته باشد که اگر ارزش ۳۵هزارمیلیارد تومانی برای بازار ICT کشور متصور شویم، سهم این استان نسبت به متوسط بازار کشور ۲هزار و ۱۰۰میلیارد تومان خواهد بود. در همین حال این رقم می‌تواند نسبت به متوسط بازار جهانی فناوری اطلاعات و ارتباطات که رقمی حدود ۱۴۰هزار میلیارد تومان است نیز برآورد شود.

براری اضافه کرد: ما از استان‌ها انتظار داریم که با توجه به وجود زیرساخت‌های ارتباطی، نیروی انسانی و فارغ‌التحصیلان فناوری اطلاعات، سهم‌شان را از بازار ICT کشور افزایش دهند.

معاون وزیر ارتباطات با تاکید براینکه متاسفانه در استان‌ها معادل ۱۰۰درصد جمعیت، شاهد مصرف خدمات ارتباطی و فناوری هستیم، گفت: جای تولید خدمات این حوزه در استان‌ها خالی است.

وی با اشاره به استفاده از موبایل، تلفن، اینترنت، بازی‌های رایانه‌ای و اپلیکیشن‌ها که بازار فناوری اطلاعات و ارتباطات را تشکیل می‌دهد، ادامه داد: در این بازار، استان‌ها سهم قابل توجهی در مصرف خدمات دارند، اما تولید خدمات ارتباطی حداقل است. به همین دلیل مهم‌ترین دغدغه ما این است که سهم استان‌ها را در اقتصاد ICT افزایش دهیم و تولید را جایگزین مصرف کنیم.

براری ادامه داد: یکی از زوایای نگاه به اقتصاد مقاومتی، این است که تلاش کنیم مصرف و خدمت دارای یک رابطه منطقی باشند و پول هر استان در همان استان هزینه شود. به همین دلیل افزایش تولید خدمت ICT را در استان‌ها در دستور کار داریم.

به گفته وی، در حال حاضر سهم استان‌ها از خدمات و اقتصاد دیجیتالی کشور، کمتر از ۱۰درصد است که باید با افزایش سهم تولید و ایجاد سرویس‌های نوین، این سهم را افزایش دهیم.

کاهش مشتریان ویندوز ۷

سهم بازار ویندوز ۷ بالاخره به کمتر از ۵۰درصد کاهش یافت، اما رشد ویندوز ۱۰ کند شد.

به گزارش ایسنا به نقل از تک‌تایمز، اوایل سال میلادی جاری، مایکروسافت اعلام کرد که کاربران رایانه‌های شخصی با قرار دادن خود در معرض ریسک، به دلیل نگرانی درباره سازگاری سخت‌افزارها و نرم‌افزارها و بحث امنیت، هنوز هم از سیستم عامل ویندوز۷ استفاده می‌کنند.

در آن زمان، ویندوز ۷ هنوز هم سیستم عامل انتخابی ۵۵درصد تمامی کامپیوترها بود. گزارش جدیدی بیان می‌کند، درحالی که ویندوز ۷ هنوز هم سلطان سیستم‌های عامل است، اما دیگر قدرت بلامنازع اکثریت کامپیوترهای جهانی نیست.

۹ ماه پس از اینکه ویندوز ۱۰ منتشر شد، در پایان ماه آوریل، سهام بازار ویندوز۷ بالاخره به کمتر از ۵۰درصد رسید، در حالی که سهام بازار ویندوز XP به عدد تک‌رقمی ۹.۶۶درصد رسیده است. ویندوز ۸ و ویندوز ۸.۱ به‌صورت ترکیبی ۱۲.۱۱درصد از سهم بازار را دارند، درحالی که انتظار می‌رود این رقم تا پایان سال به کمتر از ۱۰درصد برسد. مایکرسافت پیش از این بیان کرده بود که در حال ایجاد اجبار برای مجهز کردن یک میلیارد دستگاه به ویندوز ۱۰ در طول دو تا سه سال است و پس از گذشت هشت ماه از انتشار آن، این سیستم عامل روی ۲۷۰میلیون دستگاه نصب شد که با ۱۴.۵درصد از سهام بازار، رقم خوبی بود. اگرچه رشد ویندوز ۱۰ در حال کند شدن است، از آنجا که با به دست آوردن سهم ناچیز ۰.۲۰درصد در ماه آوریل، به ۱۴.۳۵درصد رسید. همان‌طور که به نظر می‌رسد، مدت زمان زیادی طول خواهد کشید که ویندوز ۱۰ بتواند از ویندوز ۷ به‌عنوان محبوب‌ترین سیستم‌عامل برای کامپیوترها عبور کند. نصب سیستم‌عامل روی یک میلیون دستگاه با کاهش رشد به نظر سخت‌تر است، اما مایکروسافت هنوز هم می‌تواند به این رقم برسد.

بازار جهانی

بازار جهانی قارچ تا سال ۲۰۱۹ به ارزشی بیش از ۵۰میلیون دلار می‌رسد

ترجمه: فهیمه خراسانی

یکـی از محصـولات غذایی که در سـال‌های اخیر توجه زیادی به آن شـده، قارچ اسـت که در سـطح جهانی محبوبیت چشمگیری یافته است. آگاهی‌های مردم جهان نسبت به مزایای بهداشتی و سلامتی این محصول و گرایش به سمت مصرف غذاهای ارگانیک از جمله دلایل اصلی رشد این تجارت است که تقریبا در تمام بازارهای جهانی به چشم می‌خورد. در این گزارش به روند رشـد این تجارت طی سال‌های اخیر و جایگاه آن در سـال‌های آینـده می‌پردازیم و همین‌طور انواع مختلف قارچ و میزان مصرف آن را در مناطق مختلف جهان معرفی می‌کنیم.

جایگاه کنونی قارچ در بازار

با توجه به افزایش تقاضای جهانی برای قارچ و بالاتر رفتن میزان مصرف آن، قیمت جهانی هر کیلوگرم قارچ نیز بالاتر رفته و در حال حاضر از کیلویی ۱٫۷۵دلار به ۴دلار رسیده اسـت که افزایش قابل توجهی را نشان می‌دهـد. دو نوع اصلی قارچ دکمـه‌ای و قارچ صدفی در بـازار وجود دارد که در بسـته‌بندی‌های متفاوت و به‌صورت سرد، منجمد، کنسرو شده، پخته شده و خام به بازار روانه می‌شوند. رشد آگاهی‌های مردم در مورد مسائل بهداشت تغذیه و پی‌بردن به اهمیت محصولات ارگانیک از سویی، و رشد سوپرمارکت‌ها و رعایت اصول بهداشتی در فروش محصولات بسته‌بندی‌شده از سویی دیگـر، گرایش و تقاضای جهانی را نسـبت به مصرف قارچ بالاتر برده و در حال حاضر تجارت پویایی را برای این صنعت رقم زده است که در سال‌های آینده نیز به همین منوال ادامه خواهد داشـت. البته یکی از موانع مهم در رشـد بازار قارچ، کوتاه بودن عمر این محصول است که باید توسط گردانندگان این صنعت به خوبی مورد توجه قرار گرفته و با شـناختن میزان مصرف و تقاضای هر بخش، به ارائه آن بپردازند.

بازار جهانی مصرف قارچ

طبق آمارهای موجود بیشـترین رشـد ایـن بازار طی سـال‌های اخیر در اروپا بـوده و انتظار می‌رود در سال‌های آینده نیز به همین منوال باشد، ضمن اینکه کشـورهای آسـیایی نیز در بازار مصرف این محصول جایگاه ویـژه‌ای دارند و تجارت قـارچ در این مناطق رشد زیادی داشته است، در این میان کشورهایی مانند هند، ژاپن و چین بیشترین میزان مصرف را داشته‌اند. از جمله دلایل اصلی بـالا بودن میزان مصرف در این کشورها نیز می‌توان به جمعیت بالای آنها اشاره کرد. در حال حاضر سهم آسیا در مصرف این محصول قابل توجه اسـت و آمریکای شـمالی و اروپا نیز در میزان مصرف بعد از این مناطـق قرار دارند. مصرف قارچ در اروپا به اندازه‌ای است که اروپا را رهبر بازار جهانی قارچ به‌شمار آورده‌اند.

چشم‌انداز جهانی بازار قارچ تا سال ۲۰۱۹

قارچ ماده غذایی گوشـتی محسوب می‌شود که در ردیـف سـبزیجات قرار می‌گیـرد و با توجه به ارزش دارویـی آن یکـی از صنایع چشـمگیر در سـال‌های اخیر بوده اسـت. این محصول به‌عنوان یک مـاده غذایـی فاقد کلسـترول کـه محتوای سـدیم آن نیـز بسـیار کم اسـت، در سـال‌های اخیـر طرفـداران زیادی در سـطح جهـان پیدا کـرده و کاربـرد غذایی بالایی یافته اسـت. طبق آمارهای گرفته شـده در سـال ۲۰۱۳، این بازار بـه ارزش ۲۹میلیون دلار تخمین زده شـده بود و پیش‌بینی می‌شـود تا سـال ۲۰۱۹ با نرخ رشد سـالانه ۹٫۵درصد به ارزشـی بیش از ۵۰میلیون دلار برسـد. ایـن افزایـش طی یک دوره شـش سـاله نشـان‌دهنده بـالا رفتـن تقاضـای جهانی بـرای این محصول و رشـد این صنعت در سـطح جهان اسـت کـه به میـزان قابل‌توجهـی جایگاه جهانی آن را دسـتخوش تغییر کـرده و منجر به سـرمایه‌گذاری‌های بیشتر در این صنعت می‌شود.

انواع قارچ در بازار جهانی

تعـداد قارچهـای خوراکی و دارویـی موجود در جهان بیش از ۲۳۰۰ گونه اسـت کـه در این میان چنـد گونه در بازار جهانی این محصول نقش مهمی ایفا می‌کننـد. قارچ دکمه‌ای، قـارچ صدفی و قارچ شـیتاکه از جمله پرمصرف‌تریـن قارچ‌ها در جهان هسـتند، به‌طوری‌که ۷۶درصد از سـهم این بازار را در سـال ۲۰۱۳ به خود اختصاص داده بودند که در این میان قارچ دکمه‌ای با داشتن ۳۶٫۱درصد سهم، محبوب‌ترین و پرمصرف‌ترین قارچ محسوب می‌شود و بیشـترین میزان مصرف را نیز در اروپا دارد. اما در کشـورهای آسـیای بعد از قارچ دکمه‌ای، بیشترین میزان مصرف از آن قارچ شیتاکه است که در ایالات متحده آمریـکا و اروپای غربی نیز محبوبیت زیادی دارد. تـا همین اواخر، تولید قارچ بیشـتر در حیطه قارچ‌های دکمه‌ای قرار داشـت امـا در حال حاضر انـواع دیگری مانند قارچ صدفی و قارچ موسـوم به شیتاکه که خصوصا در ژاپن مصرف زیادی دارد نیز به بازار وارد شدند.

منابع: www.marketsandmarkets.com
www.busiweek.com

بررسی بازار قارچ در ایران در گفت‌وگو با رئیس انجمن تولیدکنندگان قارچ خوراکی

رقابت در عرصه صادرات سنگین است

شیدا رمزی

به‌طور کلی سرمایه‌گذاری در صنایع مختلف می‌تواند برای علاقه‌مندان و همچنین صاحبان سرمایه سوال‌های بسیار و متعددی را به همراه داشته باشد به صورتی که یافتن سوژه مناسب سـرمایه‌گذاری بـرای این افراد ممکن اسـت مدت‌های زیادی طول بکشد و بعضا باعث گیج شدن آنها باشد.

این درحالی اسـت که یکـی از اصولی‌ترین سـرمایه‌گذاری‌ها در بخش کشاورزی و صنایع غذایی اسـت، چون بازار دائمی برای آن وجود دارد و چـون جمعیـت کره زمیـن روز به روز درحـال افزایش اسـت این بازار نیـز بزرگ‌تر خواهد شـد. اما سـوال اصلی این است که در چه بخشـی از این صنعت باید سرمایه‌گذاری کـرد تا بتوان سـود منطقـی و قابـل قبولی به‌دسـت آورد و چگونـه می‌توان سـهم بازار قابل ملاحظه‌ای نیز در اختیار داشـت. یکی از فرصت‌های سرمایه‌گذاری مطرح شده در میان برخـی علاقه‌مندان سـرمایه‌گذاری در بخش کشـاورزی بحث پرورش قارچ خوراکی اسـت و تبلیغات گسـترده و متفاوتـی در این زمینه نیز وجـود دارد. ولی اعتماد به آنها برای اغلب سرمایه‌گذاران هوشمند تقریبا غیرممکن شده چـون اعداد و ارقام ارائه شـده در برخی از این تبلیغات آنچنان متفاوت است که می‌تواند باعث نگرانی هم باشد.

فرهنگ مصرف قارچ نهادینه نشده

دکتر محمدحسن افشار، رئیس هیات‌مدیره انجمن صنفی پرورش‌دهندگان قارچ خوراکی در ایـن زمینه به «فرصت امـروز» می‌گوید: با توجه به ارزش غذایی بسیار بالای این محصول کشاورزی در بسیاری از کشورها شاهد افزایش روزافـزون مصرف آن به‌صورت تازه یا به‌صورت تبدیل شـده هستیم و همین امر توانسته بازار قابل اعتمادی برای پرورش‌دهندگان در گوشه و کنـار دهکده جهانـی ایجاد کنـد درحالی که بـا توجه به قوانین و همچنین مشـکلات اقتصادی موجود هنوز سـهم بـازار ایران قابل ملاحظه نیسـت و نمی‌توان در ایـن زمینه از عملکرد گذشـته ابراز رضایت کرد. افشـار در ادامه می‌افزاید: امروز در کشورمان نتوانسته‌ایم آنطور که باید در میان مصرف‌کنندگان جاذبه مصرف قارچ را ایجاد کنیم و همین امر توانسته در خروج توازن تولید و مصرف تاثیر گذاشـته و مشـکلاتی را برای بخش تولیـد ایجاد کند و بسـیاری از تولیدکنندگان سـنتی را درگیر مسـائل اقتصادی و بعضا آنهـا را وادار به ترک بازار کند.

سرانه مصرف قارچ در ایران و جهان

ایـن مقام صنفی با اشـاره بـه حجم تولید قارچ در ایران تصریح می‌کند: براساس آخرین آمار رسـمی ارائه شده از سـوی وزارت جهاد کشاورزی، سال ۱۳۹۴ رقمی معادل ۱۱۸هزار تـن قارچ خوراکی در کشـورمان تولید شـده که محاسبات نشـان می‌دهد سال جاری این میـزان تولید بـه رقم ۱۴۰هزار تن می‌رسـد، بنابراین مـازاد تولیـد از همین امـروز کاملا مشهود است و باید برای آن برنامه‌ریزی دقیقی داشـته باشـیم تا علاوه بر جلوگیری از اتلاف و هدررفـت محصـولات، مانع از ضایع شـدن سـرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته نیز باشیم. به اعتقـاد وی، مهم‌ترین و سـاده‌ترین راهکار برای جلوگیری از ضایع شـدن سرمایه‌ها این است که بتوانیم با استفاده از قدرت رسانه‌ها در زمینه فرهنگ‌سازی مصرف گام موثر برداشته و سـرانه مصرف قارچ کشـورمان کـه اکنون نزدیک به ۱/۲کیلوگرم است را به استانداردهای بین‌المللی نزدیک کنیم. وی با اشـاره به سرانه مصرف جهانی قارچ می‌گوید: آمار موجود بیانگر این است که میانگین سرانه مصرف سالانه ۲/۵ تا ۳کیلوگرم قارچ در کشورهای مختلف است اما در کشورهایی مانند چین ۷کیلوگرم، آمریکا ۵کیلوگرم و اتحادیه اروپا ۴/۵کیلوگرم سـرانه مصرف به ثبت رسیده که می‌تواند عاملی برای افزایش سرمایه‌گذاری و تولید روزافزون در این صنعت باشد.

اشتغال‌زایی بر کلاله قارچ‌ها

رئیـس هیات‌مدیـره انجمـن صنفـی پرورش‌دهندگان قـارچ خوراکی درباره میزان اشـتغال‌زایی صنعت پرورش قـارچ نیز افزود: اکنـون ۶۹۰ واحـد ثبـت شـده و صنعتی تولیدکننـده قارچ در سراسـر ایـران فعالیت دارند و در کنـار آنها چیزی نزدیک به ۵هزار واحـد صنفـی سـنتی و غیرمجاز نیـز قارچ خوراکی تولید می‌کنند که اگر بخواهیم حجم اشـتغال‌زایی کلی در این دو بخش تولیدی را درنظر داشته باشیم با رقمی معادل ۴۵۰هزار نفر مواجه خواهیم شد که رقم قابل ملاحظه‌ای در اشتغال کشورمان است. این مقام صنفی در ادامه اضافه می‌کند: از این میزان اشتغال‌زایی براساس آماری که در اختیار داریم ۱۳۰هزار نفر به‌صورت مسـتقیم درگیـر صنعت تولید قارچ خوراکی هسـتند و باقی در بخش‌های بالادسـتی یا پایین دسـتی مشـغول به کار شده‌اند. به‌عنوان مثال چیزی حدود ۸۰هزار نفر درگیر جمـع‌آوری کلاش گندم از مزارع مختلـف شـده‌اند تا این ماده را برای بسـتر تولید قارچ به دسـت پرورش‌دهندگان قارچ برسانند و در کنارشان ۴۰هزار نفر هم درگیر تهیـه و جمع‌آوری سـایر مـواد اولیه مورد نیـاز تولید این مـاده غذایی مثل کود مرغی هسـتند، بنابرایـن می‌بینیم چیـزی حدود ۳۲۰هزار نفر شـغل غیرمستقیم هم در این زمینه داریم.

وی با مقایسـه آمار اشـتغال‌زایی باغداری و صنعت پـرورش قارچ می‌گوید: با اسـتفاده از آمارها و اسـتانداردهای موجـود می‌بینیم که اشتغال‌زایی یک هکتار باغ سیب در طول سال تنها چهار فرصت شغلی ایجاد می‌کند، اما اگر نگاه دقیقی به این صنعت داشـته باشیم یک هکتار بسـتر تولید قارچ می‌تواند ۲۲۰ فرصت شـغلی ایجاد کند، بنابراین اگر بتوانیم در این زمینه سـرمایه‌گذاری هوشمندانه و مبتنی بر اصول اقتصادی داشته باشیم بدون تردید حجم قابل توجهی از اشـتغال را به کشورمان هدیه داده‌ایم.

هزینه‌ها و سرمایه اولیه

رئیـس هیات‌مدیـره انجمـن صنفـی پرورش‌دهندگان قارچ خوراکی کشـور حداقل سـرمایه‌گذاری لازم بـرای تولید این محصول را این‌گونه توضیـح داد: نمی‌توان در زیرزمین یا حمام منزل تولید قارچ داشت، باید هدفمند سـرمایه‌گذاری صورت پذیـرد چراکه حداقل بـرای یک واحد ۲۲۰تنـی، ۱/۵میلیارد تومان سـرمایه‌گذاری لازم اسـت و این غیراز قیمت زمین است که که باید جداگانه محاسبه شود. این درحالی است که یک تولیدکننده موفق باید تولید مداوم داشته و بتواند چرخه تولید را حفظ کند، بنابراین لازم است ۹سالن استاندارد ایجاد شود تا روزانه بین ۸۰۰ تا ۹۰۰کیلوگرم تولید قارچ را شاهد باشـد تا هزینه‌های سرمایه‌گذار تامین شـده و سـودآوری را تجربه کند. افشار در ادامـه به موضوع حمایت‌های دولتی در این زمینه اشـاره کرده و می‌افزاید: این حمایت‌ها اگرچه به منابع مالی منتهی می‌شـود اما باید درنظر داشته باشیم که حمایت‌های دولتی تنها مبالغ وام یا حمایت‌های مالی نیسـت و قوانین و زیرساخت‌ها نیز می‌توانند در بخش حمایت‌ها درنظر گرفته شوند تا بتوانیم با استفاده از همین قوانین و زیرساخت‌ها به بازارهای صادراتی راه یابیـم و با اسـتفاده از ارزش افزوده قابل توجه تولید و پرورش قارچ بـه اقتصاد ایران خدمت کنیم.

می‌توانیم صادر کنیم اما...

ایـن مقام صنفی صادرات قـارچ خوراکی را مبتنی بر ارائه یارانه از سـوی دولت دانسـته و می‌گوید: اگر دولت در این زمینه یعنی صادرات محصـول تولیدکنندگان تسـهیلاتی در نظر نداشـته باشـد بدون تردید پرورش‌دهندگان قارچ ایران در رقابت بسیار سنگین بین‌المللی ناتوان خواهند شـد. به‌عنوان مثال دولت چین تمام ریسک‌های صادراتی تولیدکنندگان قارچ را به عهده گرفته و برای‌شـان تسهیلات ویژه درنظر دارد؛ به‌صورتی کـه اگر تولیدکننده‌ای محصول صـادر کنـد و در بازار هـدف دچار مشـکلاتی از نظر تسویه حساب یا حتی فساد کالا شـود، دولـت از او حمایت کامل می‌کند. دقیقا به همین روش است که این کشور سالانه ۷۰۰هزار تن صادرات قارچ به دیگر نقاط جهان دارد و زمینه اشتغال‌زایی بالایی را ایجاد کرده است. وی در ادامه می‌افزاید: نبود سیاست‌های حمایتـی اصولی از سـوی دولت باعث شـده بازارهـای صادراتی اروپا تقریبـا از محصولات باکیفیت ایرانی خالی شده و سال گذشته تنها ۹هزار تـن محصول صادر شـود، درحالی که می‌توانیم با همین شرایط ۷۰هزار تن صادرات داشته باشیم و ارزش افزوده قابل ملاحظه‌ای را به اقتصاد ایران هدیه دهیم.

افشار تصریح می‌کند: به‌طور کلی تولید قارچ مثل صنعت ساختمان دارای ارزش افزوده بالایی اسـت اما این ارزش افزوده بستگی به عواملی چـون قیمت بازار، میزان تقاضـا و هزینه‌های تولید خواهد داشـت که می‌توانیـم با کنترل هر یک از این موارد ارزش افزوده اسـتاندارد و مناسـبی را برای کشور و تولیدکنندگان ایجاد کنیم. به اعتقاد این متخصـص پرورش قارچ، ارزش افـزوده بالای تولید قـارچ به این دلیل است که بیش از ۹۰درصد نهاده‌های مورد نیاز تولید داخل کشـورمان وجـود دارد به‌صورتی که کلاش و کود مرغی و نیروی انسـانی ارزان قیمت به اندازه کافی وجـود دارد و از آنجا که واردات مواد اولیه بسیار ناچیز صورت می‌پذیرد، می‌توان با اسـتفاده از این امتیاز ارزش افزوده قابل ملاحظه‌ای داشت.

به گفته وی، همان‌طور که می‌دانیم سـود و ارزش افزوده این صنف بسـتگی به قیمت فـروش دارد و امروز که مـازاد تولید داریم، قیمت‌هـا پایین آمده اسـت، بنابراین ارزش افزوده نیز کاهـش یافته ولی تولیدکنندگان در همین شرایط هم سود می‌کنند. به‌عنوان مثـال اکنون قیمـت خرده‌فروشـی جهانی قارچ ۳/۵دلار اسـت و اگر یک دلار هم بابت هزینه‌های حمل‌ونقل و سـایر هزینه‌ها کسر کنیم می‌شـود ۲/۵ دلار یعنی ۷۵۰۰تومان به دسـت تولیدکننده خواهد رسـید. رئیس هیات‌مدیـره انجمـن پرورش‌دهندگان قارچ خوراکـی با اشـاره مجدد به حـدود ۵هزار تولیدکننده غیرصنعتـی و بعضا غیرمجاز در کشورمان می‌گوید: امروز بازار عرضه و تقاضا تـوازن اصولی نـدارد چـون تولیدکنندگان غیرصنعتی و سنتی محصول متمرکزی تولید نمی‌کننـد و نمی‌تواننـد برنامه‌ریزی دقیق و منطقی برای بازاریابی خود داشته باشد و به همین دلیل لازم است درباره متمرکز کردن تولید و یکپارچه کردن آن برنامه‌ریزی کرد.

سرمایه‌گذاری

گزارشی از سرمایه‌گذاری در صنعت قارچ خوراکی

سرمایه‌های شما مثل قارچ رشد نمی‌کند

در بسـیاری از تبلیغـات می‌بینیم که بحث تولید قارچ به‌عنوان فرصتی برای سرمایه‌گذاری کوچک معرفی شده و به نوعی اغلب جویندگان کار و سـرمایه‌گذاران را بـه خود جذب می‌کند به این امید که سـرمایه‌های اندک‌شان درست هماننـد قـارچ در دوره‌ای کوتاه رشـد کرده و به حجم قابل توجهی از سـرمایه تبدیل شـود؛ درحالی که واقعیت امر کاملا با آنچه در تبلیغات مطرح شده متفاوت است و باید علاوه بر سرمایه، تخصـص و دانش کافـی از روند تولید داشـته باشـید. به همین دلیل اگر شما هم جزو یکی از این افراد هستید، قبل از هرگونه تصمیم‌گیری یا سیاست‌گذاری همراه ما باشید چون پای صحبت یک فعال صنفی در زمینه تولید قارچ نشسته و از زیروبم بازار سخن گفته‌ایم.

امین رستگاری، مدیر پشتیبانی شرکت کشت و صنعت قارچ پارس شهریار (قارچینو) که برای بیش از ۱۵۰نفر اشـتغال‌زایی مسـتقیم انجام داده در ایـن زمینه به «فرصت امروز» می‌گوید: پیشنهاد می‌کنیم سرمایه‌گذاران قبل از هرگونه سیاسـت‌گذاری خوب مطالعه کنند و با دید باز وارد عرصه تولید قارچ شوند چون سرمایه‌گذاری بدون هدف و رؤیاپـردازی در این زمینه ممکن اسـت به بهای از دست رفتن سرمایه اولیه افراد باشـد. به همیـن دلیل تصور برخـی که تولید قارچ را سـرمایه‌گذاری برد-بـرد می‌دانند کاملا غیراصولی است. رسـتگاری در ادامه می‌افزاید: برای سـرمایه‌گذاری اصولی به روز بودن دانش فنـی تولید یکی از رموز موفقیت اسـت که این مجموعـه با اسـتفاده از تجـارب و مهارت‌های متخصصـان هلندی به آن دسـت یافته و برای دریافـت دانش روز هزینه کرده اسـت، بنابراین اگر سرمایه‌گذاران تصمیم به حضور قدرتمند و منطقـی در این زمینه دارنـد باید برای دریافت دانـش فنی هزینـه کرده و برایـش ارزش قائل شوند.

تولیدکنندگان غیرحرفه‌ای کوچک، نگرانی تولیدکنندگان صنعتی

این فعال صنفی با تاکید بر تناسب تولید و بازار مصرف تصریح می‌کند: متاسفانه با توجه به برخی سیاست‌گذاری‌های چالش برانگیز گذشته، تعداد تولیدکنندگان غیرصنعتی هـر روز روبه‌افزایش اسـت و ورود محصولات تولید شده در این‌گونه واحدهای صنفی امروز نگرانی قابل توجهی برای سرمایه‌گذاران صنعتی در این صنف شناخته شده است، هرچند در نهایت این خود تولیدکنندگان غیرصنعتی هستند که زیان خواهند دید اما برهم خوردن تعادل بازار در عرضه و تقاضا قیمت‌های غیرواقعـی را به ارمغان خواهد آورد که می‌تواند گاهی مشکل‌ساز باشد. مدیر پشتیبانی شرکت کشت و صنعت قارچ پارس شهریار معتقد است پـس از تولیدکنندگان غیرحرفه‌ای کوچک این نرخ بالای سود تسهیلات بانکی است که می‌تواند تولید بخش کشـاورزی به‌ویژه قارچ را با چالش مواجه کند؛ درحالی که اگر به قیمت‌های جهانی قارچ یعنی هر کیلو حدودا ۲دلار، توجه داشـته باشـیم امروز نرخ بالای تسهیلات بانکی قدرت رقابت محصـولات تولیدی ایـران را به حداقل رسانده است.

وی بااشـاره بـه تجهیـزات مورد نیـاز تولید اصولـی و اقتصادی در این صنـف تصریح کرد: از آنجا که محیط کشـت قـارچ نیازمند درجه حرارت مشخص و کنترل‌شـده ۱۷ تا ۲۵درجه سـانتی‌گراد اسـت و باید میـزان گاز CO_2 و اکسیژن موجود هوا نیز دائم تحت شرایط خاصی قرار گیرد، تولیدکنندگان صنعتی به ناچار باید از تجهیزاتی خاص استفاده کنند که سرمایه مورد نیاز این تجهیزات از عهده برخی سرمایه‌گذاران خـارج اسـت و نمی‌تواننـد برای تولیـد از آنها اسـتفاده کنند. به همین دلیل میزان بهره‌وری و گاهـی ارزش افزوده تولیدات یادشـده در این واحدها کم و در پاره‌ای از موارد غیراصولی است.

مدرن سرمایه‌گذاری کنید

مدیر پشتیبانی شرکت کشت و صنعت قارچینو درباره چگونگی سرمایه‌گذاری تازه‌واردان به این فعالیت تولیـدی می‌گوید: اسـتفاده از فناوری و تجهیزات نوین تولید صنعتـی قارچ می‌تواند عاملی در افزایش بهره‌وری و حجم تولید باشـد. چون امروز سیستم‌های هوشمند در بخش‌های مختلف قابلیت کنترل شـرایط بهینه و مناسب تولید را برعهده گرفته‌اند و ذهن تولیدکننده را از بخش‌هایی آزاد کرده تا بتوانند به مسائل دیگری چـون بازاریابی یا حتی تولید قابل اعتمادتر فکر کنند. به گفته این متخصص تولید قارچ استفاده از این فناوری‌ها و تجهیزات از دانه تا برداشـت لازم است و باید سرمایه‌گذاران کاملا به آن دقت داشته باشند. هرچند نیروی انسانی در تولید ایران بخش قابل توجهی از پروسه تولید را برعهده دارد ولی ورود تجهیزات می‌تواند ارتقای سطح کیفی محصولات و تولید را نیز به سرمایه‌گذاران هدیه بدهد چون در این نوع تولید خطاهای انسانی به حداقل رسـیده و شرایط در هر زمان و هر مکان قابل کنترل و اصلاح خطاست.

رسـتگاری بـه موضوع برداشـت ماشـینی محصولات نیز اشـاره کـرده و می‌افزاید: امروز موضوع برداشـت مکانیـزه محصول قـارچ در مراکـزی کـه محصول بـرای صنایـع تبدیلی تولید می‌کنند بیشـتر مطرح است و در بخش تازه‌خوری هنوز این افراد و نیروی انسانی هستند که نقش‌آفرینی می‌کنند اما نباید فراموش کرد اگر سـرمایه‌گذاری برای اسـتفاده از تجهیزات مکانیزه سیاسـت‌گذاری کرده بایـد اپراتورهای ورزیده و مجرب را در اختیار داشـته باشد چون کم‌اطلاعـی این گـروه از چگونگی اسـتفاده از تجهیزات نوین می‌تواند مشکل‌آفرین باشد.

۵ میلیارد سرمایه برای واحد ۴۰۰ تنی هوشمند

وی درباره میزان سرمایه مورد نیاز تولید قارچ برای علاقه‌مندان به سرمایه‌گذاری در این صنف نیز تصریح کـرد: به‌طور کلی اگر فردی تصمیم به سـرمایه‌گذاری در زمینه تولید صنعتی قارچ گرفته و می‌خواهد تولیدی اقتصادی را روانه بازار کند، لازم اسـت برای آن هزینـه کند. به‌عنوان مثال یـک مزرعـه ۴۰۰ تنی صرفـا در بخش تجهیزات و گلخانه‌های مورد نیاز باید ۵میلیارد تومان سرمایه‌گذاری انجام دهد که قیمت زمین هم متناسب با منطقه افزایش پیدا می‌کند.

عراق؛ مقصد صادراتی قارچ ایران

به گفته این فعال صنفـی تولید قارچ ایران از گذشـته به‌صورت سنتی به بازار عراق صادر می‌شـد و اگر قرار است به بازارهای جدید نیم نگاهی داشته باشیم لازم است تجهیزاتی مثل خطوط هوایی منظم و کامیون‌های یخچال‌دار مناسبی در اختیار داشته باشیم. هرچند بحث زیرسـاخت‌های قانونی می‌تواند تعیین‌کننده باشـد، چون اگر قوانین دسـت‌وپاگیر در این میان وجود داشته باشد محصول کیفیت خود را از دسـت داده و قابل اسـتفاده نخواهد بود. به‌عنوان مثـال، اکنون بازار قابـل توجهی در روسـیه مهیاسـت و صرفا حمایت‌های قانونی دولت می‌تواند عاملی در ورود محصول ایرانی به این بازار باشد چون کیفیت و استانداردهای موجود در این بخش در اختیار تولیدکنندگان صنعتی و بنام قرار دارد.

فرآیند جایزه ملی کیفیت ایران بررسی می‌شود

مدلی برای فرآیندهای زنجیره تولید و عرضه محصول

هفته گذشته در این صفحه در مطلبی تحت عنوان «کیفیت؛ زیربنای موفقیت پایدار» به موضوع جایزه ملی کیفیت و ریشه‌های آن پرداخته شد. همچنین در مطلب مذکور جایگاه جایزه ملی کیفیت ایران در راهبرد کلان کشور، روند این جایزه در طول هشت سال اجرا، مفهوم واژه کیفیت در مدل INQA و تفاوت‌های مدل INQA و EFQM مورد بررسی قرار گرفت. در ادامه در مطلب پیش رو مبانی علمی مدل جایزه ملی کیفیت ایران ارزیابی شده و این موضوع مورد بررسی قرار گرفته که مدل جایزه ملی کیفیت کدام محورها و بخش‌های سازمان را مورد توجه و ارزیابی قرارمی دهد. همچنین پیام جایزه ملی کیفیت به استفاده‌کنندگان از مدل، مراحل ارتقای کیفیت و ارتباط آنها با مدل، جایگاه جایزه ملی کیفیت در توسعه کشور، نقش پررنگ این جایزه در توسعه ملی و چگونگی نمای مدل جایزه ملی کیفیت ایران مورد ارزیابی قرار گرفته است.

فرزین انتصاریان
رئیس انجمن مدیریت کیفیت و مجری جایزه ملی کیفیت

مبانی علمی مدل جایزه ملی کیفیت ایران استاندارد ISO9004

مبنای اصلی مدل جایزه ملی کیفیت همانطور که پیش از این مورد بحث قرار گرفت، استاندارد ISO9004 است که محتوای فنی آن، معیارهای اصلی و معیارهای فرعی جایزه را تحت پوشش قرار می‌دهد. به عبارت دیگر، معیارها، زیر معیارها و نکات ویژه هر زیر معیار با توجه به خواسته‌ها و الزامات ISO9004 تهیه و تدوین شده است. البته باید توجه داشت که در زمان طراحی مدل (سال۲۰۰۶) نسخه پیش‌نویس دوم استانداردISO9004 در دسترس قرار داشت و نسخه نهایی و تکمیلی آن در سال۲۰۰۹، یعنی سه سال پس از استفاده از مدل جایزه ملی کیفیت ارائه شد، بنابراین ویرایش سال۲۰۰۹ این استاندارد مبنای جایزه شناخته شده است. از تاریخ طراحی اولیه مدل جایزه ملی کیفیت ایران تاکنون، سه ویرایش دیگر این مدل ارائه شده و هم اکنون ویرایش سوم آن در دست است که طی آن یک بازنگری جامع براساس خواسته‌های استاندارد ۲۰۰۹ :ISO9004صورت خواهد پذیرفت.

مدلEFQM

ورودی دیگری که برای تدوین جایزه ملی کیفیت مورد استفاده قرار گرفت، مدلEFQM است که به مدت چهار سال مبنای مدل جایزه ملی کیفیت قرار داشته است. شکل ظاهری معیارها و به عبارت دیگر قالب ویرایشی مدل جایزه ملی کیفیت از مدلEFQM اقتباس شده است. مهم‌ترین نکته مطرح در این مدل، تقسیم امتیازات مشابهEFQM، به‌طور مساوی بین معیارهای توانمندساز و معیارهای نتایج است، بنابراین در مدلINQA مجموع امتیازات معیارهای توانمندساز که مشتمل بر چهار معیار مدیریت و رهبری، معیار منابع، معیار فرآیندها و معیار کارکنان است، با مجموع امتیازات معیارهای نتایج یعنی نتایج مشتری و مصرف‌کننده، نتایج عملکردی و نتایج محیط‌زیست و جامعه برابر، هر دو۵۰۰ امتیاز است که حاصل جمع آنها برابر با۱۰۰۰ یعنی حداکثر امتیاز مدل است.

منطقRADAR

ورودی بعدی برای مدل جایزه INQA، منطقRADAR است که در ارزیابی‌ها به خصوص ارزیابی مدلEFQM در چهار سال گذشته مورد استفاده قرار گرفته و برای ارزیابی در جایزه ملی کیفیت ایران نیز بسیار مناسب تشخیص داده شد. این منطق بدون هیچ‌گونه تغییری برای ارزیابی در مدل جایزهINQA مورداستفاده قرار می‌گیرد. لازم به ذکر است که منطقRADAR در مدلINQA نیز متناسب با بازنگری‌های انجام گرفته روی منطق RADAR (که آخرین مورد استفاده آن در سال۲۰۱۰صورت گرفته) بازبینی شده است.

طبقه‌بندیCPC

آخرین ورودی مطرح برای جایزه INQA تقسیم‌بندی ده‌گانه محصولات براساس روش CPC سازمان ملل است که قبلا مورد اشاره قرار گرفت. مجددا یادآوری می‌شود که اساساً این تقسیم‌بندی فرآیند تولید محصولات یا فرآیند ارائه خدمات است.

مدل جایزه ملی کیفیت کدام محورها و بخش‌های سازمان را مورد توجه و ارزیابی قرارمی‌دهد؟

همانطورکه در شکل۴ مشاهده می‌شود، در مدلINQA هرم مدیریتی در بخش‌های مختلف از جمله مسئولیت مدیریت ارشد (تدوین و نظارت راهبردی)، مسئولیت‌های مدیریت میانی (استقرار و اجرای سیستم‌های مدیریتی) و بخش‌های تولیدی و اجرایی (فرآیندهای تولیدی و اجرایی) کاملاً مورد توجه قرارگرفته و هرکدام از این ابعاد مدیریتی دارای معیارهایی هستند و هرم مدیریتی را با هدف موفقیت پایدار سازمان به‌طور کامل تحت پوشش قرار داده‌اند. در این بخش می‌توان شباهت‌های بسیاری را میان معیارهای مدل INQA و مدل سرآمدیEFQM ملاحظه کرد.

بخشی که به‌طور خاص در مدلINQA مورد تأکید قرارگرفته و نسبت به مدلEFQM معیارهای حساس‌تر و سخت‌گیرانه‌تری برای آن تعریف شده است، زنجیره تامین، تولید و خدمات پس از فروش است. در این مسیر، معیارهای مختلفی برای فرآیندهای بررسی بازار و نظرات مشتریان، طراحی جامع محصول و فرآیندهای آن، مدیریت منابع، فرآیندهای تولیدی، فرآیندهای تحویل و عملکرد محصول پس از تحویل به مشتری در مسیر استفاده و خدمات پس از فروش تعریف شده است. بر این اساس می‌توان ادعا کرد که مدل جایزه ملی کیفیت ایران، مدلی است که نظام‌های مدیریتی را با تأکید بر فرآیند تولید محصول تحت پوشش قرار می‌دهد.

پیام جایزه ملی کیفیت به استفاده‌کنندگان از مدل

در این خصوص بهتر است ابتدا ساختار سازمان‌ها مدنظر قرار بگیرد. به طور معمول سازمان‌های متوسط و بزرگ تک‌محصولی نبوده و فرآیندهای تولیدی آنها از یکدیگر جدا ولی وظایف مدیریتی، تولیدی و ستادی آنها به‌صورت یکپارچه و متمرکز است. با توجه به این واقعیت که مدل جایزه ملی کیفیت مبتنی بر محصول بوده و فرآیندهای زنجیره تولید و عرضه را مدنظر قرار می‌دهد، پیشنهاد می‌شود که سازمان خود را با توجه به تولید محصولات متفاوت، تقسیم‌بندی کرده و از یک سازمان یکپارچه بزرگ به یک سازمان مدولار تبدیل شود. هر مدول با توجه به برشی که از نظام‌ها و بخش‌های مدیریتی سازمان دارد، در جایزه شرکت می‌کند. این موضوع برای شرکت‌کنندگان از منافع زیادی برخوردار است که عبارتند از:

الف- سبب خواهد شد سازمان‌ها تمرکز بیشتری بر فرآیندهای تولیدی و نظرات مشتریان داشته باشند.

ب- سازمان‌ها مجبور خواهند شد بسیاری از مسئولیت‌ها و در واقع تداخل مسئولیت‌ها یا مشکلات مدیریتی را که به‌عنوان مزاحم به خصوص در بخش‌های تولیدی دیده می‌شود، رفع کنند. برای مثال بسیاری از مسئولیت‌های مدیریتی از قبیل منابع انسانی، مالی و. . . به‌گونه‌ای تقسیم می‌شود که سازمان با توجه به گروه محصولی خود، فرآیندمحور شده و بتواند با تمرکز بر نتایج، مسئولیت را از یک مدیر ارشد که در واقع مدیر آن مدول تولید محصول نهایی است، طلب کرد.

ج- ساختار مدولار سبب خواهد شد قیمت تمام شده و هزینه‌های جانبی و نیز درآمدها و همچنین نتایج دیگر حاصل از آن محصول خاص به صورت شفاف، قابل اندازه‌گیری و بررسی باشد.

د- ساختار مدولار چابکی سازمان را در پی خواهد داشت، به این ترتیب که تغییر یا حذف محصولات قبلی یا معرفی محصولات جدید به آسانی و بدون ایجاد تأثیر سوء بر کل سازمان صورت خواهد پذیرفت. به علاوه اگر تغییراتی در سطح مدیریت اعمال شود تأثیر آن در بخش‌های عملیاتی بسیار اندک خواهد بود. همچنین مدیریت سازمان چابک بسیار آسان‌تر بوده و مدیران ارشد را از درگیری با مسائل کوچک روزمره و امور جاری دور نگه می‌دارد.

ه- مدیران مدول‌ها یا واحدهای اجرایی در برابر مدیریت ارشد پاسخگو بوده و قابلیت کنترل و پایش عملکرد آنها به وجود خواهد آمد.

شکل۵ ساختار مدولار یک سازمان بزرگ را نشان می‌دهد.

مراحل ارتقای کیفیت و ارتباط آنها با مدل

مسئله‌ای که در این بخش می‌توان به آن اشاره کرد، پلکانی بودن مراحل ارتقای کیفیت است و رتبه‌بندی و درجات مختلف تقدیرنامه اشتهار، گواهینامه اهتمام و تندیس‌های سه‌گانه با توجه به این پلکان تعریف می‌شود. (شکل ۶)

در اولین پله، سازمان‌ها باید زیربنای مدیریت کیفیت را در سازمان مستقر سازند که این امر از طریق استقرار مکانیزم‌های کنترل کیفیت صورت می‌گیرد. به این ترتیب که سازمان باید در مسیر تولید محصول و فرآیندهای تولیدی و ستادی و الزامات موردنیاز، اقدامات کنترلی لازم را اجرا و استانداردها و ابزارهای لازم را به کار گیرند. با انجام این گام، اولین پله مدیریت کیفیت در سازمان پایه‌گذاری خواهد شد.

دومین پله مربوط به ایجاد اطمینان از تولید و به عبارت دیگر، استقرار نظام تضمین کیفیت است، بدان معنا که سازمان می‌تواند آنچه را که در قبال مشتری و مصرف‌کننده به آن متعهد شده به صورت سیستماتیک تحت کنترل داشته باشد. در این سطح معمولاً از استانداردهای ISO9001 و استانداردهایی که جنبه جلوگیری از خطا و عیب را دنبال می‌کنند، استفاده می‌شود. اصولاً اعطای گواهینامه اهتمام برای این سطح در نظر گرفته می‌شود.

در سومین پله که فراتر از تضمین کیفیت بوده و عوامل رقابت‌پذیری و امثالهم نیز به آن افزوده می‌شود، مبحث «مناسبت برای استفاده» نامیده می‌شود که در آن، محورهای مورد نظر تقریباً همان محورهایTQM یا مدیریت کیفیت فراگیر هستند.

چهارمین پله موفقیت پایدار سازمان است که تا حدودی مشابه سرآمدی سازمانی است. مجموع معیارهای مربوط به مناسبت برای مصرف و سرآمدی سازمانی، اساس معیارهایی را تشکیل می‌دهند که برای ارزیابی در درجه اشتهار به بالا تعریف می‌شود. نکته مهمی که در این مرحله باید به آن توجه داشت این است که معیارها با توجه به ظرفیت‌های سازمان و نیازهای لازم برای رسیدن به موفقیت پایدار تعریف می‌شود و حرکتی است که باید حتماً پس از حرکت به صورت پلکانی صورت گیرد.

در شکل۷ این موضوع کامل‌تر و مشخص‌تر تعریف شده است. بدین شکل که دو رویکرد را می‌توان برای ارتقای کیفیت درنظر گرفت؛ اولین رویکرد برنامه‌ریزی نشده است که موجب می‌شود سازمان در مقاطعی دارای رشد بوده و سپس در اثر وقوع حوادث مختلف (برون‌سازمانی یا درون‌سازمانی) این رشد متوقف شده و حتی سبب کاهش کیفیت می‌شود. این رویکرد، رویکردی است بسیار پرهزینه و نهایتاً بی‌نتیجه.

در رویکرد دوم یا رویکرد برنامه‌ریزی شده، در مراحل مختلف با استفاده از مدل INQA ارزیابی‌های انجام شده و سپس با استقرار استانداردهای تخصصی و با کمک گرفتن از استانداردهای مدیریت کیفیت مثل ISO9001 و ISO 9004 پروژه‌های بهبود تعریف و اجرا شده و سازمان به سمت رشد سوق داده می‌شود. نکته قابل توجه اینکه مدل جایزه ملی کیفیت صرفاً یک ابزار اندازه‌گیری میزان رشد و ارتقای کیفیت در سازمان محسوب می‌شود، بنابراین در مقاطع مختلف (به‌طور مثال سالانه) باید با مدلINQA که نتایج دقیقی ارائه می‌کند بخش‌های مختلف سازمان را مورد ارزیابی قرار داد. سپس براساس خروجی‌های به دست آمده از ارزیابی، پروژه‌های بهبود طراحی می‌شود که می‌تواند سازمان را به سمت رشد و ارتقای جایگاه نزد مشتریان و مصرف‌کنندگان و ذی‌نفعان دیگر سوق داده و سبب موفقیت پایدار سازمان شود.

لازم به ذکر است که معمولاً تا سطح اشتهار سه ستاره، ترازیابی و بهینه‌کاوی در سطح صنعت ملی انجام می‌شود، در حالی‌که در مرحله تندیس، این سطح به بهینه‌کاوی در سطح جهانی و در مقایسه با بهترین‌های جهان صورت می‌گیرد.

جایگاه جایزه ملی کیفیت در توسعه کشور

همان‌طورکه پیش از این در مدل راهبرد ملی کیفیت و ایمنی مطرح شد، جوایز کیفیت و ایمنی به منظور افزایش کیفیت تولیدات صنعتی و خدماتی کشور به نحوی طراحی شد که این تولیدات با ارتقای کیفیت در بازارهای داخلی و بین‌المللی رقابت‌پذیر باشند. درصورت ایجاد قابلیت رقابت‌پذیری بیشتر، مشتریان بیشتری جذب شده و درآمد افزایش یافته و نهایتاً توسعه اقتصادی و اجتماعی حاصل خواهد شد.

برای تسریع در این عمل، جایزه ملی کیفیت با تمرکز بر جوایز بخشی طراحی شد. این جوایز باید در بخش‌های مختلف اقتصادی با محوریت دستگاه‌هایی که مسئولیت‌های رسمی برای حوزه‌های خاص خود دارند، تعریف شود. بنا بر مصوبه شماره ۱۰۴شورای عالی استاندارد که بیان می‌کند: «دستگاه‌های اجرایی در چارچوب نظامنامه کیفیت، مصوب شورای سیاست‌گذاری جایزه ملی کیفیت، هرساله واحد برتر را انتخاب نموده و سازمان ملی استاندارد ایران نیز از بین واحدهای برتر معرفی شده برترین واحد را برای دریافت جایزه ملی کیفیت، از دست ریاست جمهوری معرفی کند.» دستگاه‌های اجرایی موظف هستند در گروه‌های محصولی مختلف، جایزه‌های بخشی را طراحی کرده و در مراحل اولیه، گواهینامه‌های تا سطح اشتهار را اعطا و سازمان‌های برتر خود را که معمولاً بالاتر از سطح اشتهار هستند، به فرآیند جایزه ملی کیفیت معرفی کنند.

نکته مهم اینکه همگن بودن شرکت‌کنندگان در فرآیند جایزه‌های بخشی سبب ایجاد رقابت شده و تأثیرات مثبتی در ارتقای کیفیت کل بخش یا صنعت خواهد داشت.

نقش پررنگ جایزه ملی کیفیت در توسعه ملی

باید تأکید کرد که پیشگام شدن دستگاه‌های اجرایی برای شروع این فرآیند بسیار اهمیت دارد. این امر می‌تواند توسط دستگاه‌های اجرایی مسئول یا با محوریت سازمان‌های بزرگ از قبیل تولیدکنندگان بزرگ خودرو یا فولاد که معمولا با بیش از ۱۰۰۰واحد و سازمان تولیدکننده قطعات، ارائه‌کننده خدمات، تأمین‌کننده منابع اولیه و خدمات پس از فروش همکاری داشته و قطعاً ارتقای کیفیت محصولات این تولیدکنندگان زمانی رخ خواهد داد که تمامی این تأمین‌کنندگان و ارائه‌دهندگان خدمات اعم از قبل و بعد از تولید، محصولات و خدمات خود را با کیفیت بالا ارائه کنند، بنابراین این سازمان‌ها نیز می‌توانند مرکزیت اجرای این جایزه را حداقل در محدوده عمل خویش برعهده گرفته و سپس به سازمان‌های دیگر تعمیم دهند. این موضوع در شکل شماره۸ نشان داده شده است.

شبکه توسعه کیفیت بر محور جایزه ملی کیفیت ایران

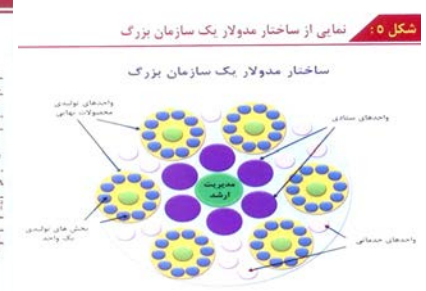
آخرین مسئله‌ای که می‌توان به آن اشاره کرد ایجاد شبکه‌ای است که بتواند خارج از دستگاه‌های اجرایی و دستگاه‌های دولتی با کمک فرآیند جایزه ملی کیفیت، ارتقای کیفیت را در سطح کشور به انجام برسانند، بنابراین همانطورکه در شکل شماره۹ دیده می‌شود، مسئولیت انجمن‌ها و تشکل‌ها، هدایت و هماهنگ کردن بخش‌های مختلف تولیدی است که با کمک دستگاه‌های اجرایی یا حتی بدون کمک آنها، اقدام به برگزاری جایزه کیفیت در حوزه فعالیت خود کند. در این راستا انجمن مدیریت کیفیت ایران نیز نهایت همکاری را در این زمینه با این سازمان‌ها به عمل خواهد آورد.

نمای مدل جایزه ملی کیفیت ایران چگونه است؟

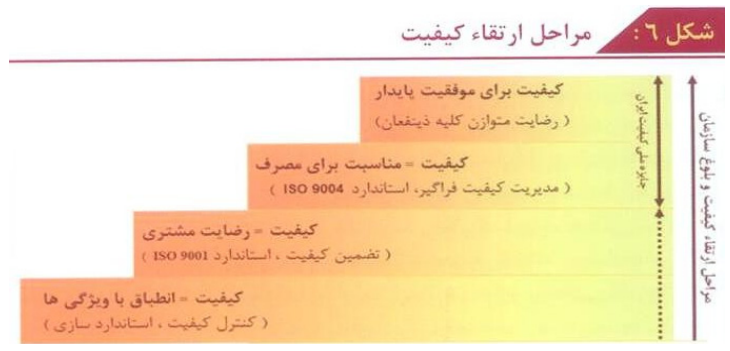
نمای مدل به شکل چرخ، یعنی به‌عنوان نمادی از حرکت طراحی شده است. این مدل دارای هفت معیار است که چهار معیار آن توانمندسازها و سه معیار دیگر نتایج هستند. اولین معیار توانمندساز رهبری و مدیریت است که در وسط مدل قرار دارد. سه معیار دیگر از گروه توانمندسازها به ترتیب معیارهای فرآیندها، منابع و کارکنان هستند. سه معیار نتایج نیز عبارتند از معیار نتایج مشتریان و مصرف‌کنندگان به‌عنوان محوری‌ترین ذی‌نفعان سازمان و معیار نتایج محیط زیست و جامعه و نهایتاً معیار نتایج عملکردی که شامل نتایج مالی، غیرمالی و همچنین نتایج کارکنان به‌عنوان مهم‌ترین بخش از سرمایه‌های سازمان است. نیروی چرخشی چرخ از یادگیری از نتایج شروع شده و از خلاقیت و نوآوری در توانمندسازها به سمت کسب نتایج موردانتظار ادامه می‌یابد؛ حرکتی که درصورت استحکام عامل رهبری و مدیریت هرگز از حرکت نمی‌ایستد. (شکل ۱۰)

شکل۴: محدوده ارزیابی جایزه ملی کیفیت ایران

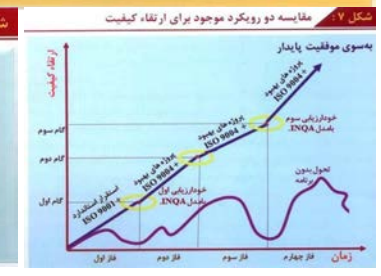
شکل۵: نمایی از ساختار مدولار یک سازمان بزرگ



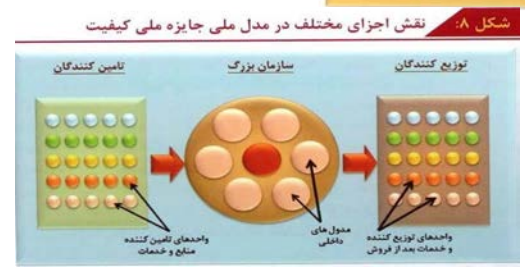
شکل ٦: مراحل ارتقاء کیفیت



شکل۷: مقایسه دو رویکرد موجود برای ارتقاء کیفیت



شکل۸: نقش اجزای مختلف در مدل ملی جایزه ملی کیفیت



شکل۹: همکاری سازمان‌های مختلف در مدل جایزه ملی کیفیت ایران

شکل۱۰: مدل جایزه ملی کیفیت ایران

آزموده

بار گرانی به نام جایزه کیفیت

ترجمه و گردآوری:رویا پاک سرشت

جوایز کیفیت مسیرهای انتخابی متفاوتی را طی می‌کند، برخی جوایز بر جنبه‌هایی چون مشتری‌مداری و کیفیت خدمات و برخی دیگر بر جنبه‌های کلی‌تر و اغلب صنعتی همچون مسائل زیست‌محیطی، کیفیت بخش تولید و. . . تأکید دارند. با وجود این تفاوت‌ها، یک مشابهت آشکار و کلیدی بین تمامی جوایز کیفیت وجود دارد؛ تأکید به احترام بر حقوق و رضایت مصرف‌کنندگان و تلاش برای ارتقای کیفیت.

به عبارت دیگر انتظار می‌رود جوایز کیفیت راهی به سوی رضایتمندی هرچه بیشتر مصرف‌کنندگان و ایجاد فضای رقابتی بین فعالان عرصه تولید و تجارت ایجاد کنند. گستره جوایز کیفیت بسیار متنوع است، برخی جوایز در سطح محلی و منطقه‌ای و برخی در سطح بین‌المللی اهدا می‌شوند. برای انتخاب یک سازمان یا مجموعه تولیدی به‌عنوان برنده جوایز کیفیت، روش‌های متفاوتی وجود دارد اما تمامی این روش‌ها اطلاعات محور هستند، اطلاعاتی که در خلال بازدیدهای حضوری یا بررسی‌های آمار و ارقام و. . . به دست می‌آید و شایستگی‌های نامزدهای دریافت جایزه را مشخص می‌کند.

تبلیغ و دیگر هیچ؟

برخی از برندگان جوایز کیفیت معتقدند این جوایز بیش از هر چیز بر توان تبلیغاتی آنها مؤثر بوده است. درواقع این نکته که یک شرکت موفق به دریافت جایزه‌ای ویژه شده، توان رقابتی این مجموعه را در برابر سایر رقبا افزایش داده و در تلاش‌های تبلیغاتی و جلب نظر مصرف‌کنندگان موفق‌تر عمل خواهند کرد اما مشکل از جایی شروع می‌شود که این تأکید بیش از حد بر جایزه دریافتی و مانور تبلیغاتی نوعی خطای شناختی و ادراکی برای کارمندان و عوامل سازمان مذکور ایجاد می‌کند و فرصت‌های خلاقیت، نوآوری و تلاش برای پیشرفت را به بیراهه می‌کشاند و حتی متوقف می‌کند.

برخی شرکت‌ها به سبب احساس اعتماد به نفس بیش از اندازه، تلاش برای پیشرفت را نادیده گرفته و بر موقعیت فعلی خود تأکید دارند. بنابراین، پررنگ کردن بیش از حد جوایز به‌ویژه در سطوح تبلیغاتی، گاهی نتیجه‌ای معکوس بر عملکرد کلی سازمان خواهد داشت.

الک رفلر، مدیر مرکز مشاوره اقتصادی دانشگاه بیرمنگام در این خصوص معتقد است اهدای جوایز کیفیت که با هدف سازندگی هرچه بیشتر انجام می‌شود، گاه اثراتی مخرب بر جای می‌گذارد. سازمان‌هایی که پس از دریافت جوایز در مبارزات تبلیغاتی و رقابت‌های بی‌حاصل درجا می‌زنند و اصول نوآوری و پیشرفت را از یاد می‌برند، مسیری رو به شکست طی خواهند کرد. اگر چه فضای رقابت سازنده اثراتی مثبت دارد، اما تعدادی از سازمان‌ها پس از دریافت جوایز کیفیت به این تصور نادرست معتقدند که از این به بعد باید بر روش‌های پیشین تأکید کنند و قدرت ریسک پذیری و خلاقیت خود را قربانی این طرز تفکر می‌کنند.

دو روی متفاوت جوایز کیفیت

در ژانویه سال ۱۹۸۷ میلادی کنگره ایالات متحده لایحه‌ای را برای ایجاد یک جایزه کیفیت ملی به تصویب رساند. هفت ماه بعد جایزه‌ای به نام بالدریج (به یاد وزیر درگذشته بازرگانی، مالکوم بالدریج) رسماً ثبت شد و به‌عنوان سنگ بنای بهبود کیفیت و عمل در ایالات متحده شهرت یافت. چارچوب کلی جایزه بالدریج به سرعت در جهان تقلید و نمونه‌های متعددی از مشابه‌های این جایزه به برندهای مختلف اهدا شد. پروفسور دیوید گاروین، مدرس دانشکده بازرگانی هاروارد، جایزه بالدریج را کاتالیزوری مهم برای ارزیابی وضعیت کسب‌وکار و اقتصاد آمریکا می‌داند. با وجود این حجم اهمیت و دقت در روند اعطای جایزه بالدریج، پژوهش‌های متعددی در خصوص این جایزه و اثرات مثبت و منفی احتمالی آن بر نظام توسعه اقتصادی کشور صورت گرفته است.

کریستی مک کوئین و گرانت آدامز، پژوهشگران اقتصادی در بررسی‌های خود به موضوع جالبی پرداخته‌اند. آنها تلاش کرده‌اند تأثیر بالدریج بر ارزش سهام شرکت‌های جایزه بگیر را مورد سنجش قرار دهند. بر مبنای این پژوهش‌ها که در طول دهه ۹۰ و بین سال‌های ۱۹۹۲ تا ۱۹۹۷ انجام شده، نمی‌توان مطمئن بود که دریافت جایزه کیفیت، ضامن خوبی برای ارتقای سطح ارزش سهام خواهد بود.

نتایج آماری پژوهش مذکور نشان می‌داد دریافت جایزه کیفیت تنها در حد یک تا چند روز اولیه اندکی ارتقا در ارزش سهام شرکت‌ها ایجاد می‌کند و نمی‌توان از این متغیر به‌عنوان متغیری کلیدی که موفقیت در بازار بورس را تضمین کند، یاد کرد.

جری بارفیلد و کارولین فیشر دو پژوهشگر دیگر در پژوهشی به تأثیر جوایز کیفیت بر دولت و اقتصاد کلی کشورها پرداخته‌اند.

بنا بر آمارهای این پژوهش در سال ۲۰۰۰ در ۴۲ ایالت آمریکا جوایز کیفیت اهدا شده است. نتایج آماری نشان می‌دهد اهدای این جوایز برای دولت خالی از سود نبوده است. درواقع در اغلب این ایالت‌ها گزارش‌هایی مثبت در خصوص رشد اشتغال، توسعه تمایل به کارآفرینی، راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک و موفقیت در بخش تولید و تجارت ارائه کرده‌اند. اگرچه در چنین پژوهش‌هایی احتمال دخالت بسیاری از متغیرهای مداخله‌گر که بر هم زننده چنین رشدی خواهند بود وجود دارد اما تأثیر جوایز کیفیت بر اقتصاد کلی کشورها قابل انکار نیست.

آخر فرصت امروز
شماره ۴۹۹ www.forsatnet.ir صفحه ۱۶ تلفن مستقیم: ۸۶۰۷۳۲۸۳

نگاه آخر

کمدی تراژیک انتخابات امسال در آمریکا

نیلوفر قدیری
کارشناس مسائل بین‌الملل

انتخابات ریاست‌جمهوری در آمریکا معمولا از پرمخاطب‌ترین رویدادهای سیاسی در جهان و مورد توجه‌ترین انتخابات در دنیاست. دلایل این توجه ویژه هم چندان پیچیده نیست. اول اینکه رئیس‌جمهوری آمریکا را دست کم در لفظ، قدرتمندترین مقام سیاسی جهان می‌دانند. اگرچه با تغییرات پرشتاب جهان در سال‌های اخیر این فرض دیگر چندان صادق نیست. دلیل دیگر توجه جهانی به انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکا روند و شیوه برگزاری آن است که معمولا بیش از یک سال طول می‌کشد و درچند مرحله برگزار می‌شود.

اما انتخابات امسال ریاست‌جمهوری آمریکا دلایل دیگری هم برای جلب توجه جهانی دارد. امسال نامزدهای شورشی که علیه سیستم حاکم سیاسی اقتصادی شعار می‌دهند و حتی حزب خودشان را هم قبول ندارند در مرحله مقدماتی محبوبیت زیادی بین رای‌دهندگان یافته‌اند. در حزب جمهوریخواه، نامزد شورشی و غیرمتعارف یعنی دونالد ترامپ که تا همین چند هفته پیش بسیاری حضور انتخاباتی‌اش را یک شوخی گذرا تحلیل می‌کردند، اکنون تقریبا به‌عنوان نامزد نهایی حزب انتخاب شده است. در طرف دیگر در حزب دموکرات، برنی سندرز با شعارهای سوسیالیستی خواستار تغییر نظام اقتصادی آمریکا شده و همچون چپ‌های آمریکای لاتین سخن می‌گوید. او البته شانسی برای انتخاب شدن به‌عنوان نامزد نهایی حزب ندارد اما انقلابی در میان دموکرات‌ها ایجاد کرده که تاثیرش را می‌توان در تغییر لحن و سیاست هیلاری کلینتون نامزد سیستمی این انتخابات دید.

اما نکته جالب توجه و غیرعادی در انتخابات امسال آمریکا فقط عجیب بودن نامزدها نیست. نتایج نظرسنجی‌هایی که طی همین سه روز گذشته توسط موسسات معتبر آمریکایی انجام شده، نشان می‌دهد که هیچ کدام از نامزدهای کنونی دلخواه اکثریت، آمریکایی‌ها نیستند و انتخابات ریاست‌جمهوری امسال درواقع معنی سنتی خود را از دست داده است. معنی سنتی انتخابات به‌عنوان یکی از ابزارهای دموکراسی این است که فرد مورد قبول اکثریت برگزیده شود. اما در این انتخابات رای‌دهندگان آمریکایی نه براساس قبول داشتن و مفید دانستن یک نامزد که براساس تلاش برای جلوگیری از به قدرت رسیدن نامزد طرف مقابل رأی می‌دهند. به معنی دیگر رأی آمریکایی‌ها در این انتخابات رأیی سلبی است. نظرسنجی رویترز و موسسه ایپسس نشان می‌دهد که نیمی از رای‌دهندگان آمریکایی دلیل رأی دادن به کلینتون یا ترامپ را رأی نیاوردن نفر دیگر عنوان کرده‌اند. حدود ۴۷درصد کسانی که گفته‌اند به ترامپ رأی می‌دهند، دلیل این تصمیم خود را جلوگیری از برد کلینتون اعلام کرده‌اند. تنها ۶درصد گفته‌اند که شخص ترامپ را قبول دارند. در اردوگاه رای‌دهندگان به هیلاری کلینتون هم شرایط به همین‌گونه است. تنها ۱۱درصد گفته‌اند که او را قبول دارند. این درحالی‌است که نظرسنجی‌های دیگر نشان می‌دهد، حدود ۷۰درصد از رای‌دهندگان آمریکایی ترامپ را گزینه بسیار نامناسبی برای ریاست‌جمهوری آمریکا می‌دانند.

تحلیلگران ریشه این رأی و نظر آمریکایی‌ها را فضای به‌شدت دوقطبی و ایدئولوژیک جامعه آمریکا می‌دانند. اما دلیل این رأی و نظر هر چه که باشد، یک نکته روشن به نظر می‌رسد و آن اینکه نتیجه این انتخابات اکنون از هر زمان دیگری غیرقابل پیش‌بینی‌تر شده و جامعه آمریکایی هم نسبت به سیستم حاکم از هر زمان دیگری بی‌اعتمادتر و ناراضی‌تر به نظر می‌رسد.

دور دنیا

دیگر حنای اپل رنگی ندارد!

شکیبا شاملو رضایی
lemonde

باز هم خبر کاهش فروش اپل در سایت‌ها منتشر شد. شرکت اپل امیدوار بود گوشی‌های هوشمند کارکرده‌اش را به مشتریانی که به آیفون علاقه‌مندند ولی بودجه کافی برای خرید آن ندارند، بفروشد، اما مغلوب رقبایش شد، به‌خصوص که آنها این مسئله را آسیب زدن به تولید داخلی می‌دانستند.

در پی کاهش فروش آیفون، شرکت اپل امید داشت راه نجاتی برای گوشی‌های هوشمندش در هند بیابد که بی‌نتیجه ماند. وزارت ارتباطات از راه دور هند، درخواست شرکت اپل برای واردات و فروش آیفون‌های تعمیر شده‌اش در هند را رد کرد. سخنگوی این وزارت در خبرگزاری رویترز اعلام کرد: «هند، عملیات بازیابی گوش‌های خراب شده و خلاصی یافتن از مواد خطرناک را حمایت نمی‌کند.»

رقبای اپل در جبهه‌های خود فعال بودند، با این استدلال که چنین اقدامی بازار محصولات الکترونیکی دست دوم را از بین می‌برد و علیه عملیات تولید خواهد بود؛ آن هم درست در زمانی که دولت برنامه‌ای برای افزایش تولید داخلی راه‌اندازی کرده است.

طبق گزارش رسانه‌های هند، شرکت اپل با درج عبارت Make in India به‌شدت تولید داخلی گوشی‌های هوشمند را در هند تحت تاثیر گذاشته است، زیرا از هر دو گوشی هوشمند یکی از آنها در هند ساخته شده است.

اپل کمتراز ۵درصد از سهم بازار را در هند به خود اختصاص داده است

فروش گوشی‌های تعمیر شده به مصرف‌کنندگان علاقه‌مند به آیفون امکان دسترسی به آنها را با قیمتی مقرون به صرفه‌تر داد. در واقع قیمت آیفون در هند، جایی که با توجه به داده‌های بانک جهانی حقوق متوسط ۱۲۸ دلار در ماه است، بسیاری از مردم هند را ترساند. در سایت هندی اپل، آیفون ۶ در نسخه ۱۶گیگابایت، فروشی برابر با ۶۸۰ یورو و در نسخه ۶۴ گیگابایت، ۸۱۰ یورو فروش داشته است. برای گذر به سطح لوکس و تبدیل شدن به آیفون Plus 6، باید ۱۳۰ یورو هم به میزان فروش‌ها اضافه کرد. این فرآیند حتی می‌تواند تبدیل به رقابت شود، اگر مبلغ ۱۲۰۰ یورو برای فروش نسخه ۱۲۸ گیگا بایتی از آیفون 6S در نظر گرفته شود.

با اینکه ۱۰۰میلیون گوشی هوشمند در سال ۲۰۱۵ به بازار هند فرستاده شد، ولی اپل نتوانست از این فرصت استفاده کافی را ببرد.

در سه ماهه چهارم سال ۲۰۱۵، در ۳۰ تا از بزرگ‌ترین شهرها که در برگیرنده ۵۱درصد از کل سهم بازار هستند، نام تجاری اپل ۴،۶درصد از سهم بازار را به خود اختصاص داد.

کاهش فروش آیفون از قبل پیش‌بینی شده و مدیر Tim Cook عامل اپل،در ماه ژانویه نیز این موضوع را خاطرنشان کرده بود. اما نتایج مالی وخیم‌تر از حد انتظار بود. درآمد خالص ۲۲درصد کاهش یافت و به ۱۰،۵میلیارد دلار رسید. گردش مالی نیز ۱۳درصد نزول یافته و به ۵۰،۶میلیارد رسید. بعد از سه ماهه اول سال ۲۰۰۳، این نخستین باری است که شاهد چنین وضعی هستند. به نظر نمی‌رسد این وضع در سه ماهه پیش رو بهبود یابد.

باوجود اینکه سرمایه جاری این تیم به ۲۳۲،۹میلیارد دلار تا آخر ماه مارس رسیده بود، اما تیم کوک شاهد افزایشی در میزان متصرفاتش نبود. او در سال جاری ۱۵ پروژه را راه‌اندازی کرده و اظهار می‌دارد «ما همیشه منتظر بازاری هستیم که در آن، اشیای تولید شده مکمل محصولات قبلی و به‌عنوان گزینه‌ای برای محصولات بعدی باشند.»

قاب

کودکان بولیویایی در تظاهرات معلولان جسمی شهر لاپاز، سومین شهر پرجمعیت بولیوی در اعتراض به نرخ پایین یارانه که دولت برایشان در نظر گرفته است. این شهروندان خواستار افزایش یارانه سالانه یا تبدیل آن به یارانه ماهانه هستند. نشریه تایمز هندوستان این عکس را با تیتر «خنده را از ما نگیرید» منتشر کرده است. این تظاهرات با درگیری نیروهای پلیس ضدشورش با معترضان همراه بود.

۳۶۰

مطالعات نشان داد

کمبود آب، تهدیدی برای رشد و ثبات

ترجمه: سارا گلچین
منبع: Financial Times

بانک جهانی هشدار داد بدتر شدن معضل کمبود آب در کنار تغییرات اقلیمی می‌تواند در کمتر از ۳۵ سال ۶درصد از تولید ناخالص ملی را در مناطقی چون خاورمیانه و شمال آفریقا کم کند.

در گزارش تازه بانک جهانی آمده است حتی مناطقی که اکنون مشکلی از لحاظ تامین آب ندارند تا سال ۲۰۵۰ با این معضل مواجه می‌شوند. بزرگ‌تر و بیشتر شدن جمعیت در شهرهایی که با سرعت بالا درحال‌رشد هستند، افزایش «نمایی» تقاضا را برای عرضه متغیر آب در پی خواهد داشت.

این تهدید احتمالا با خشکسالی و سایر تبعات تغییرات اقلیمی تشدید می‌شود. نتیجه این کمبودها افزایش ناگهانی در قیمت موادغذایی، تحول در مهاجرت‌ها و حتی درگیری‌های خشونت‌آمیز خواهد بود.

به‌گفته جیم یونگ کیم، رئیس بانک جهانی، این یافته‌ها نشان داد که دولت‌ها باید عملکردشان در زمینه مدیریت آب را بهبود بخشند.

او گفت: «کمبود آب تهدید بزرگی برای رشد اقتصادی و ثبات در سراسر جهان است و تغییرات اقلیمی این وضع را بدتر می‌کند.»

یونگ ادامه داد: «تحلیل ما نشان می‌دهد که اگر کشورها کاری برای مدیریت بهتر آب انجام ندهند، برخی مناطق جهان که جمعیت زیادی دارند، باید یک دوره زمانی طولانی را با رشد اقتصادی منفی سر کنند.»

این گزارش با اشاره به درگیری‌ها در آفریقا، برزیل و هند که در پی سال‌ها خشکسالی یا وقوع سیل به‌وجود آمده بود، هشدار می‌دهد که به دلایل اقتصادی مستدل بارندگی برخلاف انتظار می‌تواند به خشونت و درگیری منجر شود.

طبق آنچه در این تحلیل آمده، کشورهای ثروتمند اروپا و آمریکای شمالی احتمالا «خسارت‌های قابل اغماض» را تجربه خواهند کرد. این درحالی‌است که بخش عمده خسارت متوجه مناطق خاورمیانه و منطقه ساحل آفریقا خواهد بود. ساحل منطقه‌ای از آفریقا است که میان صحرای بزرگ آفریقا و ساوانیای سودان قرار گرفته است.

این مطالعه همچنین نشان می‌دهد که آب فاکتوری حیاتی برای تولید است. بنابراین کاهش منابع آب می‌تواند به کاهش رشد اقتصادی بینجامد که جنبه مهم اقتصادی این معضل به‌شمار می‌آید. برخی مناطق تا سال ۲۰۵۰ شاهد کاهش تولید ناخالص ملی خود تا ۶ درصد خواهند بود که این امر در نتیجه ضررهای مربوط به آب در بخش‌هایی چون کشاورزی، سلامت، درآمد و دارایی خواهد بود. این امر باعث خواهد شد که این کشورها به یک دوره طولانی رشد اقتصادی منفی وارد شوند.

از سوی دیگر، اتخاذ سیاست‌های بهتر برای مدیریت آب می‌تواند رشد اقتصادی ایجاد کرده و در برخی مناطق رشد اقتصادی را حتی به ۶ درصد برساند.

مناطق مختلفی از جهان اکنون در آستانه وضعیت استرس آبی دائمی قرار دارند. این یعنی مقدار خالص آب برابر یا کمتر از میزان تقاضا است و در آینده مشکل تامین تقاضا برای این مناطق وجود خواهد داشت.

تقریبا کل جنوب آسیا، خاورمیانه و شمال آفریقا با جمعیتی بالغ بر ۴میلیارد نفر که بیش از نیمی از جمعیت جهان است در آستانه وضعیت استرس آبی دائمی قرار دارند.

شهرها احتمالا بیشترین ضربه را از کمبود آب خواهند خورد. اکنون از هر چهار شهر در جهان یک شهر ناامنی آبی را تجربه می‌کند. به‌نوشته این گزارش، سطح دسترسی به آب تا سال ۲۰۵۰ در مقایسه با میزان دسترسی در سال ۲۰۱۵ در مناطق شهری تا دوسوم کاهش خواهد یافت.

رقابتی‌تر شدن عرضه آب باعث خواهد شد شرکت‌ها در سراسر جهان میلیاردها دلار برای حفاظت از آب هزینه کنند. این درحالی است که مدت‌هاست به دولت‌ها هشدار داده شده برای مقابله با معضل کمبود آب چاره‌اندیشی کنند.

این مطالعه همچنین نشان داد که کمبود آب نه به دلیل عدم وجود آب کافی بلکه به خاطر سوءمدیریت در منابع آب است.

بخش زیادی از آب مصرفی جهان در صنایع، کشاورزی و شهرها به شکلی نامطلوب مصرف می‌شود و به همین دلیل هدررفت زیادی دارد. در برخی شهرها بخش عمده آب آشامیدنی در مسیر لوله‌هایی که آب را به خانه‌ها می‌رسانند، از دست می‌رود.

ریچارد دامانیا یکی از اقتصاددان‌های برجسته بانک جهانی و نویسنده این گزارش گفت: «زمانی ضرر کاهش می‌یابد یا حتی در برخی مناطق خطر از بین می‌رود که دولت‌ها با افزایش بهره‌وری و تخصیص ۲۵درصد آب موجود به مصارف ارزشمندتر به کمبود آب واکنش نشان دهند.»

این مطالعه نشان می‌دهد که اگر قیمت درستی برای آب تعیین شود و با آن مثل یک منبع ارزشمند اقتصادی رفتار شود، تهدید بی‌آبی و معضلات اقتصادی پس از آن به‌زودی رنگ خواهد باخت.

براساس این گزارش، وقتی آب رایگان در اختیار مردم قرار گیرد، استفاده بیش از حد از آن و هدر دادنش بسیار ساده می‌شود. اغلب کسانی که مصرف بهینه آب ندارند، در کشورهایی هستند که بالاترین سطح استرس آبی را دارند. در این کشورها همچنین خبری از مشوق‌هایی برای مصرف درست آب نیست.

در این گزارش به راهکار بازار محور در استرالیا در دهه ۹۰ میلادی اشاره شده است. این راهکار به‌خوبی نشان می‌دهد که چگونه می‌توان آب را با یک روش پایدارتر و منصفانه‌تر در اختیار مردم قرار داد.

جدول امروز

قیمت برنج

نوع	قیمت(تومان)
طارم اصل	۸۲۰۰
هاشمی	۸۲۰۰
دم سیاه	۸۴۰۰
آوازه کیسه طلایی، میزبان کیسه آبی، پردیس سبز	۸۵۰۰
دانه بلند ۱۱۲۱- هندی (محسن، مژده)	۴۵۰۰
انواع دودی	۷۷۰۰

کیوسک

اجرای کنسرت واقعیت مجازی

یک شرکت متخصص در زمینه تکنولوژی واقعیت مجازی با یکی از بزرگ‌ترین برگزارکنندگان کنسرت قراردادی امضا کردند.

اجرای زنده از یک هنرمند در شهر نیویورک در حالی که در اتاق خودش در پاریس است، نوعی دیگر از کاربرد واقعیت مجازی است. NextVR متخصص در زمینه تکنولوژی واقعیت مجازی دست به اقدام جدیدی زده است.

این شرکت قراردادی با یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های تولید موسیقی و برگزارکننده کنسرت برای اجرای یک کنسرت به سبک واقعیت مجازی امضا کرده است. با عرضه چشم بندهای واقعیت مجازی از شرکت‌های مختلف مثل سامسونگ و هوآوی و اچ تی سی، دسترسی به بازی‌های ویدئویی مدرن بسیار آسان‌تر شده است.

اگر این تکنولوژی چشم بندها و کلاه‌های واقعیت مجازی امکان دیدی ۳۶۰ درجه‌ای را به کاربران بدهند، آن وقت می‌توان شاهد برگزاری کنسرت‌هایی به این سبک یا تماشای مسابقات ورزشی به این روش باشیم. با امضای این قرار داد به‌زودی نخستین کنسرت واقعیت مجازی برگزار خواهد شد که برای تماشاگران یا شرکت‌کنندگان در کنسرت تجربه‌ای بسیار متفاوت خواهد بود. آنها می‌توانند هنرمند محبوب خود را با تصویری با کیفیت فوق‌العاده بالا و وضوح تصویر بسیار بالا در کنسرت‌های واقعیت مجازی ببینند.

از این پس در شهرهای کوچک هم می‌توان شاهد برگزاری کنسرت‌های موسیقی از هنرمندان محبوب دنیا باشیم. حتی کارشناسان و متخصصان به فکر برگزاری کنسرت از هنرمندانی هستند که دیگر در قید حیات نیستند. متخصصان این زمینه به فکر برگزاری کنسرت زنده از هنرمندان فوت شده مثل مایکل جکسون هستند. همچنین هنرمندان دیگر می‌توانند بدون برگزاری تورهای دور اروپا و آمریکا از اتاق خود برای طرفداران کنسرت برگزار کند.

بازی شطرنج هولوگرامی

به‌زودی نسخه‌ای جدید از بازی شطرنج با الهام از جنگ ستارگان وارد بازار می‌شود. این بازی شطرنج با تکنولوژی شبیه‌ساز هولوگرام یا تمام نگاری طراحی شده است. هولوگرام فناوری جدیدی است که در زندگی امروزی انسان‌ها وارد شده است. این فناوری مدلی در دنیای سه بعدی ارائه می‌کند که مزایای بسیاری دارد و در حال حاضر یک نوع فانتزی به‌شمار می‌آید.

این روش طراحی از نظر ثبت اطلاعات روی فیلم، به عکاسی شباهت دارد، اما شیوه و وسایل کار برای ایجاد این تصویر کاملا متفاوت است. در این روش اطلاعات مربوط به هر سه بعد در تصویر ثبت می‌شود و بیننده تصویر را برجسته می‌بیند. در واقع تصویر دارای یک بعد مجازی یا کاذب است چون با تغییر زاویه دید تصویر و اندازه و فاصله آن تغییر می‌کند. این بازی شطرنج یک فانتزی به‌صورت هولوگرافی است که از جنگ ستارگان الهام گرفته شده است. تمام طرفداران جنگ ستارگان می‌توانند از این پروژه که هولوگرید یا نبرد هیولا نام دارد، نهایت لذت را ببرند. هیجان و جذابیت بازی در چیست؟ خالق و طراح این بازی «Phil Tippet» شخصیت‌های جنگ ستارگان را به بازی گرفته است. Chewbacca و R2D2شخصیت‌های اپیزود چهارم جنگ ستارگان هستند که در این بازی ایفای نقش می‌کنند.