روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

شنبه ۸ خرداد ۱۳۹۵

Sat. 28 May 2016

۲۱ شعبان ۱۴۳۷ - سال دوم

شماره ۵۱۶-۲۰صفحه - ۱۰۰۰تومان

www.forsatnet.ir

چگونه یک محیط کار پرتنش را مدیریت کنیم؟

استرس‌زدایی از محیط‌های پراسترس

داستان شرکت‌هایی که رویای توسعه و پیشرفت در سر دارند، در سراسر دنیا معروف است. در این شرایط مدیران برای رسیدن به پیشرفت و گسترش حیطه...

۱۱

پیش‌بینی اکونومیست؛

شکوفایی صنعت خودروی ایران طی ۵ سال

۷

گزارش «فرصت امروز» از دور دوم اکران نگارخانه‌ای به وسعت شهر

حظ بصری مخاطب به بهای زیان رسانه‌دارها

۹

سعید غلامحسینی | فرصت امروز

نرخ سود بانکی یک بار دیگر در آستانه کاهش قرار گرفته است

به نام تولید، به کام موسسات مالی غیرمجاز

۴

مدیران

«فرصت امروز» توسعه ساخت مراکز تجاری را بررسی می‌کند

مال‌ها، راهی برای آشتی با اقتصاد جهان

۶

فرصت امروز

سرمقاله

امیدواری خارجی‌ها و ناامیدی منتقدان داخلی

محمدصادق جنان‌صفت
عضو شورای سردبیری

سه سال پیش در چنین روزهایی، تصویری تاریک از آینده اقتصاد ایران در ذهن و قلب ایرانیان ترسیم شده بود. فعالان صنعت، معدن و تجارت ایران به‌ویژه در بخش خصوصی و اقتصاددانان خارج از قدرت دولت در وضع ناامیدکننده‌ای بودند و چشم‌انداز روشنی از آینده در ذهن آنها جای نمی‌گرفت.

نرخ تورم شتابان که به مرز ۳۵درصد در سال ۱۳۹۱ رسیده بود، نرخ بیکاری فزاینده، مناسبات تیره و تار ایران با شرکت‌ها و کشورهای بزرگ خارجی و سیاست‌های ناکارآمد...

۱

رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی: دولت با دو نرخی کردن بنزین مخالف است

رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور درباره دونرخی کردن بنزین گفت: دولت اساسا دو نرخی بودن را در یک شرایط اقتصاد سالم، فسادآور می‌داند و با دو نرخی کردن بنزین مخالف است.

محمدباقر نوبخت در برنامه گفت‌وگوی ویژه خبری در پاسخ به این پرسش که چرا رشد اقتصادی سال ۹۴ به ۰,۹ کاهش یافت؟ گفت: تاثیر کاهش قیمت نفت روی بودجه و منابع دولت و همچنین تردید سرمایه‌گذاران برای سرمایه‌گذاری از عوامل کاهش این رشد بوده است.

وی افزود: در نیمه دوم سال ۱۳۹۴ پس از اینکه متوجه شدیم تا شهریور رکود نسبی وجود دارد و رشد حدود ۳ درصدی در سال ۹۳ درحال کاهش است دولت بلافاصله بسته سیاستی ضد رکودی را به‌صورت کوتاه‌مدت ارائه کرد.

نوبخت ادامه داد: ۷ هزار و۵۰۰ میلیاردتومان منابع دولتی برای فعال کردن طرح‌های عمرانی و همچنین منابعی برای کمک به صنعت خودرو در نظر گرفته شد.

سخنگوی دولت افزود: مرکز آمار گزارش سه ماهه رشد اقتصادی سه ماهه چهارم سال ۹۴ را ارائه کرد که نشان داد رشد اقتصادی کشور به مثبت ۲ درصد افزایش یافته و رشد منفی صنعت، مثبت شد و خدمات هم به همین ترتیب.

نوبخت به افزایش رشد تولید پس از برجام اشاره و اضافه کرد: پس از برجام موفق شدیم میزان صادرات و تولید را دو برابر افزایش دهیم که با این کار در سه‌ماهه چهارم سال ۹۴ رشد اقتصادی مثبت ۲ درصد حاصل شد.

وی گفت: رشد اقتصادی مثبت ۲ درصد که در سه ماهه چهارم سال ۹۴ اتفاق افتاد از طریق افزایش پایه پولی نبود و بخشی از آن مربوط به بیش از ۷هزار و ۵۰۰ میلیارد تومان تزریق منابع مالی از سوی دولت برای طرح‌های عمرانی بود و برای تحریک تقاضا هم از سیاست‌های پولی و هم مالی استفاده شده است.

نوبخت با اشاره به اینکه نظام بانکی هر سال ۳۰۰ تا ۳۵۰ هزار میلیارد تومان تسهیلات اعطا می‌کند، افزود: صندوق توسعه ملی هم از سال گذشته حدود یک میلیارد دلار یعنی معادل ۳هزار میلیارد تومان به بخش صنعت و کشاورزی تسهیلات داد و رشد بخش کشاورزی از ۳,۵ به ۵,۵درصد افزایش یافت.

رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور گفت: مردم باید آثار رشد اقتصادی را در زندگی خود احساس کنند اما در حالی این مهم انجام می‌شود که رشد اقتصادی بیش از ۵ تا ۶ درصد باشد.

نوبخت افزود: همین که پارسال در این شرایط توانستیم رشد منفی را به مثبت تبدیل کنیم، معقول بود.

سخنگوی دولت ادامه داد: مرتب هیات‌های بلندپایه خارجی به کشور می‌آیند و تاکنون بیش از ۹ رئیس‌جمهور، ۵ نخست‌وزیر، ۳ رئیس مجلس سنا، بیش از ۱۹ وزیر امور خارجه و هیأت‌های مختلف به ایران آمده‌اند و قراردادهایی را منعقد کرده‌اند. نوبخت افزود: از ۲۷ دی پارسال تاکنون بیش از ۳ میلیارد و ۴۱۸ میلیون دلار سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی روی ۴۱ طرح انجام شد.

وی تاکید کرد: این پیشرفت‌ها ادامه دارد و مردم آثار آن را در زندگی خود احساس خواهند کرد.

نوبخت گفت: بیش از ۴ هزار واحد صنعتی اکنون وجود دارند که تکمیل شده‌اند و تجهیزات و ماشین آلات هم دارند اما چون سرمایه در گردش ندارند تعطیل هستند.

وی افزود: برای فعال کردن واحدهای صنعتی بیش از ۱۶ هزار میلیارد تومان تامین منابع مالی کردیم و بیش از ۸۰۰میلیارد تومان یارانه برای آنها قرار دادیم.

سخنگوی دولت اضافه کرد: گزارش همه اینها را قبل از پایان امسال به تفکیک استان و شهرستان بیان خواهم کرد. وی با اشاره به اینکه شرط لازم این کار برداشتن تحریم‌ها بود، گفت: دولت این کار را انجام داده است و در راستای آن تلاش می‌کند. نوبخت تاکید کرد: دولت تلاش می‌کند به جای تزریق پول بین مردم زیرساخت‌ها را آماده و اشتغال مولد ایجاد کند.

وی گفت: قطعا تا پایان امسال بیش از ۶۶۰ طرح عمرانی در سراسر کشور به بهره‌برداری می‌رسد.

نوبخت با بیان اینکه صنعت ما رشد مطلوبی ندارد و واحدهای تولیدی و صنعتی باید فعال شوند، افزود: بخش عمده تولید ما در کشاورزی بود که در چهار فصل سال گذشته رشد مطلوبی را در این بخش داشتیم.

نوبخت درباره قانون بودجه و حذف ۲۴میلیون نفر افراد پردرآمد و دو نرخی‌شدن بنزین گفت: آن مواردی را که مجلس شورای اسلامی در قالب حذف ۲۴ میلیون نفر افراد پردرآمد مطرح کرد در دستور کار ما و جزو ۳ میلیون نفری که یارانه آنان حذف شد بود.

وی افزود: طبق این قانون دولت اجازه تشخیص نیازمند را دارد ضمن اینکه پول‌های ناشی از حذف یارانه دهک‌های پردرآمد به دولت می‌تواند کمک کند.

نوبخت ادامه داد: سالانه حدود ۴۲هزارمیلیارد تومان و هر ماه۳ هزار و ۴۰۰میلیارد تومان یارانه پرداخت می‌کنیم که رقم سنگینی است.

وی با تاکید بر اینکه دولت نمی‌تواند از سفره مردم بزند و از پول آن استفاده کند، گفت: اجازه نداریم یارانه نیازمندان را حذف کنیم.

نوبخت افزود: دولت یارانه هر کسی را که تشخیص دهد درآمد بالایی دارد و مستحق این دریافت نیست قطع می‌کند.

وی با اشاره به اینکه قانون افراد ثروتمند را کسانی دانسته که درآمد بالای ۳۵میلیون تومان در سال دارند، گفت: افرادی که این درآمد را دارند اما در شهرهای بزرگ مانند تهران زندگی می‌کنند و دانشجو دارند و مستاجر هستند، نمی‌توان ثروتمند قلمداد کرد.

رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور با بیان اینکه به اقتصاد رقابتی وحضور بخش خصوصی معتقد هستیم، افزود: اینکه قیمت یکی از عوامل تعیین‌کننده است بخشی از اصول ما است اما دولت باید نظارت لازم را داشته باشد و ضمن حمایت از تولیدکنندگان باید حمایت از مصرف‌کنندگان را هم جزو وظایف خود بداند.

نوبخت با اشاره به اینکه نهادهای قیمت‌گذار، سوسیالیستی نیستند و در همه جای جهان وجود دارند، اضافه کرد: مالکیت و مدیریت باید بر عهده بخش خصوصی باشد و دولت باید در جایگاه سیاست‌گذاری و نظارت باشد.

پایان نشست رهبران «جی هفت» با تاکید بر رفع مشکلات اقتصادی جهان

سران کشورهای «جی هفت» روز جمعه در پایان نشست دو روزه خود در ژاپن با ابراز نگرانی از گسترش افراطی گری و تروریسم، متعهد شدند تمامی تلاش خود را برای از میان برداشتن چالش‌های اقتصادی پیش روی رشد و توسعه دنیا به‌کار گیرند.

به گزارش ایرنا، چهل و دومین اجلاس سران گروه هفت با حضور رهبران آمریکا، فرانسه، آلمان، ژاپن، انگلیس، کانادا و ایتالیا که از پنجشنبه در شهر ایسه شیما ژاپن آغاز به کار کرده بود، دیروز جمعه با انتشار بیانیه‌ای به کار خود پایان داد.

شرکت‌کنندگان در این اجلاس در بیانیه پایانی خود خاطرنشان کردند که دنیا با مخاطرات اقتصادی فراوانی روبه‌رو است و از وظایف این کشورها باید همکاری متقابل برای حل این مشکلات باشد که سد راه رشد اقتصادی شده است.

آنان در نشست پایانی خود همچنین گفتند به دنبال همکاری بیشتر برای مقابله با تهدیدهای سیاسی هستند و افزودند که در آینده همکاری‌ها برای از بین بردن تروریسم و افراط‌گرایی خشونت‌آمیز بیشتر خواهد شد.

رهبران گروه هفت تصریح کردند که مسئله پناهجویان و آوارگان جنگی از دیگر معضلاتی است که امروز دنیا تجربه می‌کند و برای حل این مشکل لازم است تروریسم ریشه کن شده و منازعات منطقه‌ای پایان یابد.

در این بیانیه آمده است که «جی هفت» و اعضای آن دارای یک ماموریت ویژه برای مهار معضلات و مقابله با چالش‌ها و برطرف کردن مخاطرات جهان هستند.

آنان بر اعتمادسازی بیشتر تاکید ورزیده و در بیانیه آورده‌اند که باید بسته‌های محرک اقتصادی برای رشد در نظر گرفته و فرصت‌های شغلی ایجاد کرد و همکاری‌های جهانی را برای رفع چالش‌ها افزایش داد.

در بیانیه خاطر نشان شده است که باید فرصت‌های شغلی فراگیر در دنیا ایجاد کرد. باید کاری کرد که تقاضای پایین و مشکلات زیرساختی که مانعی برای رشد اقتصادی جهان است برطرف شود.

در بخش دیگری از بیانیه آمده است: اعضا در مورد زمان و شرایط بسته‌های محرک اقتصادی اختلافاتی دارند اما قبول کرده‌اند براساس شرایط هر کشور چنین کاری را صورت دهند و به‌خصوص آلمان پذیرفته است سیاست‌های مالی جدیدی در نظر بگیرد.

از معضلاتی که در این سند به آن اشاره شده بدهی‌های کشورهاست تا جایی که آمده است بدهی عمومی ژاپن دو برابر اندازه رشد اقتصادی این کشور است و دیگر کشورهای ثروتمند نیز کم و بیش با این مشکل روبه‌رو هستند.

شینزو آبه، نخست‌وزیر ژاپن که کشورش اجلاس را از روز گذشته میزبانی کرد گفت که ما از بحران اقتصادی سال ۲۰۰۸ درس عبرت گرفتیم و نمی‌خواهیم دوباره در آن شرایط قرار بگیریم.

باراک اوباما، رئیس‌جمهوری آمریکا نیز گفت که همه کشورها قبول کرده‌اند از تمامی توان و شرایط بازار خود برای بهتر کردن اوضاع اقتصادی در داخل و خارج بهره بگیرند.

سران هفت کشور صنعتی همچنین در بیانیه خود تاکید کردند که خروج انگلیس از اتحادیه اروپا به رأی‌گیری مردم و همه پرسی بستگی دارد که روز ۲۳ ژوئن انجام می‌شود.

در این بیانیه به منازعات دریاهای شرقی و جنوبی بدون ذکر نام چین اشاره شده و آمده است که باید از آزادی دریانوردی در این مناطق حراست و از درگیری‌ها خودداری شده و مشکلات به طور صلح‌آمیز حل و فصل شود.

مبارزه با تروریسم، بهداشت جهانی، مهاجرت، مسئله پناهجویان و تقسیم مشکلات آنها بین کشورهای اروپایی از دیگر مباحث ذکر شده در بیانیه پایانی است.

آمریکا، انگلیس، کانادا، فرانسه، آلمان، ایتالیا و ژاپن کشورهای عضو این گروه هستند که حدود ۵۰ درصد اقتصاد جهان را در اختیار دارند.

با ملحق شدن روسیه به این گروه در سال ۱۹۹۸ نام این گروه به «جی هشت» تغییر کرد اما بعد از الحاق شبه جزیره کریمه به روسیه، این کشور از گروه «جی هشت» برکنار شد و از سال ۲۰۱۴ کشورهای مهم صنعتی دنیا در قالب «جی هفت» و بدون روسیه با هم دیدار می‌کنند.

سرمقاله

امیدواری خارجی‌ها و ناامیدی منتقدان داخلی

سه سال پیش در چنین روزهایی، تصویری تاریک از آینده اقتصاد ایران در ذهن و قلب ایرانیان ترسیم شده بود. فعالان صنعت، معدن و تجارت ایران به‌ویژه در بخش خصوصی و اقتصاددانان خارج از قدرت دولت در وضع ناامیدکننده‌ای بودند و چشم‌انداز روشنی از آینده در ذهن آنها جای نمی‌گرفت.

نرخ تورم شتابان که به مرز ۳۵درصد در سال ۱۳۹۱ رسیده بود، نرخ بیکاری فزاینده، مناسبات تیره و تار ایران با شرکت‌ها و کشورهای بزرگ خارجی و سیاست‌های ناکارآمد و بنیان برانداز صادر شده از سوی دولت دهم، فضای غمباری را نشان می‌داد و دریچه‌های امید بسته می‌شد.

دولت یازدهم که رویکرد تازه‌ای به اقتصاد و سیاست خارجی داشت و دارد با بهره‌مندی از اجماع سیاسی در سطح نخست تصمیم‌گیری ایران و مهارت‌های دیپلماتیک، مناسبات ایران را با جهان از شرایط سخت به فضایی آرام رساند. این رفتار استراتژیک سد راه توسعه تحریم‌های سخت شد و اقتصاد ایران نفس تازه کرد تا همان جایی که هست بماند و سقوط نکند، علاوه بر این مهارت‌های اقتصادی موجود در گروه اقتصادی دولت نیز به کمک آمد و تورم شتابان را مهار کرد و مانع از سقوط رشد اقتصادی شد. اکثریت فعالان صنعتی و اقتصادی همین ایستادگی رشد در منطقه غیرمنفی را نیز دستاورد مثبتی می‌دانند. در حالی که قیمت نفت از نیمه دوم سال ۱۳۹۳ در مسیر سرازیری قرار گرفت و بخش اصلی درآمد دولت آسیب دید و در حالی که مناسبات اقتصادی ایران و کشورهای بزرگ جهان از انجماد خارج شده است، برخی پیش‌بینی‌ها حاکی از روند مثبت اقتصاد ایران تا سال ۲۰۲۰ است. پیش‌بینی خوش‌بینانه کارشناسان واحد اطلاعات اکونومیست به مثابه نهادی فوق‌العاده معتبر از روندهای رشد اقتصاد ایران تا سال ۲۰۲۰ بسیار حائز اهمیت است. این پیش‌بینی نشان می‌دهد که کارشناسان اقتصادی برخلاف منتقدان سیاسی دولت فعلی، اقتصاد ایران را در شرایط مناسب می‌بینند. در همین چند روز گذشته نمایندگانی از اتریش، انگلستان، آلمان، کرواسی و... در تهران بوده و با ایرانی‌ها درباره آینده همکاری‌ها صحبت کرده‌اند. در این وضع است که ناامیدی منتقدان سیاسی دولت یازدهم و امیدواری فعالان صنعتی و اقتصادی اروپایی، معمای بزرگی شده است؛ آیا خارجی‌ها بدون اطلاعات دقیق و چشم بسته به ایران آمده‌اند و می‌آیند و اطلاعاتی نادقیق دارند یا اینکه منتقدان دولت از واقعیت‌ها دور شده و همه چیز را در چارچوب مبارزه سیاسی تحلیل می‌کنند؟

کانال رسمی روزنامه فرصت‌امروز در تلگرام

Telegram.me/ForsatEmrooz

نفت

نامه اعتراضی بخش خصوصی در واکنش به نامه احمد توکلی

آیا شرکت‌های ایرانی کارچاق‌کن هستند؟!

جمعی از مدیران و رؤسای هیات‌مدیره شرکت‌های خصوصی فعال در بخش بالادستی صنعت نفت و تولیدکنندگان تجهیزات و ارائه‌کنندگان خدمات فنی، از نامه اخیر احمد توکلی به معاون اول رئیس‌جمهوری انتقاد کرده‌اند.

به گزارش ایسنا، در این نامه انتقادی که خطاب به جهانگیری، معاون اول رئیس‌جمهوری تهیه شده، با اشاره به رویکرد مصرح در سند ابلاغی سیاست‌های برنامه ششم توسعه از سوی مقام معظم رهبری و تاکید معظم‌له بر حمایت از تاسیس شرکت‌های غیردولتی برای سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های اکتشاف و بهره‌برداری و توسعه میادین نفت و گاز و جذب سرمایه ایرانیان خارج از کشور و سرمایه‌گذاران خارجی با ایجاد انگیزه و مشوق‌های لازم، تصریح شده است مصوبه هیأت وزیران در خصوص الزام مشارکت شرکت‌های E&P ایرانی با شرکت‌ها و سرمایه‌گذاران خارجی صاحب سرمایه و تکنولوژی، در راستای اجرایی‌شدن این ابلاغیه است.

این نامه به امضای نمایندگان شرکت‌های مختلف بخش خصوصی رسیده است و امضای رئیس هیات‌مدیره انجمن شرکت‌های مهندسی و پیمانکاری نفت، گاز و پتروشیمی، رئیس هیات‌مدیره انجمن سازندگان تجهیزات صنعت نفت ایران، رئیس هیات‌مدیره انجمن صنفی مهندسین پلیمر و شیمی ایران، رئیس هیات‌مدیره انجمن حفاری نفت و گاز و رئیس هیات‌مدیره انجمن سازندگان تجهیزات صنعتی ایران در آن به چشم می‌خورد.

مدیران ارشد صنایع خصوصی بخش نفت کشور در ادامه، از محتوای نامه نماینده سابق تهران که آن‌را «توهین‌آمیز» خوانده‌اند و شرکت‌های ایرانی فعال در صنعت نفت را که «سال‌ها در تمامی صحنه‌های پرشکوه انقلاب اسلامی، جنگ و تحریم بار سنگین سازندگی کشور را به عهده داشته و باوجود تنگناهای تحریم، همه امکانات و توانایی‌های خود را در اجرای پروژه‌های بزرگ ملی کشور به کار گرفته و اکنون بیش از ۹۰ هزار میلیارد تومان از دولت طلبکار هستند را با نام شرکت‌های کارچاق کن طرف خارجی در کشور یاد کرده است و شرکت‌های مزبور را که همیشه در جهت توانمندسازی داخل، بیشترین ریسک‌ها را پذیرفته‌اند بنگاه‌های نازپرورده و مصرف‌کننده نامیده» انتقاد کرده‌اند.

براساس تاکید صاحبان صنایع بخش خصوصی کشور در این نامه، مصوبه هیأت وزیران برای نخستین بار این فرصت را برای شرکت‌های ایرانی به وجود آورده است که به‌صورت فعال در مشارکت‌ها ورود پیدا کنند و با حضور در فرآیند اجرای قراردادهای آموزش نیروهای داخلی و انتقال دانش و توسعه فناوری، مشارکت در تصمیم‌گیری‌های مربوط به توسعه میدان، یادگیری مهارت‌های مدیریتی و مهندسی مخازن و به‌کارگیری توان سازندگان و پیمانکاران داخلی در طرح‌های توسعه میدان، جایگاه، توان دانش و تخصص خود را تضمین کنند. صاحبان ارشد صنایع بخش خصوصی کشور تصریح کرده‌اند: «در این بین حتی پیمانکار خارجی متعهد است از حداکثر توان فنی و مهندسی، تولیدی و صنعتی و اجرایی کشور استفاده و برای انجام برنامه‌های آموزشی و تحقیقاتی مشترک و مرتبط به منظور به روزرسانی مراکز تحقیقاتی موجود و ایجاد مراکز تحقیقات مشترک در هر قرارداد سرمایه‌گذاری کند.»

مدیران ارشد صنایع خصوصی فعال در صنعت نفت در ادامه، ضمن ابراز تاسف از عناوین به‌کاربرده شده برای شرکت‌های بخش خصوصی کشور در نامه نماینده سابق تهران و اینکه اولویت اول این شرکت‌ها را به دلیل خصوصی بودن‌شان، کسب سود حداکثری از پروژه و نه الزاما فناوری مورد نیاز کشور دانسته است، آورده‌اند «متاسفانه به‌رغم مصوبه هیأت وزیران، این دوستان بسیار توهین‌آمیز این شرکت‌ها را به‌عنوان کارچاق‌کن و بنگاه نازپرورده و مصرف‌کننده معرفی می‌کنند. این وهن است که گفته شود شرکت‌های ایرانی کسب درآمد از پروژه را به کسب فناوری جدید ترجیح می‌دهند.»

کارآفرینان صنعت نفت تصریح کرده‌اند: «بدین‌وسیله تشکل‌های مردم‌نهاد زیر، این نحوه برخورد مخرب با شرکت‌های ایرانی را که توانایی‌های آنها مورد تایید همه شرکت‌های نفتی بین‌المللی نیز هست نکوهش کرده و امیدواریم مجلس شورای اسلامی دوره دهم و دولت و وزارت نفت تلاش کرده و با حمایت شرکت‌های ایرانی در کشور، مشارکت تشکل‌های صنفی را در جریان تصمیم‌سازی بیش از پیش کند، چرا که ایران باید به دست ایرانی ساخته شود.»

در پایان این نامه از معاون اول رئیس‌جمهوری به نمایندگی از هیأت وزیران درخواست شده است که به بیانیه و خطابه‌هایی که هیچ گونه سنخیتی با سیاست‌های اقتصاد مقاومتی و توانمندسازی شرکت‌های داخلی و آموزش و انتقال تکنولوژی و ارتقای جایگاه ایران در افزایش ذخایر راهبردی نفت و گاز ندارد توجهی نکرده و با روحیه قوی و مصمم به وضع مقررات حمایتی و اجرایی لازم ادامه دهند.

بحث در خصوص قراردادهای نفتی از موضوعات تخصصی حوزه حقوقی و اجرایی است و به‌رغم برگزاری نشست‌های تخصصی با حضور نمایندگان کمیسیون‌های ذیربط مجلس شورای اسلامی، اساتید دانشگاه و کارشناسان حقوقی و مجریان و مدیران ارشد طرح‌های صنعت نفت به منظور بررسی دقیق ابعاد قراردادهای مزبور، هنوز از سوی گروهی انتقاداتی به این قراردادها وارد است، اما این برای نخستین بار طی سال‌های اخیر است که چنین موضوعی از سوی یکی از نمایندگان مجلس در قالب نامه‌نگاری یک سویه پیگیری شده است.

با وجود تلاش ترکمنستان برای جذب سرمایه‌گذار

خط لوله تاپی سرانجامی ندارد

الهه ابراهیمی
ebrahimi1941@gmail.com

ترکمنستان به دنبال جذب سرمایه‌گذار برای به سرانجام رساندن خط لوله تاپی است، اما کارشناسان با توجه به شرایط امنیتی در کشورهای افغانستان و پاکستان بر این باورند که صادرات گاز ترکمنستان به هند سرانجامی ندارد.

رهبران کشورهای ترکمنستان، افغانستان، پاکستان و هند رسما پروژه خط لوله گاز میان ترکمنستان، افغانستان، پاکستان و هند موسوم به «تاپی» را افتتاح کردند و قرار شده ۱۰ میلیارد دلار این طرح در سال ۲۰۱۹ به بهره‌برداری برسد. کشور ترکمنستان در این راستا مذاکراتی با بانک توسعه اسلامی، صندوق سرمایه‌گذاری عربستان و دولت ژاپن برای جذب سرمایه‌گذاری انجام داده است.

مصطفی شریف‌النبی، کارشناس ارشد بازار بین‌المللی گاز درباره مذاکره برای جذب سرمایه‌گذار این خط لوله، با بیان اینکه شرایط امنیتی افغانستان و روابط پاکستان و هند مانع از اجرایی شدن خط لوله تاپی می‌شود، به «فرصت‌امروز» می‌گوید: «این خط نمی‌تواند رقیب جدی برای صادرات گاز ایران باشد و شوخی بیش نیست با این وجود از آنجا که کشور ترکمنستان هزینه‌ای برای اجرای این خط صادراتی داشته است که بیشتر این هزینه جنبه نمایشی دارد به اجرایی شدن این خط نمی‌توان امیدوار بود.»

وی با بیان اینکه در شرایط کنونی به دلیل نبود امنیت کشورهای در مسیر خط لوله تاپی، بانک‌ها و شرکت‌های بزرگ تمایلی برای سرمایه‌گذاری ندارند، می‌افزاید: «امضاکنندگان تفاهم‌نامه خط لوله تاپی را رئیس‌جمهوری کشورهایی امضا کرده‌اند که قابل اعتماد نیستند. برای نمونه اگر کشور پاکستان قابل اعتماد بود، خط لوله صلح ایران عملیاتی می‌شد؛ خطی که مقدمات اجرایی شدن آن به طور کامل انجام شده است.»

این کارشناس حوزه انرژی بر این باور است که خط لوله تاپی بیش از آنکه خط لوله تجاری باشد، سیاسی است. این شرایط بستگی به این دارد که در کشورهای افغانستان و پاکستان به سرعت شرایط تغییر یابد. با این وجود طرح خط لوله تاپی تنها برای این است که به ایران فهمانده شود که صادرات گاز به هند مسیرهای جایگزین متعددی دارد. این در حالی‌است که کشور هند ترجیح می‌دهد گاز مورد نیاز خود را از طریق ال‌ان‌جی دریافت کند تا به کشور پاکستان وابستگی داشته باشد.

بی‌رغبتی هند برای تامین گاز از طریق خط لوله

محمدصادق جوکار، کارشناس بین‌المللی گاز، با بیان اینکه خط لوله تاپی به دلیل نبود امنیت در کشورهای افغانستان و پاکستان نمی‌تواند اجرایی شود، به «فرصت امروز» می‌گوید: «در کنار نبود امنیت برای اجرای این پروژه، کشور ترکمنستان به دلیل تنوع بازارهای صادراتی به‌خصوص فازهای صادراتی به کشور چین، توان صادراتی گاز از مسیر خط لوله تاپی را ندارد از این رو نمی‌توان امیدوار بود که این خط اجرایی شود.»

وی با بیان اینکه هندی‌ها بیشتر تمایل دارند که گاز مورد نیاز خود را از طریق ال‌ان‌جی تامین کنند، می‌افزاید: «خط لوله برای کشور هند از اهمیت کمتری برخوردار است و ترجیح می‌دهد که اگر خط لوله‌ای باشد از مسیر عمان به هند صورت گیرد. با این وجود به‌رغم هزینه‌های موجود برای ساخت لوله لوله تاپی، به سرانجام رسیدن آن با اما و اگرهای متعددی مواجه شده است.»

مرتضی بهروزفرد، عضو هیأت علمی موسسه مطالعات بین‌المللی انرژی ایران به «فرصت امروز» می‌گوید: «خط لوله تاپی هرگز به مرحله اجرا نمی‌رسد زیرا دو کشور افغانستان و پاکستان در شرایط مناسبی قرار ندارند که بتوان براساس ثبات موجود در این دو کشور امیدوار به اجرایی شدن این خط لوله شد، از سویی دو کشور هند و پاکستان به تعامل مشترک نمی‌رسند از این رو کشور هند حاضر نمی‌شود که از پاکستان گاز مورد نیاز خود را تامین کند.»

وی با بیان اینکه کشور پاکستان بازار محدودی برای صادرات گاز است، می‌افزاید: «روسیه علاقه زیادی دارد که کشورهای صادرکننده گاز در کشور پاکستان سرمایه‌گذاری کنند به طوری که از خط لوله صلح دفاع کرد و امروز نسبت به خط لوله تاپی چنین دیدگاهی دارد، اما من معتقدم خط لوله تاپی اجرایی نمی‌شود و ایران نباید خط لوله صلح را عملیاتی کند از این رو می‌توان به جای سرمایه‌گذاری در مسیر پاکستان برای صادرات گاز، دو کشور امارات و کویت را برای صادرات گاز انتخاب کرد.»

این کارشناس بین‌المللی نفت وگاز بر این باور است که خط لوله تاپی تاثیری در معاملات ایران برای صادرات گاز ندارد و کشور پاکستان، تنها یک بن‌بست صادراتی است.

خط لوله تاپی یک‌هزارو ۸۱۴ کیلومتر طول دارد که از این میان ۲۰۰ کیلومتر آن از خاک ترکمنستان، ۷۳۵ کیلومتر آن از خاک افغانستان و ۸۰۰ کیلومتر آن از خاک پاکستان و از آنجا به منطقه فاضلکه در مرز با هند امتداد خواهد یافت. ظرفیت انتقال گاز از این خط لوله ۳۳ میلیارد متر مکعب است.

بین‌الملل

نفت مازاد و افزایش بهای دلار مانع از رسیدن نفت به ۵۰ دلار

ترجمه: معراج آگاهی
منبع: رویترز

در پی افزایش ارزش دلار و وجود نفت مازاد در بازار، قیمت نفت خام در بازارهای جهانی تنها پس از مدتی که به مرز ۵۰ دلار در هر بشکه رسید، مجددا روند نزولی خود را بازیافته و قیمت آن کاهش یافت.

در این راستا بهای شاخص نفتی برنت دریای شمال با ۳۴ سنت کاهش به ۴۹ دلار و ۲۵ سنت در هر بشکه رسید. گفتنی است کاهش ارزش این شاخص نفتی درحالی صورت پذیرفت که اندکی پیش از آغاز فرآیند کاهش قیمت‌ها در بازار، هر بشکه نفت خام برنت به قیمت ۵۰ دلار و ۱ سنت در هر بشکه معامله شده بود که این میزان بالاترین قیمت این شاخص نفتی از ماه نوامبر تاکنون محسوب می‌شود.

از دیگر سو شاخص آمریکایی وست تگزاس اینترمدیت نیز از روند نزولی قیمت‌ها در بازار بی‌نصیب نماند و با کاهشی ۳۱ سنتی به قیمت ۴۹ دلار و ۱۷ سنت در هر بشکه معامله شد. این کاهش قیمت در شرایطی صورت می‌گیرد که این شاخص آمریکایی قیمت ۵۰ دلار و ۲۱ سنت را تجربه کرد که بالاترین قیمت این شاخص از ماه اکتبر به این سو محسوب می‌شود.

به گزارش خبرگزاری رویترز، وقوع آتش‌سوزی‌های گسترده در کانادا و حملات گروه‌های شبه‌نظامی در لیبی و غرب آفریقا سبب شد تولید نفت خام روزانه ۴ میلیون بشکه کاهش یافت و قیمت هر بشکه نفت خام در بازارهای جهانی را به ۵۰ دلار در هر بشکه رساند که این میزان بالاترین قیمت نفت در هفت ماه گذشته به شمار می‌رود.

در این رابطه تونی نونان مدیر بخش نفت شرکت «Mitsubishi Corporation» می‌گوید: «در حال حاضر نفت شیل جدیدترین تحریک‌کننده بازار محسوب می‌شود و اتفاقاتی که در این حوزه رخ می‌دهد وضعیت بازار را دچار دگرگونی می‌کند.»

نونان در ادامه افزود: «هزینه‌های تولید در نقاط مختلف جهان بسیار متنوع و متفاوت است. قیمت تمام شده نفت شیل ۴۸ تا ۵۰ دلار در هر بشکه است این در حالی است که برخی تولیدکنندگان نفت تنها زمانی می‌توانند به سودآوری امیدوار باشند که نفت به قیمت ۵۰ دلار در هر بشکه معامله شود.»

تحلیلگران و کارشناسان «National Australia Bank» نیز در یادداشتی اعلام کردند: «در چهار تا پنج ماه آینده قیمت نفت می‌تواند میان ۴۰ تا ۵۰ دلار باقی بماند چرا که ما در حال وارد شدن به فصل آغاز سفر در ایالات متحده هستیم و افزایش تقاضا برای سوخت در این فصل، می‌تواند منجر به افزایش قیمت نفت خام در بازارهای جهانی شود.»

با وجود تحلیل‌ها و یادداشت‌های منتشر شده، سرمایه‌گذاران و فعالان حوزه انرژی در انتظار تصمیم جانت‌یلن، وزیر خزانه‌داری ایالات متحده در رابطه با امکان افزایش نرخ بهره از سوی این وزارتخانه هستند. همچنین نشست کشورهای صادرکننده نفت عضو اوپک در دوم ماه مه سال جاری میلادی می‌تواند تا حدود زیادی جهت‌گیری بازارهای جهانی نفت را مشخص کند.

در همین ارتباط تونی نونان، مدیر بخش نفت شرکت «Mitsubishi Corporation» معتقد است: «بسیاری از کارشناسان نشست آتی اوپک را بی‌نتیجه یا خنثی تلقی کرده و معتقدند با توجه به بی‌نتیجه بودن این نشست تغییری در وضیت قیمت نفت در بازار ایجاد نخواهد شد. این در حالی است که بخش دیگری از فعالان حوزه انرژی می‌گویند در صورت تصمیم عربستان مبنی بر افزایش تولید، نشست مذکور می‌تواند نتایج اسفباری به همراه داشته باشد.

با این حال کشورهای عضو اوپک به تنهایی نمی‌توانند جهت‌گیری بازار را مشخص کنند، چرا که در صورت افزایش نرخ بهره از سوی وزارت خزانه‌داری آمریکا، ارزش دلار در بازارهای جهانی افزایش یافته و این موضوع می‌تواند به معنای کاهش بهای نفت در بازار باشد.

موافقت‌نامه ۲ میلیارد یورویی پتروشیمی مسجدسلیمان و ADKL آلمان امضا شد

موافقت‌نامه همکاری شرکت صنایع پتروشیمی مسجد سلیمان با شرکت ADKL آلمان به ارزش ۲ میلیارد یورو که تا سقف ۱۰ میلیارد یورو قابل افزایش است، امضا شد.

به گزارش شانا، موافقت‌نامه همکاری ایران و آلمان از سوی یوسف داودی، مدیرعامل شرکت صنایع پتروشیمی مسجد سلیمان و برند لنزن، مدیرعامل شرکت ADKL آلمان امضا شد.

این موافقت‌نامه با هدف گسترش همکاری در زمینه‌های تامین مالی، انتقال فناوری و اجرای قراردادهای EPCF امضا شده است. پیش از امضای این موافقت‌نامه نشست همکاری میان شرکت‌های پتروشیمی مسجد سلیمان و ADKL آلمان برگزار شد.

در این نشست گرت دون، وزیر اقتصاد، انرژی و صنعت ایالت نوردراین-وستفالن آلمان و هیات همراه وی، مدیرعامل شرکت ADKL آلمان و یوسف داودی، مدیرعامل شرکت صنایع پتروشیمی مسجد سلیمان و جمعی از مسئولان استانی و کشوری حضور داشتند.

در هیات اعزامی نوردراین-وستفالن آلمان که به تهران آمده است، افزون بر وزیر اقتصاد این ایالت، دو نماینده مجلس ایالتی و نیز نمایندگانی از اتاق‌های بازرگانی و صنایع دوسلدورف، کلن، هاگن و همچنین اتاق بازرگانی و صنایع ایالتی وستفالن حضور داشتند، همچنین نمایندگان نزدیک به ۶۰ بنگاه اقتصادی این هیات را در این سفر همراهی می‌کنند.

ایالت نوردراین وستفالن آلمان پرجمعیت‌ترین ایالت این کشور و چهارمین ایالت از نظر وسعت جغرافیایی است که چهار شهر از ۱۰ شهر بزرگ آلمان، یعنی کلن، دوسلدورف، دورتموند و اسن در این ایالت قرار دارند. وزیر اقتصاد، انرژی و صنعت ایالت نوردراین-وستفالن آلمان که در رأس این هیأت به تهران آمده است، از آمادگی صنایع این ایالت برای همکاری با ایران و بررسی بیشتر امکان سرمایه‌گذاری مشترک خبر داد.

برق

چیت‌چیان خبر داد

صدور ۱۰میلیون کیلو وات برق به خارج از کشور

وزیر نیرو گفت: سالانه ۱۰ میلیارد کیلووات برق از ایران به دیگر کشورها صادر می‌شود.

به گزارش ایسنا، حمید چیت چیان در جمع خبرنگاران در گچساران افزود: از اولویت‌های وزارت نیرو در سال ۹۵ واگذاری نیروگاه‌های در دست مطالعه به سرمایه‌گذاران بخش خصوصی، اجرای طرح تعادل بخشی منابع آب زیرزمینی و برق‌رسانی به روستاهای ۱۰ تا ۲۰ خانوار است.

وی بیان کرد: سالانه ۱۰ میلیارد کیلووات برق از ایران به خارج از کشور صادر می‌شود. وزیر نیرو تصریح کرد: ظرفیت برق تولیدی کشور سالانه ۱۱ هزار و ۴۰۰میلیارد مگاوات است. چیت چیان عنوان کرد: درحال حاضر ۱۵ طرح تعادل بخشی سفره‌های آب زیرزمینی با همکاری وزارت نیرو و جهاد کشاورزی در کشور در حال اجراست. وی ادامه داد: مطالبات وزارت نیرو از دیگر وزارتخانه‌ها درحال حاضر ۵۰هزار میلیارد ریال و میزان اعتبارات بخش آب و برق کشور در سال گذشته ۴۹۰ هزار میلیارد ریال بوده است.

گاز

مدیرعامل شرکت نفت و گاز پارس:

ایران منتظر پیشنهاد مالی هندی‌ها برای توسعه میدان گازی فرزاد بی‌است

مدیرعامل شرکت نفت وگاز پارس با اشاره به مذاکرات ایران و هند برای توسعه میدان گازی فرزاد بی، گفت: منتظر مدل مالی پیشنهادی آنها درباره بحث مالی پروژه هستیم.

علی‌اکبر شعبانپور در گفت‌وگو با شانا اظهار کرد: مذاکرات ایران و هند برای توسعه میدان گازی فرزاد بی ادامه دارد و منتظر مدل مالی پیشنهادی آنها درباره مسائل مالی پروژه براساس سهم برداشت گاز و میعانات تولیدی از میدان هستیم.

وی افزود: شرکت ملی نفت ایران پس از دریافت پیشنهاد مدل مالی، آن را بررسی می‌کند و در صورت تایید، مذاکرات بعدی براساس قرارداد HOA انجام می‌شود. مدیرعامل شرکت نفت و گاز پارس با اشاره به برگزاری جلسه‌های فراوان میان طرف ایرانی و هندی، اظهارکرد: نفت وگاز پارس مسئول بررسی پیشنهادهای فنی شرکت هندی برای توسعه میدان گازی فرزاد بی است اما بررسی توجیه اقتصادی توسعه این میدان گازی بر عهده شرکت ملی نفت ایران است.

به گزارش شانا، کنسرسیومی به رهبری شرکت او ان جی سی ویدش، بخش سرمایه‌گذاری خارجی شرکت ملی نفت و گاز هند (او ان جی سی) در سال ۲۰۰۸ میلادی میدان گازی فرزاد بی را در بلوک فراساحلی فارسی (بینالود) در خلیج‌فارس کشف کردند. این کنسرسیوم که شرکت‌های اویل ایندیا و ایندین اویل نیز در آن حضور داشتند، هم‌اکنون خواستار دریافت قرارداد توسعه میدان گازی فرزاد بی هستند.

پتروشیمی

مدیر کنترل تولید شرکت ملی صنایع پتروشیمی:

بورس بین‌المللی پتروشیمی از دامپینگ جلوگیری می‌کند

بساق‌زاده گفت: بورس بین‌المللی پتروشیمی از دامپینگ محصولات در بازارهای خارجی جلوگیری می‌کند، ضمن اینکه ایران می‌تواند مبنای قیمت‌گذاری محصولات شود. علی محمد بساق‌زاده مدیر کنترل تولید شرکت ملی صنایع پتروشیمی در گفت‌وگو با ایلنا با بیان اینکه بورس بین‌المللی پتروشیمی از دامپینگ محصولات در بازارهای خارجی جلوگیری می‌کند، گفت: در حال حاضر بورس داخلی محصولات پتروشیمی فعال بوده و حرکت می‌کند و شرایط بهینه‌ای نیز دارد و راه‌اندازی بورس بین‌المللی هم می‌تواند وضعیت فروش محصولات را ارتقا دهد.

وی افزود: قبل از تحریم قرار بود بورس خارجی محصولات پتروشیمی فعال شود و اقداماتی نیز در این خصوص انجام و زمینه جهت فعال شدن این بورس در کیش فراهم شد و حتی با شرکت‌های خارجی نیز ارتباط برقرار شد، اما به دلیل تحریم‌ها به تعویق افتاد.

بساق‌زاده تصریح کرد: کارگزاران مربوط به شرکت‌های خارجی به دلیل تحریم‌ها و محدودیتی که ایجاد شده بود، نتوانستند به طور علنی خود را مطرح کنند. علاوه بر این، به دلیل مشکلاتی که در زمینه جابه‌جایی ارز حادث شد، راه‌اندازی این بورس معلق باقی ماند. وی ادامه داد: موضوع دیگری که مانع راه‌اندازی این بورس شد مباحث مربوط به لجستیک و حمل‌ونقل بود که خریداران تحت‌الشعاع این مسئله قرار گرفتند و شروع فعالیت بورس بین‌المللی در زمان تحریم کند شد.

مدیر کنترل تولید شرکت ملی صنایع پتروشیمی خاطرنشان کرد: اکنون موقعیت خوبی است که اگر بورس بین‌الملل پتروشیمی فعال شود، شرایط مناسب است زیرا شرکت‌ها می‌توانند هم محصولاتشان را ارائه و هم خرید کنند، ضمن اینکه بورس کیش می‌تواند مبنای قیمت‌گذاری محصولات پتروشیمی حداقل در منطقه خلیج فارس باشد.

یادداشت

بیوتکنولوژی راهی برای پایان دادن به کشاورزی سنتی

پونه پورامینی
کارشناس ارشد گیاهان دارویی

در طـول تاریخ برای اصلاح گیاهـان زراعی و دارویی، بـه منظور ایجاد و بهبـود ترکیبات گیاهـان، همواره از فناوری‌های جدید بهره گرفته شده است. در این روش‌ها سعی داشته‌اند که با اصلاح ژنتیکی، گیاهان را به منظور سـازش‌های محیطـی، مقاومت بـه آفـات و بیماری‌ها و کیفیـت خـاص مورد تقاضـای کشـاورزان، صنایع و مصرف‌کنندگان تغییر دهند.

امـروزه بـا افزایـش روز افزون جمعیـت، به منظور دسـتیابی سـریع به ارقام و ترکیبات نـو و خاص، نیاز به روش‌هـای اصلاحی جدید بیش از پیش احسـاس می‌شود. جمعیت جهان در سال ۲۰۰۰ میلادی به بیش از ۶میلیارد نفر رسـیده و تصور می‌شود در سال ۲۰۲۵ میلادی تقریبا به ۸/۵میلیارد نفر برسـد. بنابراین، برای تامیـن نیازهای غذایی این جمعیـت در حال افزایش، میزان تولید غذا در سال ۲۰۲۵ میلادی باید ۵۰درصد افزایـش یابد. بنابراین نیاز به ارقـام زراعی و دارویی با تولید بالاتر، بیش از پیش احساس می‌شود.

طی چند دهه گذشته پیشرفت‌های بسیاری در زمینه افزایش تولید محصولات در سراسر جهان صورت گرفته است. آنچه مسلم است بهره‌گیری از علوم و فناوری‌های جدید جهت رفع نیازهای بشری همواره مورد توجه بشر بوده است. در این زمینه، استفاده از روش‌های نوین مانند بیوتکنولوژی که باعث کاهش زمان دسـتیابی به اهداف مورد نظر می‌شـوند، در عرصه کشاورزی می‌تواند کمک فراوانی به حل مشکلات کشاورزی سنتی و نیازهای غذایی جامعه بشری کند.

پیشـرفت‌های جدید در زمینه زیست‌شناسی سلولی و مولکولـی راهی نوین در زمینه تولید گیاهان تراریخته فراهم کرده است. این محصولات که به محصولات زراعی اصلاح ژنتیکی شـده یا تراریخته معروفند به سرعت در حال گسـترش هستند. گیاهان تراریخته به طور کلی به گیاهانی اطلاق می‌شـود که با استفاده از روش‌های نوین مهندسـی ژنتیک، ژن یا ژن‌هایی مفید را از سایر منابع مانند: باکتری‌ها، جانوران، انسان و سایر گیاهان دریافت کرده‌اند و معمولا با اهدافی مانند افزایش مقاومت به آفات و بیماری‌ها، افزایش مقاومت به تنش‌های غیرزیستی مانند خشکی، شوری، سرما، بهبود کیفیت غذایی، افزایش در تولید محصول نهایی، تولید واکسـن‌ها و آنتی‌بادی‌های گیاهـی، افزایش در میزان متابولیت‌های خاص و... ایجاد شده‌اند. مهندسـی ژنتیک امکاناتی را فراهم کرده که تا قبل از ظهور آن شـاید تصور آن هم ممکن نبوده است. شاید در بین عموم تصوراتی نه چندان منطقی و درست وجود داشته باشد که با انتقال ژنی خاص به گیاه خاصیت بیماری‌زایی یا سـایر خصوصیات آن هم به گیاه منتقل می‌شود که در اغلب موارد چنین تصوراتی نادرست بوده و بیشتر به دلیل ناآگاهی یا اطلاع نادرست از این فناوری به ذهن خطور می‌کند. در ادامه برخی از جنبه‌های مفید و کاربردی مهم مهندسی ژنتیک در زمینه علوم گیاهی و کشاورزی به اختصار معرفی می‌شود:

گیاهـان مقـاوم بـه آفـات و بیماری‌هـا: یکی از چالش‌هایی که کشـاورزان همواره با آن مواجه هسـتند خسارت ناشی از آفات و بیماری‌ها بر تولیدات کشاورزی است. روش مرسوم مبارزه با این عوامل خسارت‌زا استفاده از سموم شیمیایی است که افزون بر تحمیل هزینه فراوان بر کشاورز، صدمات جبران‌ناپذیری هم بر محیط‌زیست و مصرف‌کننده محصولات وارد می‌کند.

امروزه با استفاده از مهندسی ژنتیک، ژن‌های مقاوم به آفات و بیماری‌ها به گیاهان منتقل شـده و بدین ترتیب ضمن افزایش مقاومت گیاهان در مقابل آفات و بیماری‌ها، از خطرات زیست‌محیطی ناشی از مصرف بی‌رویه سموم شیمیایی هم کاسته شـده است. از جمله مهم‌ترین این محصولات می‌توان به پنبه و ذرت اشاره کرد. بیماری‌های ویروسی و قارچی هم از جمله عواملی هستند که با ایجاد خسـارت به محصولات کشـاورزی، مانع کشت آنها در بسـیاری از شـرایط آب و هوایی نیز می‌شوند و در روش مهندسی ژنتیک به گیاهانی دست یافته‌اند که مقاوم به قارچ‌های بیماری‌زا هستند.

گیاهان مقاوم به علف‌کـش: روش‌های رایج مبارزه با علف‌های هرز چندان انتخابی نیست و علف‌کش‌ها در موارد زیادی علاوه بر نابودی علف‌ها به گیاهان زراعی نیز آسیب می‌رسـانند. به همین منظور دانشمندان، با وارد کردن ژن مقاوم به علف‌کش به برخی گیاهان زراعی مهم مانند چغندرقند، سـویا، کلزا، ذرت، پنبه، گوجه‌فرنگی و تنباکو آنها را در برابر علف‌کش‌ها مقاوم کرده‌اند.

گیاهان مقاوم به تنش‌های غیرزیسـتی: خشکی، شوری و سرما از نخستین عوامل کاهش محصول در دنیا بوده و در اغلب محصولات مهم زراعی و حتی دارویی باعث کاهش شـدید در تولید می‌شوند. پیش‌بینی می‌شود که تا سـال ۲۰۵۰ بیش از ۵۰ درصد زمین‌های قابل کشت در دنیا دچار مشکل شـوری شوند. در نتیجه استفاده از روش‌های مهندسـی ژنتیک یکی از گزینه‌های موجود و مفید در جهت افزایش تحمل گیاهان به این تنش‌هاست.

گیاهـان تراریختـه و محیط‌زیسـت: از گیاهـان تراریخته می‌توان به منظور پاکسازی زمین از آلودگی‌های طبیعی یا مصنوعی حاصل از فعالیت‌های صنعتی یا سایر فعالیت‌ها بهره گرفت.

گیاهان باغـی و زینتی: گل‌های تراریخته از سـال ۱۹۹۶ به طور تجاری در دسترس قرار گرفته‌اند، ولی این زمینه از تولید گیاهان تراریخته اغلب نادیده گرفته شده است.

در نتیجه، پیشرفت‌های علمی در زیست فناوری مدرن با اسـتفاده از روش‌های نوین مهندسـی ژنتیک تحولی عظیم در کشاورزی، پزشکی، داروسازی، صنایع غذایی و سایر زمینه‌ها را فراهم کرده است. در کشورهای پیشرفته و کشورهای در حال توسعه سالانه میلیاردها دلار صرف این فناوری می‌شود که در قبال این سرمایه‌گذاری، سود فراوانی نیز نصیب این کشـورها می‌کند. در کشور ما هم تحقیقات گسـترده‌ای در دانشـگاه‌ها، مراکز و موسسات تحقیقاتی در این زمینه در حال انجام است که در برخی موارد پیشرفت‌های چشمگیر و کم نظیری داشته است.

در جلسه شورای گفت‌وگو، بخش خصوصی خواستار شد

اصلاح بسته حمایت از صادرات غیر نفتی

نشست پنجاه و نهم شورای گفت‌وگـوی دولـت و بخش خصوصی بـا حضور وزیر امور اقتصادی و دارایی چهارشنبه شـب گذشـته در اتاق ایران برگزار شد.

در ایـن نشسـت محسـن جلال‌پـور، رئیس اتـاق ایران بـا اشـاره بـه مـواد ۲و ۳ قانـون بهبود مسـتمر محیط کسـب‌وکار گفت: دولت باید هنگام تصویـب آیین نامه‌ها، نظـرات تشـکل‌ها و بخـش خصوصی را نیز جویا شـود و اتـاق ایران نیز همـواره توقع دارد کـه در فرآینـد تصویب قوانیـن و آییـن نامه‌ها نقش فعالی داشته باشد.

وی گفـت: باوجـود ایـن موضوع، مشـاهده می‌شود که اخیـرا در تصمیم‌گیری‌هـای دولتی و مواردی مانند تصویب بسته حمایت از توسعه صادرات غیرنفتـی، به اتـاق هیچ گونه اطلاع‌رسانی نمی‌شود و نظرات اتاق و بخش خصوصی به‌عنوان ذی‌نفع اصلـی این موضوع در نظـر گرفته نمی‌شـود. محمد لاهوتی، رئیس کنفدراسـیون صادرات نیـز پیرامون تصویب بسـته حمایـت از توسـعه صـادرات غیرنفتـی گفـت: از طریـق سـازمان توسـعه صـادرات دسـتورالعملی برای کنفدراسـیون صادرات ارسال شـد و ما در حال بررسـی آن بودیـم اما ناباورانـه دیدیم که همان بسـته ابلاغ و به نظرات بخـش خصوصـی اهمیتـی داده‌نشد.

لاهوتـی بـا بیـان اینکـه دولت یازدهم همواره سـعی داشـته تعامل خوبی با بخش خصوصی داشـته باشـد و از نظرات بخـش خصوصی بهره ببرد، گفت: من به نمایندگی از حداقل ۳۰ تشکل صادراتی می‌گویم که اجرای این بسته آسـیب‌های بسیاری به بخش خصوصـی وارد می‌کنـد و موجـب یـأس و ناامیدی در این بخش می‌شـود. این فعال اقتصادی پیشـنهاد کرد این بسته معلق شده و اجرا نشود.

علـی طیب‌نیا، وزیـر امور اقتصـادی و دارایـی پـس از شـنیدن نظـرات بخـش خصوصـی، گفـت: مجموعه دولـت و همچنیـن بنـده به بخـش خصوصـی اعتقـاد جـدی داریـم و منشـا همه ناکارآمدی‌هـا و سـطح نازل ارتقـای بهره‌وری در کشـور را فربهـی دولـت و بخـش شبه‌دولتی می‌دانیم.

طیب‌نیـا افـزود: بسـته حمایت از صادرات باید با نظر بخش خصوصی تهیه می‌شده و عـدم تحقق این امر را نباید کاری حسـاب شده و از روی قصد شمرد، اشتباهی سهوی اسـت که در آینده باید از آن اجتناب شود.

وی گفت: توقف اجرای این بسـته مطلوب نیسـت. بهتر اسـت این آیین‌نامه را گامی به جلو تلقی کـرده و ایرادها و مسـائل آن را در قالـب اصلاحیه آورده و ابلاغ کنیم.

در مـورد بسـته حمایـت از صـادرات در نهایـت مقرر شـد دبیرخانه شورا ظرف دو هفته پیشـنهادها را بررسـی و پالایـش کـرده و در نهایت به‌عنـوان نظر نهایـی بخش خصوصـی در جلسـه بعدی شورا ارائه کند.

در ادامه نشسـت شـورای گفت‌وگـوی دولـت و بخش خصوصـی کـه بـه ریاسـت وزیر اقتصاد برگزار می‌شـود، دبیرخانه شـورا پیشنهاداتی راهبـردی را بـرای برنامـه برون‌گرایی اقتصاد در راستای سیاسـت‌های دهم و یازدهم اقتصـاد مقاومتـی (توسـعه صادرات غیرنفتی) ارائه کرد.

حسیـن سـلاح‌ورزی، قائـم مقـام دبیـر شـورای گفت‌وگـو، پیشـنهاد بازبینی و به‌روزرسـانی سـند راهبرد ملی توسعه صادرات غیرنفتی را مطـرح کـرد و گفـت: از آنجایـی که پنج سـال پیش در این سـند نوعی تقسـیم کار ملی در امر توسعه تجارت مطرح و موضـوع تولید برای صـادرات و حـذف موانع در مسیر تجارت خارجی مدنظر قرار گرفته است و با توجه به اینکه بهبود فضای کسب‌وکار و رقابتـی کـردن ایـن فضا لازمـه پیاده‌سـازی اهـداف سیاست‌های اقتصاد مقاومتی است، لازم است با بازنگری در این سـند راهبردی براساس اهداف سیاسـت‌های اقتصاد مقاومتـی و برنامـه ششـم توسعه، دستگاه‌های دولتی و غیردولتـی به اجرای برنامه‌ها و تکالیف مربوط اقدام کنند.

سـلاح ورزی پیشنهاد کرد اتاق ایران ظرف مدت سه ماه با همـکاری اتاق‌های تعاون و اصنـاف و همچنین سـازمان توسـعه تجـارت، نسـبت به بازنگری و به‌روزرسـانی سند راهبرد ملی توسـعه صادرات غیرنفتی کشـور اقدام کرده و سـند مذکور را برای تصویب بـه شـورای عالی صـادرات ارسال کند.

او با تاکید بـر لزوم تقویت صنـدوق ضمانـت صـادرات ایـران و توسـعه فعالیت‌های بیمه‌ای برای ضمانت صادرات، پیشـنهادهای دبیرخانـه را بـرای تحقق این امر تشـریح کـرد و گفت: بـه منظور رفع مشکلات صادرکنندگان، لازم است سـرمایه و توان پوشش ریسـک‌های تجاری صندوق افزایش یافتـه و امکان تامین انـواع ضمانت‌نامه‌هـا بـرای صادرکننـدگان بـا شـرایط سـهل‌تر و نرخ پایین‌تر فراهم شود.

سیدکمال سیدعلی، رئیس هیات‌مدیـره و مدیـر عامـل صنـدوق ضمانت صـادرات، پیرامـون مشـارکت هـر چه بیشـتر بخـش خصوصی در صنـدوق گفـت: در حـال تشـکیل اتـاق فکـری برای صنـدوق ضمانـت صـادرات هسـتیم و از اتاق هـم برای حضـور در این اتـاق فکر که به واسـطه آن در تصمیمات صندوق نقش خواهد داشـت، دعـوت می‌کنیـم و این اتاق فکـر می‌توانـد همـه نظرات بخش خصوصی را تامین کند.

سـلاح‌ورزی در بخـش دیگری از سـخنانش، اصلاح سـاز و کار انتخـاب رایزنـان بازرگانـی و کارشناسـان اقتصادی سفارتخانه‌های ایران را مورد توجه قرار داد.

رئیـس اتاق ایـران در این زمینه گفـت: اغلـب رایزنان بازرگانـی کارایـی لازم را ندارند، چنانچـه گاهی حتی از اعـزام هیات‌های تجاری ما آگاهـی ندارند، چه رسـد به اینکـه بخواهند بـا رایزنی و شناخت کشـور هدف، بخش خصوصـی را یـاری دهنـد. جلال‌پـور لـزوم بازنگـری و اصلاح روند برگزیدن رایزن‌ها را مـورد توجـه قـرار داد و گفت: اتـاق ایران نیز آمادگی دارد در ایـن زمینه برای بهره بردن هر چه بیشـتر از فضای بین‌المللـی، هـر کمکـی که می‌تواند ارائه دهد.

وزیـر امـور اقتصـادی و دارایی، پیرامون اصلاح سـاز و کار انتخاب رایزنان بازرگانی گفـت: در این زمینـه به کار کارشناسـی و دقیق بیشتری نیاز داریم و باید کشـورهای هـدف و نیازهـای متفـاوت آنها شناسـایی شده و بتوانیم رایزنان خوبـی انتخاب کنیم. در ایـن زمینـه وزارت امـور خارجه فهرسـتی را در دست تهیه دارد تا از این پس با اتاق نیز در ارتباط مستمر باشند.

دبیرخانـه شـورا در بخش دیگری از نشست، بر ضرورت سـامـانـدهـی بـرنـامه‌های برگزاری نمایشگاه‌های داخلی و خارجـی و برنامه‌های اعزام و پذیرش هیات‌های تجاری و بازاریابی تاکید کرد.

رئیس اتاق ایـران پیرامون سپردن اجرای نمایشگاه‌های خارجـی به بخـش خصوصی گفـت: هـدف اتـاق ایـران ایـن اسـت کـه همـه امور نمایشـگاه‌ها، بـه ایـن دلیل که یکی از اهرم‌های مناسـب توسـعه صـادرات اسـت و بـه بسـط روابـط اقتصادی بـا کشـورهای هـدف کمک می‌کند، به تشکل‌های بخش خصوصی سپرده شود.

وزیر اقتصـاد در این زمینه تصریح کرد: باید پیشـنهادی عملی با همه جزییات تدوین و با حضور وزیر صنعت، معدن و تجارت در شورا عنوان شده و در نهایت بـرای تصویب به هیات دولت ارسال شود.

گفتنـی اسـت دبیرخانـه شـورای گفت‌وگـو پیـش از جلسـات رسـمی شـورا طی جلساتی کارشناسی با حضور کارشناسـان، صاحبنظـران، فعـالان بخـش خصوصـی، مسـائل در دسـتور کار شورا را بررسـی کـرده و در نهایت در جلسه رسمی موارد نهایی مورد نظر اعضای شورا را ارائه می‌کند.

صنعت

معاون وزیر صنعت اعلام کرد

پرداخت تسهیلات میلیاردی به صنعتگران

معـاون امـور صنایـع وزیـر صنعـت، معـدن و تجـارت از ارائه تسـهیلات یک تا ۳میلیارد تومانی بـه واحدهـای صنعتی کوچک و متوسـط خبـر داد و شرایط پرداخت این تسهیلات و واحدهای مشمول را اعلام کرد.

محسن صالحی‌نیا در گفت‌وگو با ایسـنا، با بیـان اینکه ۱۶هزار میلیارد تومان اعتبار به واحدهای صنعتی تزریق می‌شـود، گفت: واحدهای صنعتی در استان‌های مختلف کشور در قالب واحدهای کوچـک بـا ۵۰ نفر اشـتغال و واحدهـای صنعتی متوسـط با ۱۰۰ نفـر اشـتغال در این طرح قرار می‌گیرند.

وی گفت: بنا بر این اسـت که اگر حداقـل ۷۵۰۰ واحد تحت پوشـش باشـند ۶۵۰۰ واحـد صنعتـی کوچک و هـزار واحد دیگر واحدهای متوسط باشند.

معاون وزیـر صنعت، معدن و تجارت با اشاره به اینکه تشخیص واحدهایـی کـه می‌تواننـد از این تسـهیلات اسـتفاده کنند بر عهده کارگروه‌های رفع موانع تولیـد در استان‌هاسـت، اظهار کرد: بـا توجـه بـه واحدهایی که در کارگروه‌هـای رفع موانع تولید مسـتقر در سراسر کشور شناسـایی شـدند، یک‌میلیارد تومان برای واحدهای کوچک و تا ۳میلیـارد تومان هم برای هر یک از واحدهای متوسـط اعتبار تعلق می‌گیرد.

وی در تشریح نحوه بازپرداخت ایـن وام‌هـا گفـت: عـلاوه بـر واحدهای در حـال تولیدی که سـرمایه در گردش دارند، حدود ۲۰۰۰ واحد دیگـر که هنوز به بهره‌بـرداری نرسـیده‌اند و بـه دریافت تسهیلات برای رسیدن به مرحله بهره‌برداری نیاز دارند، از این تسـهیلات بهـره خواهند بـرد و در این میـان بازپرداخت تسـهیلات بـرای واحدهایی که به‌عنـوان طرح قرار اسـت برای تسهیل و بهره‌برداری از اعتبارات اسـتفاده کننـد، حداکثر تا پنج سـال اسـت و واحدهایـی که سرمایه در گردش دارند حداکثر زمان بازپرداخت‌شان یک سال و قابل افزایش به دو سال است.

موانع دریافت تسهیلات برای واحدهـای صنعتـی رفع شـده است

وی همچنیـن بـا بیـان اینکـه براسـاس ارزیابی‌هـای کارگروه‌هـای اسـتانی، برخـی واحدهـا دارای بدهی‌هـای غیرجـاری هسـتند و امـکان دریافـت تسـهیلات از بانک را نداشـتند، افـزود: تعـدادی از واحدها به دلیل محدودیت‌هایی که در چند سـال گذشته وجود داشـت با بدهی‌های غیرجاری روبه‌رو شدند که همین موضوع باعث می‌شـد بانک‌هـا نتوانند به آنها تسـهیلات ارائـه دهند کـه پیـرو مذاکـرات بـا بانک مرکـزی، از سـوی ایـن بانک، ابلاغی سراسـری صورت گرفت کـه در این مـورد خـاص این محدودیت‌هـا بـرای واحدهای مورد نظر اعمال نشود.

صالحی‌نیـا افـزود: از سـوی دیگـر نیز مذاکراتی با سـازمان تامیـن اجتماعی برسـر بدهی بیمـه و همچنیـن با سـازمان امور مالیاتی هم سـر بدهی‌های مالیاتـی صورت گرفت که منجر به صدور دو بخش‌نامه از سـوی این دو سازمان به کلیه استان‌ها شـد که طی آنها مقرر شـد این محدودیت‌هـا بـرای واحدهایی کـه توسـط کارگروه‌هـای رفع موانـع تولید در اسـتان‌ها اعلام می‌شـوند، اعمـال نشـود تـا بتواننـد از ایـن تسـهیلات که پشتوانه‌سازی آن هم انجام شده بهره‌مند شوند.

وی با اشاره به بانک‌های عامل این طـرح گفت: بانـک مرکزی به کلیـه بانک‌هـای تجاری که می‌توانند تسـهیلاتی ارائه کنند این اجازه را داده اسـت که جدا از منابع داخلی خود با اسـتفاده از پشتوانه‌سازی که توسط بانک مرکـزی صـورت می‌گیـرد، تا سقف‌های یک و ۳میلیارد تومان تسهیلات را به واحدهای کوچک و متوسط ارائه کنند.

گفت‌وگو

مدیرعامل گروه لوازم خانگی بوش در پاسخ به «فرصت امروز»:

با نگاهی به داخل خانه ایرانی‌ها، با سلیقه آنها به خوبی آشنا شدیم

کارستن اوتنبرگ مدیرعامـل و عضـو هیات‌مدیـره گـروه BSH در حاشـیه نشسـت گروه لوازم خانگـی بـوش بـا اصحـاب رسـانه با «فرصت امـروز» به گفت‌وگو پرداخت که در زیر می‌خوانید:

هـدف شـما ارائه دانش و تکنولوژی سـاخت محصولات لوازم خانگـی بـه ایـران اسـت یـا واردات صرف محصولات؟

فعالیت ما در ایران با همکاری شرکایی در ایران آغاز شده و این به معنای این است که می‌خواهیم در زمینه کار و تکنولوژی با آنها شـراکت داشـته باشـیم که قطعا به تولید محصول در ایران منجر خواهد شد.

طی مدتی که ایران تحریم بود، بازار ایران را زیر ذره بین داشتید یا خیر؟

مـا طی مدتی کـه در ایران فعالیت نداشـتیم، اطلاعـات دسـت اولـی از بـازار ایـران نداریم. برهمیـن اسـاس فـاز اول حضـور مـا در ایران آشـنایی با مصرف‌کنندگان ایرانی و سـلیقه آنها بـود. ما نه تنها بـازار ایران را مورد بررسـی قرار دادیـم بلکه بـه داخل خانه ایرانی‌هـا هم نگاهی انداختیم و با چگونگی استفاده آنها از محصولات لوازم خانگی آشنا شدیم.

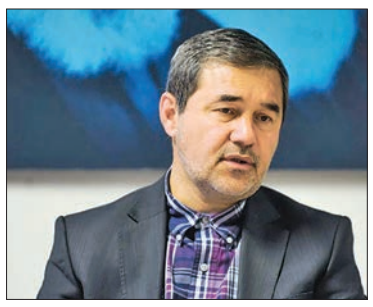
بـا توجه بـه قطع رابـط مالی ایران بـا دنیا، فعالیت شما چگونه است؟

به‌طـور حتـم روابط بانکـی از اهمیـت بالایی برخوردار اسـت و پس از چند ماه نیازمند بهبود روابـط ایـران و اروپا خواهیم بود و خوشـبختانه روابـط بانک‌هـای ایرانـی و اروپایـی در حـال تقویت اسـت اما هنوز به نقطه‌ای نرسیده‌ایم که بگوییـم مشـکلات به‌صـورت ۱۰۰درصدی حل شده است.

صنایع‌دستی

معاون صنایع دستی:

حرکت نمایشگاه‌های صنایع‌دستی به سمت تجاری شدن



بهمـن نامـور مطلق، معاون صنایع دسـتی در بیست‌وششمین نمایشگاه ملی و پنجمین نمایشگاه بین‌المللی صنایع دستی گفت: در این نمایشگاه، وضعیت صنایع دستی به نمایش گذاشته می‌شود، هرسـال یک بار دور هم جمع می‌شویم تا ببینیم حال صنایع‌دسـتی چگونه اسـت و چه کالاهایی قابلیـت حضـور در نمایشـگاه‌های بین‌المللی را دارد.

به گـزارش خبرگزاری میراث آریـا، وی ادامه داد: ما در این نمایشـگاه ظرفیت‌ها و قابلیت‌های صنایـع دسـتی را مورد ارزیابی قـرار می‌دهیم و در مورد برنامه‌های آینـده این حوزه برنامه‌ریزی می‌کنیم.

معـاون صنایع‌دسـتی تصریح کرد: نمایشـگاه امسال روند بهتری را طی می‌کند به طوری‌که ما در این دوره به اهدافی که از برگزاری نمایشـگاه داریم نزدیک‌تر شده‌ایم.

نامورمطلق اضافه کرد: نمایشگاه بیست و ششم کیفیت بسیار مناسبی نسبت به سال‌های گذشته دارد و با این روند به سـوی تجاری شدن در این حوزه گام برمی‌داریم.

وی بیان کرد: هدف ما، تجاری شدن و مستقل شدن نمایشگاه‌ها است هرچند در رابطه با حمایت از مناطق محروم هم اقدامات و برنامه‌هایی صورت گرفت تا آنها هم در این نمایشـگاه حضور داشته باشند.

نامورمطلـق افـزود: این نمایشـگاه یـک دوره ایران‌شناسی و زیباشناسی را برای بازدیدکنندگان به همـراه دارد، ما شـاهد حضور اقـوام ایرانی و قومیت‌های مختلف با صنایع دسـتی مختلف در این فستیوال هستیم.

معاون صنایع‌دسـتی افزود: این نمایشگاه صرفا برای خرید نیست، بلکه برای آشنایی‌سازی مردم با صنایع دسـتی است، چراکه با حمایت مردم، ما می‌توانیم آینده خوبی برای صنایع‌دسـتی داشته باشـیم. به گفته این مقام، نماینده تجاری هیات هلند نیز در این نمایشـگاه حضور یافته تا زمینه واردات صنایع‌دسـتی کشـورمان به اتحادیه اروپا فراهم شود.

بیست و ششـمین نمایشـگاه ملی و پنجمین نمایشـگاه بین‌المللی صنایع دسـتی در مصلای تهران از پنجم خرداد ماه آغاز شـده و تا دهم این ماه ادامه دارد.

خبرنامه

نوبخت اعلام کرد

برنامه دولت برای ساماندهی ۷۰هزار پروژه ناتمام عمرانی

رئیس سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی با اعلام وجود ۷۰ هزار پروژه نیمه تمام در کشور، به اولویت‌بندی طرح‌ها در تخصیص بودجه و همچنین واگذاری آنها به بخش غیردولتی به‌عنوان سیاست مشخص دولت به منظور تکمیل طرح‌های موجود اشاره کرد.

محمدباقر نوبخت در گفت‌وگو با ایسنا، در رابطه با برنامه دولت برای تامین مالی و ساماندهی پروژه‌های عمرانی اظهار کرد: گرچه حدود ۲۰۰۰ طرح عمرانی ناتمام در کشور وجود دارد، اما برآوردها حاکی از آن است که در مجموع این طرح‌ها با احتساب چند پروژه زیرمجموعه خود و استانی، حدود ۷۰هزار پروژه را در برمی‌گیرد.

وی ادامه داد: با توجه به حجم بالای پروژه‌های ناتمام در کشور برآوردهای کارشناسان ما این است که بیش از ۴۰۰ هزار میلیارد تومان منابع برای تکمیل و رسیدن به بهره‌برداری این مجموعه لازم است.

نوبخت با اشاره به پیشنهاد بودجه ۶۰ هزار میلیارد تومانی دولت در لایحه بودجه ۱۳۹۵ که البته مجلس در جریان بررسی تا حدودی از آن کاسته است، گفت: معمولا سالانه حدود ۳۰ تا ۳۵میلیارد تومان به طرح‌های عمرانی پرداخت می‌شود.

رئیس سازمان مدیریت و برنامه ریزی، همچنین به اولویت‌بندی پروژه‌های عمرانی در تخصیص اعتبار از دو سال گذشته اشاره کرد و افزود: با توجه به ناکافی بودن رقم پرداختی در بودجه‌های عمرانی، در دو سال اخیر ناچار به اولویت‌بندی طرح‌ها شدیم، به‌طوری که ابتدا ۸۰ درصد پیشرفت فیزیکی طرح در اولویت قرار گرفت اما در سال گذشته طرح‌هایی که در توازن منطقه‌ای اثر بیشتری داشته‌اند نیز به آن اضافه شدند.

وی با بیان اینکه سیاست دولت این است که هیچ طرحی به پروژه‌های عمرانی اضافه نشود، ادامه داد: اما اگر در طرح‌هایی که در حال اجرا است، طرح میانی برای ارتباط آنها لازم باشد، اضافه خواهد شد. ولی هر طرح جدید باید مجوز لازم را از کمیسیون ۲۱۵ که شرایط سختی بر آن حاکم است، دریافت کند.

وزیراقتصاد اعلام کرد

آغاز پایش کمی اجرای «اقتصادمقاومتی» در دستگاه‌ها

وزیر اقتصاد از آغاز ارزیابی عملکرد دستگاه‌های اجرایی بر مبنای شاخص‌های کمی اقتصاد مقاومتی در سال‌جاری خبر داد.

به گزارش مهر، علی طیب‌نیا در همایش «تبیین الگوهای عملی اقتصاد مقاومتی» با بیان اینکه من به قاطعیت می‌گویم هیچ‌کدام از بندهای اقتصاد مقاومتی نیست که مورد قبول کارشناسان و تحلیلگران اقتصادی کشور نباشد و همه صاحب نظران و مسئولان، به این سیاست‌ها که از سوی مجمع تشخیص مصلحت نظام نیز مورد تایید قرار گرفته است، ایمان راسخ دارند، گفت: هدف اصلی سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، مقابله با ضعف‌های ساختاری اقتصاد کشور از جمله نوسانات نرخ رشد است که خود برآمده از وابستگی بودجه‌های دولتی به درآمد نفتی و پایین بودن نرخ بهره‌وری در کشور است و مورد تاکید مقام معظم رهبری نیز قرار دارد.

وزیر امور اقتصادی و دارایی با اعلام اینکه در سی و چند سال گذشته، میانگین نرخ رشد اقتصادی کشور، آن هم با نوسانات بسیار، (از بالای ۷درصد تا برخی ضرایب منفی) معادل ۳.۲درصد و در طول ۱۰ سال اخیر زیر ۳درصد بوده است، تصریح کرد: این در حالی است که در دهه ۴۰ شمسی، رشد پایدار بالای ۱۲ و حتی ۱۸ تا ۲۰ درصد را نیز تجربه کرده‌ایم.

این عضو کابینه دولت با بیان اینکه با این تفاسیر، نرخ رشد ۸ درصدی پیش‌بینی شده در برنامه ششم توسعه کاملا قابل دستیابی است، اظهار داشت: این رشد ۸ درصدی نه یک انتخاب، بلکه اجبار است و در حقیقت چاره‌ای جز دنبال کردن آن نداریم، زیرا اگر یک نرخ رشد پایدار می‌خواهیم باید با این ارقام هدفگذاری کنیم. وی با بیان اینکه بنا بر تصریح سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، به دنبال رشدی پایدار، دانش بنیان، مبتنی بر فناوری روز و درون‌زا هستیم که از همه ظرفیت‌ها و قابلیت‌های موجود بهره می‌گیرد، بیان کرد: رشدی که وابسته به خارج نیست و مبتنی بر اقدام و عمل جهادی و ایثارگرانه است. این مقام مسئول با تاکید بر اینکه همه باید با روحیه جهادی سعی کنیم از همه توان کشور در جهت رشد اقتصاد استفاده کنیم، تاکید کرد: از برنامه‌های مهم و اساسی ما در اقتصاد مقاومتی، قطع وابستگی اقتصاد به نفت و اتکا به درآمدهای مالیاتی است.

وزیر اقتصاد یادآور شد: اگر چه رشد مدنظر اقتصاد مقاومتی، درون‌زا است اما همان‌طور که مقام معظم رهبری هم اخیرا فرمودند، این به معنای انزوا نیست، بلکه دارای تعامل مثبت با جهان است و از همه فرصت‌ها در عرصه جهانی برای رشد و توسعه استفاده می‌کند. طیب‌نیا با اعلام اینکه امروز اگر از فرصت پسابرجام برای تشویق و جذب دانش فنی، افزایش تولید کالاهای صادراتی و صدور آن به بازارهای هدف استفاده کنیم، قطعا خواهیم توانست از ظرفیت‌های جهانی برای رشد و توسعه خود بهره ببریم، تبیین کرد: یکی دیگر از ویژگی‌های اقتصاد مقاومتی، مردمی و عدالت‌محور بودن آن است، ما رشدی می‌خواهیم که اشتغال لازم را برای جوانان فراهم کند و منافع آن به‌صورت عادلانه بین آحاد مردم توزیع شود.

این مقام مسئول توجه به صنایع کوچک و متوسط و صنایع کاربر را از اصول مورد تاکید سیاست‌های اقتصاد مقاومتی عنوان کرد و افزود: در دولت، ۱۲ برنامه عملی و کمّی برای تحقق سیاست‌های اقتصاد مقاومتی تدوین کرده‌ایم و هر دستگاه متولی انجام یکی از آنها شده است، افتخار ما این است که انجام سه پروژه «برون‌گرایی اقتصاد، ارتقای سلامت، شفافیت و انضباط مالی و اداری و مردمی کردن اقتصاد» را در وزارت اقتصاد به عهده گرفته‌ایم.

عکس تزئینی است

نرخ سود بانکی یک بار دیگر در آستانه کاهش قرار گرفته است

به نام تولید به کام موسسات مالی غیرمجاز

نسیم نجفی

عبدالناصر همتی، رئیس پیشین شورای هماهنگی بانک‌ها که این روزها به بیمه مرکزی اسباب‌کشی کرده است، در آخرین روزهای مدیریتش در بانک ملی اعلام کرد که بانک‌ها به‌زودی گرد هم می‌آیند تا کاهش نرخ سود بانکی را به بررسی بنشینند، اما این اظهارات در حالی مطرح شده که گفته می‌شود احتمال آن وجود دارد که در نشست پیش‌روی مدیران بانک‌ها این موضوع در دستور کار قرار نگیرد.

این در حالی است که شکاف موجود میان تورم و نرخ سود بانکی به‌عنوان ترمز و مهاری در مقابل رشد اقتصادی عمل کرده و با انسداد نقدینگی در سپرده‌های بانکی، از گردش آن در شبکه اقتصادی کشور جلوگیری کرده و شرایط رکودی سنگینی را رقم زده است.

رابطه تورم و نرخ سود بانکی اگر چه بارها از زبان مسئولان و چهره‌های اقتصادی مختلف بیان شده اما یک دغدغه بدون پاسخ در کاهش نرخ سود بانکی وجود دارد؛ دغدغه‌ای که با زمزمه کاهش دوباره نرخ سود بانکی باید آن را جدی گرفت.

کمی پیش از آنکه نرخ سود بانکی به ۱۸ درصد کاهش یابد، مدیران بانک‌ها در بانک مرکزی گرد هم آمدند تا در حضور رئیس کل بانک مرکزی به معضلات نظام بانکی و از جمله دغدغه‌های اقتصاد کشور در رابطه با نرخ بالای سود بانکی بپردازند. در آن نشست مدیران بانکی از فعالیت موسسات مالی و اعتباری غیرمجاز در شبکه بانکی کشور گفتند و اینکه کاهش نرخ سود بانکی می‌تواند منجر به جذب سپرده‌های بانکی در موسسات مالی و اعتباری غیرمجاز شود.

کمیجانی، قائم مقام بانک مرکزی در آن نشست اعلام کرد که با توجه به اقدامات صورت گرفته از سوی بانک مرکزی در ساماندهی موسسات مالی و اعتباری غیرمجاز، آنها دیگر قادر نیستند اختلالی در شبکه بانکی و نرخ سود به وجود آورند.

خبرنگار «فرصت امروز» در بررسی‌های میدانی سراغ چند موسسه رفت و چند و چون این موضوع را جویا شد. لازم به ذکر است که براساس مصوبه شورای پول و اعتبار سود روزشمار ۱۰ درصد و سالانه ۱۸ درصد در سپرده و همچنین سود تسهیلات تا ۲۴ درصد است.

مراجعات خبرنگار «فرصت امروز» نشان می‌دهد که بر خلاف سنوات گذشته برخی از موسسات مالی و اعتباری که در لیست غیرمجازهای بانک مرکزی هم قرار دارند پایبندی نسبتا خوبی به مصوبه شورای پول و اعتبار دارند نسبت به نرخ سود مصوب التزام دارند اما با این وجود برخی از موسسات با اعلام نرخ سودهای بالا، دستورالعمل بانک مرکزی در این باره را نادیده می‌انگارند. جالب توجه آنکه برخی از این موسسات در فهرست موسسات مالی و اعتباری دارای مجوز بانک مرکزی قرار دارند.

کاهش نرخ سود بانکی به صلاح نیست

احمد پویان‌فر، کارشناس اقتصادی در گفت‌وگو با «فرصت امروز» در این باره گفت: برآیند همه برنامه‌هایی که تاکنون بانک مرکزی برای ساماندهی این موسسات به اجرا گذاشته نشان می‌دهد که این رفتارها، رفتارهایی غیرکارآمد و بدون نتیجه بوده و این موسسات با وجود همه وعده‌های داده شده به فعالیت خود می‌پردازند.

وی افزود: موسسات مالی و اعتباری غیرمجاز به دلیل پرداخت سودهای زیاد، در روند برنامه‌های بانک مرکزی و شورای پول و اعتبار در این باره ایجاد اختلال می‌کنند. بنابراین کاهش دوباره نرخ سود بانکی در چنین شرایطی می‌تواند برای اقتصاد کشور تبعاتی به دنبال داشته باشد و اقتصاد کشور را دچار چالش کند.

پویان فر گفت: وقتی نرخ سود بانکی کاهش می‌یابد، پول از سپرده‌های بانکی خارج می‌شود اما با وجود موسسات مالی و اعتباری غیرمجاز معلوم نیست که این پول به بازارهای مولد بروند و این موضوع می‌تواند مخاطراتی را به همراه داشته باشد.

برنامه‌های ناکارآمد برای ساماندهی

این در حالی است که تاکنون بانک مرکزی در دوره‌های مختلف برنامه‌های زیادی را برای ساماندهی این موسسات دردسر آفرین اعلام کرده است اما با وجود همه وعده‌های داده شده، موسسات مالی و اعتباری غیرمجاز در حال فعالیت هستند و به کسب سود ادامه می‌دهند.

محسن جلال‌پور، کارشناس اقتصادی در گفت‌وگو با «فرصت‌امروز» با اشاره به این موضوع گفت: شکل‌گیری موسسات مالی و اعتباری غیرمجاز در کشور بر اثر یک رویه غلط در مدیریت بازار پولی و مالی بوده و متاسفانه همین رویه غلط موجب شده که موسسات مالی و اعتباری غیرمجاز به حیات خود ادامه دهند.

جلال‌پور تاکید کرد: راه حل‌هایی که از سوی نهادهای ذی‌ربط برای ساماندهی موسسات مالی و اعتباری غیرمجاز پیشنهاد می‌شود به نظر نمی‌رسد که راه‌حل‌های راهگشایی باشد. این راه‌حل‌ها بیشتر ناظر به برخوردهای قضایی و تهدید به بستن این موسسات است که می‌بینیم تاکنون این راه‌حل‌ها پاسخگو نبوده است. این فعال اقتصادی ادامه داد: نکته مهم این است که نظارت‌های بسیار شدیدی در برخورد با هر نوع موسسه یا شرکت و واحد تولیدی که بدون مجوز فعالیت کند می‌شود اما موسسات مالی و اعتباری غیرمجاز بدون اینکه دچار مشکل خاصی شوند با وجود همه تهدیدات بانک مرکزی به حیات خود ادامه می‌دهند. چنین روندی ما را به این نتیجه می‌رساند که عزمی جدی برای برخورد با آنها وجود ندارد.

گزارش دو

تعیین نرخ سود از شورای پول و اعتبار خارج می‌شود

با سیاست جدیدی که بانک مرکزی مبنی بر «هدایت سازوکار تعیین نرخ سود بانکی به بازار بین بانکی» در دستور کار قرار داده است، به تدریج تعیین نرخ سود در شورای پول و اعتبار کنار رفته و از حالت دستوری خارج خواهد شد.

به گزارش ایسنا، در حالی زمزمه‌های کاهش مجدد نرخ سود بانکی از سوی مدیران این شبکه شنیده و عنوان می‌شود که قرار است به‌زودی تشکیل جلسه داده و در این باره توافق کنند که گرچه مدیران بانک مرکزی این حق را به بانک‌ها می‌دهند، اما در نهایت بر این تاکید دارند که تصمیم و پیشنهاد نهایی برای کاهش سود و نرخ آن از سوی بانک مرکزی به شورای پول و اعتبار خواهد رفت. اعلام نظری که تا حد زیادی بازهم به اعتقاد کارشناسان دستوری بودن نرخ‌های سود بانکی را تقویت می‌کند.

این در حالی است که معمولا روال کاهش نرخ سود حدود دوسال گذشته به‌گونه‌ای بوده که بانک‌ها با تشکیل جلسه‌ای در قالب شورای هماهنگی، برای کاهش نرخ سود با یکدیگر توافق کرده و در نهایت نرخ مورد نظر که البته نمی‌تواند بدون هماهنگی با بانک مرکزی نیز باشد، با تایید و پیشنهاد این بانک در شورای پول و اعتبار مصوب شده است. روالی که از سویی با توافق بانک‌ها تا حدی بار دستوری بودن آن را کم می‌کند و از سوی دیگر تصویب از سوی یک نهاد حاکمیتی از اتهام بانک‌ها به تبانی می‌کاهد.

با این حال در دوره آخر کاهش نرخ سود بانکی که در پایان بهمن ماه سال گذشته برای دومین بار در این سال رخ داد، نرخ سود با توجه به ایجاد زمینه‌هایی و در اهم آن کاهش نرخ سود بین بانکی رخ داد، به‌طوری که با دخالت بانک مرکزی در بازار بین بانکی به تدریج نرخ از حدود ۲۹ درصد در فروردین ماه ۱۳۹۴ تا حدود ۱۸ درصد کاهش پیدا کرد تا در این شرایط در بازاری که بانک‌ها و سایر موسسات اعتباری برای تامین مالی کوتاه‌مدت با یکدیگر معامله می‌کنند نرخ سود تا حد زیادی کاهش یابد. در این شرایط بخش قابل توجهی از هزینه بانک‌ها در تامین نقدینگی که خود موجبات ایجاد رقابت برای جذب سپرده با سود بالا را فراهم می‌آورد، نیز تعدیل شد.

این سیاست بانک مرکزی که تا حد زیادی با اجرای منظم‌تر نرخ‌های سود مصوب شورای پول و اعتبار از سوی بانک‌ها همراه شد، به‌ظاهر ادامه خواهد داشت و در قالب طرح «هدایت سازوکار تعیین نرخ سود بانکی به بازار بین بانکی» را در دستور کار دارد.

آن‌طور که معاون اقتصادی بانک مرکزی در این باره به ایسنا توضیح داده است، این بانک در نظر دارد با این طرح که در چارچوب نظام سیاسی پولی در سایر کشورها انجام می‌شود و با تطبیق با نظام بانکداری ایران اجرایی خواهد شد، بتوان نرخ سود را به سمت بازار غیربانکی هدایت کرد. به عبارت دیگر بانک مرکزی از طریق فعالیت در این بازار و تاثیرگذاری در نرخ سود آن بتواند نرخ سود در شبکه بانکی را تحت تاثیر قرار دهد.

قربانی با بیان اینکه هدایت سازوکار تعیین نرخ سود بانکی به بازار بین بانکی، انتهای مسیر مدنظر بانک مرکزی است، به الزامات آن اشاره کرد و گفت: این در حالی است که برای دستیابی به این هدف باید مسائل نظام بانکی تا حدی حل و فصل شود، به‌طوری که بتوان با اجرای کامل برنامه‌های مدنظر بانک مرکزی در راستای سالم‌سازی ترازنامه بانک‌ها، رفع عوامل ایجادکننده چسبندگی در سود، برخورداری از بازار بدهی تعمیق یافته، بازار سرمایه و حل معضل تنگنای مالی بانک‌ها حرکت کرده و با ایجاد تناسب در نظام مالی بتوان نرخ سود را به بازار بین بانکی سوق داد.

وی درباره زمان اجرایی شدن کامل این سیاست نیز توضیح داد: در حال حاضر در حال گام برداشتن به این سمت هستیم. این در حالی است که در حدود یک‌سال‌ونیم گذشته اگر نرخ‌های سود سپرده از حدود ۲۴ به ۱۸ رسیده و بانک‌ها نسبت به گذشته به نرخ‌های مصوب پایبندتر هستند ناشی از این است که بانک مرکزی از طریق کانال بازار بین بانکی توانسته زمینه‌های لازم برای کاهش سود در شبکه را فراهم کند، بنابراین آثار وتاثیرگذاری آن شروع شده است. اما اینکه بتوان به طور دقیق و کامل بر این موضوع متمرکز شد، نیازمند فراهم کردن پیش‌نیازهای لازم از جمله اصلاح نظام بانکی است.

معاون اقتصادی بانک مرکزی همچنین در مورد اینکه عنوان می‌شود بانک‌ها برای کاهش نرخ سود تشکیل جلسه داده و با یکدیگر توافق خواهند کرد، یادآور شد: نرخ‌هایی که با تصمیم بانک مرکزی و در شورای پول و اعتبار مصوب می‌شود، حداکثر نرخ‌های سود سپرده است، بنابراین بانک‌ها می‌توانند با هم جلسه داشته و در رابطه با کاهش نرخ سود توافق کنند، اما در نهایت بانک مرکزی است که پیشنهاد خود را به شورای پول و اعتبار برده و مصوب می‌کند.

وی با بیان اینکه بانک مرکزی به نرخ سود متناسب با تحولات اقتصاد کلان به‌ویژه نرخ تورم تمایل دارد، یادآور شد: اگر قرار است به محدوده تورم یک رقمی وارد شویم، دلیلی وجود ندارد که نرخ سود تا این اندازه بالا باشد، چرا که موجب آسیب‌رساندن به ثبات اقتصاد کلان و همچنین تصمیمات فعالان اقتصادی و سرمایه‌گذاری است. از این‌رو راهبرد اصولی کاهش نرخ سود به شیوه دستوری با رعایت اقتضائات و شرایط بانک‌ها و بازار پول است که بتوان نرخ سود حقیقی را درحد ۱ تا ۲درصد مثبت نگه داریم، تا در این حالت مشتری بانک در سپرده‌گذاری خود ضرر نکرده، پول آن ارزش خود را حفظ کند و شرایط معقول و منطقی حکمفرما باشد تا مبنایی باشد که نرخ سود تسهیلات نیز با بازده بخش واقعی اقتصاد متناسب شود.

با تصمیم آخر شورای پول و اعتبار در پایان سال گذشته نرخ سود سپرده از ۲۰ به ۱۸ درصد و سود تسهیلات از ۲۴ به ۲۲ درصد کاهش یافت. نرخ‌هایی که اخیرا همتی، رئیس سابق شورای هماهنگی بانک‌ها اعلام کرده بود که قرار است بانک‌ها مجددا برای کاهش آن توافق کنند. وی در عین حال معتقد است که نرخ سود سپرده می‌تواند در دور جدید تا ۱۵ درصد کاهش پیدا کند.

نرخنامه

دلار ۳,۴۶۸ تومان

صرافان بازار ارز و سکه نرخ هر دلار آمریکا را۳,۴۶۸ تومان و هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید را ۱,۰۰۲,۰۰۰ تومان تعیین کردند.

هر یورو در بازار آزاد۳,۸۹۶ تومان و هر پوند نیز۵۱۰۰ تومان قیمت خورد. همچنین هر نیم سکه ۵۱۴,۰۰۰ تومان و هر ربع سکه ۲۷۵,۰۰۰ تومان فروخته شد. هر سکه یک گرمی نیز۱۸۸,۰۰۰ تومان خریدوفروش شد و هر گرم طلای ۱۸ عیار۱۰۲,۲۶۰ تومان قیمت خورد. هر اونس طلا هم در بازارهای جهانی۱۲,۲۱۸ دلار بود.

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت(تومان)	
اونس طلا	۱۲,۲۱۸	▲
مثقال طلا	۴۴۳,۴۰۰	▲
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۰۲,۲۶۰	▲
سکه بهار آزادی	۱,۰۰۶,۰۰۰	▲
سکه طرح جدید	۱,۰۰۲,۰۰۰	▼
نیم سکه	۵۱۴,۰۰۰	▼
ربع سکه	۲۷۵,۰۰۰	▼
سکه گرمی	۱۸۸,۰۰۰	

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت(تومان)	
دلار آمریکا	۳,۴۶۸	▲
یورو اروپا	۳,۸۹۶	▲
پوند انگلیس	۵,۱۰۰	▲
درهم امارات	۹۴۷	▼
لیر ترکیه	۱,۲۰۰	▼
یوان چین	۵۴۳	▲
ین ژاپن	۳۲	
دلار کانادا	۲,۶۹۷	▲
فرانک سوئیس	۳,۵۲۰	▼
دینار کویت	۱۱,۴۵۰	
ریال عربستان	۹۲۵	
دینار عراق	۲۷۰	
روپیه هند	۵۷	
رینگت مالزی	۸۷۷	

دریچه

تردیدهای ادغام بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری

با وجود اینکه بانک مرکزی در دولت قبل تجربه ناموفقی در کاهش ۲۰ درصدی تعداد شعبات بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری داشته، اما بحث ادغام بانک‌ها را دوباره مطرح کرده است، هر چند ادغام برخی بانک‌ها می‌تواند به افزایش سرمایه و قدرت وام‌دهی بانک‌ها منتهی شود.

به گزارش اخبار بانک، روزهای گذشته در کمال تعجب یکی از مدیران ارشد بانک مرکزی در اظهار نظری جالب اعلام کرد بانک مرکزی به دنبال ادغام بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری است!

اظهارنظری که برای اجرای آن بانک مرکزی باید با بسیاری از مراکز که هیچ ربطی هم به بانکداری ندارند درگیر شود. در چند سال اخیر برخی از تصمیم‌هایی که بانک مرکزی برای بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری گرفته تا حد زیادی اجرایی نشده است.

پیش پا افتاده‌ترین تصمیمات در نظام بانکی نیز نرخ سود تسهیلات وسپرده است که حتی موسسات اعتباری کوچک نیز به سختی آن را اجرا می‌کنند.

حال بانک مرکزی که نمی‌تواند در برابر این اخلال در نظام اقتصادی برای بالا بردن نرخ سود سپرده‌ها و تسهیلات تصمیم مناسبی بگیرد چگونه می‌خواهد بانک‌ها را ادغام کند؟

مدیران بانک‌ها و موسسات مالی چگونه راضی به جمع شدن بساط خود می‌شوند؟

از سوی دیگر برخی بانک‌ها و موسسات به دلیل وابسته بودن به برخی نهادها شاید در مقابل این تصمیم بانک مرکزی مقاومت کرده و کار بانک مرکزی را به چالش بکشند.

بانک مرکزی برای ادغام و ساماندهی تعداد کمی از تعاونی اعتبارها و موسسات مالی و اعتباری بیش از پنج سال است که وقت خود را در این راه گذاشته و هنوز تقریبا به نصفه راه نیز نرسیده است.

یادمان نمی‌رود که بانک مرکزی دولت قبل تصمیم جالب توجهی درباره ضرورت کاهش ۲۰ درصدی شعبات بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری گرفت.

تصمیم خوبی که البته با توجه به عمر کم دولت قبل و عدم استقبال مسئولان بانک مرکزی دولت یازدهم عملا به ورطه فراموشی سپرده شد.

البته اگر ادغام بانک‌ها برخلاف ادغام تعاونی‌های اعتباری با برنامه و هدفمند باشد، می‌تواند به نظم بخشی و افزایش سرمایه واقعی و عملیاتی بانک‌ها و در نهایت بهبود وام دهی و نظارت کمک جدی کند.

شاید نیاز نباشد هر نهاد و دستگاهی برای خود یک بانک و موسسه بزند و وارد بانکداری شود.

بهتر نیست به جای چندین بانک کوچک و بزرگ ضعیف، چند بانک محدودتر و قدرتمندتر داشته باشیم؟

خبر

دلیل کم شدن حجم معاملات بورس کالا

یک کارشناس بازار سرمایه معتقد است کم شدن حجم معاملات بورس کالا به این علت است که قیمت خوراک پتروشیمی‌ها ۴۰۰ درصد افزایش یافته است. محمدابراهیم قربانی‌فرید در گفت‌وگو با ایسنا، درباره سودآوری پتروشیمی‌ها در بورس کالا اظهار کرد: اخیرا حجم معاملات بورس کالا کم شده و این موضوع از زمانی رخ داد که مجلس شورای اسلامی قیمت خوراک پتروشیمی‌ها را افزایش داد. وی با اشاره به افزایش ۴۰۰درصدی خوراک پتروشیمی‌ها گفت: از آن زمان سودآوری پتروشیمی‌ها کاهش پیدا کرده و خریدوفروش در این زمینه زیاد نیست. از طرفی قیمت ارز هم ثابت نشده است. ارز باید به یک قیمت مناسب برسد تا خرید و فروش خوبی انجام شود. این کارگزار بورس اضافه کرد: از طرفی رکود خاصی در بورس کالا حاکم است. از دلایل این رکود می‌توان به اظهارنظر برخی مسئولان درباره خارج شدن پتروشیمی‌ها از بورس کالا اشاره کرد. این اظهارنظرها حتما روی بورس کالا تاثیرات منفی می‌گذارد. اگر پتروشیمی‌ها از بورس خارج شوند مسلما بازار سیاه به وجود می‌آید. قربانی‌فرید ادامه داد: هدف اصلی از آوردن پتروشیمی‌ها و فلزات در بورس این بود که بازار سیاه کم شود و معاملات به شیوه حراج و شفاف انجام شود و رانت‌خواری به تدریج از بین برود. وی با بیان اینکه بورس کالا مانند بورس اوراق بهادار در ایران کاملا جانیفتاده است، اظهار کرد: حالا هم باید مانند اوراق در بورس معامله شود و صنایع محصولات خود را در بورس کالا عرضه کنند تا شفافیت در معاملات حاکم باشد. این کارشناس بازار سرمایه در مورد انتشار اوراق سلف موازی برای خودرویی‌ها در بورس کالا اضافه کرد: هر نوع اوراقی که منتشر و با موفقیت فروخته شود، می‌تواند به روند معاملات بازار کمک کند. این موضوع به شرکت‌های تولیدکننده هم کمک می‌کند، چرا که از این طریق می‌توانند منابع مالی جمع کرده و تولید خود را به مقدار بالایی برسانند.

بورس انرژی

راه‌اندازی شعبه جدید ایستگاه معاملات بورس انرژی ایران در منطقه آزاد اروند

سیدعلی حسینی، مدیر عامل بورس انرژی از راه‌اندازی شعبه جدید ایستگاه معاملاتی بورس انرژی در منطقه آزاد اروند خبر داد و گفت: پس از اخذ مجوزهای لازم، روز چهارشنبه پنجم خرداد ماه ۹۵ شعبه جدید کارگزاری در این منطقه افتتاح شد. به گفته وی از میان عرضه‌های بازار فیزیکی، کارگزاری آگاه به‌عنوان کارگزار عرضه‌کننده هگزان پالایش نفت کرمانشاه از ایستگاه معاملاتی خود واقع در منطقه آزاد اروند اقدام به ثبت عرضه کرده و دسترسی خود را به تمامی سامانه‌های معاملاتی بورس انرژی ایران اعم از سامانه معاملاتی بازار مشتقه و حراج حضوری به نمایش گذاشت. حسینی، افتتاح شعبه جدید بورس انرژی این کارگزاری به‌عنوان نخستین شعبه خارج از شهر تهران را آغازی در راستای توسعه فعالیت‌های ۵۲ کارگزاری عضو این بورس اعلام کرد و افزود: بر اساس این آمار، مجوزهای ایستگاه معاملاتی اعطا شده از سوی بورس انرژی از ۶۲ کارگزاری عبور خواهد کرد. مدیر عامل بورس انرژی با اشاره به ارزش ۵۲ هزار میلیارد ریالی معاملات بورس انرژی ایران افزود: از این میزان، سهم بازار فیزیکی ۶۴درصد و بازار مشتقه ۳۶درصد بوده است. به باور وی، افزایش فعالیت کارگزاران در مناطق آزاد و ویژه اقتصادی که بخش چشمگیری از تجارت حامل‌های انرژی در آنها صورت می‌گیرد، می‌تواند موجب توسعه هر چه بیشتر بورس انرژی ایران شود. مدیر عامل بورس انرژی در پایان گفت: موقعیت جغرافیایی منطقه آزاد اروند که شامل شهرهای آبادان، خرمشهر و مینوشهر (جزیره مینو) است، همجواری آن با کشورهای عراق و کویت، ظرفیت آن در حوزه حمل‌ونقل جاده‌ای، ریلی، دریایی و هوایی، وجود پالایشگاه‌های نفت، واحدهای پتروشیمی و صنایع فولادی موجب شده این منطقه از اهمیت استراتژیک اقتصادی، تجاری و سیاسی ویژه‌ای برخوردار باشد.

وقتی فاندامنتالیست‌ها غافلگیر می‌شوند

سود چشمگیر تحلیلگران تکنیکال از سهم‌های زیانده

سیدمحمدصدرالغروی
sadrolgharavi@yahoo.com

سمیه سهیلی | فرصت امروز

هفته گذشته بازار سهام شرایط مثبت و منفی عادی‌ای را پشت سر گذاشت و اتفاق غافلگیرانه‌ای برای آن رخ نداد. با این حال آنچه در بازار سهام بیش از پیش به چشم می‌خورد گسترش استراتژی‌های مبتنی بر تحلیل تکنیکال در بازار سهام است که سهامداران را به سودهای کوتاه‌مدت سوق داده است. فصل مجامع که پیش از این به فصل تحلیلگران بنیادی معروف بود، امسال نشان داد با توجه به گزارش‌های نه‌چندان مطلوب شرکت‌ها و عدم شفافیت مالی، نمی‌تواند تحلیلگران فاندامنتال را با اقبال مواجه کند. اما در رابطه با هفته پیش‌رو این نکته را نباید فراموش کرد که در ابتدای هفته نمایندگان جدید انتخاب شده برای تشکیل دهمین مجلس، نخستین روز کاری خود را آغاز خواهند کرد. این در حالی است که به عقیده اغلب تحلیلگران همسویی که بین دولت و مجلس جدید ایجاد شده، می‌تواند باعث ایجاد جو روانی مثبت در بازار سهام شود. آنچه مشخص است اینکه فرآیند اصلاح و استراحت بازار به‌سر آمده و با تشکیل مجلس جدید در هفته پیش‌رو، شاهد رویکرد مثبت فعالان بازار و تصمیم‌گیران اقتصادی در بخش‌های مختلف خواهیم بود.

افزایش ۴۴۰ واحدی شاخص کل در هفته اول خرداد

بورس اوراق بهادار تهران در هفته اول خرداد ماه روند صعودی به خود گرفت، به طوری که شاخص کل در این هفته ۴۴۰ واحد رشد داشت. در هفته گذشته برای بورس اوراق بهادار تهران شاخص کل از رقم ۷۶هزارو ۴۱۳واحد به ۷۶ هزار و ۸۵۳ واحد رسید که با این حساب با ۴۴۰ واحد رشد، ۰. ۵۸درصد بازده داشت.

در چهار روز کاری هفته گذشته ارزش کل معاملات سهام و حق تقدم به ۸۴۴۸ میلیارد ریال بالغ شد که نسبت به هفته قبل ۲۵,۵درصد کاهش یافته است. ارزش معاملات نرمال با ۲۵,۵درصد کاهش به رقم ۸۴۴۸ میلیارد ریال و حجم معاملات با ۲۷ درصد کاهش به ۳۶۵۳ میلیون سهم رسید.

با این حساب در هفته اول معاملات خرداد ماه بیش از ۵۸۹ هزار برگه اوراق مشارکت به ارزش ۵۹۱ میلیارد ریال معامله شد که به ترتیب ۱۴,۴درصد و ۱۲,۷درصد افزایش را نسبت به هفته گذشته نشان می‌دهد. گفتنی است شاخص بازار اول با ۵۱۱ واحد افزایش به رقم ۵۳ هزار و ۹۷۵ واحد رسید و شاخص بازار دوم با ۲۳۶ واحد کاهش عدد ۱۶۶ هزار و ۸۸۷ واحد را تجربه کرد. به این ترتیب شاخص بازار اول با ۱,۹۶درصد افزایش و شاخص بازار دوم با ۰,۱۴ درصد کاهش نسبت به هفته گذشته مواجه شدند.

افت ۱ واحدی آیفکس

حجم و ارزش معاملات فرابورس ایران در هفته نخست خردادماه با توجه به تعطیلی یک روز معاملاتی با کاهش همراه بود و در مجموع، یک میلیارد و ۳۳۵ میلیون ورقه بهادار در ۱۳۰ هزار نوبت به ارزش ۴ هزار و ۵۵۴ میلیارد ریال خریدوفروش شد. آیفکس در روز پایانی هفته با افت یک واحدی نسبت به مدت مشابه هفته گذشته، عدد ۸۱۷ را نشان داد و ارزش کل بازار فرابورس معادل ۹۶۰ هزار و ۵۴۷ میلیارد ریال شد. در این میان، بیشترین سهم از ارزش بازار فرابورس به میزان ۴۷ درصد در اختیار بازار دوم بود. عملکرد بازارهای فرابورس در چهار روز معاملاتی هفته دهم سال جاری حکایت از افت معاملات بازار اول و دوم دارد به نحوی که در بازار اول ۱۲۵ میلیون ورقه بهادار به ارزش ۲۵۰ میلیارد ریال و در بازار دوم هم ۴۸۴ میلیون ورقه بهادار به ارزش یک هزار و ۲۷۱ میلیارد ریال مبادله شد. این در حالی است که در بازار پایه ۶۹۰ میلیون ورقه بهادار به ارزش ۸۳۴ میلیارد ریال مورد معامله قرار گرفت که به لحاظ حجم ۳۴ درصد و به لحاظ ارزش ۲۴ درصد در قیاس با هفته قبل افزایش یافته است. اما معاملات بازار ابزارهای نوین مالی حدود ۶۰ درصد کاهش نشان داد و ۳۶ میلیون اوراق در این بازار به ارزش ۲ هزار و ۱۹۹ میلیارد ریال معامله شد.

از این میزان ۳۴ میلیون ورقه مربوط به ETFها بود. همچنین سه‌شنبه این هفته، علاوه بر عرضه بلوکی ۱۰ درصد سهام بیمه رازی به ارزش ۲۲۰ میلیارد ریال، شاهد عرضه اولیه ۳۰ میلیون سهم شرکت سرمایه‌گذاری مسکن الوند در بازار اول با کشف قیمت ۲۲۰۰ ریالی بودیم. بنابراین بیشترین حجم معاملات روزانه این هفته در همین روز به ثبت رسید.

گروه فلزات اساسی در هفته‌ای که گذشت با ۲۴ درصد سهم در صدر جدول صنایع پیشرو در معاملات فرابورس ایستاد و بانک‌ها و فرآورده‌های نفتی به ترتیب با سهم ۱۰ و ۸ درصدی در رده دوم و سوم جای گرفتند.

نگاه

عضو شورای عالی بورس تاکید کرد

رونق بازار سهام در راه است

رفع تحریم‌های بین‌المللی می‌تواند دستاوردهای مهم و بسیاری برای بازار سهام به همراه داشته باشد. مصطفی حقیقی‌مهمانداری، عضو شورای‌عالی بورس در گفت‌وگو با سنا، با تاکید بر اینکه رفع تحریم‌های بین‌المللی هرچند زمانبر است اما آثار بسیار مثبتی برای بازار سهام خواهد داشت، گفت: ورود سرمایه‌گذاران خارجی به این بازار یکی از مهم‌ترین آثار این اتفاق به شمار می‌رود. وی با اشاره به افزایش تمایل سرمایه‌گذاران خارجی برای ورود به بازار پس از اجرای برجام، افزود: گروه‌های سرمایه‌گذار خارجی بازدیدهای متعددی از بازار سهام داشتند و به مرور در حال ورود به بازار و خرید سهام هستند. به گفته این کارگزار بازار سهام، ورود این گروه موجب ورود نقدینگی‌های جدید به بازار سهام خواهد شد و از سوی دیگر شرایط مناسبی را برای این بازار فراهم می‌کند تا صنایع مختلف بتوانند در مسیر بهتری قرار بگیرند. حقیقی مهمانداری با اشاره به اینکه در سال‌های اخیر بنگاه‌های اقتصادی به دلیل تحریم‌های حاکم بر کشور، نمی‌توانستند مواد اولیه خود را به راحتی تهیه کنند، گفت: مراودات مالی بنگاه‌های اقتصادی تحت تاثیر تحریم‌های بین‌المللی بسیار محدود شده بود که این عوامل موجب افزایش هزینه‌های تولید در کشور شد. این عضو شورای عالی بورس با تاکید بر اینکه رفع محدودیت‌های بین‌المللی باعث می‌شود تولیدکنندگان بتوانند از مواد اولیه مرغوب و همچنین تکنولوژی‌های جدید استفاده کنند، گفت: به‌طور قطع در شرایط جدید محصولات با کیفیتی به بازار عرضه خواهد شد و میزان فروش شرکت‌ها نیز افزایش می‌یابد.

وی به تلاش‌های مسئولان برای رفع تحریم سوییفت اشاره کرد و افزود: از بین رفتن تحریم‌های بانکی می‌تواند گام بسیار مناسبی تلقی شود، زیرا استفاده از سوییفت و ال‌سی کاهش هزینه تولیدکنندگان اقتصادی را به وجود می‌آورد و موجب افزایش میزان سودآوری آنها خواهد شد. وی با اشاره به چشم‌انداز روشن بازار سهام در شرایط جدید گفت: هنگامی که صنایع مختلف سودآور شوند، به‌طور قطع استقبال بیشتری از سهام آنها در بازار سهام خواهد شد و رشد قیمت سهام و افزایش تقاضا باعث ایجاد رونق پایدار در بازار سهام خواهد شد. مهمانداری حقیقی ادامه داد: از سوی دیگر ورود سرمایه‌گذاران خارجی نیز به بازار سهام شرایطی را فراهم می‌کند تا علاوه بر ورود نقدینگی‌های جدید به این بازار، فناوری‌های نوین نیز به کشور وارد شود و همه این عوامل موجب می‌شود تا صنایع مختلف از رونق نسبی برخوردار شوند. این کارگزار بازار سهام با اشاره به گشایش‌های بین‌المللی پیش رو تصریح کرد: این دستاوردها باعث رونق صادرات و افزایش حجم فروش بنگاه‌های تولیدی می‌شود. وی با اشاره به اینکه افزایش فروش باعث رونق تولید می‌شود، ادامه داد: همچنین با کاهش هزینه‌ها صنایع رشد بیشتری را تجربه خواهند کرد. اما باید توجه داشت، صنایعی که طرح‌های توسعه‌ای داشته باشند، زودتر از دیگر گروه‌ها حرکت خود را آغاز می‌کنند.

دریچه

بورس مرجع مطمئنی برای جذب سرمایه‌های اشخاص است

حمیدرضا گیوکی در گفت‌وگو با باشگاه خبرنگاران جوان، گفت: شاید اغلب تحلیلگران و معامله‌گران در بازار سهام به این فاکتورها توجه داشته باشند اما بسیاری از سرمایه‌گذاران حقیقی نیز وجود دارند که باید در تصمیم‌گیری‌های خود به این عوامل توجه کنند تا بتوانند سرمایه‌گذاری منطقی و با پشتوانه‌ای داشته باشند. وی ادامه داد: در واقع سیاست‌های پولی و مالی که برای تغییر و بهبود اوضاع اقتصادی اعمال می‌شوند تاثیرات مستقیم و غیرمستقیم مهمی بر بورس اوراق بهادار خواهند داشت و نحوه تعامل بازار بورس با این گونه عوامل برای سیاست‌گذاران اقتصادی و سرمایه‌گذاران از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. گفتنی است سیاست‌های پولی، همواره یکی از متغیرهای تاثیرگذار بر شاخص قیمت سهام در بورس‌های مختلف دنیاست. در واقع سیاست‌های پولی به سیاست‌هایی اطلاق می‌شود که عمدتا توسط بانک مرکزی از طریق تغییر در حجم پول، تغییر در رشد حجم پول، نرخ بهره و شرایط اعطای تسهیلات صورت می‌گیرد که بر دو نوع سیاست‌های انقباضی و انبساطی هستند و هرکدام از این سیاست‌ها می‌تواند استراتژی سرمایه‌گذاری را در بازار سرمایه دستخوش تغییرات کند.

این عضو انجمن مهندسی مالی ایران اظهار کرد: مهم‌ترین نقش سیاست‌های پولی کنترل حجم پول و نقدینگی کل است و از این طریق بر سایر متغیرهای اقتصادی تاثیر می‌گذارد، بدیهی است میزان حجم پول در جامعه به‌طور محسوسی بر شاخص قیمت سهام تاثیرگذار است و به موجب رابطه حجم پول و شاخص بورس است که سیاست‌های پولی یکی از عوامل مهم تاثیرگذار بر بازار سرمایه و سهام محسوب می‌شود.

خبر

افزایش شاخص بورس فوتسی ۱۰۰ لندن

شاخص سهام بورس فوتسی ۱۰۰ لندن، همزمان با صعود مجدد قیمت نفت خام برنت دریای شمال، روندی افزایشی یافت. 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 بعدازظهر روز پنجشنبه با افزایش ۰,۰۴درصدی مواجه شد. شاخص سهام بورس فوتسی ۱۰۰ لندن، با ۲,۸۰واحد افزایش، به ۶ هزار ۲۶۵ واحد رسید. هر بشکه نفت خام سبک برنت دریای شمال که بیش از دو سوم نفت‌های جهان از جمله نفت اوپک، براساس آن قیمت‌گذاری می‌شوند، نیز در پایان معاملات بعد از ظهر روز پنجشنبه در بازار لندن، برای تحویل در آینده، با ۰,۴ افزایش به ۴۹,۶۶دلار رسید. به گزارش منابع انگلیسی، بهای هر بشکه نفت شاخص آمریکا، «وست تگزاس اینترمیدییت» (دبلیوتی آی) نیز با ۰,۴افزایش به ۴۹,۹۷دلار رسید. به گفته تحلیلگران، کاهش ذخایر نفتی آمریکا و افزایش تقاضای جهانی از جمله علل افزایش بهای نفت خام در بازارهای جهانی بوده است. قیمت نفت خام برنت در بازارهای جهانی از ژوئن ۲۰۱۴ میلادی که هر بشکه آن در حدود ۱۱۵ دلار بود، تاکنون به دلیل کاهش تقاضا، مازاد تولید نفت و بروز نوسان در اقتصادهای نوظهور نزدیک به ۷۰ درصد کاهش داشته است.

هر چند از ماه ژوئن گذشته که بهای هر بشکه نفت خام برنت با رسیدن به سطح ۲۷,۱۰ دلار، به پایین‌ترین حد در طی ۲۰ سال گذشته رسیده بود تاکنون رشد قابل ملاحظه‌ای کرده است.

بورس بین‌الملل

رونمایی از شاخصی جدید در بورس هنگ کنگ

بورس اوراق بهادار هنگ کنگ در حال طراحی شاخصی بر مبنای یوآن چین است. بورس اوراق بهادار هنگ کنگ به منظور جبران ضرر و زیان‌های وارده در هفته‌های اخیر به اقتصاد چین و همچنین ارز ملی این کشور، در صدد است شاخصی بر مبنای یوآن را پیاده‌سازی کند.

هنگ کنگ تصمیم دارد با طراحی این شاخص جذابیت معاملات یوآن را در بازارهای آف شور افزایش دهد. بورس اوراق بهادار و تسویه وجوه هنگ کنگ، اپراتور اصلی بازار سهام و آتی در این کشور، و شرکت تامسون رویترز با همکاری یکدیگر این شاخص را عملیاتی خواهند کرد تا بدین ترتیب این شاخص جدید ارزش یوآن چین را در مقایسه با دیگر ارزهای جهانی مثل دلار و... بررسی کند. این شاخص جدید که در ماه آتی رونمایی می‌شود به سرمایه‌گذاران یک شمای کلی از قدرت یوآن را در برابر دیگر رقبا نشان خواهد داد.

چارلز لی، مدیر اجرایی بورس اوراق بهادار و تسویه وجوه هنگ‌کنگ در این خصوص اظهار داشت: این حرکت در راستای تلاش‌های هنگ‌کنگ برای ایجاد یک «اکوسیستم معاملاتی عظیم» برای یوآن چین است. بورس هنگ‌کنگ امیدوار است که این شاخص جدید بتواند رونق را به معاملات یوآن بازگرداند تا از این طریق جذابیت‌های معاملات آتی یوآن نیز برای سرمایه‌گذاران بیان شود و این بازار بتواند در ماه جدید معاملات آتی ارز را نیز راه‌اندازی کند.

عمران

برخورد با آگهی‌های بدون مجوز پیش‌فروش

مشاور و نماینده تام‌الاختیار وزیر راه و شهرسازی در شـورای عالی حفظ حقوق بیت‌المال با اشاره به برخورد با آگهی‌های بدون مجوز پیش‌فروش گفت: اجرای قانون پیش‌فروش به رونق بازار مسکن کمک می‌کند و ابزار مالی مناسـبی بـرای علاقه‌مندان به سرمایه‌گذاری در حوزه مسکن خواهد بود.

به گزارش پایگاه خبری وزارت راه و شهرسـازی، حسـین معصوم در یازدهمین نشست و هم‌اندیشی مدیران در شورای حفظ حقوق بیت‌المال در اراضی ملی و منابع طبیعی اظهار کرد: کمبود مسـکن در سال‌های مختلف در برخی موارد راه سوءاستفاده را برای زیاده‌خواهان باز کرده است، آنها با سوءاستفاده از تقاضا در بازار مسـکن به جای ایجاد مسکن برای مردم، جیب خود را پر می‌کنند.

وی ادامـه داد: ده‌ها و صدها پرونده در دسـتگاه قضایی در این ارتباط تشکیل و باعث به وجود آمدن چالش‌هایی شده است.

معصوم درخصوص به‌وجودآمدن قانون پیش‌فروش ساختمان در سـال ۸۹ گفت: اجرای این قانون افق جدیدی فرا روی نظام معاملاتی ما گشـوده است و باعث شده که جلوی بسیاری از تخلفات گرفته شود.

مشاور و نماینده تام‌الاختیار وزیر راه و شهرسازی در شورای عالی حفظ حقوق بیت‌المال افزود: هدف ما و هـدف قانون دخالت در امور شـخصی مردم و خریداران و فروشـندگان نیست، بلکه هدف کاستن از اختلافات و جلوگیری از سوءاسـتفاده اسـت، در شـرایطی که پیـش فروش‌ها بـه بدنـه اقتصادی، اجتماعـی و فرهنگی جامعه صدمه بزند قانون ورود می‌کند و جلوی زیاده‌خواهان را می‌گیرد.

وی بـا اشـاره به برگزاری جلسـه هم‌اندیشـی نماینـدگان وزارت راه و شهرسـازی در شـورای عالـی حفظ حقـوق بیت‌المال با حضـور مقامات قضایی و ثبتی در این نشسـت، هدف از تشـکیل آن را دسـتیابی بـه وحدت نظـر و هماهنگی در روش اجـرای قانـون پیش‌فروش عنـوان و اظهار کـرد: در حال حاضر بسـیاری از مـردم اطمینان ندارنـد که اگر پولی برای پیش‌فروش سـاختمان پرداخـت می‌کننـد در نهایـت بتواننـد به واحد مسـکونی مورد نظر دسـت یابند.

معصوم با بیان اینکـه اجرای قانون پیش‌فروش به رونق بازار مسـکن کمک می‌کنـد و ابزار مالی مناسـبی برای علاقه‌مندان به سـرمایه‌گذاری در حوزه مسکن خواهد بود، ادامه داد: در حال حاضر ادارات کل راه و شهرسـازی اسـتان‌ها به موضوع اجرای قانـون پیش‌فروش سـاختمان ورود کرده و بـا آگهی‌های بدون مجـوز پیش‌فروش برخورد می‌کنند.

«فرصت امروز» توسعه ساخت مراکز تجاری را بررسی می‌کند

مال‌ها، راهی برای آشتی با اقتصاد جهان

جواد هاشمی
j.hashemi1992@gmail.com

نمایـی از ساخت‌وسـازهای بزرگ با تعـداد طبقات بالا تصویری اسـت که این روزها در گردشـی کوتاه در برخی از خیابان‌هـای اصلـی تهـران و البته دیگر شهرهای بزرگ کشور به‌طور قابل توجهی قابل رویت است.

ساختمان‌هایی با معماری‌های مدرن و البتـه جذاب کـه بناسـت در طول سـال‌های آینده تبدیل بـه بزرگ‌ترین مراکز اقتصادی کشور شوند.

فرهنـگ خریـد در فروشـگاه‌های بـزرگ و زنجیره‌ای این روزها چندمین دهـه از حیـات خود را در کشـورهای توسعه‌یافته پشت سر می‌گذارد. امکان خریـد کالاهای با کیفیـت با برندهای مشـخص، تامین کامل سبدهای خرید خانـوار و البته در برخـی از نقاط دنیا تخفیف‌هایی که روی قیمت تمام شده خریدها ارائه می‌شـود، باعث شده این فروشگاه‌ها در تمام نقاط دنیا طرفداران خاص خود را داشـته باشـد؛ مال‌هایی که چند سـالی از توسعه سریع‌شان در اقتصـاد ایران می‌گـذرد و البته به نظر می‌رسد در آینده نزدیک به بسیاری از دیگر حوزه‌های اقتصادی نیز کشـیده شوند.

ورود فناوری‌های نوین به کشور برای ساخت این واحدهای تجاری از یک سو و البته مدیریـت خریدوفروش آنها که با شـیوه‌هایی به‌روزتر انجام می‌شود از سـوی دیگر به خوبی نشان از تحولاتی دارد که می‌تواننـد در آینده روی بازار سـنتی مسـکن ایران نیز اثر بگذارند. هرچند محدودیت تعـداد آنها تاکنون باعث شـده اگر خبری از تحول باشـد نیز شـمایی محدود شکل بگیرد اما به نظر می‌رسـد با افزایش تعـداد آنها در سـال‌های آینده تأثیرگذاری‌شـان در سطحی کلان افزایش خواهد یافت.

در حاشـیه تاثیرگـذاری این مال‌ها در بـازار مسـکن، چگونگـی مدیریت آنها و تاثیرشـان در قیمـت واحدهای تجـاری امری مهم به حسـاب می‌آید. افزایش قابل توجـه عرضه این واحدها در سـال‌های آینده از یک سو می‌تواند به ریزش درصـدی از تقاضاهای فعال و کاهش قیمت‌ها بینجامد و از سـوی دیگر بـه افزایـش تقاضا بـرای خرید واحدهای سـاخته شده در دل مال‌ها و افزایش قیمت‌ها منجر شـود؛ موضوعی که شاید بررسی‌های کارشناسی دقیق و انجـام مطالعـات لازم بتوانـد اوضاع آینده آن را به‌طور دقیق مشخص کند، امری که کارشناسـان حوزه نیز بر آن تاکید جدی دارند.

نگاه درست، مال‌ها را به فرصت اقتصادی بدل می‌کند

عضو هیات‌مدیره کانون انبوه‌سـازان معتقـد اسـت افزایش ساخت‌وسـازها در حوزه فروشـگاه‌های بزرگ می‌تواند قیمت تمام شـده واحدهای تجاری را کاهـش دهد اما هنـوز نمی‌توان راجع به مال‌های سـاخته شـده در کشـور اظهارنظر دقیق کرد.

ایـرج رهبر در گفت‌وگـو با «فرصت امـروز» تصریـح کـرد: بحث سـاخت فروشـگاه‌های بزرگ در طول سال‌های گذشته در کشور ما رونق زیادی گرفته و از آن رو کـه توانسـته‌اند بخش قابل توجهـی از نیازهـا را در خـود تجمیع کنند تا حد زیادی با اسـتقبال مواجه شـده‌اند. به گفتـه وی، در صورتی که این روند در سـال‌های آینده نیز ادامه پیدا کند از یک سو در فرهنگ موجود در این عرصه تاثیر خواهد گذاشت و از سـوی دیگر می‌تواند به کاهش قیمت واحدهـای تجـاری به دنبـال افزایش عرضه آنها منجر شود.

عضو هیات‌مدیره کانون انبوه‌سـازان اضافه کرد: درباره مال‌ها که بناسـت با برندهای بین‌المللـی و در قالبی خاص طراحی شـوند هنوز نمی‌تـوان به‌طور قطـع اظهارنظر کرد. زیرا تعداد آنها در حال حاضر بسـیار محدود است و هنوز به سطحی از اثرگذاری در اقتصاد کشور نرسیده‌اند.

رهبر بـا بیـان اینکـه مدیریت این بازارها نیاز به مطالعات و بررسـی‌های کلان دارد، تاکید کرد: به نظر می‌رسـد بسـیاری از ایـن واحدها کـه در ایران سـاخته شـده‌اند، از نظر بررسـی‌های دقیـق بیشـتر تجربـی هسـتند تا با اسـتفاده از اندیشـه‌های نوین. از این رو بـرای مدیریت ضعف‌هـای موجود در آنها می‌توان به نظرات کارشناسـی و تجربه‌های نوین موجود در این عرصه تکیه کرد.

محمد علی پورشـیرازی، کارشناس بـازار مسـکن نیـز در گفت‌وگـو بـا «فرصت امـروز»، به مزایای قابل توجه فروشـگاه‌های بزرگ پرداخت و تاکید کـرد: تجمیع تمـام نیازهـای خانوار در یـک مجموعـه و کاهـش قیمت‌ها توانسته در بسیاری از کشورها تاثیراتی جدی از خود باقی بگذارد، به‌طور مثال در کشوری مانند فرانسه فروشگاه‌های بـزرگ قدمتی بیـش از ۱۰۰سـال و اهمیتی جـدی دارند. بـه اعتقاد وی، بررسی جایگاه این فروشگاه‌ها بسته به شرایط و اوضاع اقتصادی متفاوت است و بـرای اظهـار نظر دقیق دربـاره این تجربه‌ها در ایران باید فکری جدی کرد.

پورشـیرازی دربـاره احتمـال اثرگـذاری مال‌هـا بـر بازار مسـکن نیـز تصریح کرد: با توجـه به ماهیت متفاوتی که این دو حـوزه با یکدیگر دارند، نمی‌توان به‌طـور دقیق درباره اوضاع و شـرایط آنها اظهار نظر کرد. بازار مسـکن شرایطی مجزا و متفاوت دارد و اگر بناسـت تاثیراتی از شرایط نوین جهان بپذیرد بیشـتر تحت تاثیر عوامل داخلی خواهد بود.

هرچنـد با توجـه به نهایی نشـدن بسـیاری از طرح‌های مربوط به ساخت فروشـگاه و مال‌های بزرگ در کشـور هنـوز نمی‌تـوان درباره شـرایط آنها و آینده‌ای که بازارهای اقتصادی کشـور تزریـق خواهند کرد حرفـی دقیق زد اما به نظر می‌رسـد آمادگی برای آینده امری غیرقابل چشم‌پوشی است. اقتصاد ایران این روزها خود را آماده می‌کند تا پس از مدتی طولانی بار دیگر با اقتصاد جهانی آشـتی کند و در ایـن راه وارد کردن بسـترهای مربوط به این آشتی قطعی خواهد بود، بسـترهایی که شاید فروشگاه‌های بزرگ و بین‌المللی بخشی مهم از آن باشند.

گزارش ۲

گسترش بازار رهن؛ اصلی‌ترین سیاست مسکنی وزارت راه و شهرسازی

معاون مسـکن و سـاختمان وزارت راه و شهرسـازی با تاکید بر ضرورت پررنگ کردن نقـش بانک‌ها و بخش‌خصوصی در ساخت مسـکن اعلام کرد: گسترش بازار رهن در کشور سیاسـت اصلی وزارت راه و شهرسـازی طی سال گذشـته و زمان کنونی به شمار می‌رود.

به گـزارش پایگاه خبـری وزارت راه و شهرسـازی، حامد مظاهریان در نشسـت مدیـران کل ادارات راه و شهرسـازی اسـتان‌ها در خصـوص ارزیابـی خود از فعالیـت بخـش مسـکن در سـال‌های گذشـته اعلام کرد: اقدامات انجام شـده طی چهار دهه گذشـته در بخش مسکن نشان‌دهنده سـهم ۳ تا ۵ درصدی دولت در ساخت مسکن است که این رقم شامل طرح مسـکن مهر نیز می‌شـود. از سویی دیگـر گزارش‌ها در بخـش راه نیز بیانگر سـهم ۸۲ درصدی دولـت در پروژه‌های راهسازی است، درحالی که دولت باید در چنین فعالیت‌هایی تنها نقش تسـهیل‌گر و هماهنگ‌کننده داشـته باشد، پس لازم اسـت در تمامـی بخش‌ها نقـش بخش خصوصی را در این عرصه افزایش دهیم.

مظاهریـان در ادامـه، گسـترش بازار رهن در کشـور را سیاسـت اصلی وزارت راه و شهرسـازی در سال گذشته و زمان کنونـی اعلام کـرد و افزود: با گسـترش بازار رهـن می‌توانیـم ابزارهـای متعدد مالی ایجـاد کرده و در زمان رکود بخش، سـرمایه‌گذاری‌های لازم در آن را تامین کنیم. این مسـئله کاملا روشـن است با توجه به بودجه امسـال و سـال گذشـته دولـت قادر به تامین این سـرمایه‌گذاری نبوده و بخش خصوصی یا بانک‌ها باید در این حوزه وارد شوند، در این صورت است که گسـترش بازار رهن سیاسـت بسیار منطقی از سـوی وزارت راه و شهرسازی محسوب می‌شود.

معـاون وزیر راه و شهرسـازی با تاکید بـر این نکته کـه با اجرای این سیاسـت بانک‌هـا درگیـر شـده و به تبـع آن نیز بخش‌خصوصی در بخـش تقاضا و عرضه مسکن توفیق پیدا می‌کند، گفت: درحال حاضر میـزان وام برای خرید مسـکن به میزان قابل توجهـی افزایش پیدا کرده و میزان وام برای سـاخت هـر واحد نیز به ۱۵۰ میلیون تومان رسیده است.

وی در ادامـه خاطرنشـان کـرد: در حقیقت زمانی بازار مسکن از رکود خارج می‌شـود کـه کل اقتصـاد کشـور از این وضعیت بیرون بیاید که اقدامات فعلی نیز در حال آماده کردن همین شرایط است.

مظاهریـان در پایان اصـلاح آیین‌نامه کنترل ساختمان را راهکار اصلی فعلی در بخش سـازمان نظام مهندسی ساختمان اعلام کرد و گفـت: باید با تلاش مضاعف جلـوی بـروز هرگونه فسـاد مالـی را در بخش‌های مختلف این سـازمان گرفت و گامی ویژه در این حوزه برداشت.

حمل و نقل

ارائه تسهیلات با سود صفر درصد برای خرید شناور داخلی

معاون توسـعه مدیریت و منابع سـازمان بنادر و دریانوردی با اشـاره به ارائه تسـهیلات با سـود صفر درصد به بخش خصوصی برای خرید شـناور، گفت: تاکنون ۴ هزار صندلی با اسـتفاده از این تسـهیلات به ناوگان مسافری اضافه شده است.

علـی جهاندیـده در گفت‌وگـو با ایلنا با اشـاره به پرداخت تسـهیلات به بخـش خصوصی برای خرید شناور، اظهار داشت: پرداخت تسهیلات از محل وجوه اداره شده سازمان، شامل فعالیت مختلف در این حوزه از جمله خرید شناورهای باری و مسافری و شناورهای خدمات رسان می‌شود.

وی ادامه داد: به طور قطع خرید شناورهای ساخت داخل در اولویت پرداخت تسهیلات یارانه‌ای قرار دارد مگر اینکه اضطراری در خرید وجود داشـته باشـد و ساخت داخل ممکن نباشد. عضو هیات‌مدیره سازمان بنادر و دریانوردی با بیان اینکه در حال حاضر توان سـاخت شـناورهای اسـتاندارد در بخش شناورهای مسافری وجود دارد، گفت: میزان وام پرداختی حدود ۸۰درصد هزینه خرید یک شناور را پوشش می‌دهد و مبلغ این تسهیلات متناسب با قیمت شناور متفاوت است. جهاندیده تاکید کرد: نرخ سود تسهیلات برای خرید شناورهای ساخت داخل صفر درصد است.

معاون توسـعه مدیریت و منابع سـازمان بنادر و دریانـوردی ادامـه داد: بنابراین اگر بخش خصوصی قصد خرید شـناور مسـافری ساخت داخل را داشته باشـد می‌توانـد تـا ۸۰درصد مبلغ خرید شـناور را تسـهیلات صفر درصد از سـازمان بنادر و دریانوردی دریافت کند. وی با تاکید بر اینکه اعطای این وام‌ها به بخش‌های دولتی ممنوع است، گفت: تاکنون تمام این سهمیه تسهیلات به بخش خصوصی داده شده است البته در بخش شـناورهای باری هم آورده متقاضی متفاوت است و هم نرخ سود تسهیلات.

عضـو هیات‌مدیـره سـازمان بنـادر و دریانوردی با اشـاره به میزان خرید شـناور از سـاخت داخل از طریق تسـهیلات ارائه شـده، اظهار داشـت: تاکنون نزدیـک بـه ۹۰ فروند لندینگ کرافـت، تعداد قابل توجهی شـناور باری، مسـافری و خدمات رسـان از طریق این تسـهیلات و سفارشـات بخش خصوصی در کشـور سـاخته شده و همچنین نزدیک به ۴هزار صندلی مسافری با ارائه این تسهیلات به ناوگان اضافه شده که بخش اعظم این تعداد فعال و بخش محدودی هم در حال ساخت است.

مذاکره ایتالیایی‌ها برای ساخت آزادراه بازرگان- بندرامام

معـاون برنامه‌ریزی و اقتصـاد حمل‌ونقل وزیر راه و شهرسـازی از نهایی شـدن قرارداد ساخت آزادراه همدان-کرمانشـاه با شـرکت ایتالیایی تا روز شـنبه (هشتم خرداد) خبر داد.

به گزارش ایسنا، امیر امینی در نشست با استاندار کرمانشـاه، اظهار کرد: خوشبختانه شرکت ایتالیایی اهتمام جدی برای این کار دارد و مذاکرات تا اینجای کار به خوبی پیش رفته و تا روز شنبه (هشتم خرداد) این مذاکرات و قرارداد پروژه نهایی می‌شود.

امینی در خصوص مسـیر این آزادراه و عبور آن از شهرستان سنقروکلیایی، گفت: انتخاب مسیر با خود سرمایه‌گذار است و قطعا آزادراه از مسیری عبور داده می‌شـود که ترافیک بیشـتری دارد و سرمایه‌گذاران ایتالیایی باید در زمینه انتخاب مسـیر این آزادراه به نتیجه برسـند. وی تصریح کرد: امیدواریم با توجه به پیگیری‌هایی که نماینده سـابق سـنقر و کلیایی داشت، مسیر این آزادراه از شهرستان سنقر عبور کند.

معـاون وزیـر راه و شهرسـازی افـزود: همچنین ایتالیایی‌ها برای ساخت آزادراه از بازرگان تا بندرامام وارد مذاکره شده‌اند که مسیر کرمانشاه-خرم‌آباد نیز در دل این آزادراه قرار دارد.

امینی اظهار کرد: قرار اسـت این سـرمایه‌گذاران با سـازمان راهـداری توافق کنند تـا در نهایت بتوانیم به‌صورت BOT یا BLT این پروژه را احداث کنیم.

پیشنهاد ۵۰۰ میلیون دلاری آذربایجان در راه‌آهن رشت-آستارا

وزیر اقتصاد و صنعت کشـور جمهوری آذربایجان، وزیر ارتباطات جمهوری اسـلامی ایران، معاون وزیر و مدیرعامل شـرکت سـاخت و توسـعه زیربناهای حمل‌ونقل کشور و جمعی از مدیران ارشد استانی از راه‌آهن قزوین - رشت - آستارا بازدید کردند.

بـه گزارش ایسـنا، «علی نـورزاد» معاون وزیر راه و شهرسـازی و مدیر عامل شـرکت ساخت و توسعه زیر بناهای حمل‌ونقل کشـور در جریان این سـفر با بیان اینکه برای ساخت راه‌آهن آستارا ۱۳۰۰ میلیارد تومـان نیاز اسـت، اظهار کـرد: جمهوری آذربایجان برای احداث خط آهن رشت - آستارا سرمایه‌گذاری به میزان ۵۰۰میلیون دلار را پیشـنهاد داده اسـت و مذاکرات برای مشارکت روسیه در این خط ریلی نیز ادامه دارد. وی با اشاره به اشتیاق کشورهای همسایه بـرای سـرمایه‌گذاری در اجرای ایـن طرح، گفت: با امتـداد ایـن خط ریلی، بارهـای مربوط به جمهوری آذربایجان، قفقاز و روسـیه از طریق شـبکه سراسری جمهوری آذربایجان وارد ایران شده و از داخل ایران در قالـب حمل‌ونقـل ترکیبی به نقاط مختلف جهان ترانزیت خواهد شد.

دکتر نورزاد از جانمایی ایسـتگاه دیگری در رشـت خبر داد و گفت: به دسـتور وزیر راه و شهرسـازی، شـرکت زیرسـاخت با هماهنگی استانداری گیلان و راه و شهرسـازی اسـتان درحال انجام مطالعات برای جانمایی ایستگاه دیگری در داخل شهر رشت است.

وی افـزود: راه‌آهـن رشـت -انزلی نیـز به طول ۴۱ کیلومتر در قالب سه قطعه است که ساخت قطعه اول آن به‌طول ۱۸ کیلومتر در حال اجراست و به بندرانزلی و منطقه آزاد انزلی متصل خواهد شد. وی توضیح داد: زیرسازی این مسیر بیش از ۲۰ درصد پیشرفت کار دارد و در مجموع براساس برآوردهای اولیه برای ساخت آن ۴۲۰ میلیارد تومان هزینه نیاز است.

یادداشت

میزان پیش‌بینی سهم خودروسازان خصوصی از سهم آینده بازار ایران

بابک صدرایی
کارشناس صنعت خودرو

بنا به پیش‌بینی موسسه اقتصادی اکونومیست، ایران تا سال ۲۰۲۰ قادر خواهد بود ۲میلیون و ۵۰۰هزار دستگاه خودرو تولید کند و از این بین حدود ۲میلیون دستگاه مصرف داخلی خواهد بود، اما آنچه اهمیت دارد این است که آیا خودروسازان خصوصی خواهند توانست سهم بالاتری را از بازار کسب کنند یا همچنان خودروسازان دولتی به امپراتوری خود ادامه خواهند داد؟

برای پاسخ به این پرسش بهتر است ابتدا تحلیلی از اوضاع اقتصادی کشور داشته باشیم و همچنین تاثیر صنعت خودروسازی بر اوضاع اجتماعی و اقتصادی کشور.

صنعت خودروسازی و به‌خصوص خودروسازان داخلی به‌دلیل ایجاد اشتغال و ارزش افزوده برای دولت‌ها در ایران یک صنعت سیاسی محسوب می‌شود.

از سوی دیگر اقتصاد ایران ماهیتی دولتی دارد که این ساختار با توجه به وضع موجود به ناچار ادامه خواهد یافت. در حقیقت دولت چاره‌ای جز این نیز نخواهد داشت چراکه اصلاح ساختارهای نادرستی که در طول چند دهه وجود داشته یک‌شبه امکان‌پذیر نیست و در دل اصلاح آنها مشکلات عدیده به‌وجود می‌آید و برای اصلاح نیاز به یک جو سیاسی آرام و برنامه مدون و علمی با مدیریتی توانمند و تغییر نگاه از تمام ارکان و نهادهای اجتماعی است.

از سوی دیگر خودروسازان بزرگ جهانی به‌خصوص فرانسوی‌ها به لحاظ پاره‌ای از مسائل بین‌المللی بیشتر از سایر خودروسازان جهانی علاقه‌مند به همکاری با خودروسازان داخلی هستند چراکه همواره بازار ایران برای آنها بازاری بکر بوده و در طول سال‌های گذشته منفعت بالا و گاهی فوق‌العاده داشته و خیال ندارند این بازار بزرگ و مطلوب را به سادگی واگذار کنند و همیشه با دو غول بزرگ خودروسازی کشور که دولتی هستند همکاری داشته و شاید همکاری خودروسازان فرانسوی با خودروسازان دولتی را بتوان مصداق همکاری دولت‌های ایران و فرانسه نامید و دیگر کشورهای اروپایی مانند آلمان و آسیایی‌های دیگر چون ژاپن و کره ترجیح می‌دهند یا شریک چندم خودروسازان دولتی باشند و یا با خودروسازان خصوصی همکاری کنند.

قطعا سهم خودروسازان خصوصی از لحاظ تعداد افزایش می‌یابد اما باز هم در مقایسه با خودروسازان دولتی سهم قابل توجهی نیست و زمانی این امر تحقق می‌یابد که دروازه‌های اقتصادی کشور با برنامه درست باز شود و محیط رقابت اقتصادی سالم به‌وجود آید. یادمان باشد سرمایه‌گذار خصوصی به امنیت بیش از هر چیز دیگر نیازمند است تا سرمایه خود را وارد کند. باید فرهنگ تولید و ارزش آن رواج یابد و دولت با وضع قوانین روان و شفاف محیط رقابتی سالم را فراهم آورد تا رقابتی شایسته پدید آید، در غیر این صورت بازهم شاهد وضع موجود و انحصار بی‌چون و چرای چند خودروساز دولتی خواهیم بود.

خبر

مدت گارانتی رنگ خودروها تعیین شد

براساس یک قانون جدید، دوره گارانتی رنگ بدنه خودروهای تولیدی در کشور تعیین شد.

به گزارش ایسنا، چندی پیش اصلاحیه آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو از سوی معاون اول رئیس‌جمهوری ابلاغ و اجرای آن آغاز شد.

در این قانون مدت زمان گارانتی خودروهای سبک شامل سواری، ون و وانت دو سال یا ۴۰هزار کیلومتر کارکرد (هر کدام که زودتر فرابرسد)، خودروهای سنگین دو سال یا ۲۰۰هزار کیلومتر کارکرد (هر کدام که زودتر فرابرسد) و مدت زمان گارانتی موتورسیکلت‌ها، یک سال تعیین شده است.

این در حالی است که در این قانون مدت زمان ضمانت رنگ بدنه برای خودروهای سواری بیشتر از مدت زمان گارانتی کلی و برای خودروهای سنگین و موتورسیکلت، کمتر از این مدت زمان تعیین شده است.

در این زمینه در تبصره یک ماده ۱۲ این قانون ذکر شده است: «ضمانت رنگ خودرو در خودروهای سبک شامل سواری، ون و وانت حداقل سه سال، برای خودروهای سنگین حداقل ۱۸ ماه و برای موتورسیکلت حداقل سه ماه است.»

پیش‌بینی اکونومیست نوید داد

شکوفایی صنعت خودروی ایران طی ۵ سال

عسل داداشلو
dadashloo@gmail.com

عسل داداشلو | فرصت امروز

پیش‌بینی‌های اکونومیست می‌گوید که صنعت خودروی ایران در پسابرجام، پا در مسیر رشد چشمگیری گذاشته که به تولید ۲میلیون و ۵۰۰هزار دستگاه خودرو تا سال ۲۰۲۰ منجر خواهد شد.

هفته گذشته، گزارش واحد اطلاعات اکونومیست از فرصت‌ها و ریسک‌ها در ایران پساتحریم منتشر شد که به‌صورت خوشبینانه‌ای به رشد همه بخش‌های اقتصادی به‌ویژه صنعت خودروی ایران نگریسته و آینده جذابی را برای این صنعت تا چهار سال دیگر به تصویر کشیده بود. از آنجایی که اکونومیست اصولا همه جوانب را برای پیش‌بینی‌هایش در نظر می‌گیرد، می‌توان برمبنای این گزارش به چند نکته پرداخت، پرسش نخست اینکه با توجه به پیش‌بینی اکونومیست ارزش بازار ایران چقدر است و با چه شرایطی باید در اختیار شرکای خارجی قرار گیرد؟

فربد زاوه، کارشناس صنعت خودرو، در این زمینه به «فرصت امروز» می‌گوید: «ارزش بازار ایران طبق پیش‌بینی اکونومیست سالانه با حدود ۱۰درصد رشد به بیش از ۲میلیون دستگاه در پنج سال آینده می‌رسد. البته این پیش‌بینی به نظر می‌رسد تا حدی خوشبینانه باشد. اکونومیست در پیش‌بینی خود از تولید حداکثر دو میلیون و ۵۰۰هزار دستگاه تا سال ۲۰۲۰ خبر می‌دهد که این تفاوت تقاضا و تولید قاعدتا باید از راه واردات جبران شود، این حجم واردات دست نیافتنی به نظر می‌رسد. به نظر می‌رسد تولید خودرو در کشور در سال ۲۰۲۰ به حدود یک‌میلیون و ۷۰۰هزار دستگاه برسد که احتمالا تقاضا هم در همین حد خواهد بود. البته، تغییر شاخص‌هایی مانند نرخ بهره می‌تواند حجم تقاضا را افزایش دهد. به هر صورت بازار ۲میلیون دستگاهی مدنظر اکونومیست بازار بزرگی است و قاعدتا باید مشتاقان ورود به این بازار با الزام سرمایه‌گذاری مستقیم بتوانند به بازار راه پیدا کنند. الزام به سرمایه‌گذاری طبعا نه با چانه‌زنی که روش مورد علاقه وزارت صنایع است میسر است و نه با افزایش تعرفه واردات قطعات منفصله. افزایش تعرفه قطعات منفصله، شبکه قطعه‌سازی را به همان درد خودروسازی دچار می‌کند و صنعت قطعه‌سازی را به یک صنعت ناکارآمد و بی‌بازده تبدیل می‌کند و انگیزه سرمایه‌گذار خارجی برای مشارکت‌های واقعی در ابعاد بین‌المللی و سودآور در فضای کسب‌وکار آزاد جهانی را با آنها از بین می‌برد، بنابراین باید با بازنگری در قوانین و البته در دید و نگاه مدیران به این صنعت، فضا را به‌گونه‌ای تبدیل کرد که سرمایه‌گذاری برای شرکت‌های خارجی یک الزام باشد نه اجبار.»

حسن کریمی‌سنجری، کارشناس صنعت خودرو نیز در پاسخ به این پرسش در گفت‌وگو با «فرصت امروز» اظهار می‌کند: «البته اکونومیست در مورد بزرگی صنعت خودروسازی ایران کمی غلوآمیز صحبت کرده، وقتی ترکیه بدون هیاهو سالانه بیش از ۲۰میلیارد دلار درآمد صادراتی از صنعت خودرو و قطعه‌سازی دارد، نمی‌توان به این سادگی پذیرفت که ایران بزرگ‌ترین صنعت خودروسازی خاورمیانه است شاید در سال‌های گذشته و قبل از تحریم‌ها در جهت رسیدن به این هدف در حال حرکت بودیم ولی در حال حاضر و طی یک دهه گذشته، صنعت خودروسازی ایران بخشی از پتانسیل‌های مالی و زیرساختی خود را از دست داده که برای رهایی از این وضعیت باید دو اتفاق مهم در این صنعت رخ دهد؛ نخست آنکه شرایط تعامل بین‌المللی این صنعت به حالت عادی درآید و در واقع امکان مشارکت طرف‌های خارجی در صنعت خودروی ایران و در همه ابعاد این صنعت تسهیل شده و حتی بهتر از قبل شود. دوم آنکه تسلط مدیریت سیاسی دولت بر شرکت‌های خودروساز کمرنگ شده و حذف شود.

تا موقعی که این دو موضوع حل نشده باقی بماند نمی‌توانیم به اقتصاد خودرو و به‌عبارت بهتر تولید اقتصادی خودرو بپردازیم و تا نتوانیم خودرو را اقتصادی تولید کنیم صنعت خودروی ایران قادر نخواهد بود خودرویی تولید کند در کلاس جهانی.»

او می‌افزاید: «اما در مورد بزرگی بازار خودرو در ایران اکونومیست پربیراه نگفته، بنده قبلا هم به کرات اعلام کردم بازار خودروی ایران بین ۲۵ تا ۳۰میلیارد دلار ارزش دارد که البته این روزها بخش اعظمی از این بازار در خواب به‌سر می‌برد و برای بیدار کردن این بازار خفته نیاز به تحرکات موثری از طرف خودروسازها وجود دارد که متاسفانه این تحرکات موثر دیده نمی‌شود.»

کریمی‌سنجری با اشاره به کند شدن شتاب تقاضا بعد از سال ۲۰۲۰ در کشورهای پیشرفته، تصریح می‌کند: «این کشورها در حوزه تولید و عرضه خودرو با رشد مواجه خواهند بود، بنابراین شرکت‌های بزرگ برای فروش محصولات خود با چالش مواجه خواهند بود که از مدت‌ها قبل برای غلبه بر این چالش در حال برنامه‌ریزی هستند. یکی از برنامه‌های این شرکت‌ها توجه به بازارهای خفته و بالقوه در کشورهای خاورمیانه و بخش‌هایی از آسیا، آفریقا، آمریکای لاتین است، بنابراین از سال‌ها پیش سرمایه‌گذاری این شرکت‌های بزرگ در این مناطق آغاز شده و علت حضور کشورهایی نظیر ترکیه، هند، مکزیک و برزیل در جمع تولیدکنندگان بزرگ خودرو به مدد همین استراتژی خودروسازان بزرگ دنیا بوده است. درست است که انتخاب این کشورها به سبب ویژگی‌های موثری بوده که در تولید اقتصادی خودرو داشته‌اند اما این کشورها مجانی بازار خود را در اختیار برندهای بزرگ خودروسازی قرار نداده‌اند به‌طوری‌که بیشتر تولیدات در این کشورها به بازارهای هدف شرکت‌های بزرگ خودروساز صادر می‌شود.»

سهم بخش خصوصی افزایش می‌یابد؟

موضوع دیگری که می‌توان بر پایه این گزارش به آن پرداخت سهم شرکت‌های خودروساز در تولید در نظر گرفته شده است، آیا می‌توان به افزایش سهم بخش خصوصی در تولید امیدوار بود؟

زاوه در این زمینه معتقد است: «با توجه به وضعیت سهولت کسب‌وکار خصوصی در کشور و رتبه ضعیف آن در منطقه و جهان، به نظر نمی‌رسد بخش خصوصی همچنان در تولید خودروهای سواری در پنج سال آینده بتواند نقش مهمی بازی کند. البته، شرکت‌های دولتی با توجه به ساختارهای سیاسی درونی خود، با افزایش مشکلات مدیریتی مواجه خواهند شد خصوصا حرکت به سمت تنوع شرکای خارجی در هر دو خودروساز تحت کنترل دولت، شرایط را بغرنج‌تر خواهد کرد و حتی ممکن است به فروپاشی این شرکت‌ها یا تشدید مشکلات ساختاری و مالی آنها منجر شود. به نظر می‌رسد بخش خصوصی در ایران در بهترین حالت، بعد از این دوره و البته با حضور پررنگ خود سازندگان بنام جهانی و نه در قالب تولید مشترک که به‌عنوان سایت‌های ایرانی آنها بتواند حرکت واقعی کند. به هر صورت سهم بخش خصوصی تا سال ۲۰۲۰ بعید است به بیش از ۱۰درصد برسد.»

سنجری نیز دراین‌باره بیان می‌کند: «صنعت خودروی ایران از دو معضل بزرگ رنج می‌برد؛ کیفیت پایین و قیمت، در واقع خودروهای تولید شده در شرکت‌های خودروسازی داخلی نه‌تنها دارای کیفیت مناسبی نیستند بلکه این شرکت‌ها از تولید با قیمت اقتصادی و رقابتی نیز عاجزند، بنابراین صنعت خودروسازی ایران اگر بخواهد همه این بازار بالقوه را فعال و در اختیار بگیرد باید برای این دو موضوع فکری اساسی کرده و برنامه‌ای قابل اجرا داشته باشد.»

وقت خروج دولت از صنعت خودرو رسیده است

موضوع دیگر به حمایت‌های دولتی از خودروسازان بزرگ داخلی برمی‌گردد. حالا با توجه به اینکه صنعت خودرو در مسیر رشد قرار گرفته آیا باز هم حمایت‌های خاص دولت از دو خودروساز بزرگ کشور باید ادامه دارد باشد؟

زاوه در پاسخ به این پرسش اظهار می‌کند: «اصولا علت این همه افت و خیز در صنعت خودرو، دخالت‌های شدید دولت در صنعت است. سقوط ارزش این شرکت‌ها، زیان‌های انباشت و ناکارآمدی آنها تنها به‌دلیل ضعف ساختاری ایجاد شده ناشی از حمایت‌ها و دخالت‌های وزارت صنایع در دوره‌های مختلف است. این دخالت‌ها و تصمیمات اشتباه، این صنعت را با خطر اضمحلال روبه‌رو کرده است که در صورت عدم تغییر موضع می‌تواند منجر به بحران‌های اساسی در این صنعت شود. خروج دولت از این صنعت و آماده‌سازی فضا برای رقابتی‌تر شدن آن، می‌تواند نوید یک بازار رو به رشد و فناورمحور را بدهد. در صورتی که این دورنما فعلا وجود ندارد. همچنین با توجه به مدیریت دستوری بازار، به نظر نمی‌رسد مشتریان ایرانی بتوانند از این رشد نهایت بهره و انتفاع را کسب کنند و همچنان دعواهای مصرف‌کننده و تولیدکننده برقرار خواهد بود.»

سنجری نیز در این زمینه معتقد است: «ایران با دارا بودن نیروی کار ارزان، انرژی ارزان، موقعیت منطقه‌ای مناسب که هزینه‌های لجستیک را کاهش می‌دهد و از همه مهم‌تر بازاری به بزرگی ۳۰میلیارد دلار، انتخاب خوبی برای مشارکت است ولی متاسفانه سازو کارهای فضای کسب و کار و حاکمیت سیاسیون در این صنعت اجازه بهره‌مندی صنعت خودرو و حتی مهم‌تر از آن اقتصاد جمهوری اسلامی ایران را از این موقعیت ممتاز نمی‌دهد. در نتیجه اینکه برای توسعه در صنعت خودروسازی دولت باید از این صنعت حمایت کند ولی دخالت هرگز. در حالی که الان دقیقا برعکس اتفاق افتاده است.»

گزارش ۲

رویگردانی اروپایی‌ها از دیزل پس از جنجال فولکس واگن

معراج آگاهی
منبع: www.europe.autonews.com

آمارهای منتشر شده در اروپا نشان‌دهنده آن است که خریداران خودرو در اروپا پس از بحران آلایندگی خودروهای دیزلی فولکس واگن علاقه خود به خرید خودروهای دیزلی را از دست داده‌اند. رویگردانی اروپایی‌ها از خودروهای دیزلی درحالی صورت می‌گیرد که در سال‌های اخیر بیش از ۵۰درصد از خودروهای فروخته شده در بازار خودروی اروپا از پیشرانه‌های دیزلی بهره‌مند بوده‌اند.

افزایش استفاده از خودروهای دیزلی در اروپا پس از آن صورت گرفت که کشورهای عضو اتحادیه اروپا به منظور کاهش گاز CO_2 که به‌عنوان اصلی‌ترین دلیل گرمایش زمین از آن نام برده می‌شود، با ارائه طرح‌های تشویقی متنوع، زمینه را برای استفاده از پیشرانه‌های دیزلی در خودروهای تولیدشده در شرکت‌های خودروسازی فراهم کردند، چراکه براساس آزمایش‌های صورت گرفته میزان آلایندگی پیشرانه‌های دیزلی در مقایسه با موتورهای بنزینی به شکل قابل توجهی کمتر است.

با این وجود براساس آمارهای ارائه شده از سوی موسسه «LMC Automotive » سهم پیشرانه‌های دیزلی در کشورهای غرب اروپا با توجه به رویگردانی خریداران از خودروهای دیزلی و تمایل آنها به خرید خودروهای بنزینی به کمتر از ۵۰درصد کاهش یافته است.

به عقیده بسیاری از کارشناسان و فعالان حوزه صنعت خودرو، انتشار اخبار منفی از شرکت فولکس‌واگن و تقلب رخ داده در ارائه میزان واقعی آلایندگی خودروهای دیزلی این خودروساز بزرگ آلمانی از جمله مهم‌ترین دلایل عدم تمایل خریداران اروپایی به خرید خودروهای دیزلی محسوب می‌شود. گفتنی است انگیزه اصلی مهندسان شرکت فولکس واگن آلمان از تقلب در ارائه آمارهای صحیح از میزان واقعی آلایندگی خودروهای دیزلی این شرکت دورزدن قوانین سخت‌گیرانه زیست‌محیطی در ایالات متحده آمریکا بوده است.

براساس آمارهای منتشر شده از سوی موسسه تحقیقاتی LMC، سگمنت خودروهای هاچبک و خودروهای کوچک بیشترین میزان کاهش فروش مدل‌های دیزلی را تجربه کرده است. این در حالی است که دیگر بخش‌های بازار نظیر سگمنت خودروهای سدان بزرگ و متوسط که ۸۰درصد از فروش خودروهای دیزلی را تشکیل می‌دهند با کاهش بسیار ناچیزی مواجه شده‌اند. به عقیده تحلیل‌گران و فعالان صنعت خودرو، همین کاهش ناچیز بیانگر آن است که سگمنت خودروهای سدان متوسط و بزرگ دیزلی نیز از مصونیت کامل برخوردار نیستند.

در این رابطه موسسه تحقیقاتی LMC اعلام کرد این موسسه با توجه به اعلام طرح‌های تشویقی از سوی دولت آلمان برای طراحی و عرضه خودروهای هیبریدی – برقی به بازار، انتظار دارد تا این موضوع بر بازار خودروهای دیزلی در آلمان تاثیر بگذارد.

با این همه انتظار می‌رود اعمال قوانین سخت‌گیرانه‌تر در حوزه نظارت بر پیشرانه‌های دیزلی در اروپا، بیش از پیش بر فروش خودروهای دیزلی به‌خصوص خودروهای کوچک اثرگذار باشد.

بین‌الملل

افزایش سرمایه‌گذاری خودروسازان بزرگ در دنیای فناوری

تویوتا و فولکس واگن با نگاه به آینده‌ای که فناوری محور است، سرمایه‌گذاری در شرکت‌های فناوری نوپا را افزایش دادند.

به گزارش ایسنا، این دو خودروساز بزرگ اعلام کردند سرمایه‌گذاری در شرکت‌های فناوری نوپا که روی تغییر تجربه سفر با خودرو کار می‌کنند را افزایش می‌دهند. تویوتا اعلام کرد با شرکت اوبر پیمان همکاری بسته و سرمایه‌گذاری فاش نشده‌ای در این شرکت انجام داده است.

برنامه محبوب Gett در اروپا هم اعلام کرد با فولکس‌واگن همکاری می‌کند و این خودروساز ۳۰۰میلیون‌دلار در این شرکت سرمایه‌گذاری کرده است.

پیمان‌های همکاری مذکور جدیدترین مورد در اتحاد میان شرکت‌های فناوری و خودروسازان سنتی هستند که تلاش می‌کنند با تغییر و تحولات وفق پیدا کنند. خودروسازان به مدت چند دهه سرگرم ساخت خودروهای بزرگ‌تر و قدرتمندتر برای فروش بیشتر بودند اما شرکت‌های نوپا مانند اوبر، لیفت و شرکت‌های فناوری مانند گوگل و تسلا این آهنگ را تغییر داده‌اند.

این شرکت‌ها که در سیلیکون ولی مستقر هستند، در چند سال گذشته به روند طراحی خودروهای خودران، خودروهای برقی و خدمات اشتراک خودرو سرعت بخشیده‌اند.

خودروسازان نسبت به این فناوری‌ها و پتانسیل آنها برای داشتن سفر راحت و ارزان بدون داشتن خودرو یا حتی آشنایی با رانندگی نگرانی فزآینده‌ای پیدا کرده‌اند.

در بعضی از شهرهای آمریکا مردم ترجیح می‌دهند به جای داشتن خودرو از خدمات تاکسی اینترنتی مانند اوبر استفاده کنند که با استفاده از تلفن هوشمند و شرکت‌های اشتراک خودرو مانند «زیپ‌کار» قابل دسترس هستند. به واقعیت پیوستن خودروهای خودران به شرکت‌هایی مانند اوبر، امکان می‌دهد ناوگانی از خودروهای بدون راننده داشته باشند که ۲۴ ساعته فعالیت کرده و هزینه خدمات جابه‌جایی مسافر را کمتر می‌کنند.

اگرچه خدمات جدید تاثیر چندانی در آمار فروش خودروها نداشته است، با این همه شرکت‌های خودروسازی در شرکت‌هایی مانند اوبر سرمایه‌گذاری می‌کنند تا از قافله عقب نمانند. جنرال موتورز با هدف طراحی شبکه‌های خودروهای خودران، در ماه ژانویه ۵۰۰میلیون دلار در برنامه اشتراک خودروی لیفت سرمایه‌گذاری کرد. فورد موتور هم در حال تبدیل مقر مرکزی خود در دیربورن میشیگان به یک مجموعه‌ای از ساختمان‌های سبز مشابه شرکت‌های فناوری بزرگ است.

فیات کرایسلر و گوگل هم چند هفته قبل برای تست ناوگانی از مینی‌ون‌های بدون راننده توافق کردند. هر دو شرکت بی‌ام‌و و مرسدس بنز خدمات جابه‌جایی مسافر را راه‌اندازی کرده‌اند.

حتی سایر شرکت‌های فناوری که چندان با خودرو ارتباطی ندارند وارد عرصه خدمات جابه‌جایی مسافر می‌شوند. اپل سرگرم کار روی یک پروژه خودروی اختصاصی است و ماه جاری اعلام کرد در شرکت خدمات تاکسی چینی «دیدی چوشینگ» که رقابت شدیدی با اوبر دارد، یک میلیارد دلار سرمایه‌گذاری کرده است. پدیده خدمات تاکسی آنلاین در چین فراگیر شده و اوبر در بیش از ۳۰ شهر چین فعالیت دارد و قصد دارد فعالیتش را تا پایان امسال به ۱۰۰شهر گسترش دهد. شرکت «دیدی» هم در بیش از ۳۰۰ شهر کوچک و بزرگ در چین فعالیت می‌کند.

سرمایه‌گذاری ۴۵۰میلیون دلاری تویوتا برای کارخانه جدید

تویوتا موتور حدود ۴۹میلیارد ین (۴۵۰میلیون دلار) برای ساخت یک کارخانه جدید با ظرفیت تولید سالانه ۵۰هزار خودرو در مالزی سرمایه‌گذاری می‌کند.

به گزارش ایسنا، ساخت این کارخانه بخشی از برنامه سازماندهی مجدد فعالیت‌های تویوتا در مالزی است. طبق این برنامه، کارخانه فعلی تویوتا ساخت خودروهای سواری را متوقف کرده و در عوض به تولید خودروهای تجاری متمرکز می‌شود.

به گفته مقامات تویوتا، راه‌اندازی این کارخانه حجم تولید این خودروساز ژاپنی در مالزی را به حدود ۱۰۰هزار دستگاه در سال افزایش می‌دهد.

براساس گزارش رویترز، کارخانه جدید که در سلانگور واقع است، اوایل سال ۲۰۱۹ فعالیتش را آغاز می‌کند و از فناوری‌های تولید جدید استفاده خواهد کرد.

فروش خودرو در مالزی سال گذشته به ۶۶۴هزار و ۶۷۴ دستگاه رسید و این کشور را پس از تایلند و اندونزی سومین بازار بزرگ خودروی آسیای جنوب شرقی ساخت. تویوتا سال گذشته حدود ۹۴هزار خودرو در مالزی فروخت. این شرکت سابق بر این پرفروش‌ترین خودروساز خارجی در مالزی بود اما سال گذشته عنوان مذکور را به هوندا واگذار کرد.

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 | ۸ خرداد ۱۳۹۵ | شماره ۵۱۶ | صفحه ۸
ایمیل: INFO@FORSATNET.IR سایت: WWW.FORSATNET.IR

استقبال گرم مردم و هنرمندان از عوامل فیلم «فروشنده» در فرودگاه امام خمینی

ترانه علیدوستی: غافلگیر شدیم

اصغر فرهادی کارگردان فیلم فروشنده و شهاب حسینی و ترانه علی‌دوستی بازیگران این فیلم، بعد از موفقیت خیره‌کننده در جشنواره فیلم کن با استقبال گرم هواداران و همکاران‌شان وارد تهران شدند.

به گزارش ایسنا، پرواز حامل عوامل فیلم «فروشنده» که در جشنواره فیلم کن موفق به دریافت دو جایزه رسمی شدند، ساعت ۱:۱۰دقیقه بامداد جمعه بر زمین نشست و علاوه بر مردم، سینماگرانی چون امین تارخ، رخشان بنی‌اعتماد، علیرضا تابش، حبیب ایل‌بیگی، حبیب رضایی، محمدرضا دلپاک و کامران ملکی در فرودگاه حاضر بودند.

ابتدا استقبال‌کنندگان به سمت ورودی B هدایت شدند اما به یکباره اعلام شد خروج از ورودی A خواهد بود و جمعیت حاضر به سمت ورودی A هدایت شدند.

اصغر فرهادی با حضور در جمع خبرنگاران گفت: خیلی متشکرم که این راه دور را آمدید و از ما استقبال کردید. من به تمامی سوالات شما در روز دوشنبه و در نشستی خبری پاسخ می‌دهم و اجازه بدهید به دلیل شرایط حاکم و ازدحام جمعیت در فرصت بهتری پاسخگوی همه سوالات شما باشم. وی درباره مسائلی که درباره حضور در جشنواره کن و بردن جایزه در چنین جشنواره‌هایی مطرح شده است، در جملاتی کوتاه گفت: این جو برای من تمام می‌شود و به چنین شرایطی عادت کرده‌ام.

شهاب حسینی: جای سینمای ایران خالی بود

شهاب حسینی هم که جایزه بهترین بازیگر این جشنواره را کسب کرد در جمع خبرنگاران گفت: جای سینمای ایران در چنین رویدادی خالی بود و باید چنین اتفاقی می‌افتاد. به هر حال تمام تلاش‌مان را کردیم که نماینده شایسته‌ای برای سینمای ایران باشیم و خوشحالم که این اتفاق افتاد.

وی افزود: من به شادی مردم خوشحالم. البته شادی فقط این نیست که دائما فیلم خنده‌دار بسازیم. همین که بتوانیم با موفقیت‌های‌مان شادی را برای مردم به ارمغان بیاوریم اتفاق مثبتی است و خوشحالم که وظیفه‌ام را انجام دادم.

حسینی در پاسخ به اینکه آیا در جشنواره کن پیشنهاد بازی در اثری جدید را داشته است، گفت: هر چه خدا بخواهد همان می‌شود، ولی تا به امروز پیشنهادی نشده است. او همچنین گفت: «بعد از دریافت این جایزه بیشتر دلم می‌خواهد در ایران به فعالیت بازیگری ادامه دهم.»

حسینی در پاسخ به این پرسش خبرنگار ایرنا که کدام یک از مشاهیر سینمای جهان به شما تبریک گفتند، گفت: افراد زیادی بودند، ولی هنوز فرصت نکرده‌ام به‌طور دقیق همه را بررسی کنم.

غافلگیری علی‌دوستی

ترانه علیدوستی نیز در میان ازدحام شدید استقبال‌کنندگان با تشکر از مردم گفت: حدس می‌زدم مردم از عوامل فیلم «فروشنده» استقبال کنند اما نمی‌دانستم استقبال تا این اندازه زیاد باشد. این استقبال خیلی خوشحال‌کننده بود. امیدوارم نمایندگان شایسته‌ای برای سینمای ایران باشیم.

او افزود: تا جایی که فرصت داشتم پیگیر بازتاب خبری کن در ایران و رسانه‌های ایران بودم.

به گزارش ایسنا، استقبال مردم به حدی بود که اصغر فرهادی، شهاب حسینی و ترانه علیدوستی برای خروج از سالن با مشکل مواجه بودند و جمعیت مدام نام اصغر فرهادی و شهاب حسینی را صدا می‌کردند.

با کمک ماموران نیروی انتظامی سینماگران بازگشته از جشنواره کن به گوشه‌ای از سالن مشایعت شدند و بعد تک‌تک میان مردم حاضر شدند و لحظات کوتاهی به ابراز احساسات آنها پاسخ دادند.

هنگام حضور اصغر فرهادی در سالن، حاضران با فریاد «اصغر دوستت داریم» به استقبال او رفتند و بعد از خروج فرهادی از فرودگاه شهاب حسینی با مشایعت مأموران انتظامی وارد جمعیت شد و به سرعت از فرودگاه خارج شد.

از عوامل فیلم «فروشنده» ستار اورکی سازنده موسیقی و کاوه سجادی حسینی، دستیار اول کارگردان در بین استقبال‌کنندگان حضور داشتند.

هنگام حضور فرهادی، حسینی و علیدوستی در سالن ترانزیت که تنها خبرنگاران و عکاسان مجوز ورود به آن را داشتند، بازار عکس یادگاری داغ بود.

حدود ساعت ۲ بامداد با خروج سینماگران برگشته از جشنواره کن، جمعیت حاضر نیز از سالن بیرون رفتند.

اصغر فرهادی و شهاب حسینی در جمع خبرنگاران در حالی که سخنان کوتاهی را مطرح کردند حرف‌های بیشتر را به نشست خبری روز دوشنبه موکول کردند.

سفر تاریخی رئیس‌جمهوری آمریکا به هیروشیما

ادای احترام به قربانیان، بدون معذرت‌خواهی

رئیس‌جمهوری آمریکا با سفر به هیروشیما در ژاپن با گذاردن تاج گل در بنای یادبود قربانیان انفجار بمب اتمی در این شهر، خواستار پایان بخشیدن به استفاده از تسلیحات اتمی شد.

به گزارش ایسنا، به نقل از پایگاه یاهونیوز، باراک اوباما، رئیس‌جمهوری آمریکا که نخستین رئیس‌جمهوری آمریکاست که از هیروشیما، قربانی بمب اتمی آمریکا در جنگ دوم جهانی بازدید می‌کند، گفت: ششم اوت ۱۹۴۵ نقطه‌عطفی در تاریخ مدرن بود.

در جریان انفجار این بمب اتمی ۱۴۰ هزار نفر همزمان با موج انفجار و بیماری‌های مرتبط و سوختگی‌های ناشی از آن در ماه‌ها و سال‌های بعد کشته شدند.

اوباما در نشستی در «ایسه شیما» در ۳۰۰ کیلومتری جنوب غرب توکیو گفت: این انفجار برای مدت‌های مدیدی در ذهن مردم می‌ماند. من می‌خواهم بار دیگر خطرات بسیار جدی تسلیحات و جنگ‌افزارها را یادآور شوم.

رئیس‌جمهوری آمریکا در هیروشیما خواستار پایان بخشیدن به استفاده از تسلیحات اتمی شد و در مطلبی در کتابچه صلح این شهر خواستار تسریع در روند صلح و ایجاد جهانی عاری از سلاح اتمی شد و در اظهاراتش گفت که پیشرفت‌های علمی باید برای اقدامات اخلاقی و بشری باشد.

سوزان رایس، مشاور امنیت ملی و کارولین کندی، سفیر آمریکا در ژاپن نیز در کنار شینزو آبه، نخست‌وزیر ژاپن در این مراسم در کنار اوباما حضور داشتند.

رئیس‌جمهوری آمریکا در سخنانش در هیروشیما گفت: ما در اینجا جمع شده‌ایم تا رخداد ناگوار گذشته را به یاد بیاوریم. ارواح افرادی که در این شهر کشته شدند، ما را خطاب می‌کنند. من از تمام ملت‌ها می‌خواهم تا به بررسی مجدد توسعه اتمی پرداخته و به دنبال نابودی تسلیحات اتمی و هسته‌ای باشند. جهان همواره نسبت به این بمباران اتمی مسئول بوده است. اما امروزه فرزندان این شهر به دنبال صلح هستند. این مسئله بسیار ارزشمند است. این همان آینده‌ای است که ما می‌توانیم انتخابش کنیم؛ آینده‌ای که در آن هیروشیما و ناکازاکی دیگر تنها برای انفجار بمب‌های اتمی در آن شناخته نمی‌شوند، بلکه برای بیداری اخلاقی‌شان شناخته می‌شوند.

اوباما همچنین به حضار گفت که حضورش در هیروشیما فرصتی برای ادای احترام به قربانیان جنگ دوم جهانی، شانسی برای تاکید مجدد به اجرای تعهدات در زمینه ترغیب صلح و امنیت در جهانی است که دیگر به سلاح اتمی نیازی ندارد.

با این حال با وجود درخواست‌های مردم ژاپن برای عذرخواهی آمریکا از بابت این انفجار اتمی، باراک اوباما قرار نیست چنین کاری کند. درحالی‌که بسیاری در ژاپن بر این عقیده‌اند که این انفجار اتمی غیرنظامیان را هدف قرار داد اما آمریکایی‌ها می‌گویند این انفجار جان هزاران نفر را نجات داد و باعث پایان جنگ دوم جهانی شد.

سفر اوباما به هیروشیما حدود ۷۰سال پس از بمباران این شهر و حدود هفت سال پس از سخنرانی او در پایتخت جمهوری چک صورت می‌گیرد که در آن، از خلع سلاح اتمی جهان حمایت کرد و آن را هدفی متعالی برای تمامی کشورها دانست. سخنرانی پراگ از جمله دلایلی بود که باعث شد باراک اوباما به دریافت جایزه صلح نوبل نائل شود.

در روز ۶ اوت سال ۱۹۴۵، حدود سه ماه پس از تسلیم آلمان در جنگ دوم جهانی و در حالی‌که جنگ در جبهه ژاپن همچنان ادامه داشت، شهر هیروشیما توسط یک بمب افکن آمریکایی هدف بمباران اتمی قرار گرفت.

سه روز بعد از بمباران هیروشیما، آمریکا به منظور وادار کردن دولت ژاپن به تسلیم در جنگ، شهر ناکازاکی را نیز بمباران اتمی کرد و کوتاه‌مدتی پس از آن، امپراتور وقت ژاپن، در سخنانی اعلام کرد که به منظور حفظ نسل مردم کشورش، به صلح بدون قید و شرط با متفقین گردن نهاده است.

پایان اجلاس گروه هفت

هدف اصلی سفر اوباما به ژاپن شرکت در اجلاس سران کشورهای گروه هفت یا همان جی‌هفت بود.

سران کشورهای «جی هفت» دیروز در پایان نشست دو روزه خود در ژاپن با ابراز نگرانی از گسترش افراطی‌گری و تروریسم، متعهد شدند تمامی تلاش خود را برای از میان برداشتن چالش‌های اقتصادی پیش روی رشد و توسعه دنیا بکار گیرند.

به گزارش ایرنا، چهل و دومین اجلاس سران گروه هفت با حضور رهبران آمریکا، فرانسه، آلمان، ژاپن، انگلیس، کانادا و ایتالیا که از پنجشنبه در شهر ایسه‌شیمای ژاپن آغاز به کار کرده بود، دیروز با انتشار بیانیه‌ای به کار خود پایان داد.

پاسخ سخنگوی وزارت امور خارجه به اظهارات عادل جبیر

سخنگوی وزارت امور خارجه گفت: ملت عراق برای تشخیص منافع و دوست و دشمن خود نیازی به اظهارات بزرگ‌ترین عامل و حامی بی‌ثباتی و حمایت از تروریسم در عراق، منطقه و جهان ندارد.

به گزارش ایرنا، حسین جابری انصاری در پاسخ به اظهارات سخیف عادل جبیر وزیر امور خارجه عربستان درباره روابط جمهوری اسلامی ایران و عراق گفت: ملت عراق برای تشخیص منافع و دوست و دشمن خود نیازی به اظهارات وزیر خارجه کشوری ندارد که در کمتر از یک دهه و نیم اخیر، بزرگ‌ترین عامل و حامی بی‌ثباتی و حمایت از تروریسم در عراق، منطقه و جهان بوده است.

سخنگوی وزارت امور خارجه افزود: حضور مستشاران نظامی ایران در عراق تحت فرماندهی سردار قاسم سلیمانی به درخواست دولت قانونی این کشور و برای مبارزه با تروریست‌ها و افراط‌گرایانی است که عراق و منطقه را با بی‌ثباتی و ناامنی مواجه کرده‌اند.

جابری انصاری از عادل جبیر خواست به‌جای تلاش در جهت فریب افکار عمومی و تحریف واقعیت‌ها، فراموش نکند که کشورش هم اینک و در سطح بین‌المللی به‌عنوان نخستین و خطرناک‌ترین حامی تروریسم و گسترش ناامنی در جهان شناخته می‌شود.

به گزارش ایرنا، عادل جبیر روز پنجشنبه در گفت‌وگو با شبکه خبری «روسیاالیوم» مدعی دخالت ایران در امور عراق شده بود.

سیاست

حیدر العبادی در مورد «تشدید خطرناک اوضاع» در بغداد هشدار داد

حیدر العبادی نخست‌وزیر عراق ضمن هشدار در مورد آنچه آن را «تشدید خطرناک اوضاع توسط گروه‌های خاص در شهر بغداد» نامید، تاکید کرد که دستورهای لازم به وزارت کشور در مورد حمایت از شهروندان و اموال عمومی و خصوصی را صادر کرده است.

به گزارش ایسنا، دفتر نخست‌وزیری عراق با صدور بیانیه‌ای اعلام کرد: «گزارش‌های اطلاعاتی حاکی از آن است که برخی گروه‌های خاص به دنبال تشدید خطرناک اوضاع در کشور بدون توجه به شرایط جنگی هستند.»

براساس این بیانیه، حیدر العبادی به‌عنوان نخست‌وزیر و فرمانده کل نیروهای مسلح، در سایه مشغول بودن نیروهای نظامی و فرماندهی عملیات بغداد در عملیات آزادسازی فلوجه، دستورهای لازم را به وزارت کشور در مورد حمایت از شهروندان و دارایی‌های عمومی و خصوصی در بغداد صادر کرده است.

در این بیانیه آمده است: هر گونه ایجاد ناآرامی غیرقابل قبول است، به‌ویژه اینکه روز جمعه گذشته برخی عناصر نفوذی در میان معترضان به نیروهای امنیتی تعرض کردند و به ساختمان‌های دولتی یورش بردند.

العبادی روز پنجشنبه از معترضان خواسته بود که تظاهرات جمعه خود را با به بعد از آزادسازی فلوجه از اشغال تروریست‌های داعش موکول کنند.

تیتراخبار

- **سفیر سوئد در ایران از سفر وزیر خارجه کشورمان به استکهلم در ۱۲ خرداد (اول ژوئن) خبر داد.**
- **خبرگزاری آسوشیتدپرس گزارش داد، دونالد ترامپ موفق شده حمایت شماری کافی از نمایندگان حزب جمهوریخواه را برای نامزدی نهایی این حزب در رقابت‌های اصلی انتخابات ریاست جمهوری آمریکا کسب کند.**

رهبر معظم انقلاب انگشتر خود را به فرزند شهید مصطفی بدرالدین هدیه کردند. خانواده شهید بدرالدین به دیدار مقام معظم رهبری رفته بودند

جامعه

هشدار وزارت بهداشت درباره سوسیس و کالباس‌های تاج خروسی

در پی انتشار اخباری مبنی بر استفاده از بافت‌هایی مانند تاج خروس در سوسیس و کالباس، مدیرکل نظارت و ارزیابی فرآورده‌های غذایی، آرایشی و بهداشتی سازمان غذا و دارو، نسبت به مصرف فرآورده‌های غیرمجاز سوسیس و کالباس که بدون تاییدیه این سازمان هستند، هشدار داد.

دکتر بهروز جنت در گفت‌وگو با ایسنا، درباره استفاده از بافت‌های غیرمجازی مانند تاج خروس و پوست مرغ در تولید سوسیس و کالباس، گفت: ممکن است استفاده از بافت‌های غیرمجاز به شکل نازک در فرآورده‌های سوسیس و کالباس که در واحدها و مراکز زیرزمینی به‌صورت غیرمجاز تولید می‌شوند، اتفاق بیفتد.

وی ضمن هشدار نسبت به مصرف فرآورده‌های غیرمجاز سوسیس و کالباس، ادامه داد: بر این اساس از مردم می‌خواهیم که از فرآورده‌های مجازی که دارای تاییدیه سازمان غذا و دارو هستند، استفاده کنند.

جنت با بیان اینکه فرآورده‌های سوسیس و کالباس که دارای تاییدیه از سوی سازمان غذا و دارو هستند، تحت نظارت این سازمان تولید می‌شوند، تاکید کرد: بنابراین مردم باید از مصرف فرآورده‌هایی که فاقد تاییدیه سازمان غذا و دارو هستند، پرهیز کنند.

تیتراخبار

- **سردار ابراهیم کریمی، جانشین رئیس سازمان وظیفه عمومی ناجا با تشریح شرایط قسط‌بندی پرداخت مبلغ جریمه ریالی سربازی، از فراهم شدن امکان دریافت وام بانکی برای پرداخت مبلغ جریمه خبر داد.**
- **علی ربیعی، وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی همزمان با پرداخت حقوق فروردین و اردیبهشت بازنشستگان صندوق فولاد در پیامی از صبوری بازنشستگان این صندوق سپاسگزاری کرد.**

مرتضی رئیسی، رئیس سازمان نوسازی و تجهیز مدارس کشور گفت: از هر پنج دانش‌آموز در ایران یک نفر در مدارس خیرساز تحصیل می‌کند.

فرهنگ

مذاکره جدی با زوج برنده اسکار برای فیلم جدید فرهادی

نشریه ورایتی از مذاکره جدی و رسمی با «خاویر باردم» و «پنه‌لوپه کروز»، زوج هنری برنده اسکار اسپانیایی برای بازی در فیلم جدید اصغر فرهادی خبر داد.

به گزارش ایسنا، اصغر فرهادی خود را برای ساخت فیلم جدید و اسپانیولی‌زبانش آماده می‌کند و در همین راستا مذاکرات برای به خدمت گرفتن دو ستاره برنده اسکار به‌عنوان بازیگران اصلی این فیلم آغاز شده است.

«پنه‌لوپه کروز» در سال ۲۰۰۸ برای بازی در فیلم «ویکی کریستینا بارسلونا» ساخته «وودی آلن» موفق به کسب جایزه اسکار بهترین نقش مکمل زن شد و «خاویر باردم» که یکی از موفق‌ترین بازیگران غیرآمریکایی یک دهه اخیر محسوب می‌شود نیز در سال ۲۰۰۷ برای فیلم «جایی برای پیرمردها نیست» ساخته برادران «کوئن» جایزه اسکار بازیگری گرفت.

به گزارش ورایتی، تهیه‌کنندگی فیلم جدید فرهادی که هنوز عنوانی برای آن انتخاب نشده است را مشترکا «پدرو آلمادوار» با کمپانی اسپانیایی «El Deseo» و «الکساندر ماله گای» با کمپانی فرانسوی «ممنتو» بر عهده خواهند داشت. فرهادی هم‌اکنون مشغول تکمیل فیلم‌نامه اصلی اثر جدیدش است و ماه آینده برای پیدا کردن لوکیشن‌های مناسب فیلم راهی اسپانیا خواهد شد.

«ماله گای» در گفت‌وگو با ورایتی توضیح داد: این فیلم جدید یک تریلر روان‌شناختی با اندکی حال و هوای داستان‌های «آگاتا گریستی» با فیلم‌نامه‌ای واقعا جذاب است. ضمن اینکه در این فیلم به برخی مضامین اخلاقی که در فیلم‌های گذشته فرهادی نیز دیده‌ایم، پرداخته می‌شود.

تیتراخبار

- **علی‌اصغر پورمحمدی، خبر جدایی‌اش از صدا و سیما را تایید کرده و قرار است مرتضی میرباقری به‌عنوان معاون جدید سیما معرفی شود.**
- **کتاب «ابتکار روسیه» نوشته آرکادی آستروفسکی به‌عنوان برنده جایزه جورج اورول و نویسنده‌ای که الهام گرفته از سبک آثار اورول است انتخاب شد.**

حدود ۲۰ اثر هنری اسپانیایی که در دوره پهلوی از نمایشگاه‌های مختلف اسپانیا خریده و در گنجینه کاخ اختصاصی نیاوران نگهداری می‌شد، در شب هنر اسپانیا در نیاوران رونمایی شدند.

ورزش

ژوزه مورینیو، سرمربی منچستر یونایتد شد

باشگاه منچستریونایتد دیروز رسما تایید کرد ژوزه مورینیو، سرمربی این تیم در فصل آینده خواهد بود.

به گزارش «ورزش سه»، یونایتد پس از دو فصل ضعیف تحت هدایت فان‌خال، در نهایت هفته گذشته سرمربی هلندی را اخراج و ژوزه مورینیو ۵۳ ساله را با قراردادی ۳ساله جانشین او کرد.

آقای خاص درباره حضور در یونایتد گفت: «حضور روی نیمکت منچستریونایتد افتخار بزرگی است. یونایتد باشگاهی است که در سرتاسر دنیا مورد تمجید و تعریف قرار می‌گیرد. جذابیت و شهرت آنها به حدی بالاست که باشگاهی نمی‌تواند به آن برسد. همیشه حس وابستگی به اولدترافورد داشته‌ام، روزهای مهمی از کارنامه فوتبالی من در این ورزشگاه رقم خورده است و همیشه از هواداران در این ورزشگاه لذت برده‌ام. می‌خواهم سرمربی این هواداران باشم و چندین سال فوق‌العاده را برایشان رقم بزنم.»

اد وودوارد، مدیر اجرایی یونایتد درباره مورینیو گفت: «مورینیو بهترین مربی امروز دنیاست. او جام‌های زیادی برده و بازیکنان بزرگی را در سرتاسر انگلیس و اروپا پرورش داده و البته، او لیگ برتر را خیلی خوب می‌شناسد و سه بار قهرمان آن شده است. می‌خواهم از این فرصت استفاده کنم و به او خوش‌آمد بگویم. آمار موفق او برای باشگاهی مثل ما کاملا ایده آل و مناسب است.»

تیتراخبار

- **کی‌روش، سرمربی تیم ملی فوتبال ایران به دلیل رفتار نامناسب مسئولان ورزشگاه آزادی با تیم ملی، خواستار برگزاری بازی ایران و قطر در ورزشگاه یادگار امام تبریز شد.**
- **کاکا، جانشین بازیکن مصدوم تیم ملی برزیل برای حضور در کوپا آمه ریکا شد که از چندی دیگر شروع می‌شود.**

رئال مادرید که امشب در فینال لیگ قهرمانان اروپا با اتلتیکو مادرید بازی می‌کند، دیروز با روحیه‌ای بالا وارد میلان محل برگزاری فینال شد

آیین‌نامه

پشت پرده جوایز بزرگ قرعه‌کشی‌های موادغذایی در تلویزیون چیست؟

محمد نفر
کارشناس حقوق

این روزها باکس‌های ویژه تبلیغاتی در رسانه ملی پر از آگهی‌هایی است که مردم را تشویق به مصرف‌گرا بودن و خرید محصولاتی می‌کنند که شاید نقش کلیدی در سلامت و تامین نیاز روزانه بدن یک فرد نداشته باشند، در حالی که پشت پرده این جوایز و تشویق مردم به خرید، فروش بیشتر کالا است تا مبادا دولت تولیدکنندگان را به ارزان کردن کالا مجبور کند. این روزها رسانه ملی محلی برای تبلیغ کالاهای مصرفی مورد نیاز مردم شده است که البته گاه هم این کالاها، چندان با سلامت جامعه سازگاری ندارند و فرهنگ‌سازی در خصوص مصرف کالاهای سلامت‌محور فدای تامین منابع مالی برای این سازمان می‌شود.

از جمله آگهی‌های تبلیغاتی که این روزها مردم را بیشتر از قبل به مصرف‌گرایی تشویق می‌کند، اغنای مصرف‌کنندگان به خرید کالاهایی است که هر هفته تولیدکنندگان، برای خریداران آن جوایز ده‌ها میلیونی می‌پردازند. این امر در حالی است که با استناد به ماده ۱۲ و بند «د» قانون تبلیغات تعیین جایزه در مقابل تشویق به خرید و مصرف ممنوع است. البته مردم نیز به نوعی برای ماجراجویی و امتحان شانس خود هم که شده، به بازار مراجعه کرده و این کالاها را خریداری می‌کنند تا شاید در این بخت‌آزمایی، یکی از برندگان باشند. این در شرایطی است که بسیاری از تولیدکنندگان، چنانچه مقابل دولت قرار گیرند، حتما از تامین سرمایه در گردش خود ناراضی هستند و به نوعی می‌خواهند دولت دست آنها را بگیرد اما موضوع پرداخت جوایز چند ده میلیون تومانی به همین سادگی هم نیست. موضوع از این قرار است که با کاهش قیمت جهانی بسیاری از مواد اولیه مورد نیاز تولید، بیم آن می‌رود که دولت، تولیدکنندگان را مجبور به تثبیت قیمت یا بازگرداندن قیمت‌ها به قبل از دوران افزایش قیمت کند. همین امر سبب شده است که تولیدکنندگان برای فروش کالاهای خود دست به برگزاری قرعه‌کشی‌های بسیار پرهزینه بزنند و حتی برنامه‌هایی را نیز به‌صورت اختصاصی از صدا و سیما خریداری کرده تا نتایج قرعه‌کشی‌های خود را در آن اعلام کنند.

در این میان، سوال اساسی این است که اگر تولیدکنندگان سودهای معقول در نظر گرفته شده از سوی سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان را رعایت می‌کنند و براساس آنالیز قیمت واقعی که به این سازمان ارائه می‌دهند، کالا را تولید می‌کنند، بنابراین چطور می‌شود که جوایز روز به روز افزایش می‌یابد و در مقابل، برنامه‌های سنگین‌تری از رسانه ملی خریداری می‌شود؟ این در شرایطی است که وقتی قیمت مواد اولیه در بازارهای جهانی بالا رفته و هزینه‌های خرید به گفته خریداران مواد اولیه که همان تولیدکنندگان هستند، بالا می‌رود، صف طولانی برای درخواست از دولت در صدور اجازه افزایش قیمت جلوی در سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان تشکیل می‌شود تا دولت موافقت کند که قیمت‌ها را افزایش دهند، در حالی که وقتی برعکس این داستان اتفاق می‌افتد، هیچ تولیدکننده‌ای حاضر نیست قیمت را پایین آورد

و منافع مصرف‌کنندگان را رعایت کند.

هم‌اکنون نیز از جمله زمان‌هایی است که کمتر تولیدکننده‌ای حاضر است قیمت کالاهای خود را پایین بیاورد، البته گویا سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان نیز چندان علاقه‌ای به حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان ندارد و نمی‌خواهد هرچه زودتر برای این تولیدکنندگان تشکیل جلسه دهد و از آنها بخواهد تا آنالیز قیمتی خود را یک‌بار دیگر ارائه و اندکی هم حقوق مصرف‌کنندگان را لحاظ کنند. نکته حائز اهمیت این است که بسیاری از تولیدکنندگان به بنکدارانی رو آورده‌اند که بتوانند به واسطه آنها، بازار را به‌صورت انحصاری در اختیار داشته باشند و بنابراین سود بنکداران را به میزان قابل توجهی افزایش داده‌اند، در حالی که این پرداخت، سودی به حال مصرف‌کنندگان ندارد و فروشندگان کالا را به قیمتی که روی آن درج شده است، عرضه می‌کنند. البته چند ماهی هست که سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان، کمترین نقش‌آفرینی را در حمایت از مصرف‌کنندگان دارد و بیشتر نقش یک سازمان منفعل را بازی می‌کند که چندان نقشی در حمایت از مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان به عهده ندارد در حالی که باید هر چه زودتر روی این تولیدکنندگان نظارت داشته و تکلیف مشتریان با آنها را روشن کند، در غیراین صورت اینچنین آگهی‌های تبلیغاتی که مردم را تنها تشویق به خرید می‌کند و مشخص نیست که این حرکت چقدر به نفع مصرف‌کنندگان است، همچنان در رسانه ملی جولان خواهند داد.

گزارش «فرصت امروز» از دور دوم اکران نگارخانه‌ای به وسعت شهر

حظ بصری مخاطب به بهای زیان رسانه‌دارها

نرگس فرجی
nargesfaraji1389@yahoo.com

برای دومین بار سازمان زیباسازی شهر تهران اقدام به اجرا کردن جشنواره «نگارخانه‌ای به وسعت شهر» کرده است. این نگارخانه بار دیگر چهره شهر را تغییر و حال و هوای هنری به آن داده است. مدیرعامل سازمان زیباسازی شهر تهران در گفت‌وگو با رسانه‌ها عنوان کرده که در این جشنواره نزدیک به ۸۰۰ اثر به نمایش گذاشته شده است. برای اکران آثار هنری مختلف از ۲هزار سازه تبلیغاتی بهره‌برداری شده و به نسبت سال گذشته تغییرات مختلفی کرده و از لحاظ زمانی نیز به نسبت سال گذشته متفاوت است. جشنواره امسال با چند روز تاخیر به نسبت جشنواره سال گذشته اجرایی شده است. این تاخیر به خاطر همزمانی برپایی نمایشگاه کتاب با برگزاری جشنواره نگارخانه‌ای به وسعت شهر بوده است. «فرصت امروز» برای بررسی ابعاد مختلف جشنواره امسال سراغ دکتر ساعدجنانی، عضوهیات‌مدیره انجمن صنفی شرکت‌های تبلیغاتی ایران و رئیس هیات‌مدیره شرکت تبلیغاتی ارتباط صنعت رفته است. جنانی در این گفت‌وگو به مشکلاتی که برگزاری این جشنواره برای شرکت‌های طرف قرارداد سازمان زیباسازی ایجاد کرده اشاره می‌کند که می‌خوانید.

نظرتان درباره برگزاری دومین دوره جشنواره «نگارخانه‌ای به وسعت شهر» چیست؟ به نظر شما جشنواره امسال نیز مانند سال گذشته مورد استقبال مخاطبان قرار می‌گیرد؟

اصولا هر عملکرد فرهنگی به‌خصوص آن دسته از عملکردهایی که به زیبای بصری و مبلمان شهری کمک می‌کنند، پسندیده و جالب است. حال اگر فعالیت‌های فرهنگی جنبه آموزشی نیز داشته باشد، جذاب‌تر و بهتر نیز خواهد بود. در مورد استقبال مخاطبان باید بگویم که جشنواره سال گذشته چون برای نخستین بار اتفاق می‌افتاد برای مخاطبان جذابیت بیشتری داشت و مانند یک شوک در جهت جلب نظر آنها عمل کرد. سال گذشته رسانه‌های مختلفی نیز اخبار این جشنواره را پوشش دادند که این موضوع نیز در جلب نظر مخاطبان بی‌تاثیر نبود. در مورد جشنواره امسال نمی‌توان نظر قطعی داد و باید در این باره نظرسنجی دقیقی شود و با یکسری برنامه‌های تحقیقاتی و علمی بازخوردهای مخاطبان تحلیل شود. این جشنواره باید از زوایای مختلفی بررسی شود؛ از زاویه نگاه مردم، از منظر برندهایی که در مقطع زمان اکران جشنواره کمپینی را در حال اجرا داشته‌اند و از زاویه نگاه شرکت‌های طرف قرارداد سازمان زیباسازی شهر تهران. برای بررسی هر یک از این زوایا باید تحلیل‌های دقیقی صورت بگیرد تا بتوان با اطمینان کامل درباره نتایج این جشنواره صحبت کرد.

آیا شرکت‌های طرف قرارداد سازمان زیباسازی شهر تهران از این عملکرد فرهنگی استقبال کرده‌اند؟

مطمئنا این شیوه عملکرد برای آنها نیز جالب توجه است اما در این میان مسئله مهمی که برای شرکت‌های طرف قرارداد با سازمان زیباسازی مطرح است، زمان برگزاری این جشنواره فرهنگی است. زمانی که برای شرکت‌های طرف قرارداد بسیار حیاتی و مهم است. شرکت‌های طرف قرارداد با سازمان زیباسازی تعهد دارند که در سال بین ۷ تا ۱۵ درصد از تابلوهای خود را در اختیار آگهی‌های فرهنگی قرار دهند. این شرکت‌ها قرار است با توجه به مناسبت‌های فرهنگی مانند ولادت‌ها، ایام عزاداری و. . . برخی از تابلوها را در اختیار سازمان قرار دهند ولی این نحوه واگذاری با چیزی که در حال حاضر مشاهده می‌کنید، بسیار متفاوت است. دو نکته مهم در نحوه واگذاری باید لحاظ شود. اول، تمامی تابلوها به این امر اختصاص داده نمی‌شود. دوم، تابلوها توسط خود شرکت‌ها با توجه به زمان فروش و اتمام قراردادها انتخاب می‌شود، اما در حال حاضر سازمان از تمامی تابلوها استفاده کرده‌است. این شیوه عملکرد سازمان زیباسازی بار مالی زیادی را برای شرکت‌های طرف قرارداد ایجاد می‌کند.

آیا سازمان زیباسازی نظر شرکت‌های طرف قرارداد را قبل از اجرا جویا شده است؟

خیر این اتفاق نیفتاده است. شرکت‌ها اجاره بهای تابلوها را به سازمان پرداخت کرده‌اند و سازمان بدون در نظر گرفتن این موضوع در بدترین زمان ممکن طرح نگارخانه‌ای به وسعت شهر را اجرا کرده است. این موضوع در مورد سال گذشته نیز صدق می‌کند. تعهد اکران فرهنگی شرکت‌ها سال گذشته ۷درصد به سازمان بود و این تعهد از دی ماه سال ۹۴ (البته با درخواست شرکت‌های طرف قرارداد و موافقت سازمان) به ۱۵ درصد رسیده است. سال گذشته زمان برگزاری این جشنواره به مدت ۱۰روز از ۱۰ تا ۲۰ اردیبهشت بود. در حالی که امسال پنج روز نیز به آن اضافه شده و تاریخ اجرا از ۲۵ اردیبهشت تا ۱۰ خرداد است. این دوره زمانی برای شرکت‌های طرف قرارداد حیاتی است، چون بسیاری از شرکت‌ها و برندهایی که در آخر سال بودجه‌های تبلیغاتی خود را هزینه کرده‌اند در سال جدید از اواخر اردیبهشت مجددا کمپین‌های خود را اجرایی می‌کنند. از طرفی با توجه به شرایط رکود اقتصادی، بسیاری از شرکت‌های طرف قرارداد با سازمان زیباسازی در مورد فروش تابلوهای تبلیغاتی‌شان با مشکل روبه‌رو هستند. حال وقتی اوضاع در اردیبهشت بهتر می‌شود و تعدادی از تابلوها به فروش می‌رسند، شرکت‌ها با اجرای این جشنواره روبه‌رو شده‌اند. اکثر شرکت‌های طرف قرارداد با سازمان زیباسازی برای پرداخت تعهدات مالی خود با مشکلات زیادی روبه‌رو هستند و به سختی می‌توانند با شرایط بد بازار مشتریانی را جذب کنند. مشتریانی که با این اقدام و اکران نشدن آگهی‌های تبلیغاتی‌شان از دست می‌روند. برای طرح‌ریزی این جشنواره باید وضعیت شرکت‌های طرف قرارداد در نظر گرفته می‌شد یا مناسب بود که از این شرکت‌ها یا نمایندگان آنها در جلسات برنامه‌ریزی برای جشنواره دعوت به عمل می‌آمد. حداقل اگر با این شرکت‌ها مشورتی می‌شد یا جشنواره از لحاظ زمانی در فروردین ماه یا اوایل اردیبهشت اجرایی می‌شد، اوضاع کمی تغییر می‌کرد و در این حالت شرکت‌ها کمتر متضرر می‌شدند. با این توصیفات شرکت‌هایی که به سختی توانسته‌اند تابلوهای خود را در این زمان بفروشند یا باید قرارداد خود را باصاحبان آگهی‌ها ۱۵ روز به خاطر عدم اکران اضافه کنند یا باید هزینه آن را به برندها برگردانند.

سازمان زیباسازی نسبت به این عملکرد خود پاسخی را به شرکت‌های طرف قرارداد داده است و آیا قرار است این جشنواره هر سال برگزار شود؟

این سازمان ازشرکت‌های طرف قرارداد یا انجمن صنفی شرکت‌های تبلیغاتی دعوتی نکرده است. اگر سازمان با مشارکت تمامی ذی‌نفعان اقدام می‌کرد، مطمئنا خروجی کار بهتر از آب درمی‌آمد. شرکت‌ها انتظار داشتند که زمان برگزاری جشنواره به‌گونه‌ای انتخاب شود که به شرکت‌ها برای عمل به تعهدات مالی خود در قبال سازمان زیباسازی کمک کند. درباره برگزاری سالانه این جشنواره اطلاع دقیقی ندارم ولی از ظواهر امر این‌گونه به‌نظر می‌رسد این اتفاق قرار است سالانه برگزار شود. اما به هرحال این جشنواره سال گذشته نیز اجرایی شد و سازمان امسال نیز آن را برگزار کرده است. تفاوت جشنواره امسال به نسبت سال گذشته نیز افزایش پنج روز به زمان آن است. زمانی که بعد از آن وارد ماه رمضان می‌شویم و بسیاری از برندها غیراز برندهای موادغذایی تمایل چندانی به اکران آگهی محیطی ندارند. پس شرکت‌های طرف قرارداد علاوه برخرداد ماه نیمی از تیرماه را نیز از دست می‌دهند. زمان از دست رفته برای شرکت‌ها گران تمام می‌شود. شاید بهتر بود سازمان برای اجرای این کار از شرکت‌های طرف قرارداد نماینده‌ای را دعوت و با آنها به توافق می‌رسید. باید در مورد زمان بررسی بیشتری می‌شد تا هم سازمان به اهداف خود می‌رسیدو هم شرکت‌های طرف قرارداد متضرر نمی‌شدند.

جشنواره سال گذشته چون برای نخستین بار اتفاق می‌افتاد برای مخاطبان جذابیت بیشتری داشت و مانند یک شوک در جهت جلب نظر آنها عمل کرد. سال گذشته رسانه‌های مختلفی نیز اخبار این جشنواره را پوشش دادند که این موضوع نیز در جلب نظر مخاطبان بی‌تاثیر نبود. در مورد جشنواره امسال نمی‌توان نظر قطعی داد و باید در این باره نظرسنجی دقیقی شود

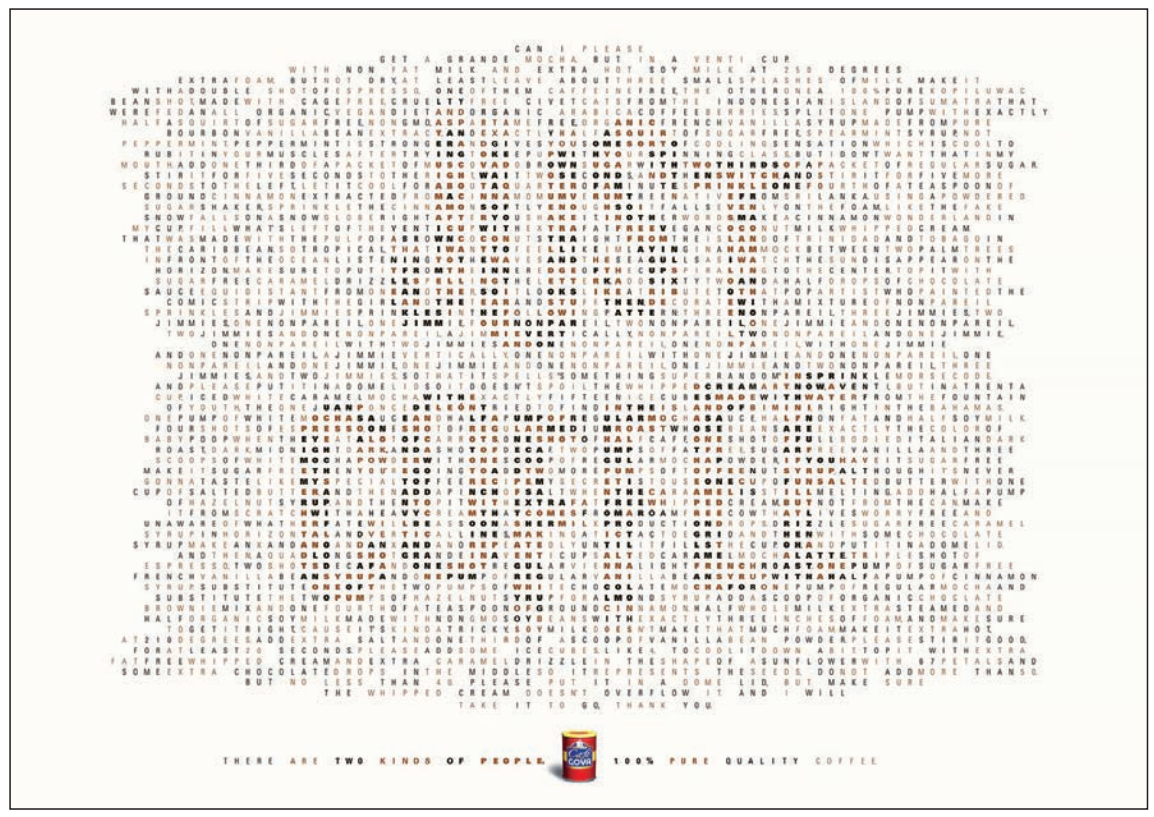
به نظر شما در جشنواره امسال نواقص سال گذشته برطرف شده است؟

بله تا حدود زیادی نواقص برطرف شده و سازمان زیباسازی جشنواره امسال را بهتر از سال گذشته برگزار کرده است. برای مثال اکران این آگهی‌ها در سال گذشته بدون توجه به عرض کم و طول زیاد روی عرشه پل‌ها جذاب نبود و از کیفیت کار کاسته بود، سازمان امسال به ابعاد سازه توجه کرده و متناسب با آن طراحی انجام شده است. سایز نوشته‌ها نیز در جشنواره امسال به نسبت سال گذشته تغییر کرده است. سال گذشته توضیحات با فونت‌ریزی در کنار آثار آمده بود، ولی امسال این سایز بزرگ‌تر شده و مخاطب بهتر می‌تواند متوجه آنها شود. همان‌طور که گفته شد هر اقدام فرهنگی که به زیبایی مبلمان شهرمان کمک کند و در نهایت احساس خوبی به شهروندان انتقال دهد اتفاق خوشایند و خوبی است.

آیا چنین جشنواره‌هایی در کشورهای دیگر نیز اجرایی می‌شود؟ پیشنهاد شما برای بهتر شدن این جشنواره چیست؟

در برخی از کشورها مانند ترکیه و چین شهرداری‌ها عمدتا عرشه پل‌ها را برای این کار اختصاص داده‌اند و معمولا طرح آگهی‌های مرتبط با رویدادهای مختلف ملی را از طریق این پل‌ها اکران می‌کنند. این کشورها از تابلوهای تبلیغاتی برای اکران این آگهی‌های فرهنگی استفاده نمی‌کنند. مگر اینکه اسپانسری از چنین رویدادهای فرهنگی حمایت کند و هزینه تابلوهای تبلیغاتی توسط این اسپانسر پرداخت شود. در کشور ما نیز بسیاری از برندها در جهت مسئولیت اجتماعی خود اقدامات فرهنگی انجام می‌دهند و خواستار حمایت از چنین رویدادهایی هستند. سازمان بهتر است که از پتانسیل این برندها استفاده بیشتری کند. نکته دیگری که در مورد این جشنواره قابل بحث است، اجرای مشابه آن مانند سال گذشته است. اینکه چرا عمدتا سازمان از طرح تابلو نقاشی‌ها برای این جشنواره استفاده کرده کمی تامل برانگیز است. سازمان زیباسازی باید برای اجرای این جشنواره نظر تمامی دست‌اندرکاران صنعت تبلیغات و مخاطبان آگهی‌ها را در نظر بگیرد تا خروجی کارش بهتر از این باشد.

تبلیغات خلاق



آگهی قهوه Goya

ایستگاه تبلیغات

نوآوری در ساخت قطعات LEGO یاور کودکان نابینا

پروژه «Braille Bricks» با همکاری بنیاد دورینا نوویل ویژه افراد نابینا به کودکان نابینا در زمینه خواندن حروف و کلمات از طریق بازی کمک می‌کند. به این ترتیب هر قطعه LEGO به واسطه حک حروف بریل روی آن می‌تواند برای کودکان سالم و نابینا مفید واقع شود.

به گزارش ام‌بی‌ای نیوز، تاکنون یک سازمان در سائوپائولو دست به ساخت قطعات LEGO فقط برای ۳۰۰ دانش آموز زده است اما با مساعدت سازمان غیرانتفاعی خلاق «Creative Commons» امید تولید قطعات بیشتری از این محصولات جوانه خواهد زد.

بازاریابی مجانی

امتحان کردن را امتحان کنید

عطیه عظیمی

بازاریابی برخلاف تصور ما یک بازی ساده نیست. در بازی بازاریابی باید مدام انتظارات تازه‌ای خلق کرد تا بتوان به تدریج به یک استراتژی بی‌نقص نزدیک و نزدیک‌تر شد. آن هم در حالی که هیچ‌گاه واقعا نمی‌توان به آن رسید. تنها راه بهتر شدن در این بازی، آزمودن است. اینکه چیزهای تازه‌ای را امتحان و استراتژی‌های جسورانه‌ای اتخاذ کنید تا بفهمید کدام نتیجه می‌دهد و کدام نه.

فرهنگ تجربه اندوزی در محیط کار و داشتن فضایی برای آزمون و خطا برای بسیاری از مدیران ظاهری غول‌آسا و غیرقابل دسترس دارد و چنین مدیرانی تصور می‌کنند هرگونه خطایی از جانب زیر دست‌شان به سادگی کسب‌وکارشان را به باد می‌دهد. حقیقت این است که مدیرانی می‌توانند موفق‌تر باشند و کسب‌وکار خودشان را بهتر هدایت کنند که فضایی برای آزمون و خطا برای خود و کارمندان‌شان فراهم کنند اما مسئله این است که فراهم‌سازی چنین فضایی هم نیازمند مقدمات و هم دانستن یکسری اطلاعات و استانداردها است. اگر فعالانه دست به آزمون و خطا نزنید نمی‌توانید پیشرفت کنید و این یعنی در مسیر درازمدت خود راکد خواهید ماند. هیچ‌گاه یک استراتژی را از برنامه خود حذف نکنید مگر آنکه برای عدم اثربخشی آن داده‌ای در اختیار داشته باشید. فرصت یادگیری پیرامون برند و مشتریان خود را نیز تحت هیچ شرایطی نباید از دست بدهید. فرصت اشتباه کردن به دیگران دادن از جمله بهترین راه‌ها برای افزایش اعتماد به نفس افراد به شمار می‌آید. اگر کارمند به هر دلیلی کاری را اشتباه انجام دهد، همه چیز را به هم نریزید. با کمی صبر و حوصله و دادن فرصت به کارمندان خود در واقع نوعی سرمایه‌گذاری بلندمدت انجام می‌دهید و باعث می‌شوید تا کارمندان‌تان هم تلاش بیشتری به کار گیرند تا کمتر اشتباه کنند. خودمختار نباشید. این یعنی اینکه شما فضا را برای ایده‌های جدید باز می‌گذارید و مثل دیکتاتورها رفتار نمی‌کنید که حرف، حرف خودشان است. گوش شنوا برای شنیدن ایده داشته باشید و سعی کنید با پردازش بهتر از آنها در صورت امکان استفاده کنید. توفان مغزی ایده‌ای است که براساس آن به اصطلاح عامیانه افراد عقل‌هایشان را روی هم می‌ریزند و بهترین راهکارها را برای مشکلات پیدا می‌کنند تا کامل‌ترین ایده را ارائه کنند. توفان مغزها به نوعی همان خرد جمعی است که در صورت تحقق می‌تواند یک تیم منسجم و قوی را شکل دهد.

کسی که از تغییر می‌پرهیزد ترسو است و کسی که شجاع نباشد نمی‌تواند مدیریت خوبی داشته باشد.

کسانی که جرات ریسک کردن ندارند، از تغییر هم استقبال نمی‌کنند و همین نقطه ضعف بزرگی است که می‌تواند در خوش‌بینانه‌ترین حالت باعث درجا زدن کسب‌وکارشان باشد. خبر خوب این است که اگر این موانع را به موقع شناسایی کنید می‌توانید جلوی ضرر بیشتر را بگیرید و استراتژی خود را برای رسیدن به حالتی اثربخش‌تر بازآفرینی کنید. اگر در این مرحله بتوانید آنها را در خود شناسایی کنید، نیمی از مشکل را حل کرده‌اید.

از میان خبرها

کارخانه خودروسازی بحران‌زده‌ای که به کارمندانش پاداش داد

غول خودروسازی آلمانی فولکس‌واگن با وجود ضرری که از رسوایی تقلب در تست آلایندگی متحمل شده، به هر یک از کارمندانش ۳۹۵۰ یورو پاداش برای سال ۲۰۱۵ می‌دهد.

به گزارش ایسنا، این پاداش بدون مالیات که کمتر از ۵۹۰۰ یورو برای سال ۲۰۱۴ است، پس از اعلام پاداش‌های هنگفت به مدیران ارشد این شرکت در ماه گذشته داده می‌شود. پاداش‌های اختصاص‌یافته به مدیران که در زمان مذاکرات دستمزد برملا شد، نارضایتی گسترده‌ای در میان کارمندان فولکس واگن ایجاد کرد. کارل هاینس بلسینگ، مدیر منابع انسانی فولکس واگن در بیانیه‌ای اظهار کرد: کارکنان فولکس واگن با وجود وضعیت دشوار، کار خوبی را به شکل یک تیم ارائه کرده‌اند و تعهد قوی آنها شایسته قدردانی است. هیات نظارت این خودروساز پس از اینکه پاداش‌های مدیران مورد انتقاد قرار گرفت، در پایان آوریل تصمیم گرفت ۳۰ درصد از حقوق سالانه برای ۹ مدیر ارشد را معوق کند. اگر شرکت به اهداف بازار سهام دست پیدا کند، این پول معوق در سه سال پرداخت خواهد شد. پاداش مدیران فولکس واگن انتقادات عموم مردم و سیاستمداران آلمان از جمله ولفگانگ شوبله، وزیر دارایی این کشور را برانگیخت. فولکس واگن پس از اینکه سال گذشته اقرار کرد با نصب دستگاه‌های غیرقانونی، در تست آلایندگی ۱۱ میلیون خودروی دیزلی تقلب کرده است، ناچار شد برای خودروهای آلاینده در سراسر جهان فراخوان دهد. براساس گزارش خبرگزاری فرانسه، این خودروساز که ۱۶٫۲ میلیارد یورو برای پوشش هزینه مربوط به جریمه، شکایات و هزینه‌های فراخوان مربوط به این رسوایی اختصاص داده است، سال گذشته ۱٫۵۸ میلیارد یورو ضرر متحمل شد که نخستین ضرر این غول خودروسازی از سال ۱۹۹۳ به این سو بود.

گزارش «فرصت امروز» از فراخوان طراحی شعار برای باشگاه مشتریان بانک تجارت

گام اول برای دوستی با مشتری

امیر کاکایی
a9631m@gmail.com

امروزه سازمان‌های نوین به دنبال ایجاد تمایز برای خود هستند و هر یک از این سازمان‌ها تمایزاتی را برای خود طراحی می‌کنند. به عقیده برخی کارشناسان حوزه برند و بازاریابی، طراحی شعار برای باشگاه مشتریان نیز پتانسیل این موضوع را دارد که به تمایزی برای سازمان‌ها تبدیل شود. در حال حاضر مدیریت ارتباط با مشتری یا CRM به یکی از ضرورت‌های این سازمان‌ها تبدیل شده است و سازمان‌های نوین در راستای برقراری ارتباطی مناسب با مشتریان، برنامه‌ریزی‌ها و سرمایه‌گذاری‌های مناسبی را انجام می‌دهند. بانک تجارت یکی از سازمان‌های ایرانی است که طی فراخوانی از مشتریان خود دعوت کرد تا با ارسال شعارهای پیشنهادی خود در فراخوان انتخاب شعار باشگاه مشتریان این بانک شرکت کرده و جوایزی را دریافت کنند. اینکه این شعار تا چه اندازه توانایی ایجاد تمایز برای بانک تجارت را دارد و چه نوع شعاری برای باشگاه مشتریان این بانک مناسب است، بهانه‌ای شد تا «فرصت امروز» سراغ مهدی رفتاری، مدرس و مشاور بازاریابی و برند برود.

مهدی رفتاری در گفت‌وگو با «فرصت امروز» می‌گوید: رسیدن به نام یا شعاری مناسب از طریق فراخوان همواره مورد استفاده سازمان‌های ایرانی قرارگرفته است؛ به‌عنوان نمونه چندی پیش موسسه عسکریه نیز برای تغییر نام خود از طریق فراخوانی به نام «ملل» دست پیدا کرد. به‌صورت کلی مخاطبان ایده‌های جدید و جذابی در ذهن خود دارند که از طریق فراخوان، سازمان‌ها می‌توانند آن را جمع‌آوری کنند. بانک تجارت از طریق فراخوان می‌تواند ایده‌های مختلف و جذابی را جمع‌آوری کند و سپس متخصصان در حوزه شعار این ایده‌ها را جمع‌بندی کنند و از این طریق به شعاری مناسب و زیبا برای باشگاه مشتریان بانک تجارت دست پیدا کنند. از طرفی ترکیب ایده‌ها برای دست یافتن به شعاری مناسب، مفید است و در این‌گونه فراخوان‌ها در نهایت باید نظر نهایی را متخصصان شعار بدهند؛ چون بسیاری از شعارهای مستقیم از پختگی بالایی برخوردار نیست.

ایجاد تمایز برای بانک

او ادامه می‌دهد: شعار برای سازمان‌ها و حتی باشگاه مشتریان آنها ایجاد تمایز می‌کند. این در حالی است که همه سازمان‌ها از نامی برخوردار هستند اما تعداد کمتری از این سازمان‌ها دارای شعار هستند و اتفاقا تعداد بسیار محدودی از آنها شعار مناسب و جذابی دارند. از طرفی باشگاه مشتریان بسیاری از بانک‌ها شعار ندارد و این موضوع می‌تواند برای بانک تجارت تمایز ایجاد کند. داشتن شعار حرفه‌ای و مناسب برای باشگاه مشتریان می‌تواند بسیاری از ضعف‌های هویت برند بانک تجارت را پوشش دهد.

رفتاری اظهار می‌کند: شعار برخی بانک‌ها مانند بانک ملی در گذشته شعار مناسبی بود؛ چون بسیار تبلیغ شده و در ذهن مخاطبان ایرانی ماندگار بود. البته چند سال پیش شعار بانک ملی تغییر کرد و به عقیده بنده این تغییر نباید صورت می‌پذیرفت؛ چون شعار قبلی بانک ملی در ذهن مخاطبان ایرانی دارای ماندگاری بالایی بود و «این بانک، ملی است» که شعار جدید بانک ملی است، از جذابیت بالایی برای مخاطبان ایرانی برخوردار نیست.

این مدرس بازاریابی خاطرنشان می‌کند: بر سر این موضوع که شعار اصلی سازمان بعد از مدتی تغییر کند یا خیر در بین متخصصان حوزه بازاریابی اختلاف نظر وجود دارد؛ به‌عنوان نمونه برندی مانند پپسی تابه‌حال حدود ۲۰ بار شعار خود را تغییر داده اما کوکاکولا شعار خود را کمتر تغییر داده است. سازمان‌هایی که درصدد تغییر شعار سازمانی خود هستند باید دلیل قانع‌کننده‌ای برای تغییر شعار خود داشته باشند.

تناسب محتوایی بین اجزای هویت برند

او بیان می‌کند: به‌صورت کلی تمامی اجزای هویت برند باید با یکدیگر تناسب داشته باشد؛ به‌عنوان نمونه باید رنگ، لوگو، شعار، سرود و... سازمانی بانک تجارت با یکدیگر تناسب داشته باشد. شعار بانک تجارت تحت عنوان «بانک تجارت، بانک فردا» است و این شعار در ذهن مخاطبان ایرانی مفهوم‌هایی مانند نوآوری و خلاقیت را به یاد می‌آورد. با توجه به این موضوع شعار باشگاه مشتریان باید با شعار اصلی بانک تجارت تناسبی داشته باشد. از طرفی حتی سرود بانک تجارت نیز باید با شعار باشگاه مشتریان این بانک تناسب معنایی داشته باشد. البته در سرود بانک تجارت موضوعی مبنی بر تداعی «فردا» مطرح نمی‌شود و شعار مناسب باشگاه مشتریان می‌تواند این ضعف‌های بانک تجارت را به خوبی پوشش دهد. به‌عنوان نمونه شعار باشگاه مشتریان این بانک می‌تواند مفاهیم فردا را برای مخاطبان ایرانی تداعی کند.

> **بر سر این موضوع که شعار اصلی سازمان بعد از مدتی تغییر کند یا خیر در بین متخصصان حوزه بازاریابی اختلاف نظر وجود دارد؛ به‌عنوان نمونه برندی مانند پپسی تابه‌حال حدود ۲۰ بار شعار خود را تغییر داده اما کوکاکولا شعار خود را کمتر تغییر داده است. سازمان‌هایی که درصدد تغییر شعار سازمانی خود هستند باید دلیل قانع‌کننده‌ای برای تغییر شعار خود داشته باشند**

شعاری عاطفی‌تر برای باشگاه مشتریان

رفتاری خاطرنشان می‌کند: جنس شعار باشگاه مشتریان باید با شعار اصلی بانک تجارت متفاوت باشد. شعارهایی که برای باشگاه مشتریان لحاظ می‌شود باید نسبت به شعار اصلی سازمان، با زبان عامیانه‌تر و صمیمی‌تر باشد؛ چون باشگاه باید حالت عاطفی‌تر، دوستانه‌تر و... داشته باشد. به‌صورت کلی باشگاه مشتریان سازمان‌ها باید محل لذت و جشن مشتریان باشد و ارتباط حسی را با مخاطبان بتواند برقرار کند و تعامل بین سازمان و مشتریان را بهبود بخشد.

تاثیرات منفی فراخوان

این مشاور برندسازی اظهار می‌کند: گروه هدف بانک تجارت قطعا مشتریانی هستند که با این بانک کار می‌کنند و فعالیت‌های بانکی خود را از طریق این بانک پیش می‌برند اما گروه هدف فراخوان باشگاه مشتریان بانک تجارت برای انتخاب شعار، صرفا مشتریان این بانک نیستند و کسانی که در حوزه شعار دارای ایده هستند نیز می‌توانند در این فراخوان شرکت کنند. از طرفی این فراخوان در راستای تعامل با مشتری و... نمی‌تواند مثمر ثمر واقع شود و حتی این فراخوان می‌تواند در ذهن مشتری تاثیرات منفی نیز بگذارد؛ به‌عنوان نمونه این سوال شاید در ذهن مخاطبان پیش آید که تا به حال مگر بانک تجارت باشگاه مشتریان نداشته است؟ و حتی اگر باشگاه مشتریان داشته چرا دارای شعاری نبوده است؟

او ادامه می‌دهد: بیش از ۵۰ درصد بانک‌های ایرانی در لوگوی خود از رنگ آبی استفاده می‌کنند اما بانک ملت در بازطراحی لوگوی خود، از رنگ‌های قرمز و نارنجی استفاده کرده است. با این موضوع بانک تجارت تمایزی را برای خود ایجاد کرده است و در باشگاه مشتریان نیز بانک تجارت می‌تواند شعاری را انتخاب کند که در وهله اول برای او تمایز ایجاد می‌کند. در این میان بانک تجارت در کارت‌های اعتباری خود از رنگ‌های آبی فیروزه‌ای استفاده کرده است که این موضوع تداعی بانک دی را در ذهن مخاطبان ایرانی ایجاد می‌کند و استفاده از این رنگ برای بانک تجارت خیلی کار درستی تلقی نمی‌شود. از طرفی بانک تجارت نیاز به بازآفرینی لوگوی خود دارد و پیشنهاد می‌شود بانک تجارت در راستای ساده‌سازی لوگوی خود برنامه‌ریزی‌های جدی را انجام دهد.

ویژگی‌های شعار باشگاه مشتریان

رفتاری درباره ویژگی‌های شعار باشگاه مشتریان بیان می‌کند: به‌صورت کلی شعار باشگاه مشتریان باید تداعی‌کننده نام بانک تجارت باشد و چون نام این بانک «تجارت» است، شعار باشگاه مشتریان بهتر است روی مفاهیمی مانند تجارت، تبادل و... تاکید داشته باشد. از طرفی شعار باشگاه مشتریان باید انگیزشی باشد و به مخاطبان هیجان بدهد.

یکی دیگر از نکات برجسته شعار این موضوع است که شعار باید متناسب با گروه هدف سازمان تعیین شود و به مخاطبان انگیزه دهد. البته داشتن تفاوت و تمایز در شعار نیز بسیار حائز اهمیت است.

در این میان شعارهای دو پهلو بسیار می‌تواند در ذهن مخاطبان تاثیرات مثبتی بگذارد، چون این‌گونه شعارها ایهامی را ایجاد می‌کند و مخاطبان مفهوم‌های مختلفی را از این شعار دریافت می‌کنند؛ به‌عنوان نمونه برخی مخاطبان لایه اول شعار را دریافت می‌کنند اما برای برخی دیگر از مخاطبان، شعار مفاهیم دیگری را به دنبال خواهد داشت.

این مشاور بازاریابی می‌افزاید: شعار باشگاه مشتریان بانک تجارت می‌تواند ایجاز داشته باشد و از شعارهای بسیار طولانی برای باشگاه مشتریان این بانک استفاده نشود. از طرفی شعار مناسب، شعاری است که دارای ایهام باشد و به سادگی توسط مخاطبان درک نشود؛ به عبارت دیگر شعارهایی در ذهن مخاطبان ماندگار است که از ایهام بیشتری برخوردار باشند. مفهومی تحت عنوان گازرنیک وجود دارد که به این موضوع اشاره دارد که معمولا سوالاتی در ذهن افراد پیش می‌آید که ممکن است خود فرد بعدا به‌صورت خودآگاه به دنبال پاسخ آن نباشد اما مغز انسان درگیر آن بوده و به دنبال پاسخ دادن به این سوالات باقی می‌ماند. هنگامی‌که مخاطبان با شعار یا لوگوی پیچیده‌ای مواجه می‌شوند، ناخودآگاه در مورد این موضوع سوالاتی برای آنها پیش می‌آید که مغزشان همواره دنبال یافتن پاسخ به این پیچیدگی است و به عبارت دیگر می‌توان گفت که این پیچیدگی ذهن مخاطبان را با برند بیشتر درگیر می‌کند و شعار بیشتر به ذهن می‌نشیند و بیشتر در ذهن باقی می‌ماند.

بازاریابی مدرن

بازاریابی عصبی – قسمت پنجم

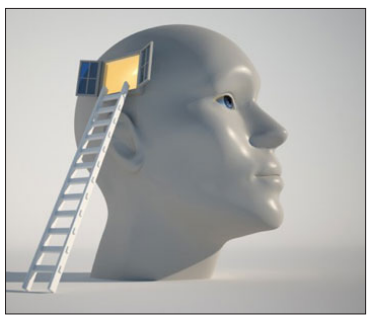
دکتر میثم شیرخدایی
مشاور برند و عضو هیات علمی دانشگاه مازندران

حقیقت این است که در یک اقتصاد مدرن استفاده از روش‌های کارآمد در تحقیقات بازار امری طبیعی است و همواره در به‌کارگیری روش‌های مختلف کاستی‌هایی اساسی وجود داشته است. این معایب چندین دهه است که هم مشتریان و هم پژوهشگران را رنجانده و هیچ کس بدون درک عمیقی از مغز نمی‌تواند راه‌حلی جامع طراحی کند. دو دلیل اساسی برای این کار وجود دارد: اول اینکه روش‌های سنتی ذاتا نمی‌توانند آنچه را که مغز انجام می‌دهد یا چگونگی اجرای آن و اینکه چگونه آن را به شکل چیزهایی مثل محصولات، خدمات، فروشگاه، تبلیغات و هر چیزی که در ارتباط با بازاریابی مدرن است در می‌آورد، نسخه‌برداری کنند.

در پس دلیل دوم، یافته‌های عصبی جذابی وجود دارد: زمانی‌که در مورد چگونگی واکنش مغز نسبت به چیزی سوال پرسیده می‌شود باید اذعان کرد که پاسخ مغز باعث تغییر در داده‌های اصلی و ثبت شده می‌شود. این مشکل اساسی نظرسنجی‌ها و گروه‌های کانونی است که در اصطلاح به آنها پاسخ‌های رسا و خودگزارش گفته می‌شود (زوراویکی، ۲۰۱۰). زمانی‌که بخواهید از شرکت‌کنندگان خود حقایقی را دریافت کنید استفاده از این روش در کار مفید است.

ولی نه آن‌قدر که بتوان احساس مصرف‌کنندگان را به‌طور کامل درک و اطلاعاتی در مورد آن کسب کرد. از این‌رو توصیف احساسات برای افراد در قالب کلمات و عبارات فوق‌العاده دشوار است و زمانی می‌توانند آن را به‌طور کامل درک و تجربه کنند که در معرض یک محرکی قرار بگیرند. ذهن خودآگاه افراد برای احیای آنچه در ذهن ناخودآگاه ثبت شده، سوالاتی می‌پرسد و ترجمه آن نیاز به زبان خاصی دارد تا بتواند به‌طور دقیق احساس را منعکس کرده یا بیان کند که در ثانیه‌های اولیه چه چیزهایی را زودتر به یاد می‌آورد.

پژوهشگران سنتی بازار باید تلاش کنند با همکاری دیگران ضعف‌های ساختاری خود را پوشش داده و برطرف کنند. گروه‌های متمرکز می‌توانند با به‌کارگیری ابزارهای قوی نظر شرکت‌کنندگان را تحت‌تأثیر قرار دهند. در نظرسنجی‌ها نیز برای جبران خطاها و اشتباهاتی که در پاسخ هر فرد به وجود می‌آید باید از تعداد زیادی پاسخ‌دهنده استفاده کنند.



در این نوع روش‌ها محدودیتی به‌عنوان پاسخ‌های رسا وجود دارد. بنابراین عنصر سوم در تولد بازاریابی عصبی، نیاز اساسی دنیای تحقیقات بازار به دانش دقیق، قابل اعتماد و عملی است تا از این طریق بتوان در کسب‌وکار آگاهانه تصمیم گرفت. این نیاز برای بیشتر اقتصادها و شرکت‌های رقابتی ضروری است. ترکیب این نیاز با رشد بالقوه در دانش مغز، پیشرفت در تکنولوژی کامپیوتر و چالش‌های موجود در رویکرد روش‌های تحقیق، ظهور بازاریابی عصبی را اجتناب‌ناپذیر کرده است.

اندازه‌گیری امواج مغزی به مثابه عمل غواصی است که از طریق آن می‌توان به سطح عمیقی از ذهن ناخودآگاه افراد جایی که در آن واکنش به محرک رخ می‌دهد، نفوذ کرد. درحالی‌که مغز انسان از جهات مختلف، متفاوت است؛ برای مثال، بین مردان و زنان یا کودکان خردسال و سالمندان. حقیقت این است که مغز در شرایط یکسان، متفاوت عمل می‌کند. از آنجا که مغز در شرایط یکسان به‌طور قابل ملاحظه‌ای متفاوت عمل می‌کند در یک پروژه تحقیقاتی بازاریابی عصبی برای دستیابی به نتایج دقیق و علمی به‌طور متعارف به ۱۰ درصد از افراد در انجام آزمایش نیاز است. مهم این نیست که اندازه نمونه چقدر بزرگ باشد در نتایج تحقیقات عصبی باید به این واقعیت اساسی توجه داشت؛ در واقع چیزی که مغز ما درک می‌کند و به خاطر می‌آورد، متفاوت‌تر از آن چیزی است که در پاسخ‌ها و گفت‌وگوها درک می‌شود. فرآیند دسترسی به اطلاعات ذخیره شده و ترجمه آن به یک واکنش فیزیکی باعث می‌شود که مغز در پاسخ به صورت متفاوت عمل کند. اقدامات متمرکز مغز و اعصاب در یک جدول زمانی مشخص می‌تواند به شناخت قبل از تغییر دست یابد.

محققان بازاریابی به کمک بازاریابی عصبی با تحلیل فرآیندهای صورت گرفته در مغز و سایر عوامل مرتبط، ترجیحات مصرف‌کنندگان را شناسایی می‌کنند و به پاسخی واقعی برای سوالات خود دست می‌یابند. در نتیجه بازاریابی عصبی یک مزیت رقابتی واقعی برای بازارهای شلوغ و به هم ریخته فراهم می‌کند. درحالی‌که زبان افراد و روش‌های ارائه‌شان از یک کشور به کشور دیگر و از یک فرهنگ به فرهنگ تغییر می‌کند، زبان مغز جهانی است در نتیجه می‌توان در را برای همه ارزش‌های (هنجارهای) جهانی باز کرد. عصب در طراحی محصولات و خدمات، مسیر توجه به حقایق درونی و حساسیت‌های زیباشناختی را پیش روی طراحان محصولات و خدمات باز می‌کند. هر جنبه‌ای از نام‌های تجاری، محصولات، بسته‌بندی، فروشگاه و تبلیغات توسط بازاریابی عصبی امروز تغییر کرده و این روند انفجاری است. بنابراین بازاریابی عصبی کلید گشودن افکار، احساسات و امیال ناخودآگاهی است که موجب برانگیختن افراد به خرید می‌شود.

مدیران ماندگار

پائول اورفالئا، مدیر کپی‌کار

مونا اشرف‌زاده
mona.ashrafzade@gmail.com

پائـول اورفالئـا (Paul Orfalea) کـه به دلیل موهای قرمز و فری که داشـت به کینکو (Kinko) معـروف بود، مغازه‌هـای زنجیـره‌ای ارائه خدمات کپـی را با همان نام مسـتعارش افتتاح کرد. پدر و مادربـزرگ اورفالئـا در لس‌آنجلس فروشـگاه‌های لبـاس را اداره می‌کردند. پائول اورفالئا در دانشـگاه کالیفرنیـای جنوبی به تحصیـل پرداخت. با وجود اینکه در چند شـغل موفق عمل نکرد و اخراج شد، خانواده‌اش در راه‌اندازی کسب‌وکارش از او حمایت کردند. درسـت همان زمان که در دانشگاه کالیفرنیا مشـغول تحصیل بود، با پنج هزار دلاری که از بانک و بـا کمک پدر و مـادرش وام گرفته بود، شـرکت کینکو را در سـال ۱۹۷۰ تاسیس کرد. اولین مکانی که او با قیمت ماهانه ۱۰۰ دلار اجاره کرده بود، یک دفتر کوچک مجاور یک جایگاه همبرگرفروشی بود؛ جایی که بسیاری از دانشـجویان دانشگاه کالیفرنیا در آن محـل بودند. اورفالئا کارش را با فروش دفتر، مـداد، خودکار و خدمات کپـی آغاز کرد و برای هر برگه کپی ۴سنت دریافت می‌کرد.

طـی ۱۰ سـال او توانسـت کسـب‌وکارش را به ۸۰ مغازه در سرتاسر کشـور گسترش دهد. بیشتر ایـن مغازه‌هـا نزدیک دانشـگاه‌ها بودند و توسـط دانشـجویان به صـورت پاره‌وقت اداره می‌شـدند. کسـب‌وکار اورفالئـا در ابتدا بـرای برطرف کردن نیازهای دانشـجویان آغاز شـده بود، اما بعد از آن ارباب‌رجوع‌ها از دانشجوها فراتر رفته و مثلا افرادی که دنبـال کار بودند بـرای پرینـت گرفتن رزومه کاری‌شـان یا کارمندان اسـناد و مـدارک را کپی می‌گرفتند. از همیـن رو اورفالئا مغازه‌هایی را برای ارائه خدمات ۲۴ساعته افتتاح کرد، با این هدف که شـهرت مغازه‌هایش را در سرتاسر آمریکا و خارج از آن افزایـش دهد و در نهایت بیش از ۱۲۰۰ شـعبه را با ۲۳هزار کارمند در ۱۰ کشور مختلف راه‌اندازی کرد. کینکو در سـال ۲۰۰۴ توسط شرکت فدکس (FedEx) خریداری شـد و از آن پس با همین نام کارش را ادامه داد. در حال حاضر اورفالئا تمرکزش روی کارهای نیکوکارانه است.

زمانی را خارج از دفتر کارتان بگذرانید

وقتی اورفالئا اولین مغازه‌اش را با ماهی ۱۰۰دلار افتتـاح کرد، بـه او گفتند کـه ایـده‌اش هرگز به موفقیت دست نخواهد یافت، این فقط یک رویاست و خیلی زود با شکست مواجه خواهد شد اما اورفالئا می‌گویـد: «من بـه این حرف‌ها گـوش نمی‌کردم. می‌دانسـتم چه کاری می‌خواهم انجام دهم.» یکی از ویژگی‌هـای اورفالئو که به کمکش آمد، عادت از این مکان به آن مکان رفتنش بود: «به دلیل تمایلی که به سرک کشیدن داشـتم، هرگز زمان زیادی را در دفتر کارم سـپری نکـردم. کار من رفتن از یک مغازه به مغازه دیگر و توجه به کاری که مردم انجام می‌دادنـد بود. اگـر من تمام مـدت در دفتر کارم می‌ماندم، هیچ‌گاه این ایده‌های فوق‌العاده را کشـف نمی‌کردم تا بتوانم کسـب‌وکارم را گسترش دهم.» اورفالئا از مدیرانی بود که به تعطیلات طولانی‌مدت اعتقاد داشت و این مسئله را از روزهای آغاز کارش بـرای خودش به عادت تبدیل کرده بود، زیرا معتقد بود که این عادت خلاقیتش را بالا می‌برد: «در تمام مدتی که در کینکو بودم، ساعت‌های طولانی را کار می‌کـردم، اما اغلب تعطیلات بلندمدت نیز می‌رفتم و زمانی که برمی‌گشـتم، اولین دستورم برنامه‌ریزی برای سـفر بعدی‌ام بود.» چگونه اسـت که صاحب یک کسـب‌وکار چند میلیون دلاری می‌تواند چنین مسافرت‌های طولانی را برود؟ به این دلیل که هدف این سـفرها فاصله گرفتن از کسـب‌وکار نبود، بلکه اورفالئا به بهبود بخشـیدن به خلاقیت می‌اندیشید: «مـردم با انجام کارهای روزمره نمی‌توانند چیزهای جدیـد یاد بگیرند و افکار جدیدی در ذهن داشـته باشند.»

تفاوت بین کار سخت و کار زیرکانه را بدانید

«من واقعا با کسانی که بیش از اندازه کار می‌کنند مشکل دارم. این افراد ۱۶، ۱۷ ساعت در طول هفته در مغازه‌هایشان کار می‌کنند و سرشان خیلی شلوغ است، اما محل کارشان کثیف است و آنها نمی‌بینند. اگر از آنها بپرسم که چرا شیشه‌ها را تمیز نمی‌کنند، خواهند گفت، سـرمان خیلی شلوغ است.» اورفالئا زمانی هم که در مدرسه بود، همیشه دنبال یک کار نیمه‌وقت می‌گشـت. چه در فروشگاه لباس پدرش یا هرجای دیگر که کار کرده بود، ارزش سـخت کار کـردن را خیلی زود یاد گرفـت، اما تفاوت بین کار سخت و کار هوشمندانه را نیز به خوبی آموخته بود. او می‌دانست بهره‌وری و انجام درست کارها اغلب به اندازه اثرگذار بودن و انجام کارهای درسـت اهمیت ندارد: «سـرم شلوغ اسـت، جمله خوبی نیست. من فکر می‌کنم بهانه خوبی اسـت.» بـه اعتقاد اورفالئا رعایت اعتدال بسـیار اهمیـت دارد. هیچ کارمندی نمی‌تواند صددرصد باانگیزه و خلاق باشد اگر تعادل کارهایش را حفظ نکند. از همین‌رو همیشـه تلاش می‌کـرد تا مفهوم و اهمیت کار کردن هوشـمندانه نه لزوما سـخت را در شرکتش رواج دهد. استراتژی مدیریتـی اورفالئا انجـام کارهای بیشـتر در زمان کمتر بود. او اعتقاد داشت باید هرکسی از زمانش به بهترین نحو ممکن استفاده کند.

برای مطالعه ۴۶۳ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت forsatnet.ir مراجعه و روی همین بخش کلیک کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسـش: مدیر کسـب‌وکاری در حوزه پوشاک هستم. کسب‌وکارم آنلاین است و معمولا مشتریان از طریق ثبت سفارشات، کالاهای خود را دریافت می‌کنند. تا به حال برای اداره کسب‌وکارم از شیوه‌های بازاریابی سنتی و کلاسیک استفاده کرده‌ام ولی مشاوران عنوان می‌کنند که با تغییر روحیات مشتریان باید سبک و سیاق روش‌های بازاریابی‌ام را تغییر و شیوه تازه‌ای را مورد استفاده قرار دهم. در صورت امکان راهنمایی بفرمایید که باید چه روندی را برای اداره کسب وکارم اجرا کنم؟

بازاریابی رابطه‌مند

پاسخ کارشناس: در بازار امروز هر کدام از مشتریان برای کسـب‌وکارها ارزش افزوده‌ای محسـوب می‌شوند و کسـب‌وکارها برای به‌دسـت آوردن آنها و سهم بیشتر بازار دائمـا در حال مبارزه هسـتند. بنابراین روز به روز هزینه حفظ مشـتریان در بازار درحال افزایش اسـت و کسب‌وکارها در این باره باید هزینه‌های بیشتری را صرف کنند. کسـب‌وکارهای امروزی به خوبـی می‌دانند که از دست دادن یک مشتری در چنین بازارهایی چه خسارت جبران‌ناپذیـری را برای برندها به همراه خواهد داشـت. به همین دلیل کسب‌وکارها سعی می‌کنند از روش‌های بازاریابی سنتی فاصله بگیرند و سراغ روش‌های بازاریابی بروند کـه در آن تکنیک‌های مختلفـی در جهت حفظ مشتریان وجود دارد.

در چنیـن روش‌هایـی تاکتیک‌هـای مختلفی وجود دارد که کسـب‌وکارها با اجرای آنها در مشـتریان ایجاد تعهد می‌کنند. تعهدی که با وجود آن مشـتریان نسبت به کسـب وکار وفادار شـده و به راحتی در بازار پرهیاهو برند خود را تغییر نمی‌دهند. در این تاکتیک‌ها روش‌های مختلفـی در رابطه با ایجاد ارتبـاط بهتر میان خریدار و مشـتری وجود دارد. این تاکتیک‌ها به‌عنوان ابزاری برای ترفیع در فروش نیز به کار گرفته می‌شوند. کسب‌وکارها بعد از اجرای چنین شیوه‌هایی و ماندگار کردن مشتریان می‌تواننـد با اطمینان به حیات خـود ادامه دهند. البته ادامه حیات آنها منوط به این اسـت که رفتارشـان را با مشـتریان تغییر ندهند و همچنان روش‌های تازه‌تری را در جهت ارتباط بهتر با مشتریان اجرا کنند.

اگر شـما هم در کسـب‌وکار 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 یک محیط کار پرتنش را مدیریت کنیم؟

استرس‌زدایی از محیط‌های پراسترس

هدی رضایی
hoda.rezaeii@yahoo.com

داستان شرکت‌هایی که رویای توسـعه و پیشرفت در سر دارند، در سراسر دنیا معروف است. در این شرایط مدیران برای رسیدن به پیشـرفت و گسترش حیطه شغلی خود، دست به ریسک زده و در این راه فشـار کاری زیادی به کارمندان خود وارد می‌کنند. بسیاری از آنها از زیردستان خود می‌خواهند در ساعات غیرکاری نیـز کار کننـد و در مقابل این اضافه کاری حق و حقوقی به آنها نمی‌دهند. آنها برای برآوردن نیاز مشتری از کارمندان می‌خواهند که زودتر در محل کار حاضر شده و تا دیروقت بمانند، حتی شب‌ها و آخـر هفته‌ها نیـز کار کرده و ۲۴ساعت روز و هفت روز هفته به‌صورت تمـام وقت در خدمت مدیـر خود باشـند و افرادی که زیر بار این فشار نروند، مجازات و تنبیه می‌شوند. چنین فشارهایی تنها به ایجاد محیطی پرتنش در سازمان منجر شده و بهره‌وری را پایین می‌برد.

روشی که جواب نمی‌دهد

بـا اجـرای ایـن روش، سازمان‌ها برای رسیدن به آنچه جامعه‌شناسـان آن را کارمنـد ایده‌آل می‌دانند، کارمندان خود را تحت فشـار قـرار می‌دهند. کارمنـدان ایـده‌آل از نظر آنها افـرادی هسـتند کـه خـود را وقف شـغل کرده و همیشه در دسـترس هستند. این پدیده در محیط‌های مدیریتی و حرفه‌ای به وضوح مشـاهده می‌شود. در این محیط‌ها هرگونه پیشـنهاد مدیـر در مـورد تعهـد و منافع خارجی بـرای کارمند، می‌تواند سیگنالی از عدم تناسب شغلی و حتی فکر خروج از سازمان را در ذهن کارمند ایجاد کند، چراکه دیگر بـه مدیر و سـازمان خود اعتماد نداشته و با افزایش فشارها درصدد ترک شغل بر می‌آید.

کارمند ایده‌آل شدن

بـرای کارمند ایده‌آل شـدن بایـد بارها و بارها بـه کارمندان فرصت انتخـاب و اولویت‌بندی داد، نقش حمایتی آنها، نیازهای شخصی‌شـان و حتی سـلامت آنها را مشخص کرد. صحبت در مورد این چالش‌ها دشـوار است و در نهایت نارضایتی کارمندان، پیامدهای روانی و فیزیکی خواهد داشـت. بایـد بدانید کـه برای دسـتیابی به موفقیت در نهایت نیازمند همین کارمندان هستید و برای رسـیدن آنهـا به حالت ایـده‌آل باید به کارمندان کمک کـرده و آنهـا را در این راه تنهـا نگذارید. وجود کارمندانـی متخصـص، با صلاحیت و شایسـته که وجدان کاری داشـته باشند و مسئولیتی را که به آنها واگذار شده است بـا جدیت انجـام دهند، می‌تواننـد در موفقیت و پیشـرفت یک مجموعه نقش بسـزایی ایفا کند. بیشـتر از توان کارمند خود از او کار نکشـید بلکه به جای آن در هنگام استخدام نکاتی را مدنظر قـرار دهید. یک مدیـر با تجربه همیشه سعی می‌کند افرادی را به خدمت بگیرد کـه در زمینه تخصصـی خـود از بهترین‌هـا باشند و دو فاکتور سخت‌کوشی و مسئولیت‌پذیری از ویژگی‌های آنها محسوب شود. جدا از اینکه کسی معتمد، دوسـت، آشنا یا فامیل است، نباید او را به سمتی حسـاس منصوب کـرد. میدان دادن بـه افراد جدید و کشـف اسـتعدادها و منحصـر نکردن فرصت‌ها و پست‌های شغلی برای برخی افراد خاص نیز از وظایف مهم مدیران فهیم است.

مشاوربگیرید

مدیـران قبـل از وارد کردن فشـار کاری و دسـت زدن بـه ریسک‌های بزرگ، باید در مورد توان مالی، توان منابع انسـانی، محیط کار و نفعی که سـازمان می‌برد مشاوره بگیرند. بسیاری از کارمندان این حس را دوست ندارند که تمام ذهن‌شـان را به کار اختصاص داده و به اصطلاح خودشـان را بـا کار خفه کنند! در ایـن صـورت با مشـکلات شـخصی در زندگـی روبـه‌رو شده و مدیریت دیگربخش‌های زندگی‌شان دشوار می‌شود. اگر حتی برای مدت محدود مجبور به انجام توسـعه کسـب وکار و فشـار روی کارمندان شدید، به آنها کمک کنید که با اسـترس ناشی از آن کنار بیایند. اما باید بدانید کـه ایـن کار در نهایت نتایـج جـدی و ناکارآمدی به همراه خواهد داشت.

> **مدیران قبل از وارد کردن فشار کاری و دست زدن به ریسک‌های بزرگ، باید در مورد توان مالی، توان منابع انسانی، محیط کار و نفعی که سازمان می‌برد مشاوره بگیرند. بسیاری از کارمندان این حس را دوست ندارند که تمام ذهن‌شان را به کار اختصاص داده و به اصطلاح خودشان را با کار خفه کنند**

ذهنیت را آماده کنید

همچنین قبـل از برنامه‌ریزی برای توسعه و گسترش محصول بایـد برنامه‌ریزی‌های خاصی در مورد تـوان کارمندان مربوط نیز صورت گیرد تا هم ذهنیت‌شان آمـاده شـده و هم فشـار روانی کار برای‌شـان کاهش یابد. عدم اسـتقبال و اسـتفاده از نظرات کارمنـدان می‌توانـد یک آفت محسوب شـده و بی‌توجهی به پیشنهادات، دیکته کردن مطلق دستورات، از دید بالا نگاه کردن و اصـرار بـر اجـرای بی‌چون و چـرای قوانینی کـه صحیح به نظر نمی‌رسـند و مـورد انتقاد اکثریت است، باعث عدم اعتماد کارمنـدان و سسـتی در انجام امور شـده و اعتبـار مدیر را نیز پایین خواهـد آورد، درحالی‌که در علـوم مـدرن مدیریتی اصل مشـورت و بهره‌گیری از نظرات دیگـران به‌عنـوان مهم‌تریـن فاکتور موفقیت به‌شمار می‌رود و زمانی‌که مدیرانی زیردستان را از نظرات خود آگاه می‌کنند آنها هم میزان پذیـرش بالاتر و هم تعهد بیشـتری نسبت به شغل خـود دارنـد و در مواقعی مانند فشارکاری و گسترش کسب وکار باسازمان خود همکاری می‌کنند.

برقراری عدالت میان کارمندان

عـدم تبعیض اخلاقـی بین کارمندان، احترام گذاشـتن به آنها، تشـویق و خودداری از هر نـوع توهین و تحقیـر، از جمله مشـخصات مدیران موفق است. هیچ‌گاه نبایـد در ملأ عام فردی را مـورد توبیخ قـرار داد و به سـرعت و بدون در نظـر گرفتـن واقعیات و تحقیقـات کافـی، حکمـی برایـش صادر کرد. مسـئولیت خواهی بایـد به‌طـور عمومـی باشـد و چشـم پوشـی تبعیض‌آمیـز از کوتاهی برخی کارمندان و نادیده گرفتن قصور آنها و دادن امتیازات بی‌دلیل و سخت‌گیری بیش از حد در مورد برخی دیگر، انگیزه کار را در اشخاص کاهش می‌دهد. از توهین به عقل و شعور کارمنـدان و اینکه آنهـا افرادی بدون درایت و درک درنظر گرفته شوند باید جدا خودداری شود.

۳استراتژی تاثیرگذار

در انتها سـه اسـتراتژی که مدیران برای مدیریت فشـار به کار می‌گیرند، معرفی می‌شـود که در بیشـتر مواقع جواب داده و می‌توانید نتیجه را در عملکرد کارمندان خود مشـاهده کنید. این سه استراتژی عبارتند از:

۱- اسـتراتژی پذیرش که در واقع تطابق کارمندان با نیازهای محیط کار با فشـار بالاست. در این حالت کارمندان اولویت‌های شـرکت خـود را می‌پذیرند و مطابق با آن عمل می‌کنند. این اسـتراتژی زمانی جواب خواهد داد کـه محیـط کار حالت فان و بازی گونه داشـته باشـد و به کارمنـدان پـاداش تعلق گیرد. کارمندانـی که نقـش پذیرنده دارند تا انتها با سـازمان مانده و موفقیت خود را در گرو موفقیت سازمان می‌دانند. اما باید توجه داشـت که این اسـتراتژی در بلندمدت به شـکنندگی منجر می‌شود.

۲- اسـتراتژی گذر که در آن کارمند طبق هنجارها و قوانین شـرکت عمل می‌کنـد. دیدگاه کارمنـدان گـذر این اسـت که همه افراد در سازمان می‌خواهند تمام وقت کار کنند و این فشـار را بپذیرند، بنابراین من نیز با این فشار کنار خواهم آمد.

۳ - اسـتراتژی آشکارسازی که طـی آن کارمند تعهد خود را نشـان داده و عـدم تمایل به ترک سازمان را آشکار می‌کند. ایـن کارمندان با آغـوش باز از ایده‌های مدیریت استقبال کرده و با تغییراتی از قبیل تصمیمات رسـمی و تغییـر برنامه‌هـای زمان‌بنـدی کنـار می‌آیند. در اکثر شرکت‌های مشـاوره‌ای از این استراتژی استفاده می‌شود. نتایج یک تحقیق، آشکار کرده است که زنان کارمند معمولا از این دسته از کارمندان هستند، در حالی‌که مـردان یک چهارم این دسته را تشکیل می‌دهند.

ایجاد مرز میان زندگی کاری و شخصی

آنچه به‌عنوان نتیجه این بحث می‌توان بیان کرد این است که اگر کارمنـدان خط‌مرزی میان زندگی کاری و شـخصی خود داشـته باشـند، نفع سازمان‌ها هم بیشـتر خواهد شد و نتایج مثبت دیگری چـون ارتباطات بـاز و ایجاد روش‌های بیشـتر برای رسیدن به موفقیت و تعهد بیشتر خواهد داشت. بهتر است مدیران چارچوب‌های روشنی از تعریف کارمندان ایده‌آل بدون فدا کردن عملکرد آنها داشـته باشـند. این تغییـرات در واقع نباید توسط مدیر ارشد هدایت شـود، بلکه جو سـازمانی باید به‌گونه‌ای باشـد که افرادی که این تغییـرات را به‌صورت موثر اجرا می‌کننـد، خود کارمندان در سطح تیم باشند.

بازاردان ایرانی

بازاردانان چینی و ماجرای دوستان چینی ما!

بابک بهی
DBA با گرایش بازاردانی (مارکتینگ)

دختـرک خیـره به جعبه‌هـای دسـتمال کاغذی روبـه‌روی خود نـگاه می‌کرد دسـت‌کم، پنجاه جعبه دستمال بود.

فروش امروزش همین جعبه‌ها بود، فرمول فروش هم همان سه گام همیشگی بود.

برو جلو، بچسب و التماس کن.

این فرمول در این خیابان بالای شـهر خوب جواب می‌داد، اما نگاه دخترک خیره به دستان دختر دیگری بود؛ دختری خردسـال با شـنل صورتی که مهربانانه مادرش در کنارش راه می‌رفت.

دختـرک نـگاه می‌کـرد و حسـرت و خجالـت از چشـمانش می‌چکید. در آن صبح اول فروردین آرزو داشت همان شرایط را برای چند لحظه تجربه کند.

روی جعبه دسـتمال‌ها درشت نوشته بود ترگل و با یک حساب سرانگشتی باید پنجاه تا ترگل می‌فروخت تا کارش تمام شود. پنجاه ترگل.

ورود جنس چینی پدرش را از کار بیکار کرده بود و او مجبور بود دستمالی را بفروشد که باز ساخت چین بود، همان چینی که چینی نازک زندگی بسـیاری را نرم کرده بود.

یک خودرو چینی کنار پل توقف کرد.

دسـت مهربانی به دخترک اشاره کرد و دخترک دو جعبه از ترگل‌ها را به راننده چینی سوار فروخت.

طنز تلخی بود.

پدر از کالای چینی بیکار شده بود و دختر با فروش کالای چینی دیگر، روز را می‌گذراند که البته حتما آن هم یک کارگاه ایرانی را ورشکست کرده بود.

تلخ‌تر آنکه آن دست مهربان از اتومبیلی خارج شده بود که آن هم ساخت چین بود...

تصمیم با خودمان است، از واردکنندگان عزیزی که با کوشش بی‌سابقه خود محصولات خارجی را به کشور وارد می‌کنند انتظار اندکی ترحم بیهوده است.

فقـط می‌ماند خودمـان؛ خودمانی کـه اگر جنس خارجـی را بر تولیـد داخلی ترجیح ندهیم مشـکل بیکاری، رکود و نتایج اشک‌آور آن حل می‌شود.

حتما نباید دکترای اقتصاد داشته باشیم تا بفهمیم که وقتی جنـس مرغوب ایرانـی را می‌خریم یکی از فرزندان خودمان سر کار می‌رود.

درک آن برایم دشـوار اسـت که چطور وقتی سرود ایران را می‌شـنویم سراپا شعف و غرور می‌شویم، اما با کالاهای ساخته شده توسط فرزندان خودمان تا به این اندازه غریبیم.

شاه بیت مدیریت کسب‌وکار امروز مدیریت بازاردانی یا به قول فرنگی‌ها «marketing management» است و رمز پیروزی در بازاردانی (مارکتینگ) شناخت اسـت؛ شـناختی که با خردمندی و نگاه سیستمی و همه‌نگر همراه است.

شـرکت‌ها و تولیدکنندگان موفق به جـز این، کار دیگری نمی‌کنند.

آنها نخسـت با بررسـی بـازار و شـناخت نیازها و خواسـت‌های بازار هدف به تولید کالا و خدمت خود می‌پردازند و سپس برای فروش آن کوشش می‌کنند.

اما در کسب‌وکارهای شکسـت‌خورده اول به تولید کالا می‌پردازنـد و بعـد ملتمسـانه برای فـروش آن جست‌وجو می‌کنند.

به زبان ساده‌تر بسیاری از مدیران ما مانند دختربچه بینوای اول نوشـته مدیریت می‌کنند و بازاردانی را در سطح نازل فروش و آن هم با تکنیک‌های منسوخ اداره می‌کنند و این در حالی اسـت که بـا اندک هزینه‌ای می‌توان بـا کاربردی‌تریـن و علمی‌تریـن روش‌های مدیریت در بازار آشنا شد.

در پایـان باید گفت که تنهـا دو راهکار وجود دارد؛ راه نخست به خواست تولیدکنندگان وابسته است که با شناخت خواست‌ها و نیاز بازار مرغوب‌ترین محصول را تولید کنند و دوم مردم کشـور که به تولید مرغوب ایرانی اقبال نشان دهند.

از میان خبرها

فرصت اشتغال در شرکت گوگل

شرکت گوگل برای آزمایش اتومبیل‌های خودران خود راننده استخدام می‌کند. این شرکت در یک اقدام جالب شـروع به اسـتخدام رانندگانی می‌کند که پشت فرمان اتومبیل‌هـای خودران قرار بگیرند و فقط در صورت لازم از فرمان اتومبیل استفاده کنند. عنوان شغلی که شرکت گوگل برای آن در نظر گرفته، «متخصص ایمنی وسیله نقلیه» اسـت و در مقابل آن سـاعتی ۲۰ دلار پرداخت می‌کند.

به گزارش خبرگزاری مهر، شـرکت گوگل گفته است کسانی که متقاضی این پست هستند باید دارای مدرک لیسانس، عدم سوءپیشـینه، سوابق رانندگی بدون نمره منفی و قادر باشند در هر دقیقه حداقل ۴۰ کلمه را تایپ کنند. افراد اسـتخدام شده باید در شهرهای «آریزونا» و «چاندلـر» آمریکا به همراه اتومبیل‌های خودران مراحل آزمایش را پشت سر بگذارند. این اقدام گوگل در راستای تصادف اتومبیل خودران این شـرکت که چند ماه پیش اتفاق افتاد، صورت می‌گیرد و «متخصص ایمنی وسـیله نقلیه» باید سامانه نرم‌افزار گوگل را کنترل و گزارش‌های لازم را به این شرکت از طریق لپ‌تاپ ارسال کند.

دریچه

حال و روز اقتصاد در عصر اینترنت

جوامع فوق به‌هم‌پیوسته پیش‌نیاز اقتصاد امروز

ترجمه: سارا گلچین
منبع: economist

هایپرکانکتیویتی «HyperConnectivity» اصطلاحی برای توصیف جوامع عصر حاضر است. جوامع امروزی به لطف همراهی اینترنت با هر فرد و حضور پررنگ این پدیده در هر جا، زمان و مکانی بیشتر از هر عصر دیگری باهم پیوستگی دارند.

هایپر کانکتیویتی نه یک روند که یک فرهنگ است. فرهنگی که در آن کسب‌وکارها حق هیچ انتخابی جز سازگاری با آن ندارند. اما هایپر کانکتیویتی برای شرکت‌ها، صنایع و مشتریان چه معنایی دارد؟

در این مجال نگاهی می‌اندازیم به یافته‌های «واحد اطلاعات اکونومیست» که به بررسی اثر اقتصادی هایپرکانکتیویتی و چگونگی سازگاری کسب‌وکارها با آن پرداخته است.

اینترنت ارزشمندتر از کشاورزی و انرژی

برآوردها از سهم اینترنت در تولید ناخالص ملی کشورها باهم متفاوت است اما روی این نکته توافق نظر وجود دارد که اینترنت در سال ۲۰۱۱ – ۲۰۱۰ توانست ۳/۴درصد تولید ناخالص ملی اقتصادهای بزرگ را دربرگیرد. پیش‌بینی می‌شود سهم اینترنت از تولید ناخالص ملی تا سال ۲۰۱۶ به دوبرابر ارزش آن در سال ۲۰۱۰ برسد. این یعنی اینترنت حالا بخش بزرگی از اقتصاد جهانی است و اثر پررنگی بر نرخ رشد اقتصادی می‌گذارد. اگر کشورهای درحال توسعه سطح نفوذ اینترنت را به سطح کشورهای توسعه‌یافته رسانده و به‌عبارتی جوامع خود را تبدیل به جامعه هایپرکانکتیویتی یا «فوق به‌هم‌پیوسته» کنند، می‌توانند ۱۴۰میلیون شغل تازه ایجاد کنند. لازم به گفتن نیست که تبدیل کشورها به‌ویژه کشورهای درحال‌توسعه به «جوامع فوق‌به‌هم‌پیوسته» می‌تواند ارائه خدمات بهداشتی به صدها میلیون نفر را بهبود داده و به مردم بسیار فقیر این جوامع در این زمینه کمک کند.

چالش‌های جوامع فوق‌به‌هم‌پیوسته برای کسب‌وکارهای شخصی

افزایش جوامع فوق‌به‌هم‌پیوسته برخی صنایع را با تغییرات شگرف روبه‌رو کرده است. حجم زیادی از فروش کتاب و موسیقی حالا آنلاین انجام می‌شود. برخی دیگر از صنایع نیز مجبور شده‌اند تغییرات ساختاری و بنیادین در خود ایجاد کرده تا بتوانند به مشتریان عصر اینترنت خدماتی متفاوت با قدیم ارائه کنند. موج این تغییرات را همه جا می‌توان دید، از اجاره خودرو گرفته تا هتل‌های گران‌قیمت. تبدیل شدن کشورها به جوامع فوق‌به‌هم‌پیوسته همچنین باعث شده اگر نگوییم اکثر شرکت‌ها، دست‌کم بیشتر آنها کسب‌وکارشان را با عصر اینترنت سازگار کرده و بتوانند در کنار فناوری‌های نو زنده بمانند. برخی شرکت‌ها هم البته در این روند شکست را پذیرا شده‌اند اما سایرین توانسته‌اند از پس سازگاری با عصر اینترنت به‌خوبی برآیند. برای مثال شرکت نایک، تولیدکننده پوشاک و کفش ورزشی، وب‌سایت و خدمات آنلاین به‌همراه دستگاه‌های پوشیدنی تناسب اندام خود را ارائه می‌کند و با استفاده از محبوبیت برندش سعی دارد به یک مشاور خوب برای سبک زندگی تبدیل شده و حضور خود را در میان مشتریان پررنگ‌تر کند.

جوامع فوق‌به‌هم‌پیوسته باعث ایجاد مشکل در مرزبندی بین بخش‌های مختلف یک کسب وکار می‌شود اما خوبی‌اش این است که امکان سازگاری با آن برای کسب‌کارها وجود دارد.

جهانی شدن با کمک جوامع فوق‌به‌هم‌پیوسته

اثر جوامع فوق‌به‌هم‌پیوسته بر تولید و بدون‌شک بر فراهم کردن خدمات جهانی مدت‌ها است که ثابت شده است. طرح‌هایی که شرکت‌های بزرگ در دنیا با هزینه‌های گزاف می‌زنند، به‌سادگی در چین با هزینه بسیار کمتر طراحی می‌شوند. این آفت عصر فوق‌به‌هم‌پیوسته است، اما باعث شده که تولید همراه با ارائه خدمات سر از کشورهای درحال‌توسعه نیز درآورد. مثال بارز این موضوع مراکز تماس کم‌هزینه در هند است.

اما در مسیر جهانی شدن به کمک جوامع فوق‌به‌هم‌پیوسته، شرکت‌های بسیار کوچک هم می‌توانند به چرخه شرکت‌های چندملیتی و مشتری‌محور وارد شوند. تا همین اواخر تنها شرکت‌های بزرگ بودند که می‌توانستند به‌سمت آنچه «شرکت‌های چندملیتی کوچک» خوانده می‌شوند، بروند. در درازمدت اما اتوماتیک شدن همه چیز که به لطف جوامع فوق‌به‌هم‌پیوسته به‌وجود خواهد آمد، منجر به بازگشت اصالت تولید به کشورهای پیشرفته خواهد شد.

فرهنگی به‌نام جوامع فوق‌به‌هم‌پیوسته

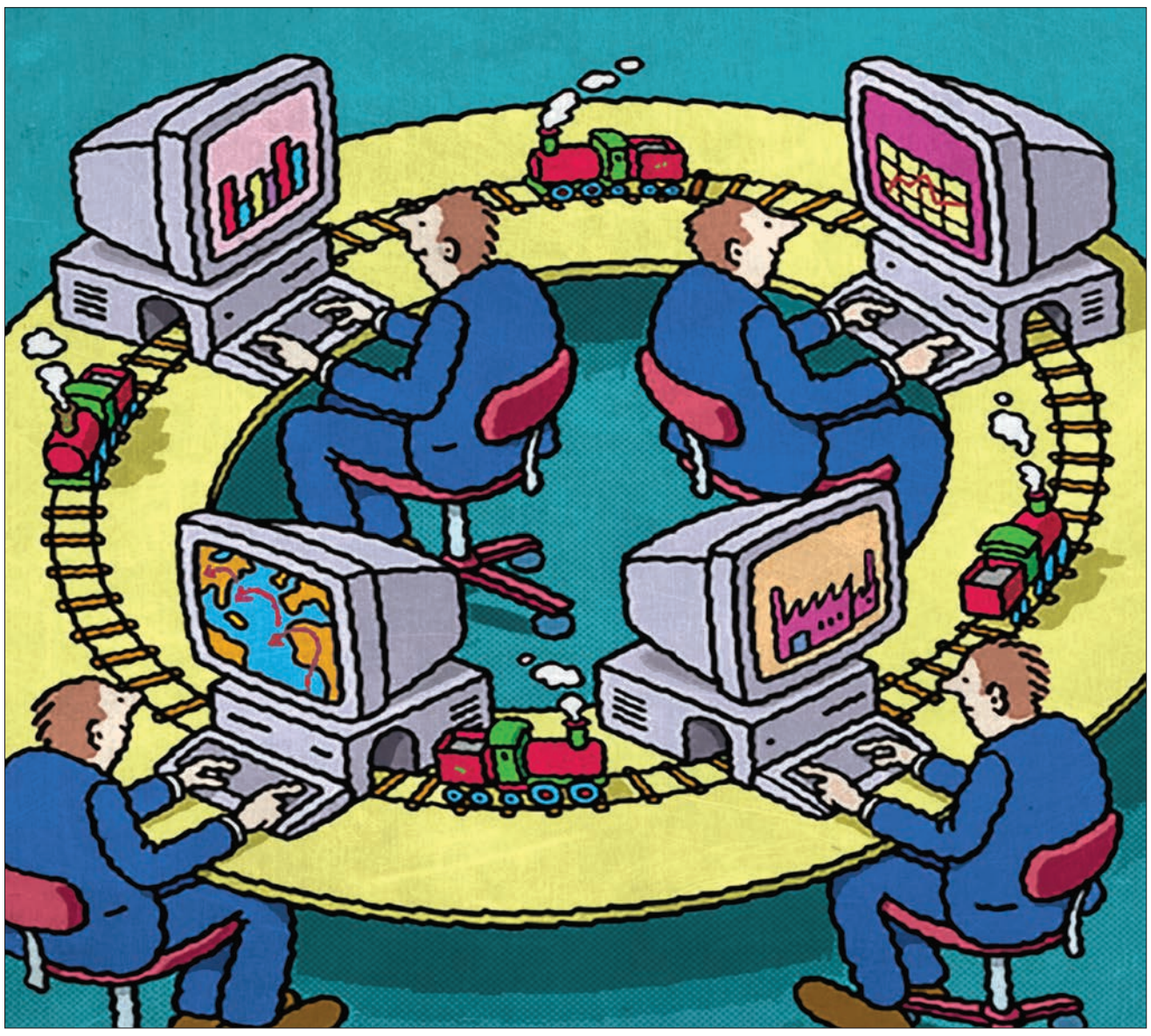
تاثیر جوامع فوق‌به‌هم‌پیوسته بر رفتار آن جوامع هنوز کاملا آشکار نشده و کسب‌وکارها باید نسبت به تغییر ارزش‌های اجتماعی و انتظارات مشتریان خود کاملا حساسیت نشان دهند.

اثر نهایی این تغییرات شمشیری دو لبه است. از یک سو هیچ مدرکی وجود ندارد که نشان دهد جوامع فوق‌به‌هم‌پیوسته دایره اجتماعی مردم را گسترش می‌دهند یا آنها رفتار خود را تنها به این دلیل که می‌توانند، تغییر می‌دهند. اگر سرعت رشد بیش‌ازحد باشد، خرید اینترنتی در مقایسه با خرید به روش سنتی همچنان کم خواهد بود.

از سوی دیگر، همه چیز می‌تواند به‌شدت تغییر کند. برای مثال اینترنت الان برای جوان‌ها به ابزار مهمی در پیدا کردن شریک زندگی‌شان تبدیل شده و در برخی از کشورهای دنیا کتاب‌های چاپی تقریبا به‌طورکامل از چرخه آموزشی حذف شده‌اند.

اما آنچه مشخص است اینکه دولت‌ها و شرکت‌ها در عصر اینترنت تغییر را پذیرفته‌اند.

اینترنت، در خدمت اقتصاد جهان پیشرفته



آزاده اتحاد
Azadehetehad@gmail.com

در سال‌های اخیر تعداد کسانی که به اینترنت وصل می‌شوند، رشد قابل توجهی داشته است؛ در سال ۲۰۰۴، ۹۱۰میلیون نفر به اینترنت دسترسی داشتند و در سال ۲۰۱۴، نزدیک به ۳میلیارد نفر. نفوذ اینترنت در کشورهای توسعه‌یافته بیشتر از سایر نقاط دنیا بوده است؛ ۸۸درصد در آمریکای شمالی و ۸۱درصد در اروپای غربی.

این در حالی است که در کشورهای آسیایی چون کره جنوبی و ژاپن بیش از ۹۰درصد جمعیت به اینترنت دسترسی دارند. استفاده از اینترنت، اغلب از طریق گوشی‌های هوشمند، در کشورهای در حال توسعه هم رو به افزایش است.

اینترنت دارد نحوه کار، معاشرت، تولید و به اشتراک گذاشتن اطلاعات را تغییر می‌دهد و سیر حرکت مردم، دیدگاه‌ها و تقریبا همه چیز دنیا را سازماندهی می‌کند. اما عظمت حجم این تحول هنوز به آن اندازه پتانسیل حقیقی‌اش درست درک و ارزیابی نشده است. در واقع ما هنوز نمی‌دانیم اینترنت چه کمک‌هایی به ما کرده و می‌تواند بکند. از فاصله زمانی سال ۲۰۰۹ تا ۲۰۱۱، اینترنت ۲۱درصد تولیدات ناخالص داخلی اقتصادهای پیشرفته را تامین کرد؛ در همان دوره، تعداد دانشجویانی که به فیس‌بوک وصل می‌شدند، از چند هزار نفر به ۸۰۰میلیون نفر در سرتاسر دنیا رسید. این رقم البته شامل شرکت‌های پیشرو بازار هم که به طور منظم صفحات خود را در فیس‌بوک به‌روز می‌کردند و محتوایی را با دیگران به اشتراک می‌گذاشتند، می‌شد.

اینترنت شرکتی مثل سیلیکون ولی را قدرتمند کرد و پتانسیل این را دارد که شیوه کار بسیاری از تجارت‌های دنیا را تغییر دهد. تا همین جا هم رسانه‌های خبری را تکان داده و یک بخش کاملا جدید به نام «اقتصاد مشترک» به وجود آورده است.

در جهان در حال توسعه، حتی بعضی از کشاورزان هم از گوشی‌های هوشمند مجهز به اینترنت خود برای زیر نظر داشتن قیمت‌های بازار استفاده می‌کنند. در جهان توسعه‌یافته، نه فقط اقتصادهای پیشرفته و موسسات بزرگ بلکه کاربران ساده و کارآفرینان تازه‌کار هم از این انقلاب فناوری بهره‌های زیادی برده‌اند. موسسه جهانی مک‌کنزی می‌گوید اگر اینترنت تبدیل به یک بخش می‌شد، خیلی بیشتر از کشاورزی می‌توانست به تولیدات ناخالص داخلی کمک کند.

طبق تحقیقی از سوی گروه مشاوره بوستون، کشورهایی که در آن جمعیت غالب به هر دلیلی به اینترنت دسترسی ندارند، به‌طور متوسط ۲/۵درصد رشد تولید ناخالص داخلی را از دست می‌دهند.

در ایالات‌متحده، سوئد، هنگ‌کنگ و به‌طور کلی کشورهایی که دسترسی آزادانه به اینترنت دارند، اقتصاد اینترنت بین ۵ تا ۹درصد به تولیدات ناخالص داخلی کمک می‌کند. در اقتصادهای در حال توسعه، اقتصاد اینترنت حتی با سرعت بیشتری حرکت می‌کند و تاثیر آن بر تولیدات ناخالص داخلی سالانه بین ۱۵ تا ۲۵درصد بوده است.

برای سنجش تاثیر بالقوه اینترنت بر عملکرد تجاری کشورهای در حال توسعه، یک فارغ‌التحصیل سوئیسی از مرکز مطالعات بین‌المللی و توسعه و یکی از اعضای سازمان همکاری اقتصاد و توسعه تحقیقی را در سال ۲۰۱۵ انجام دادند که نتایج آن را با شما به اشتراک می‌گذاریم. این دو محقق درصدد یافتن پاسخ این پرسش بوده‌اند که آیا محدودیت دسترسی به اینترنت در برخی کشورهای در حال توسعه از تاثیرات بالقوه مثبت اینترنت بر اقتصاد می‌کاهد یا نه. اطلاعات بیش از ۴۶هزار شرکت را (از آمریکای لاتین، آفریقا، اروپای شرقی، خاورمیانه، آسیای جنوبی و شرقی) که تحت نظارت بانک جهانی بود، جمع‌آوری کردند و برای سنجش میزان دسترسی آنها به اینترنت، ایمیل‌های پرسنل شرکت برای برقراری ارتباط با مشتریان و کارپردازان را معیار قرار دادند. دسترسی به اینترنت در اکثر شرکت‌ها زیاد بود؛ حتی در اقتصادهای کم‌درآمد هم ۴۵/۲درصد شرکت‌ها از اینترنت استفاده می‌کردند.

به طور کلی استفاده از اینترنت تاثیر مثبتی روی کارآمدی این شرکت‌ها در مناطق مختلف و در مراحل گوناگون توسعه آنها داشت؛ به جز آسیای شرقی و جنوبی که اصلا امکان ارزیابی تاثیرات مثبت اینترنت روی کارآمدی شرکت‌ها وجود نداشت. اما با وجود این براساس نتایج این تحقیق، اینترنت حتی در شرکت‌هایی که با محدودیت‌های مالی، قطعی مکرر برق، کمبود نیروی ماهر، فساد و قوانین سنگین کاری مواجه بوده‌اند، مثمرثمر بوده است.

با تمام این اوصاف ما هنوز در مراحل اولیه انقلابی که اینترنت با خودش آورده، هستیم؛ هنوز راه زیادی در پیش داریم تا بفهمیم اینترنت چه تحولاتی را به وجود خواهد آورد و چه فرصت‌هایی را در اختیارمان خواهد گذاشت.

البته که نوام چامسکی فیلسوف، رسانه‌های ارتباط جمعی آمریکا را نهادهای ایدئولوژیک قدرتمند و تاثیرگذاری می‌داند که با اتکا به نیروهای بازار، فرضیه‌های درون‌ساختاری و خودسانسوری سیستمی پروپاگاندا محور را به وجود آورده‌اند، اما بسیاری معتقدند امکان برقراری ارتباط با حجم وسیعی از مردم و مشارکت عمیق‌تر می‌تواند پتانسیل‌های بیشتری را از فضای مجازی بیرون بکشد.

دولت‌ها موظفند فرصت‌هایی را که اینترنت می‌تواند در اختیار مردم قرار دهد، درک و از آن استقبال کنند.

در عین حال وظیفه دارند جوامع را نسبت به خطراتی که اینترنت می‌تواند برای امنیت و حریم شخصی افراد به همراه داشته باشد، آگاه کنند. مثلا می‌توانند به ایجاد یک اکوسیستم اینترنتی سالم کمک کنند؛ محیطی که بتواند زیرساخت را تقویت و محیطی رقابتی اما سالم ایجاد کند که هم به نفع کاربران باشد و هم به نوآوران و کارآفرینان اجازه رشد دهد و سرمایه انسانی تربیت کند. این المان‌ها می‌توانند تاثیر اینترنت بر رشد و شکوفایی اقتصادی را افزایش دهد.

گزارش ۲

شبکه‌های اجتماعی چگونه کسب درآمد می‌کنند

کاربران تولیدکننده در اینترنت

ترجمه: گلنوش محب علی

تا به حال به این موضوع فکر کرده‌اید که برنامه‌های کاربردی و شبکه‌ای روی تلفن‌های هوشمند یا شبکه‌های اجتماعی به ظاهر رایگان چطور در اختیار کاربران قرار می‌گیرند؟ و آیا تا به حال از اینکه چرا کاربران در ازای استفاده از این شبکه‌ها پولی پرداخت نمی‌کنند، تعجب کرده‌اید؟ هزینه‌های شبکه‌های اجتماعی و موتورهای جست‌وجوگر مثل گوگل چگونه تامین می‌شود؟ علاوه بر آگهی و تبلیغات و جذب سرمایه‌گذاران، شبکه‌های اجتماعی راه‌های دیگری برای پول درآوردن دارند.

جالب است که بدانید شما با استفاده به ظاهر رایگان از این شبکه‌ها یا سایت‌ها هزینه آنها را پرداخت می‌کنید. این موضوع به‌خصوص به شبکه‌های اجتماعی، فروشگاه‌های آنلاین و سایت‌های اطلاعاتی مربوط می‌شود.

رفتار و عادات و سلایق شما شناسایی می‌شود

فناوری و تکنولوژی به روش‌های مختلفی داده‌های زندگی روزمره ما را ثبت می‌کنند. دوربین‌های مدار بسته، کنتورهای برق و ترموستات‌ها، تلویزیون‌های هوشمند، دستگاه‌های کنترل ورود و خروج، پایگاه‌های داده‌های شخصی، دکل‌های مخابراتی، وای‌فای‌های رایگان در فروشگاه‌ها و رستوران‌ها، دوربین‌های حرارتی و سنسورهای ضبط صدا و بسیاری دیگر از این فناوری‌ها رفتار ما را در فضای مجازی و آنلاین و در دنیای اینترنت پیگیری می‌کنند.

فروش حریم خصوصی کاربران

این سوال که چگونه با داده‌های خود هزینه سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی و غیره را پرداخت می‌کنیم، در واقع سوال ساده‌ای نیست و هر نرم‌افزار روش و منطق مختص به خودش را دارد. به‌عنوان مثال، در جست‌وجوهای اینترنتی، شرکت‌ها و ارائه دهنده‌های خدمات اینترنتی و موتورهای جست‌وجوی رایگان، خدمات مرتبط خود را در قالب خواندن مطبوعات، پیش‌بینی وضع هوا و تماس با دیگران از طریق شبکه‌های اجتماعی به کاربران پیشنهاد می‌کنند.

با این وجود، هر بار که وارد صفحه‌ای می‌شویم، به طور اتوماتیک در حال دانلود ریزبرنامه‌های شناخته شده‌ای با عنوان «کوکی‌ها» هستیم که فعالیت‌های آنلاین روزانه ما را جمع‌آوری می‌کنند. این اطلاعات روی IP، MAC یا IMEI کاربران ثبت می‌شود. به‌عنوان مثال اگر بازدیدکننده دایمی سایتی هستیم، زمان و چگونگی استفاده از آن سایت مشخص، با شناسه دستگاه ما در آن سایت ذخیره می‌شود. نحوه استفاده از صفحه‌های اینترنتی، تعداد دفعات و چگونگی دسترسی ما به سایت‌های دیگر توسط این ریز برنامه‌ها شناسایی می‌شود.

شرکت‌ها در ازای نصب کوکی‌ها روی سایت آنها هزینه پرداخت می‌کنند. به این ترتیب، بر سر اطلاعات کاربران و رفتار آنها در فضای مجازی معامله می‌شود. شرکت‌ها اطلاعات کاربران را تنها برای مطالعات داخلی استفاده نمی‌کنند، بلکه آنها را به شخص ثالث می‌فروشند.

کاربران تولیدکننده هستند

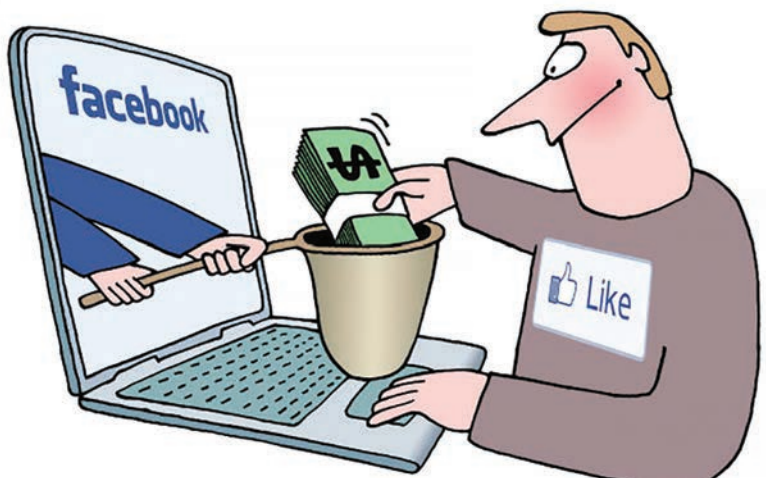
کاربران تولیدکننده هستند، چرا که در ازای گرفتن اطلاعاتی از سایت، جزئیاتی از فعالیت‌های آنلاین خود به جای می‌گذارند. این اطلاعات شخصی مانند نام، آدرس، عادت‌ها، کارت اعتباری و غیره در کوکی‌ها ثبت می‌شود.

به‌عنوان مثال فیس بوک شبکه‌ای اجتماعی است که بیش از یک میلیارد نفر در ماه، از آن استفاده می‌کنند. کاربران، داوطلبانه داده‌ها را در آن به‌جای می‌گذارند. همچنین برپایه تعامل‌های کاربران با مردم و اشتراک‌گذاری اطلاعات، ساختن حساب کاربری جدید به یک نتیجه‌گیری دست پیدا می‌کند. مثلا با در نظر گرفتن رفتار ما در سایت شبکه اجتماعی فیس بوک، دوستان جدید پیشنهاد می‌دهد که احتمال می‌رود با آنها وجه اشتراک داشته باشیم.

Likeها و ثبت نام‌ها در فیس بوک اطلاعاتی تولید می‌کنند که شامل تجزیه و تحلیل الگوریتم‌ها به منظور شناخت جداگانه کاربران شخصی و سازنده‌های حساب‌های اجتماعی مختص به آژانس‌ها می‌شود. شرکت‌های تجاری که تعداد آنها هم کم نیست بابت در اختیار داشتن این بانک اطلاعاتی گسترده حاضرند پول خوبی به شبکه‌های اجتماعی پرداخت کنند. اطلاعات و رفتار و عادات کاربران که در سایت‌ها ذخیره می‌شوند به نهادهای تجاری فروخته می‌شوند. هدف از این معامله این است که شرکت خریدار اطلاعات کاربران از آنها در جهت جلب مشتری و بازاریابی استفاده می‌کند. به‌عنوان مثال شخصی که در سایت اجتماعی فیس بوک به صفحات هنری مراجعه می‌کند یا تئاترهای روز را دنبال می‌کند، می‌تواند مشتری مرکز فروش بلیت‌های آن‌لاین باشد. اگر یک شرکت نوپا بخواهد بداند در کدام منطقه از یک کشور مشخص و در میان چه گروه سنی می‌تواند مشتریان بیشتری داشته باشد، به این سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی مراجعه می‌کند و بانک اطلاعاتی آنها را می‌خرد.

شرکت‌های تجاری که اطلاعات کاربران را خریداری می‌کنند، طیف وسیعی از اطلاعات علاقه‌مندان را در حوزه فعالیت خود در دست دارند.

اطلاعاتی نظیر گروه سنی، جنسیت افراد، محل اقامت و غیره. این اطلاعات به این شرکت‌ها کمک می‌کند تا مشتریان خود را بیشتر بشناسند و خدمات یا محصولاتی درخور سلیقه و علاقه آنها ارائه دهد.



شنبه‌بازار

قیمت تبلت

قیمت انواع تبلت با توجه به رکود حاکم بر بازار نسبت به ماه گذشته کاهش داشته است. انتظار می‌رود نمودار قیمت‌ها با توجه به فرا رسیدن فصل تابستان و آغاز تعطیلات مدارس آخر این ماه روند افزایشی به خود بگیرد.

Samsung	
مدل تبلت	قیمت (تومان)
TAB3 P5200	۱,۲۳۲,۵۶۸
NOTE3 P601	۱,۶۵۴,۲۳۶
TAB3 T211	۹۰۶,۱۹۴
TAB3 T311	۱,۰۱۵,۳۷۴
Galaxy Tab 3 8.0 SM-T311	۸۵۰,۰۰۰
Tablet NOTE3 N5120	۱,۲۶۵,۰۰۴
TAB3 T111	۶۲۲,۳۲۶
NOTE3N5100	۱,۱۷۸,۵۰۸
Galaxy NOTE3 P601-16GB	۱,۷۹۴,۷۹۲
Galaxy Note 2014 – P601-32GB	۱,۷۶۰,۰۰۰
Galaxy Note 2014 – P601	۱,۹۲۰,۰۰۰
Galaxy Tab 3-GT-P5200	۱,۱۳۰,۰۰۰
Galaxy Tab 3-SM-T211- 10Inch	۹۳۰,۰۰۰
Galaxy Tab 3-SM-T211- 7Inch	۷۵۰,۰۰۰
Galaxy Note N8000	۱,۴۸۰,۰۰۰
Galaxy Note 10.1 N8000 16GB	۱,۳۵۵,۰۰۰
Galaxy Note 10.1 N8000 32GB	۱,۵۴۹,۰۰۰
Galaxy Note 10.1 N8000 64GB	۱,۷۰۰,۰۰۰
Galaxy Note 8 N5100	۱,۱۴۰,۰۰۰
Galaxy Note 8 N5110	۱,۰۴۰,۰۰۰
Galaxy Tab 3 P3200-7Inch	۷۶۹,۰۰۰
Galaxy Tab 3 P3200-10 inch	۹۰۰,۰۰۰
Galaxy Tab 3 P5200	۱,۱۵۰,۰۰۰
Galaxy Tab 2 P3100	۸۰۰,۰۰۰

Apple	
مدل تبلت	قیمت (تومان)
iPad Air + 4g-16GB	۱,۹۸۰,۰۰۰
iPad Air + 4g-32GB	۲,۳۵۰,۰۰۰
iPad Air + 4g-64GB	۲,۶۲۰,۰۰۰
iPad Air-16GB	۱,۵۷۰,۰۰۰
iPad Air-32GB	۱,۸۵۰,۰۰۰
iPad Air-64GB	۲,۱۵۰,۰۰۰
iPad (4th Gen.) Wi-Fi	۲,۶۵۰,۰۰۰
iPad (4th Gen.) Wi-Fi + 4G	۲,۸۰۰,۰۰۰
iPad mini WiFi	۱,۰۲۰,۰۰۰
iPad mini WiFi + 4G	۲,۱۰۰,۰۰۰

Microsoft	
مدل تبلت	قیمت (تومان)
Surface RT-16GB	۲,۳۰۰,۰۰۰
Surface RT-32GB	۲,۶۵۰,۰۰۰
Surface RT + Keyboard-32GB	۳,۰۰۰,۰۰۰
Surface RT + Keyboard-64GB	۳,۲۰۰,۰۰۰
Surface Pro-128GB	۴,۲۲۰,۰۰۰
Surface Pro-64GB	۴,۰۵۰,۰۰۰

Lenovo	
مدل تبلت	قیمت (تومان)
Ideapad A1000-T	۴۲۰,۰۰۰
YOGA B6000	۹۵۵,۳۲۵
Ideapad A1	۷۵۰,۰۰۰
ideapad S5000	۷۰۹,۶۷۰
ideapad A3300	۴۵۸,۵۵۶
A3500	۶۰۵,۹۴۹
Ideapad A2107A	۵۵۰,۰۰۰
Tablet YOGA B8000	۱,۰۴۸,۱۲۸
ideapadA3000	۶۷۶,۹۱۶
ideapad S6000	۹۲۲,۵۷۱
Ideapad S2109A	۱,۰۰۰,۰۰۰

Huawei	
مدل تبلت	قیمت (تومان)
MediaPad FHD WiFi + 3G	۱,۲۵۰,۰۰۰
MediaPad 10 FHD 8G	۱,۰۵۰,۰۰۰
MediaPad 10 FHD 16G	۱,۱۴۰,۰۰۰
MediaPad 7 Vogue 3G	۶۸۰,۰۰۰
MediaPad 7 Lite	۵۵۵,۰۰۰
MediaPad 10 Link	۹۰۰,۰۰۰
MediaPad X1 7.0	۱,۰۲۰,۰۰۰

معرفی گجت‌های دوست داشتنی سال ۲۰۱۶

رویا پاک سرشت
www.buzzfeed.com

این روزها بازار گجت‌ها بسیار داغ است و هر روز تعداد زیادی از گجت‌های جدید با کاربردهایی ساده و مفید به بازار محصولات تکنولوژیک ارائه می‌شود. تنوع و تعداد بالای این گجت‌ها انتخاب را برای خریداران بسیار دشوار می‌کند، اما مسئله مهم در انتخاب گجت‌ها بیش از گران قیمت بودن، کاربردی بودن آنهاست. در سطور زیر تعدادی از گجت‌های ساده، اما پر بازده را بررسی خواهیم کرد:

Thing Charger

خداحافظی با کابل‌های پر تعداد یکی از آرزوهای کاربران محصولات تکنولوژیک است. اگر شما هم جزو کسانی هستید که از منظره شلوغ تعداد زیادی سیم و کابل در اطراف پریزهای برق خسته شده‌اید، می‌توانید از Thing Charger استفاده کنید. محصولی که یک ایستگاه شارژ جمع‌وجور و زیباست و به‌طور همزمان انواع لوازم الکترونیک هوشمندتان را در سریع‌ترین زمان شارژ می‌کند. قیمت این گجت ۴۰دلار است.

Iris Lens System

تفاوتی ندارد که گوشی شما اندرویدی باشد یا از تبار IOS، اگر اهل عکاسی هستید و عادت دارید از هر تصویر و منظره‌ای عکس بگیرید، عکاسی با تلفن همراه‌تان را از طریق Iris Lens System امتحان کنید. این لنز خلاقانه، کیفیت عکاسی و تنظیمات شما را بهبود بخشیده و تجربه عکسبرداری را به‌شدت لذت بخش خواهد کرد. قیمت این لنز منحصر به فرد، تنها ۴۵ دلار است. قیمتی که برای علاقه‌مندان به عکاسی چندان بالا نخواهد بود.

The Perfect Bake

اگر اهل پخت و پز و آشپزی باشید یک گجت بی‌نظیر در انتظار شماست. برای استفاده از این گجت تنها کافی است از ظرف ویژه آشپزی هوشمند استفاده کرده و سپس مواد موردنیاز منطبق با دستور پخت ذکر شده را به شکل گام به گام به ظرف‌تان بیفزایید. این ظرف هوشمند مجهز به سه تایمر ویژه (برای پخت، مخلوط کردن و خنک شدن) است و در صورتی که نسبت به برنامه پیش فرض خطا داشته باشید شما را آگاه می‌سازد. به نظر می‌رسد استفاده از این گجت احتمال خوردن غذاهای شور و بی‌نمک، خام و سوخته را به حداقل می‌رساند. قیمت حدودی این ابزار شگفت انگیز ۵۰ دلار است.

drift light

به خواب نرفتن در طول شب، آن هم در زمان‌هایی که بدن‌تان شدیدا به خواب نیاز دارد، یک کابوس ناراحت‌کننده است. اگر شما هم جزو افرادی هستید که به سختی به خواب می‌روند و عادت دارید از داروهای خواب آور استفاده کنید، تعجب خواهید کرد اگر بدانید با یک چراغ خواب هوشمند راحت‌تر از قرص خواب‌آور به خواب خواهید رفت. این چراغ جالب که با نام تجاری drift light شناخته می‌شود، براساس ساعت زیستی بدن طراحی شده است. در حالت عادی، بدن انسان نسبت به کاهش تدریجی نور واکنش نشان می‌دهد. درواقع رابطه بین سطح ملاتونین بدن و میزان نور دریافتی از محیط بارها مطرح شده است. این چراغ خواب به شکل آهسته و غیرمحسوس در طول ۳۷ دقیقه از شدت نور محیط می‌کاهد تا جایی که بدن، خود را برای خواب آماده می‌کند. شرکت سازنده علت انتخاب ۳۷ دقیقه را، متوسط مدت زمان غروب آفتاب ذکر کرده که حدودا همین میزان است. قیمت ۲۵ دلار برای یک خواب آرام چندان ناعادلانه به نظر نمی‌رسد.

Earhoox

گوش دادن به موسیقی یکی از تفریحاتی است که در بین بسیاری از مردم طرفدار دارد. برخی افراد به محض بیکار شدن با قرار دادن انواع هدفون‌ها در گوش خود تلاش می‌کنند تا ساعاتی را با موسیقی همراه شوند. اما گوش دادن همزمان به موسیقی و انجام امور روزمره و به‌ویژه کارهای پر تحرک اغلب با مشکل خارج شدن هدفون از گوش همراه می‌شود. اگر شما چنین مشکلی دارید و از هدفون‌های شرکت اپل استفاده می‌کنید، می‌توانید با کمک گرفتن از Earhoox ۱۰دلاری این مشکل را سر و سامان دهید. این محافظ هدفون که جنسی سیلیکونی دارد لذت گوش دادن به موسیقی را چندین برابر خواهد کرد.

Spire

زندگی امروز پر از موقعیت‌های تنش زاست و بسیاری از افراد نیز برای مقابله با استرس و تنش‌های محیط پیرامون خود به انواع جلسات مشاوره، روانکاوی و حتی استفاده از داروهای ضد اضطراب پناه می‌برند، اگرچه تمامی این روش‌ها در جایگاه خود مفید و مؤثر هستند، اما Spire نام گجتی است که در صورت احساس تنش و اضطراب با الگوهای مدیتیشن، برنامه‌های آموزش اصلاح تنفس و خروج از حالت بحرانی و تمرینات کوتاه‌مدت برای تمدد اعصاب فرد را یاری می‌کند تا به وضعیت نرمال برسد. قیمت این محصول ۱۵۰ دلار اعلام شده است.

رونمایی از کاغذ الکترونیکی تمام رنگی جهان

کمپانی E Ink اخیراً موفق شده نخستین کاغذ الکترونیکی تمام رنگی جهان را تولید کند که آینده دستگاه‌هایی نظیر تبلت Kindle آمازون را دستخوش تغییر فراوان خواهد کرد، چرا که کاغذهای الکترونیکی، معمولاً تنها از دو رنگ سفید و سیاه پشتیبانی کرده و قادر به نمایش تمام رنگ‌ها نیستند.

دستاورد جدید E Ink، نخستین نمایشگر در این رده نیست که علاوه بر دو رنگ سیاه و سفید، رنگ‌های دیگر را به نمایش در می‌آورد، زیرا دستگاه‌هایی نظیر Pebble Time، مدتی است که از کاغذهای الکترونیکی با رنگ‌هایی محدود بهره می‌برند. اما تفاوت محصول جدید E Ink، در این است که تنها به رنگ‌های معینی محدود نبوده و از تمام آنها پشتیبانی می‌کند.

نسخه‌های پیشین تکنولوژی E Ink، بر استفاده از فیلترهای رنگی روی نمایشگری مونوکروماتیک (تک رنگ) مبتنی بودند که سبب می‌شد رزولوشن کاهش یافته و نمایشگر قادر به بازتاب مناسب نور، مگر در شرایط پرنور، نباشد. اما حالا E Ink با استفاده از رنگ‌دانه‌های مختلف در میکروکپسول‌هایی که کاغذ الکترونیکی را شکل می‌دهند، امکان بازسازی رنگ‌هایی مشخص را در تمام پیکسل‌های نمایشگر فراهم کرده و صرفاً نیازی نیست تا سه رنگ قرمز، سبز و آبی در کنار یکدیگر قرار گیرند.

بازار اپلیکیشن‌ها ۵۷میلیارد دلاری می‌شود

پیش‌بینی می‌شود تا چهار سال آینده، ارزش بازار اپلیکیشن‌های موبایلی به ۵۷ میلیارد دلار برسد.

بررسی‌های جدید مرکز تحقیقاتی IDC نشان می‌دهد که بین سال‌های ۲۰۱۶ تا ۲۰۲۰ تعداد برنامه‌های موبایلی نصب شده روی تلفن همراه کاربران سالانه به ۲۱۰ میلیارد اپلیکیشن خواهد رسید.

این رقم در سال ۲۰۱۵ در مجموع ۱۵۶ میلیارد اپلیکیشن بوده است. برآورد می‌شود نصب این تعداد انبوه اپلیکیشن، چیزی در حدود ۵۷ میلیارد دلار سود مستقیم برای توسعه‌دهندگان به ارمغان آورد.

تولیدکنندگان اپ‌ها می‌گویند در سال گذشته، درآمد غیرتبلیغاتی آنها ۳۴.۲ میلیارد دلار بوده است. عمده اپلیکیشن‌های نصب شده در سال ۲۰۱۵، به سیستم عامل اندروید (۶۰ درصد) و آی‌اواس اپل (۱۵ درصد) اختصاص داشته است.

با این حال ۵۸ درصد سود مستقیم این اکوسیستم به اپل اختصاص داشته و این رقم برای پلتفرم گوگل پلی ۳۶ درصد بوده است.

IDC پیش‌بینی کرده که با توجه به اینکه بازار اپ‌های موبایلی به حد بلوغ و اشباع رسیده، نصب این اپلیکیشن‌ها روند کُندی را در پیش خواهد داشت و پس‌از آن، سودآوری این صنعت نیز سیر نزولی به خود خواهد گرفت.

تکنولوژی

نخستین ساختمان کاربردی ساخته شده توسط چاپگر سه بعدی در دوبی رونمایی شد. این ساختمان متفاوت درحدود ۲۵۰ مترمربع مساحت داشته و در دل آن از پیشرفته ترین فناوری های ارتباطاتی استفاده شده است. برای ساخت این مجموعه دیدنی از چاپگری به بلندی ۶ متر، طول ۳۶ متر و عرض ۱۲ متر استفاده شده است.

خبر

توقف فروش نکسوس پلیر

گوگل نکسوس پلیر را از لیست محصولات گوگل استور حذف کرد.

با این تصمیم انویدیا شیلد تنها دستگاه مبتنی بر Android TV خواهد بود که در این فروشگاه مجازی عرضه می‌شود. دیگر سخت‌افزارها نظیر Mi Box شیائومی هم البته از این پلتفرم بهره می‌برند و خوشبختانه تولیدکنندگان بیشتری پشتیبانی از Android TV را به تلویزیون‌های تولیدی‌شان آورده‌اند.

البته پایان فروش این دستگاه از سوی گوگل به معنای خاتمه ارائه خدمات پشتیبانی برای آن نخواهد بود، چراکه این محصول، علاوه بر دریافت آپدیت‌های مستمر نرم‌افزاری، به نسخه پیش نمایش اندروید N که هم‌اکنون در دست توسعه است هم دسترسی خواهد داشت.

اخبار رسمی شرکت‌ها

مدیریت پیامک‌های بانکی نسخه جدید پارمیس همراه

نرم‌افزار حسابداری رایگان پارمیس همراه که تا امروز با دارا بودن قابلیت‌های کاربردی در حوزه مدیریت هزینه‌ها و درآمدهای افراد و اعضای خانواده برای کاربران اندروید و IOS به صورت رایگان عرضه شده است، در جدیدترین نسخه اندرویدی خود امکان مدیریت پیامک‌های بانکی را به صورت کاملاً رایگان در اختیار کاربران قرار داده است.

مدیریت هزینه‌ها و درآمدهای شخصی و خانوادگی، همواره دغدغه‌ای برای تمام افراد جامعه از هر قشری است، چرا که مدیریت صحیح این هزینه‌ها و درآمدها به مدیریت بهتر اقتصاد فردی و خانوادگی نیز کمک می‌کند. از طرفی امروزه با توجه به جایگاهی که تلفن همراه در زندگی افراد دارد، به در دسترس‌ترین وسیله برای انجام امور مختلف تبدیل شده است. بنابراین استفاده از یک نرم‌افزار حسابداری شخصی مناسب برای تلفن همراه هوشمند می‌تواند این مدیریت اقتصادی را برای تمامی افراد جامعه فراهم کند و سهولت بخشد.

امکان مدیریت پیامک‌های بانکی (پَیابانک) که در جدیدترین نسخه از حسابداری پارمیس همراه به صورت رایگان در اختیار کاربران اندروید قرار گرفته است، قابلیت ثبت اطلاعات تراکنش‌های بانکی که از طریق پیامک برای کاربران ارسال می‌شود را به صورت مستقیم در نرم‌افزار حسابداری پارمیس همراه فراهم می‌کند.

به این صورت که با دریافت یک پیامک بانکی، نرم‌افزار به صورت هوشمند، نوع پیامک (پرداخت یا دریافت) را تشخیص می‌دهد و یک Notification برای کاربر نمایش داده می‌شود. با کلیک روی این Notification اطلاعات درون پیامک، حاوی تاریخ، زمان، مبلغ و حساب بانکی مورد نظر، در اطلاعات تراکنش، داخل نرم‌افزار پارمیس همراه ثبت می‌شود و تنها کافی است شما یک حساب هزینه یا صندوق به‌عنوان حساب طرف دوم را مشخص کنید. به این ترتیب اطلاعات پیامک بانکی دریافت شده، در نرم‌افزار حسابداری شما ثبت می‌شود و لزومی نیست که از این پس نگران فراموش کردن ثبت تراکنش‌های بانکی خود در نرم‌افزار باشید. از مزایای این قابلیت جدید می‌توان به این مورد اشاره کرد که در صورتی که شما Notification را سهواً ببندید، با باز کردن نرم‌افزار و ورود به بخش پیامک‌های بانکی، می‌توانید پیامک‌های ثبت نشده را نیز درون نرم‌افزار مشاهده کنید و از همین طریق قادرید آنها را ثبت کنید.

مهندس مظاهر مرجانی، مدیرعامل فناوری اطلاعات پارمیس، تولید این محصول را نتیجه ماه‌ها برنامه‌ریزی و تلاش گروهی تیم تولید پارمیس همراه دانست و گفت: «با توجه به اینکه امروزه بیشتر افراد استفاده از کارت‌های بانکی را به حمل کردن پول نقد ترجیح می‌دهند، بنابراین اطلاعات تراکنش‌های بانکی صورت گرفته نیز برای افراد بسیار مهم است. به همین منظور جدیدترین نسخه حسابداری پارمیس همراه با دارا بودن قابلیت مدیریت پیامک‌های بانکی، به کاربران امکان مدیریت ساده‌تر هزینه‌ها و درآمدها را می‌دهد. به این ترتیب که در چند مرحله کوتاه می‌توان اطلاعات پیامک‌های بانکی اعم از واریز، پرداخت، دریافت و سایر تراکنش‌های بانکی را در نرم‌افزار حسابداری پارمیس همراه ثبت کرد. به این ترتیب می‌توان با دیدگاهی صحیح و با اطلاعاتی دقیق حساب‌های خود را مدیریت کرد تا در تهیه گزارش‌های آتی بتوان به نتایج دقیق‌تری از هزینه‌ها و درآمدها دست یافت.»

به گزارش روابط عمومی شرکت پارمیس، جدیدترین نسخه اندرویدی نرم‌افزار حسابداری پارمیس همراه با قابلیت مدیریت پیامک‌های بانکی، در حال حاضر از طریق مارکت بازار در دسترس کاربران قرار گرفته و به‌زودی در سایر مارکت‌های نرم‌افزاری نیز قرار می‌گیرد. علاقه‌مندان جهت دانلود این نرم‌افزار از مارکت بازار می‌توانند روی لینک این لینک دانلود رایگان نرم‌افزار حسابداری پارمیس همراه از مارکت بازار کلیک کرده و آخرین نسخه نرم‌افزار حسابداری پارمیس همراه را به صورت رایگان و مستقیماً از مارکت بازار دریافت کنند. جهت کسب اطلاعات بیشتر درباره قابلیت‌های جدید پَیابانک و نحوه استفاده از آن، به سایت پارمیس به نشانی www. ParmisIT. com مراجعه کنید.

بازار

زیر و بم بازار پرده‌فروشان

امروزه پرده تقریبا مقابل پنجره‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد؛ در کاخ‌ها، ادارات، منازل و حتی کلاس‌های درس مدارس و دانشگاه‌ها در شکل‌ها و مدل‌های مختلف وجود دارد، چرا که پرده علاوه بر زیبایی برای کنترل نور و جلوگیری از نفوذ گرما، سرما و گرد و خاک به داخل ساختمان وسیله مفیدی است. در بازارهای پرده فروشی و دکوراسیون جدید از انواع حصیر (بامبو) و کرکره نیز به‌عنوان پرده استفاده می‌شود که قابلیت تنظیم خوبی برای گرما و نور دارند، اما پرده‌های پارچه‌ای به خاطر لطف و زیبایی که به محیط زندگی می‌بخشند و همچنین تنوعی که در مدل‌های آن وجود دارد بیشتر مورد توجه علاقه‌مندان دکوراسیون قرار گرفته است. درست به همین دلیل شاهد رشد چشمگیر بازار پرده‌فروشان در نقاط مختلف شهر هستیم. اگر سری به مراکز خریدوفروش و دوخت و طراحی پرده زده باشید، حتما با دیدن تنوع بالا چه از لحاظ طرح و رنگ پارچه و چه از لحاظ مدل‌های ارائه شده دوخت و طراحی پرده، متعجب و البته سرگردان می‌شوید، زیرا بازار پارچه و تجهیزات جانبی آن نظیر آرک، چوب پرده‌ای، نوار پرده و... با تنوع بسیار زیادی از لحاظ طرح و رنگ و البته قیمت روبه‌رو است. همچنین با دیدن ژورنال‌های خارجی و پارچه‌های پرده‌ای با رنگ و طرح‌های متنوع متوجه خواهید شد که اکثر پارچه‌های موجود در بازار جزو کالاهای وارداتی هستند و پارچه‌های ایرانی سهم ناچیزی در این بین دارند. براساس بررسی‌های صورت گرفته، مشخص شده که حدود ۶۰ تا ۷۰درصد بازار پارچه پرده در اختیار چین و سهم ناچیزی در اختیار برندهای ایتالیایی، هندی، ژاپنی و البته ایرانی است.

معرفی بازارهای خریدوفروش

مراکز خریدوفروش خاصی نیز وجود دارد که معرف حضور اکثر خانم‌ها و همچنین دکوراتورها است. خیابان زرتشت، بازار بزرگ پارچه در خیابان ۱۵خرداد، بازار مولوی، بازار عبدل‌آباد و پاساژهایی مانند مجتمع بازار پرده در خیابان نواب و بازار پرده قائم در تجریش دایر شده‌اند که از مراکز اصلی خریدوفروش پارچه پرده‌ای هستند. البته در بخش‌هایی از خیابان‌های اطراف پل چوبی نیز برخی از فروشگاه‌های عرضه‌کننده پارچه مبلی به عرضه پارچه پرده‌ای می‌پردازند، اما مراکز اصلی و شناخته شده فروش پارچه پرده‌ای زرتشت، مولوی، عبدل‌آباد و بازار بزرگ تهران هستند.

لوکس‌های زرتشتی

زرتشت یکی از معروف‌ترین مراکز خریدوفروش پارچه‌های پرده‌ای و لباسی است. سرتاسر فلسطین را که حدفاصل میدان فاطمی و بلوار کشاورز است و از بد حادثه در محدوده طرح ترافیک نیز واقع شده است، مغازه‌های پارچه‌فروشی قرق کرده‌اند که بسیاری از این پارچه‌ها را پارچه‌های پرده‌ای تشکیل داده‌اند. در این خیابان می‌توان انواع پارچه پرده‌ای از تور و حریر و ساتن گرفته تا پرده‌های ضخیم مخملی و کتان را یافت. البته اکثر فروشگاه‌های این خیابان پارچه پرده‌ای را ۱۰ تا ۱۵روز پس از سفارش مشتری به وی تحویل می‌دهند. علت هم این است که انبارهای فروشندگان این خیابان در محل دیگری است و زمان می‌برد تا پارچه از انبار خارج شود و به دست مشتری برسد. البته گروهی از فروشندگان می‌گویند، به علت اینکه پارچه‌ها وارداتی است باید پارچه به شرکت سفارش داده شده و سپس به فروشگاه ارسال شود. در هر حال به هر دلیلی که باشد این پارچه‌های وارداتی گران قیمت با تاخیر به دست مشتری می‌رسند. اگر قصد سفارش دوخت پرده نیز دارید، بهتر است سفارش دوخت را به همان فروشگاهی بدهید که پارچه را از وی خریداری کرده‌اید تا تخفیف بیشتری بابت دوخت بگیرید. در کل قیمت هر متر(پرده‌ای) پارچه اعم از تور، گیپور، ساتن و... در این خیابان با توجه به نوع پارچه و... بین ۶۰ تا ۳۵۰هزار تومان است، البته پرده‌های گران‌قیمت‌تر هم در این بازار وجود دارند. هزینه دوخت هم با توجه به مدل و جنس پارچه که خوش‌دوخت باشد یا بددوخت، بین ۱۰۰ تا ۳۰۰هزار تومان و در برخی از مدل‌ها تا ۴۰۰هزار تومان متغیر است.

مولوی هر چه بخواهید دارد

در مولوی انواع پارچه در طرح‌ها و مدل‌های گوناگون موجود است و البته بازار طراحان و دوزندگان پرده نیز رونق بسیاری دارد. در این منطقه از خرید سفارشی و... خبری نیست و اکثرا فروشندگان اجناس خود را در انبارهای شخصی نگهداری کرده و در صورت نیاز به مشتری ارائه می‌دهند. قیمت‌های ارائه شده در این بازار هم برای خرید پارچه و هم برای سفارش دوخت ارزان‌تر از خیابان زرتشت است، ضمن اینکه در این منطقه فروشندگان پارچه‌های قدیمی را نیز به حراج می‌گذارند.

خیابان بلندی برای انواع پارچه‌ها

عبدل‌آباد هم یک خیابان بلند و طولانی است، مانند مولوی که مملو از پارچه‌فروشی است و باز هم اکثر پارچه‌ها را پارچه‌های پرده‌ای تشکیل داده‌اند. اینجا نیز مملو از پارچه‌های حراجی است. قیمت‌ها نیز نسبت به زرتشت و مولوی تا حدودی ارزان‌تر است، اما باید حواستان باشد و حسابی با فروشنده چانه بزنید. برای رسیدن به عبدل آباد باید از میدان کشتارگاه به سمت اتوبان قم و بعد از آن نرسیده به پل شهید تندگویان از یک جاده فرعی به سمت عبدل آباد بروید. این منطقه در محدوده طرح ترافیک قرار ندارد و به‌راحتی می‌توانید با خودروی شخصی در آن تردد کنید.

بازار بزرگ تهران، راسته پارچه‌فروشان

بازار بزرگ تهران بیشتر به عرضه پارچه‌های پرده‌ای نه چندان مجلسی و... می‌پردازد. می‌توان گفت این محل بیشتر برای خرید پارچه پرده‌ای اتاق خواب مناسب است. اما در هر حال یکی از مراکز معروف و شناخته‌شده در زمینه عرضه پارچه پرده‌ای است. این را هم در نظر داشته باشید که در این مرکز انواع نوار پرده، گیره، حلقه و... موجود است. بازار بزرگ تهران در محدوده طرح ترافیک واقع شده و اکثرا برای مراجعه به این بازار از مترو یا وسایل نقلیه عمومی استفاده می‌شود.

گزارش «فرصت امروز» از بازار تزیینات داخلی ساختمان

هر فروشگاه؛ ۵فرصت شغلی

شیدا رمزی

تغییر سبک زندگی ما و همچنین گسترش شهرنشینی باعث شده برخی مشاغل متفاوت از آنچه در گذشته بودند، گروه کثیری را به خود مشغول کرده و به نوعی در بازار کسب‌وکار خودنمایی کنند. افتتاح و سرمایه‌گذاری در پرده‌سراها نیز یکی از این موارد است که از اوایل دهه ۷۰ می‌بینیم رشد قابل توجهی داشته و گروه کثیری را به خود مشغول کرده است. این صنف به اعتقاد برخی کارشناسان به دلیل اینکه مستقیم با سلیقه و تنوع‌طلبی افراد ارتباط دارد، انتهایی نداشته و می‌تواند همواره به سمت جلو حرکت کند، درحالی که گروه دیگری براین باورند که اکنون میزان سرمایه‌گذاری در این حرفه بیش از اندازه شده و با توجه به رکود حاکم بر بازار، این نگرانی به وجود آمده که ریسک گردش چرخ اقتصاد در این حرفه بیش از گذشته شده است.

صنفی با تداخل کاری

بهروز چوداری میلانی، رئیس اتحادیه تزیینات داخلی ساختمان تهران با اشاره به تداخل صنفی موجود در این زمینه به «فرصت امروز» می‌گوید: یکی از مشکلات اساسی در صنف پرده‌سراها مربوط به تداخل‌صنفی موجود با صنف پارچه‌فروشان است چون برخی از مجوزها از سوی اتحادیه تزیینات داخلی صادر می‌شود و برخی از سوی اتحادیه فروشندگان پارچه، از این رو دستیابی به سیاست‌های واحد و همچنین آمارهای دقیق درباره فعالان این صنف کمی سخت و دشوار شده است.

میلانی در ادامه می‌افزاید: اکنون در صنف تزیینات داخلی ساختمان حدود ۵۰۰ واحد فعال در تهران مشغول به فعالیت اقتصادی هستند که معمولا خدمات تزییناتی متفاوت و مختلفی را برای مخاطبان خود تدارک دیده‌اند و پرده در انواع مختلف بخشی از فعالیت آنهاست. به اعتقاد این مقام صنفی، با توجه به رکودی که در بازار کشورمان حاکم شده، تعداد پرده‌سراها به نظر بیش از حد مورد نیاز است و همین امر باعث بروز برخی مشکلات برای فعالان قدیمی و همچنین از بین رفتن رقابت سالم شده است، درحالی که اگر فضای رقابتی مناسب باشد این مخاطبان هستند که بهره‌مند خواهند شد.

بازار در دست وارداتی‌ها

رئیس اتحادیه تزیینات داخلی ساختمان تهران با اشاره به سهم هریک از تولیدات ایرانی و خارجی در بازار گفت: تقریبا از ابتدای دهه ۹۰ با توجه به کیفیت و تنوع محصولات داخلی کشورمان، سهم بازار به‌صورت ۴۰درصد تولیدات داخلی و ۶۰درصد تولیدات خارجی تقسیم شده و همین تقسیم‌بندی باعث پدیدآمدن شیوه‌ای نوین برای تامین اجناس مورد نیاز متقاضیان شده است.

وی با تاکید مجدد بر کیفیت و تنوع کم برخی محصولات ایرانی درباره چگونگی ورود اجناس تولید خارج به بازار داخلی با وجود برخی محدودیت‌های موجود از نظر واردات، افزود: شاید برخی از اصناف درگیر موضوع قاچاق گسترده کالا باشند اما در این صنف شاید بحث قاچاق مطرح نباشد اما شیوه واردات محصولات کمی متفاوت از دیگر صنوف است. به این صورت که امروز بیشتر سفارش‌های خارجی با استفاده از سیستم خدمات پستی DHL صورت می‌گیرد و محصول مورد نظر از خارج از مرزهای کشورمان مثل کشورهایی چون آمریکا، کانادا، اسپانیا، ترکیه یا هر کشوری که با فروشندگان در ارتباط باشد به‌صورت موردی به ایران حمل می‌شود، هرچند نباید فراموش کرد که سهم تولیدات چینی در بازار پرده و ابزار و یراق‌هایش قابل توجه است. این مقام صنفی تصریح کرد: اگرچه واردات به سبک قدیمی هنوز هم ادامه دارد اما همان‌طور که اشاره شد با توجه به رکود و تغییر سبک کسب‌وکار برخی فعالان صنفی دیگر نیازی به خواب سرمایه برای پارچه‌هایی که ممکن است در طول یک دهه هم فروخته نشوند، نیست بلکه بااستفاده از کاتالوگ‌ها و نمونه‌های مختلف ارائه‌دهندگان این خدمات برای مخاطبان خود تصویری از آنچه خریداری می‌کنند ترسیم کرده و در نهایت با سفارش محصولات مورد نظر به تولیدکننده خارج از ایران آن را با استفاده از خدمات پستی تحویل گرفته و در نهایت نصب می‌کنند. میلانی سرمایه مورد نیاز برای ورود به این نوع کسب‌وکار را به دلیل تغییر در ارائه خدماتی که قبلا به آن اشاره شده بود، کم عنوان کرده و تخمینی می‌گوید: برای راه‌اندازی یک واحد صنفی شاید حداقل بدون در نظر گرفتن ارزش ملکی که بهتر است به‌صورت مالکیت باشد، ۷۰ تا ۱۰۰میلیون تومان نقدینگی برای تامین برخی نیازها لازم باشد و توصیه می‌شود بهترین کار تجمیع همه خدمات در قالب یک واحد صنفی است یعنی طراحی، دوخت و نصب. رئیس اتحادیه تزیینات داخلی ساختمان تهران درباره اشتغال‌زایی این حرفه نیز افزود: همان‌طور که گفته شده بهتر است واحدهای صنفی به‌صورت ارائه خدمات کلی فعالیت کنند. بنابراین حداقل دو فروشنده، یک خیاط و دو نصاب مورد نیازشان برای یک فروشگاه معمولی است که در واقع اشتغال‌زایی پنج نفره به‌صورت مستقیم برای هر واحد صنفی ایجاد می‌شود.

دریافت فاکتور فروش عاملی سرنوشت‌ساز

چوداری میلانی ضمن اشاره به روند بررسی اختلاف‌های احتمالی میان متقاضیان و فروشندگان کالا به خبرنگار ما گفت: همه چیز از وزارت صنعت، معدن و تجارت آغاز می‌شود و با تشکیل پرونده و ارجاع به اتحادیه مربوطه روند رسیدگی شروع می‌شد که درصورت عدم تفاهم دوباره مراحل به وزارت صنعت ارجاع داده شده و با الصاق نظریه کارشناسی این بار تعزیرات وارد ماجرا می‌شود اما نکته مهم این است که خریداران دارای فاکتور رسمی باشند تا به این وسیله بتوانند حداقل برای یک‌سال با رعایت مراحل قانونی به حقوق خود دست یابند. به گفته وی، خریداران باید نسبت به خرید از فروشگاه‌هایی اقدام کنند که دارای جواز کسب بوده و مدارک کاملی از سوی اتحادیه‌ها دریافت کرده‌اند تا در صورت بروز هرگونه مشکل امکان دستیابی به حقوق خود را داشته باشند. میلانی همچنین درباره گسترش فروشگاه‌های مجازی فروش پرده و ارائه خدمات تزییناتی به خریداران خدمات از این نوع فروشگاه‌ها می‌گوید: به‌طور کلی توسعه این فروشگاه‌ها در اصناف مختلف اجتناب ناپذیر است اما همان‌طور که می‌دانید موضوع تزیینات و پرده برای منزل یا محل کار از اهمیت بالایی برخوردار است که باید دقیقا مورد بررسی دو طرف قرار گیرد، بنابراین مراجعه به این نوع فروشگاه‌ها ممکن است نتایج نامناسبی برای خریداران داشته باشد به‌خصوص آنکه بیشتر ارائه‌دهندگان خدمات در این فضای مجازی حرفه‌ای نیستند و نمی‌توانند مشاوره کارشناسانه به خریداران بدهند.

سرمایه‌گذاری

گزارشی از چگونگی سرمایه‌گذاری در پرده‌سرا

کسب‌وکاری با قواره‌ای متفاوت

به‌طور کلی پرده و دیگر لوازم جانبی آن به‌عنوان بخشی مهم در تزیین و زیبایی منازل یا دفاتر کاری و سالن‌های مختلف است؛ از این رو عواملی چون تنوع، کیفیت و البته زیبایی در این زمینه تعیین‌کننده و سرنوشت‌ساز هستند. این درحالی است که نباید فراموش کرد این عوامل همگی بیانگر صنعت و گردش سرمایه‌ای قابل توجه در اقتصاد کشورمان هستند. اقتصادی که نه تنها نظر خریداران بلکه از تولید تا نصب، گروه‌های مختلفی را به خود جلب کرده و گستردگی این بازار دقیقا در بخش‌های مختلف شهرها به‌خصوص تهران کاملا مشهود است چون از بازار پرده فروشان مولوی گرفته تا شمالی‌ترین مناطق پایخت می‌بینیم فروشگاه‌های مختلف تزیینات داخلی منزل و پرده‌سراهای گوناگونی مشغول فعالیت هستند.

اما سوال این است که آیا سرمایه‌گذاری در این زمینه یعنی فروش پرده یا همان پرده‌سراهای خودمانی فرصت مناسبی برای جویندگان کسب‌وکارهای مختلف است؟ یا اینکه به قول برخی قواره این نوع کسب‌وکار متفاوت از دیگر زمینه‌های سرمایه‌گذاری است؟

دهه ۸۰ طلایی‌ترین دوره

سعید بصیری، مالک پرده‌سرای بصیری درباره چگونگی سرمایه‌گذاری در این زمینه به «فرصت‌امروز» گفت: به‌طور کلی افتتاح و راه‌اندازی پرده‌سرا ممکن است در نگاه اول شغلی بسیار سودآور و جذاب برای افراد باشد، اما واقعیت امر این نیست و نباید بدون اطلاعات یا تخصص وارد این کار شد، چون اگر انتخاب صحیح در چگونگی اداره این کسب‌وکار نداشته باشید به سرعت با تحمل زیان مجبور به ترک بازار خواهید شد.

بصیری در ادامه افزود: اگرچه پرده و موارد جانبی آن همواره یکی از نیازهای خانواده‌هاست و اغلب افراد براین باورند که پرده فروشی همیشه رونق دارد اما با توجه به تجربه‌ای که طی سه دهه فعالیت در این صنف به دست آورده‌ام، دهه ۸۰ به‌عنوان طلایی‌ترین دوران این حرفه بود و اکنون این حرفه کاملا تخصصی شده است.

وی با اشاره به موارد تضمین‌کننده سرمایه‌گذاری در پرده‌سرا تصریح کرد: اگرچه کیفیت و تنوع دو عامل تعیین‌کننده در این نوع سرمایه‌گذاری است اما همه چیز بستگی به شناخت سلیقه و دریافت خواسته‌های خریداران دارد، بنابراین اگر سرمایه‌گذاران بتوانند اطلاعات دقیقی از نیاز خریداران داشته باشند تقریبا ۵۰درصد کار انجام شده است.

این فعال صنفی درباره مراحل ورود به این حرفه نیز گفت: از آنجا که چندی پیش براساس آمار ارائه شده بیشترین شکایات و مراجعه به شورای حل اختلاف مربوط به خریداران پرده بوده، لازم است علاقه‌مندان برای ورود به این نوع سرمایه‌گذاری با مراجعه به اتحادیه تزیینات داخلی نسبت به دریافت مجوزهای قانونی مورد نیاز اقدام کنند، چون بسیاری از مخاطبان و خریداران اکنون به دنبال استفاده از خدمات واحدهای صنفی مجاز بوده و با دیدن مجوزهای قانونی به آن واحد بیشتر اعتماد می‌کنند. اگرچه همان‌طور که قبلا نیز اشاره شد این مجوزها تضمین‌کننده آینده سرمایه‌گذاری نیست.

به اعتقاد بصیری، امروز شاید نتوان درباره مبالغ مورد نیاز شروع یک کسب‌وکار مناسب رقمی را تعیین کرد اما با توجه به تجهیزات و مواد اولیه‌ای که باید برای تکمیل جنس فروشگاه در اختیار داشته باشیم، حداقل سرمایه‌ای معادل ۲۵۰ میلیون تومان برای تهران و در شهرستان‌ها نزدیک به ۱۰۰میلیون تومان سرمایه‌لازم است. البته این فقط مربوط به تجهیزات و مواد اولیه مثل پارچه و برخی اقلام یراق‌هاست و برای اجاره یا خرید ملک هم که بستگی به محله و متراژ فروشگاه خواهد داشت، ولی حداقل فضای مورد نیاز را باید ۲۰ متر به بالا درنظر داشته باشیم.

اجاره‌ای هرگز

بصیری در ادامه به موضوع اهمیت مالکیت سرقفلی یا خرید فروشگاه اشاره کرد و گفت: همان‌طور که قبلا اشاره کردم با توجه به افزایش فروشندگان و همچنین رکود موجود در اغلب اصناف کشورمان، افتتاح فروشگاه اجاره‌ای به صرفه نیست چون اجاره‌ها واقعا سنگین و توان تامین آنها برای بسیاری از فروشندگان غیرممکن شده است. بنابراین لازم است افرادی که تصمیم به ورود به این صنف را دارند بیشتر به خرید ملک مورد نظر فکر کنند تا اجاره. اگرچه روند امروز کمی متفاوت شده و اغلب فروشندگانی که واحدهای استیجاری داشتند به صفر و یک‌های مجازی پناه برده‌اند.

وی این‌گونه توضیح داد که چون مدتی است اجاره واحدهای تجاری بسیار بالا رفته و همچنین رونق کسب‌وکارهای اینترنتی افزایش داشته است، دنیای پرده‌سراها نیز در میان صفر و یک‌های مجازی جایگاهی برای خود دست و پا کرده است. به این ترتیب که اکنون علاقه‌مندان می‌توانند تنها با تهیه چند فریم عکس از محل مورد نظرشان اقدام به سفارش کالا در میان صدها فروشنده مجازی پرده و تزیینات داخلی ساختمان کنند. چون این افراد با تهیه مدل‌های دیجیتالی برای متقاضیان دریافت خدمات می‌توانند کار را انجام دهند و درباره انتخاب انواع پارچه و ابزار و یراق مورد نیاز هم‌اکنون شما می‌توانید با چند کلیک نوع، رنگ و تمام خواسته‌های‌تان را انتخاب کنید.

به گفته این فعال صنفی، اگرچه انتخاب پرده و جنس و مدل آن از پشت مانیتور رایانه ممکن است کمی غیرعادی به نظر آید و کمتر کسی از این روش استفاده کند، ولی می‌بینیم با تغییر سبک زندگی ما این روند نیز درحال تثبیت شدن است و در خوشبینانه‌ترین حالت نماینده شرکت تزیینات داخلی با در دست داشتن چند آلبوم از نمونه پارچه‌ها و چند ورق پرینت رنگی از نمونه‌های تعیین شده می‌تواند قرارداد دریافت خدمات با متقاضیان امضا کند.

نقش داخلی‌ها کمرنگ است

مالک فروشگاه بصیری درباره تنوع اجناس در بازار کشورمان نیز به «فرصت امروز» گفت: اگرچه برخی تولیدکنندگان داخلی و حتی سرمایه‌گذاران خارجی که در ایران کارخانه افتتاح کرده‌اند، محصولات مختلفی را روانه بازار مصرف می‌کنند اما همچنان بازار پرده‌های وارداتی بسیار داغ است و بسیاری از خریداران را به خود مشغول کرده است.

به اعتقاد وی، بیشترین محصولات از کشور چین وارد ایران می‌شود، اما فعلا پرده‌های تولید شده در کشور ترکیه بخش عمده‌ای از خریداران را مجذوب خود کرده چون طرح‌ها و جنس مناسب نیاز بازار کشورمان را برای مخاطبان مهیا کرده است و همین امر باعث شده همه چیز یعنی قیمت اجناس و تنوع آنها بستگی به قیمت دلار داشته باشد.

بصیری تاکید کرد: اکنون بازار اجناس تقلبی بسیار داغ است چون فروشندگانی هستند که ادعا می‌کنند پرده‌هایی از ایتالیا و اسپانیا برای فروش در پرده‌سرای خود دارند. اما غالب این محصولات از کشور چین آن‌هم با کیفیتی نازل انتخاب شده‌اند چون هزینه خرید و واردات پرده از کشورهای اروپایی اکنون با توجه به قیمت دلار صرفه اقتصادی ندارد. وی درباره قیمت‌های موجود در بازار پرده گفت: اکنون می‌توان از متری ۳۰هزار تومان تا متری ۷۵۰هزار تومان در بازار تهیه کرد اما نکته‌ای که مهم است مربوط به کیفیت محصولات است چون اغلب محصولات چینی به دلیل استفاده بیش از حد از مواد پلاستیکی واقعا بی‌کیفیت بوده و باعث از بین رفتن سرمایه خریداران خواهد شد.

سود اصلی در لوازم جانبی است

این فعال صنفی به «فرصت امروز» گفت: همه فعالان این صنف می‌دانند که سود اصلی در فروش نیست، بلکه در خدمات ارائه شده از سوی پرده‌سراهاست چون قیمت خود پارچه کاملا مشخص است و محدوده سود مشخصی دارد اما وقتی کار به استفاده از تزیینات جانبی یا به قول خودمان همان ابزار و یراق می‌رسد موضوع کمی متفاوت خواهد بود و این اقلام در کنار هزینه‌های دوخت و نصب در واقع سود اصلی فروشگاه‌هاست. به گفته بصیری، راز موفقیت سرمایه‌گذاران این صنف دسترسی به تجهیزات و تزیینات جدید و روز دنیا است چون اگر به طرح‌ها و لوازم وتجهیزات جدید دسترسی نداشته باشیم کم‌کم از فهرست تقاضاهای خرید مشتریان حذف خواهیم شد به همین دلیل لازم است تمام فروشندگان نسبت به تجهیزات نوین و همچنین طرح‌های جدید بازار اشراف کامل داشته باشند.

تحلیلی از جنس پسابرجام بر جدیدترین «گزارش سالانه حقوق و دستمزد» منتشر شده توسط ایران تلنت در سال ۱۳۹۵

متخصصان، کارشناسان و مدیران چقدر حقوق می‌گیرند؟

به روال سال‌های اخیر و با توجه به استقبال گسترده شرکت‌ها و مدیران ایرانی، برای سومین سال پیاپی گزارش حقوق و دستمزد ایران تلنت منتشر شد. این گزارش که حاصل تحلیل اطلاعات بیش از ۳۶ هزار متخصص و مدیر ایرانی است و از بسیاری جهات به تنها مرجع شناخت بازار کار و تصمیم‌گیری برای مدیران و شرکت‌های ایرانی تبدیل شده است، میزان حقوق دریافتی متخصصان کشور را در ۲۲ گروه شغلی و با جزییات مفید ارائه می‌دهد.

در سومین گزارش حقوق و دستمزد ایران تلنت، موارد بسیاری درباره بازار کار اعلام شده است؛ از جمله نکات جالب، اختلاف زیاد پرداختی‌ها برای پست‌های مشابه در شرکت‌های مختلف است. اینکه این اختلاف تحت تأثیر چه عواملی است و آیا ناشی از سطح توانمندی و مهارت افراد است یا قدرت پرداخت شرکت‌های مختلف با یکدیگر تفاوت دارد خود جای بحث مفصل دارد اما آنچه بی‌شک همواره چالش شرکت‌ها بوده، تعیین سطح حقوق و دستمزد سازمان به‌گونه‌ای است که باعث نگهداشت نیروهای حرفه‌ای مجموعه شود. تحقیقات نشان می‌دهد سازمان‌ها به‌طور معمول و دوره‌ای، حقوق پرداختی شرکت‌های مشابه یا رقیب را در بازار کار و صنعت خود بررسی می‌کنند و با در نظر گرفتن توان پرداخت خود، سطح حقوق و دستمزد برای پست‌های مختلف را در سازمان تعیین می‌کنند.

از جمله دیگر یافته‌های این گزارش، عوامل پیدا و پنهانی است که روی دریافتی افراد اثرگذار است. از جمله می‌توان گفت دریافتی فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های دولتی به‌طور متوسط ۱۶ درصد بالاتر از فارغ‌التحصیلان دانشگاه‌های آزاد است یا دریافتی افراد دارای مدرک فوق لیسانس نسبت به لیسانس به‌طور متوسط ۱۵ درصد بالاتر است. یکی دیگر از موارد مورد بحث در بازار کار جنسیت است که با توجه به آمار ایران تلنت به‌طور متوسط دریافتی خانم‌ها در سمت‌های مشابه، ۲۳ درصد کمتر از دریافتی آقایان است. در این میان آمار نشان می‌دهد که افراد مسلط به زبان انگلیسی به‌طور متوسط ۱۶ درصد دریافتی بیشتری دارند.

شروع فعالیت شرکت‌های خارجی در ایران، تهدید یا فرصت؟

در همین راستا موضوع قابل تأمل برای شرکت‌ها و کارفرمایان ایرانی، ورود و شروع فعالیت شرکت‌های خارجی به بازار ایران است که با برداشته شدن تحریم‌ها و به نتیجه رسیدن برجام به‌زودی اتفاق خواهد افتاد. بدون شک برطرف شدن موانع تحریم از مسیر پیشرفت کشور، باعث رونق اقتصادی و شکوفایی کسب و کار و افزایش آمار اشتغال خواهد شد اما از طرف دیگر حقوق ۱.۵ میلیون تومانی یک کارشناس تحصیلکرده در یکی از رشته‌های مهندسی، معادل ۳۵۰ دلار خواهد بود و حقوق ۴ میلیون تومانی که جزو حقوق‌های خوب بازار کار محسوب می‌شود، معادل کمی بیشتر از ۱۰۰۰ دلار! این اعداد و ارقام برای بسیاری از شرکت‌های بین‌المللی پایین محسوب می‌شود، بنابراین قدرت مانور زیادی روی حقوق‌های پیشنهادی خود به متخصصان ایرانی خواهند داشت. این امر منتهی به جذب راحت‌تر نیروهای توانمند بازار کار ایران می‌شود. این موضوع یکی از دغدغه‌های مدیران و کارفرمایان را شکل می‌دهد و از طرفی آنان را ترغیب می‌کند که در صدد برنامه‌ریزی و تدوین سیاست‌های خاص و خلاقانه برای شناسایی و نگهداشت نیروهای ارزشمند سازمان باشند.

این تهدید از زاویه دیگر، فرصتی فوق‌العاده را برای شرکت‌های ایرانی در جهت همکاری با شرکت‌های خارجی فراهم می‌کند. به عبارت دیگر، همانطور که تولید بسیاری از برندهای غربی و آمریکایی امروزه در چین صورت می‌گیرد یا خدمات بسیاری از شرکت‌های برتر دنیا از کانال شرکت‌هایی در هند مدیریت و اجرا می‌شود، ایران نیز کاندیدای خوبی برای این امر محسوب خواهد شد و شرکت‌های خارجی به این سمت رو می‌آورند که تولید محصول یا ارائه خدمات خود را از طریق شرکت‌های مرتبط در ایران انجام دهند. در این حالت نه‌تنها شرکت‌های داخلی بابت از دست دادن نیروی متخصص خود نگرانی نخواهند داشت، بلکه می‌توانند با وصل شدن به بازارهای جهانی و شرکت‌های بین‌المللی، رونق چشمگیری به کسب‌وکارخودببخشند.

میزان حقوق دریافتی ماهانه در سال ۹۴ در تهران

سمت	میانگین دریافتی (میلیون ریال)	بازه رایج دریافتی (میلیون ریال)
مدیر مالی	۴۰	۱۶-۱۰۶
مهندس عمران	۱۷	۹-۳۴
کارشناس فروش	۱۴	۸-۳۰
برنامه‌نویس وب	۱۸	۹-۴۲
مهندس ارشد نفت	۳۰	۱۲-۶۵
مدیر پروژه (مهندس صنایع)	۳۵	۱۵-۹۰
سرپرست منابع انسانی	۲۰	۱۰-۳۸
مدیر تدارکات	۳۸	۲۰-۸۰

جدول مقایسه حقوق در کشورهای مختلف در سال ۹۴

رشته‌های مهندسی	میانگین درآمد ماهانه در ایران (دلار)	میانگین درآمد ماهانه در چین (دلار)	میانگین درآمد ماهانه در دوبی (دلار)	میانگین درآمد ماهانه در هند (دلار)	میانگین درآمد ماهانه در انگلیس (دلار)
مهندس برق	۶۶۷	۱۳۱۸	۲۶۲۷	۴۲۸	۳۷۱۱
مهندس مکانیک	۶۰۰	۱۹۷۸	۲۷۰۲	۴۴۲	۳۶۲۸
مهندس نرم‌افزار	۵۶۷	۱۷۶۰	۲۶۹۶	۴۸۶	۴۰۲۸

منبع: www.payscal.com – حقوق‌ها در جدول با احتساب نرخ ارز مبادلاتی به مبلغ ۳۰ هزار ریال به دلار تبدیل شده‌اند.

گزارش آماری حقوق و دستمزد سال ۹۴

منبع: ایران تلنت

در اینفوگرافی این هفته پراکندگی و طبقه‌بندی افراد براساس جنسیت و تخصص و تحصیلات در ایران بررسی شده است

هدف

ارزیابی حقوق و دستمزد با هدف پاسخگویی به نیاز بخش وسیعی از مخاطبان ایران تلنت و کارفرمایان صورت گرفته که تاکنون لزوم وجود مرجعی برای آگاهی از دستمزدهای رایج کشور را احساس کرده‌اند.

"برخی از کارفرمایان جهت جذب و نگهداشتن نیروی متخصص خود، سطح پرداخت را به شدت افزایش می‌دهند و در مقابل عده‌ای از کارمندان و متخصصان نیز جهت حفظ موقعیت شغلی خود، با پایین‌ترین شرایط حقوقی کنار می‌آیند."

"هر ساله تعداد زیادی از افراد به دلیل تفاوت سطح توقع در دریافت‌ها، همکاری خود را با شرکت یا سازمانشان قطع می‌کنند. این موضوع از یک سو باعث تحمیل هزینه‌های قابل توجهی به سازمان‌ها می‌شود و از سوی دیگر خود این افراد، لزوماً کار بهتری پیدا نمی‌کنند."

"بسیاری از کارفرمایان، عرف بازار کار را بغیر پرداخت می‌دانند و در مقابل، متخصصان هزینه‌ها و میزان تورم را معیاری برای افزایش سطح درآمد و حقوق درخواستی قلمداد می‌کنند."

"آشنایی با سطح فعلی حقوق و دستمزد در سمت‌های مختلف، بدون شک به کارفرمایان و متخصصان کمک خواهد کرد تا معیاری برای سنجش وضعیت فعلی خود داشته باشند و همچنین برای آینده شرکت و کار خود برنامه‌ریزی کنند."

ایران در یک نگاه*

- تولید ناخالص داخلی: ۴۲۵/۳ بیلیون دلار (۱۳۹۳)
- جمعیت: ۷۹/۱ میلیون نفر (اسفند ۱۳۹۴)
- مساحت: ۱,۶۴۸,۱۹۵ کیلومتر مربع ۶ برابر انگلستان – ۲۰ برابر امارات متحده عربی
- متوسط امید به زندگی: ۷۵/۱ سال (۱۳۹۲)
- نرخ باسوادی: ۸۴/۷ درصد (۱۳۹۰)
- ضریب نفوذ اینترنت: ۵۷/۲ درصد (پاییز ۱۳۹۴)
- نرخ بیکاری: ۱۰/۷ درصد (پاییز ۱۳۹۴)
- نرخ مشارکت اقتصادی: ۳۸/۱ درصد (پاییز ۱۳۹۴)

* منابع: مرکز آمار ایران – World Bank – Internet World Stats

منحنی جمعیتی ایران (سال ۱۳۹۳)*

گروه سنی – جمعیت (میلیون نفر)

* منبع: Index Mundi

نرخ تورم (درصد) – نرخ ارز (ریال)

شاخص بورس (واحد) – قیمت هر بشکه نفت خام (دلار)

* منابع: بانک مرکزی – بورس اوراق بهادار تهران – World Bank

ویژگی عمومی شرکت کنندگان

تعداد کل شرکت‌کنندگان: ۳۶ هزار نفر

جنسیت: خانم (۲۹٪) – آقا (۷۱٪)

منحنی سنی شرکت‌کنندگان (درصد – سن)

ویژگی تخصصی شرکت کنندگان

سطح زبان انگلیسی – رده سازمانی – میزان سابقه کار – نوع دانشگاه – میزان تحصیلات

سطح تحصیلات

دریافتی افراد با تحصیلات فوق لیسانس به طور متوسط ۱۵ درصد بالاتر از افراد با تحصیلات لیسانس است.

افراد با تحصیلات فوق لیسانس نسبت به لیسانس*

اختلاف دریافتی در سمت‌های مختلف

* تعداد جامعه آماری: ۱۱۳۳۷ نفر

نوع دانشگاه

دریافتی فارغ التحصیلان دانشگاه های دولتی به طور متوسط ۱۶ درصد بالاتر از فارغ التحصیلان دانشگاه های آزاد است.

فارق التحصیلان دانشگاه دولتی نسبت به دانشگاه آزاد*

اختلاف دریافتی در سمت‌های مختلف

* تعداد جامعه آماری: ۹۸۶۰ نفر

جنسیت

به طور متوسط دریافتی خانم‌ها در سمت‌های مشابه ۲۳ درصد کمتر از دریافتی آقایان است. اختلاف دریافتی به صورت میانگین برای مدیران خانم ۳۶ درصد و برای کارشناسان خانم ۲۸ درصد کمتر از آقایان است.

خانم‌ها نسبت به آقایان*

اختلاف دریافتی در سمت‌های مختلف

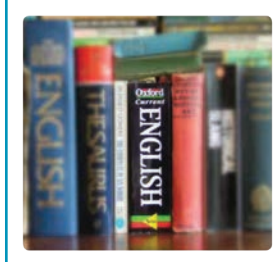
* تعداد جامعه آماری: ۱۲۱۹۵ نفر

زبان انگلیسی

دریافتی افراد مسلط به زبان انگلیسی به طور متوسط ۱۶ درصد بالاتر از افرادی است که به زبان انگلیسی تسلط ندارند. این اختلاف به صورت میانگین برای مدیران به ۲۰ درصد و برای کارشناسان به ۱۳ درصد می رسد.

افراد مسلط به زبان انگلیسی نسبت به افراد غیر مسلط*

اختلاف دریافتی در سمت‌های مختلف



* تعداد جامعه آماری: ۱۲۴۶۷ نفر

افزایش حقوق سالانه

متوسط افزایش دریافتی در ابتدای سال ۹۴، در شرکت های دولتی ۲۱ درصد و در شرکت های خصوصی ۲۵ درصد بوده است.

افزایش دریافتی در سمت های مختلف*

سال ۹۴ نسبت به ۹۳

* تعداد جامعه آماری: ۶۷۹۶ نفر

افزایش حقوق با تغییر کار

در سال ۹۴ افراد با تغییر شرکت، به طور متوسط افزایش دریافتی بیشتری را تجربه کرده اند.

افزایش دریافتی با تغییر کار*

سال ۹۴ نسبت به ۹۳

* تعداد جامعه آماری: ۹۳۶۷ نفر

آخر فرصت امروز
شماره ۵۱۶ www.forsatnet.ir صفحه ۱۶ تلفن مستقیم: ۸۶۰۷۳۲۸۳

نگاه آخر

اقتصاد، ریشه بی‌نظمی امروز جهان

نیلوفر قدیری
کارشناس مسائل بین‌الملل

بی‌نظمی و آشوب، عدم ثبات و بلاتکلیفی، همه جای دنیا را فراگرفته است؛ از آمریکای شمالی که درگیر انتخابات ریاست‌جمهوری با بحث‌های بی‌سابقه و نامزدهای عجیب است تا آمریکای لاتین که دولت‌ها یکی پس‌ازدیگری در حال سقوط و جابه‌جایی هستند؛ از اروپا که از اتحادش چیزی باقی نمانده و بحران‌های پی‌درپی ساختاری و درگیری‌ها و اعتصاب‌های خیابانی، دولت‌ها را مستاصل کرده تا خاورمیانه که با جنگ و بحران نفت روبه‌رو است. نیمه‌تمام ماندن کار رؤسای جمهور و نخست‌وزیرها و مجالس، اکنون دیگر امری عادی در هر جای دنیاست. همه در حال گریز از مرکز هستند و به دنبال حزب و شعار و سیاستمدار جدید. چهره‌های جدید با شعارهای غریب یک شبه به سیاستمدار محبوب تبدیل می‌شوند و قدرت می‌گیرند و به سرعت هم افول می‌کنند و چهره‌ای جدید جای آنها را می‌گیرد. همه اینها تحولاتی است که در همین چند سال اخیر جهان را فراگرفته است.

پیشرفت ارتباطات و شفاف شدن اطلاعات که موجب شده جهان سیاست از یک دالان تاریک پررمز و راز به یک اتاق شیشه‌ای تبدیل شود، از جمله تغییرات سال‌های اخیر جهان بوده است. گسترش شبکه‌های اجتماعی موجب شده هر فرد معترض بتواند در کسوت رهبر جریان اجتماعی، عده‌ای را بسیج کند و مثلا به خیابان بکشاند یا در حمایت یا مخالفت با موضوعی، جریان گسترده‌ای در جامعه ایجاد کند. اعتراض به وضعیت موجود، اکنون در همه جای جهان دیده می‌شود. اما در کنار این تغییر نکته دیگری که در سال‌های اخیر جهان را اینچنین معترض و آشفته کرده، رویدادی است که در سال ۲۰۰۸ دنیا را تکان داد. بحران اقتصادی که در آن سال از آمریکا شروع شد و بعد به اروپا و آسیا رسید اگرچه بی‌نظیر نبود، اما اثراتی بی‌سابقه بر عرصه سیاست و اقتصاد در همه جای دنیا باقی گذاشت؛ اثراتی که برای همیشه اتحادیه اروپا را تغییر داد و افکارعمومی غرب را نسبت به نظام اقتصادی حاکم بر این کشورها بی‌اعتماد کرد.

بحران اقتصادی آن سال، طبقه متوسط را در همه جای جهان به‌شدت تحت تاثیر قرار داد و با وارد کردن مفهوم ریاضت اقتصادی به زندگی در جوامع غربی، آنها را نسبت به دولت‌ها و همچنین نسبت به آینده ناامید کرد. آنچه در یونان، اسپانیا، ایتالیا، فرانسه، ایرلند و کم و بیش در اکثر کشورهای دیگر اروپایی روی داد، مردم را متوجه این حقیقت کرد که فاصله‌شان تا بحران و بی‌پولی و بیکاری، فقط می‌تواند چند ماه باشد. در کنار اینها، شفافیت اطلاعات و افشاگری گسترده رسانه‌ای، مردم را از عمق نابرابری و بی‌عدالتی در توزیع ثروت مطلع کرد. همه اینها موجب شد اعتراض به وضعیت موجود از حالتی موقتی به رویکردی دائمی تبدیل شود.

در چنین شرایطی احزاب جدید با شعارهای غریب و غیرعملی از جناح‌های چپ و راست وارد عرصه شدند و رأی مردم را به دست آوردند. بی‌تجربگی آنها در کنار غیرعملی بودن شعارهای احساسی‌شان، وضعیت بحرانی را نه تنها بهبود نبخشید که بحرانی‌تر کرد. شرایطی که یونان با آن روبه‌رو شد از جمله نمونه‌های این وضعیت است.

اینکه این بی‌ثباتی و آشفتگی تا کجا ادامه خواهد یافت معلوم نیست. نتیجه انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکا می‌تواند نقشی تعیین‌کننده در سرنوشت وضعیت بی‌ثبات جهان امروز داشته باشد. اما آنچه مسلم است اینکه، اگر شرایط اقتصادی در جهان به سمت ثبات نرود، بی‌ثباتی سیاسی بیشتر از این خودنمایی خواهد کرد.

دور دنیا

بیشترین و کمترین ساعت کاری شهرهای بزرگ دنیا

کجای دنیا مردم کمتر کار می‌کنند؟

ترجمه: گلنوش محب علی
منبع: MSN

بانک سوییسی UBS که ارائه‌کننده طیف وسیعی از خدمات مالی در جهان است مطالعه‌ای در زمینه ساعت کاری در کشورهای مختلف ترتیب داده است. این سازمان خدمات مالی با در نظر گرفتن ساعت کاری سالانه، همچنین مرخصی‌های با حقوق، روزهای تعطیل ۱۴ شغل را درمیان ۷۱ شهر بزرگ دنیا مطالعه کرد. این مطالعه کمّی، ساعت کاری مفید و کارآمد را مدنظر ندارد و تنها ساعاتی را که کارمند در محل کار حضور دارد اعلام کرده است.

رده‌بندی بیشترین و کمترین ساعت کاری بزرگ‌ترین شهرهای دنیا

کمترین ساعت کاری	بیشترین ساعت کاری
پاریس، فرانسه: ۳۰ ساعت و ۸ دقیقه	هنگ کنگ، چین : ۵۰ ساعت و ۱ دقیقه
لیون، فرانسه : ۳۱ ساعت و ۳ دقیقه	بمبئی، هند: ۴۳ ساعت و ۴۷ دقیقه
مسکو، روسیه : ۳۱ ساعت ۶ دقیقه	مکزیکو سیتی، مکزیک : ۴۳ ساعت و ۴ دقیقه
هلسینکی، فنلاند : ۳۱ ساعت و ۹ دقیقه	دهلی نو، هند : ۴۲ ساعت و ۵ دقیقه
وین، اتریش : ۳۲ ساعت و ۲ دقیقه	بانکوک، تایلند : ۴۲ ساعت و ۱ دقیقه
میلان، ایتالیا : ۳۲ ساعت و ۵ دقیقه	دوبی، امارات : ۴۲ ساعت
کپنهاگ، دانمارک : ۳۲ ساعت و ۶ دقیقه	نایروبی، کنیا : ۴۲ ساعت
لوکزامبورگ، لوکزامبورگ : ۳۲ ساعت و ۷ دقیقه	تایپه، تایوان : ۴۱ ساعت و ۱ دقیقه
ویانیوس، لیتوانی : ۳۳ ساعت	جاکارتا، اندونزی : ۴۰ ساعت و ۴ دقیقه
بروکسل، بلژیک : ۳۳ ساعت و ۱ دقیقه	بوگوتا، کلمبیا : ۴۰ ساعت و ۳ دقیقه

در میان بزرگ‌ترین شهرهای دنیا و طبق این مطالعه، پاریس کمترین ساعت کاری را دارد. مسئله‌ای که همیشه مطبوعات و رسانه‌های بریتانیایی، فرانسوی‌ها را به خاطر آن دست می‌انداختند. کارمندان پاریسی به طور متوسط سالانه ۱۶۰۴ ساعت کار می‌کنند، که به عبارتی می‌شود ۳۰ ساعت و ۸ دقیقه در هفته. دومین شهر در این رده بندی، باز هم یک شهر فرانسوی است. کارمندان در شهر لیون فرانسه حدود ۳۱ ساعت و ۳ دقیقه در هفته کار می‌کنند. بنابراین دو شهر پاریس و لیون به ترتیب در رتبه اول و دوم شهرهای بزرگ دنیا هستند که کمترین ساعت کاری را در هفته دارند. بنا به گزارش روزنامه DailyMail، فرانسه به‌زودی قانونی را در مجلس خود طرح می‌کند که طی آن کارمندان موظف نیستند ایمیل‌های کاری خود را در پایان روز و آخر هفته‌ها چک کنند. این قانون یکی از مواد لایحه اصلاح قانون کار فرانسه است به نام «قانون قطع» که کارمندان و کارفرمایان را ملزم می‌کند از ابزار دیجیتالی در راستای احترام به زمان استراحت و مرخصی کارمندان استفاده کند.

آسیا، جایی که مردمش بیشتر کار می‌کنند

۱۰شهری که در رده کمترین ساعت کاری‌ها در دنیا قرار دارند، همه از قاره اروپا هستند. ساعت کاری هفتگی در همه شهرهای اروپایی از میانگین ساعت کاری ۷۱ شهر بزرگ دنیا که معادل ۳۶ ساعت و ۲۶ دقیقه است، تجاوز نمی‌کند. لندن با ۳۳ ساعت و نیم در هفته بیشترین ساعت کاری را در میان شهرهای اروپایی دارد.

برای پیدا کردن قهرمانی که در جایگاه بیشترین ساعت کاری قرار دارد، باید به قاره آسیا برویم. از میان ۱۰ شهری که بیشترین ساعت کاری را در هفته دارند، ۷ شهر از قاره کهن آسیا هستند. هنگ کنگ با فاصله زیاد از سایر شهرها در رتبه نخست شهرهایی با ساعت کاری بیشتر قرار دارد. کارمندان هنگ کنگ در هفته ۵۰ ساعت و ۱ دقیقه کار می‌کنند. بعد از هنگ کنگ، شهر بمبئی با ۴۳ ساعت و ۴۷ دقیقه در رتبه دوم و مکزیکو سیتی از قاره آمریکای مرکزی در رده سوم جای گرفته‌اند.

قاب

کشور آفریقایی رواندا در یک اقدام عجیب، برای تولید برق از گازهای کشنده استفاده می‌کند. یک شرکت آمریکایی با راه‌اندازی یک نیروگاه شناور روی دریاچه کیوو، گازهای آلاینده و کشنده را به انرژی الکتریسیته تبدیل می‌کند. کشور رواندا برای راه‌اندازی این نیروگاه ۲۰۰ میلیون دلار هزینه کرده است.

۳۶۰

افسانه بازسازی اقتصاد آمریکا به دست رؤسای جمهوری

آزاده اتحاد
منبع: آتلانتیک

هیلاری کلینتون می‌خواهد دهه ۹۰ را برگرداند؛ او رکورد اقتصادی همسرش، بیل کلینتون، رئیس‌جمهور سابق آمریکا را «طولانی‌ترین دوره صلح در تاریخ» می‌خواند و وعده می‌دهد که او را مسئول احیای اقتصاد آمریکا کند، چرا که می‌گوید: «او کارش را بلد است.»

دونالد ترامپ می‌خواهد دهه ۵۰ را زنده کند. می‌گوید مشاغل ساختمانی را برمی‌گرداند و شکل روابط تجاری ایالات‌متحده با چین، مکزیک و کشورهای دیگر را تغییر می‌دهد. ترامپ می‌خواهد اقتصادی را به آمریکا برگرداند که این کشور از دوره‌ای که غول صنعتی دنیا بود، هرگز به خود ندیده است. می‌گوید: «اگر من ببرم آنقدر می‌بریم که شما دیگر از بردن خسته می‌شوید.»

خب هر دو دوره‌ای که این نامزدهای انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکا وعده‌اش را می‌دهند، در طول تاریخ ارزشمند بوده‌اند. اما حالا که این کشور دارد به انتخابات عمومی خود نزدیک می‌شود و وعده‌های انتخاباتی نامزدها چیزی جز نجات وضعیت اقتصادی نیست، بد نیست به یک ضرب‌المثل قدیمی آمریکایی اشاره کنیم که «رئیس‌جمهورها اقتصاد را نمی‌سازند، این اقتصاد است که آنها را می‌سازد.» اگرچه دفتر ریاست‌جمهوری وقتی پای نظارت، امنیت، کنترل و امور خارجه که به میان می‌آید، قدرتمند ظاهر می‌شود اما برای افزایش تولیدات ناخالص داخلی کاری از دستش برنمی‌آید.

در دهه ۵۰ میلادی، دوایت آیزنهاور اقتصادی را به دست گرفت که باید اقتصاد جنگ‌زده آمریکا را به وضعیت عادی برمی‌گرداند. کارخانه‌های آمریکایی در دوران جنگ جهانی دوم درس‌هایی گرفتند که بعدها توانستند در ساخت ماشین و یخچال از آن بهره بگیرند. اقتصاد در آن دوره از به کارگیری فناوری‌هایی مثل تلویزیون و کولر در سطح گسترده بهره گرفت؛ اگرچه این فناوری‌ها مدت‌ها قبل اختراع شده بودند اما به خاطر جنگ و رکود بزرگ اقتصادی بهره‌برداری درستی از آنها نشده بود. در حالی که بیشتر دنیا با جنگ و عواقبش دست و پنجه نرم می‌کرد، ایالات‌متحده بزرگ‌ترین کارخانه دنیا بود و دستمزدهای طبقه متوسط افزایش یافت. اما صادقانه بخواهیم بگوییم آیزنهاور در واقع فقط یک ناظر منفعل اقتصاد بود. او امنیت اجتماعی را بالا برد و یک سیستم بزرگراه بین ایالتی ۶۵ هزار کیلومتری ساخت، اما اقتصاد آمریکا در آن دوره بدون این اقدامات هم به شکوفایی می‌رسید.

هیلاری کلینتون دهه ۹۰ میلادی را مدرکی برای هوش و خرد اقتصادی همسرش می‌داند. اما او هم در واقع ذی‌نفع دستاوردهای اقتصادی دوران پیش از خودش بود. البته که بیل کلینتون توانست با تصویب چند طرح شکوفایی اقتصادی به وجود آورد اما طبقه متوسط در آن دوره هم به لطف «پیدایش اینترنت و ورود بچه‌های متولد دوره پساجنگ به بازار کار» به شکوفایی رسید. آمریکایی‌ها درباره کلینتون هم می‌گویند که او کار خاصی برای اقتصاد آمریکا نکرد و طرح اصلاحات رفاهی و مقررات‌زدایی مالی عواقب منفی زیادی داشته است.

قانون نجات اقتصادی رونالد ریگان آنقدر محبوب بود که مردم دهه ۸۰ میلادی آمریکا را «دوره بهبود ریگان» می‌خوانند. اما ریگان هم زمانی پا به کاخ سفید گذاشت که حال اقتصاد آمریکا خوب بود. امروز حتی بعضی از حامیان ریگان هم این را می‌دانند که آنچه منجر به بهبود وضعیت اقتصادی آمریکا در دهه ۸۰ شد، کاهش مالیات یا متعادل کردن هزینه‌های وزارت دفاع نبود. پل ولکر، رئیس بانک مرکزی آمریکا در اوایل دهه ۸۰ با سیاست‌های پولی انقباضی توانست نرخ تورم را پایین بیاورد و کشور را از رکود اقتصادی نجات دهد. وقتی نرخ تورم تا حد زیادی پایین آمد، او سیاست‌های پولی خود را از آن حالت انقباضی درآورد و اقتصاد دوباره زنده شد.

روسای جمهوری آمریکا ضربه‌های زیادی به اقتصاد این کشور زده‌اند و با کمک کنگره توانستند آن را نجات دهند. در واقع دولت آمریکا مثل اقیانوس هست و ریاست‌جمهوری قطره‌ای در مقابل آن. با این اوصاف اگر رؤسای جمهوری آمریکا را نمی‌توان ناجیان اقتصاد دانست، پس چطور می‌توان کمک‌های آنها به اقتصاد را تشخیص داد؟

وقتی پای رشد اقتصادی به میان می‌آید، عواملی چون سیاست پولی، تغییرات جمعیتی، اختراع یک فناوری جدید و سیاست‌های حوزه مسکن بیشتر کمک‌حال هستند تا بودجه و دستورهای اجرایی رئیس‌جمهوری. در سال ۲۰۱۶ مقاله‌ای از سوی موسسه بروکینگز منتشر شد که می‌گوید کاهش مالیات منجر به رشد اقتصادی می‌شود. اما راه‌های کارآمد دیگری هم وجود دارد؛ مثلا جمع‌آوری پول و خرج کردن آن برای چیزهایی که مردم مهم می‌دانند، مثل خدمات بهداشتی تضمینی، کاهش فقر، آموزش، دفاع، زیرساخت و ... شاید رؤسای جمهوری نتوانند از هیچی تولیدات ناخالص داخلی را افزایش دهند، اما به هر حال می‌توانند عدالت اقتصادی به وجود بیاورند.

جدول امروز

قیمت خودرو

تولیدکننده	مدل خودرو	مشخصات	قیمت بازار آزاد (تومان)	قیمت نمایندگی (تومان)
کیا	کیا سراتو ۱۶۰۰	۴ درب	۷۵۸۰۰۰۰۰	۷۰۰۰۰۰۰۰
هیوندای	هیوندای i۲۰	۲۰۱۶- تیپ ۶	۸۴۴۰۰۰۰۰	۸۱۰۰۰۰۰۰
تویوتا	کمری GL	اسپشیال ۲۰۱۶	۱۵۹۵۰۰۰۰۰	۱۵۵۰۰۰۰۰۰
BMW	BMW ۳۲۰ فول	فول آپشن	۳۳۵۰۰۰۰۰۰	۲۵۸۰۰۰۰۰۰
ولوو	C۳۰	فول	۱۷۵۰۰۰۰۰۰	۱۸۵۰۰۰۰۰۰
لکسوس	لکسوس GS۲۵۰	تیپ ۲	۲۸۹۰۰۰۰۰۰	۶۰۸۰۰۰۰۰۰

کیوسک

خیز هوآوی برای پیشی گرفتن از رقبا

Forbes.com

برخلاف مدل کسب و کاری پیشین چینی‌ها که کل جهان را پر از اجناس ارزان‌قیمت و بدون برند می‌کردند، به‌تازگی برند تلفن همراه چشم‌بادامی‌ها آنقدر پیشرفت کرده که کم‌کم به رقیبی جدی برای اپل و سامسونگ تبدیل می‌شود.

هوآوی، برند چینی تلفن همراه با نفوذ سریع به بازارهای جدید جهانی حالا سومین برند تلفن همراه در جهان است و ۸/۳ درصد از بازار تلفن همراه را در کل دنیا در اختیار دارد. اروپا یکی از مقصدهای اصلی رشد این برند چینی است، چون توانسته خدمات پشتیبانی قوی‌تر و تصویر بهتری از برند را ارائه کند.

این برند که در سال ۱۹۸۷ از شن‌ژن چین کارش را آغاز کرد، کم‌کم به‌لطف تحولات صنعت الکترونیک در این شهر قدرت گرفت و از سال ۲۰۱۱ به یکی از پیشروهای جهان در صنعت شبکه‌های ارتباطی تبدیل شد.

این پیشرفت باوجود ممنوع بودن عرضه این گوشی در آمریکا و موانع موجود بر سر راهش به‌دست آمده است.

جایگاهی که هوآوی الان در آن قرار گرفته مرهون محصولاتی است که نیاز مشتری را به‌خوبی درنظر می‌گیرند. سال گذشته این شرکت توانست ۱۰۸ میلیون گوشی هوشمند بفروشد. این عدد البته هنوز با فروش ۳۲۴ میلیونی سامسونگ و ۲۳۱ میلیونی اپل فاصله دارد اما این فاصله در مدت کوتاهی می‌تواند جبران شود.

امسال فروش هوآوی در بهار به ۲۸/۸ میلیون دستگاه تلفن همراه رسیدکه نسبت به سال گذشته در همین زمان ۱۰میلیون دستگاه افزایش یافت. این درحالی‌است که فروش اپل و سامسونگ در این مدت کاهش را نشان داد.

گوشی هوشمند با صفحه نمایش انعطاف‌پذیر

CNNMoney

یک استارتاپ کوچک چینی می‌گوید به‌زودی یک گوشی هوشمند انعطاف‌پذیر را به بازار عرضه می‌کند. کاربران این گوشی هوشمند هیجان‌انگیز می‌توانند آن را مثل یک ساعت دور مچشان ببندند.

براساس اعلام سازندگان، این دستگاه که گروه Moxi آن را ساخته، یک صفحه نمایش انعطاف‌پذیر دارد که پس از خم شدن همچنان مثل یک دستبند یا ساعت مچی معمولی کار می‌کند. این گوشی هوشمند در حالت معمولی هم مثل سایر گوشی‌ها کار می‌کند.

در صفحه نمایش این گوشی از گرافن استفاده شده که به‌عنوان نازک‌ترین ماده جهان شناخته می‌شود. این ماده در عین نازکی، قدرتمند، سبک، شفاف و انعطاف‌پذیر است. شرکت Moxi اعلام کرده که درحال‌حاضر نمونه اولیه گوشی انعطاف‌پذیر را ساخته و قصد دارد تا پایان سال میلادی جاری ۱۰۰ هزار گوشی از این نوع را وارد بازار چین کند.

اگر این گوشی هوشمند در مقیاس تجاری تولید و وارد بازار شود، تحول مهمی در صنعت تلفن همراه به‌وجود خواهد آمد. تاکنون هیچ شرکتی نتوانسته گوشی هوشمندی تولید کند که کاملا خم شود. اما یک نکته وجود دارد و آن اینکه این گوشی‌ها تنها با صفحه نمایش سیاه و سفید می‌توانند تولید شوند. هرچند سازنده گفته در تلاش است گوشی با صفحه تمام رنگی نیز تا سال ۲۰۱۸ بسازد اما برای ساخت صفحه تمام رنگی شرکت چینی با چالش‌هایی روبه‌رو است.

انتظار می‌رود این گوشی‌های سیاه و سفید به قیمت ۵ هزار یوان معادل ۷۶۰ دلار در چین فروخته شوند. این درحالی‌است که ارزان‌ترین گوشی آیفون 6S در چین اکنون ۵۲۸۸ یوان معادل ۸۰۶ دلار است.