

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

۱۵ کامیون ایرانی در جاده‌های ترکیه آتش زده شدند

راه‌های ترکیه هم نا امن شد

چند ماه پس از برهم خوردن اوضاع در مرز بازرگان و تشکیل صف‌های طولانی کامیون‌های ایرانی برای ورود به ترکیه، خاک این کشور باز هم برای کامیون‌های ایرانی ناامن شده است. حمله به دو کامیون ایرانی و آتش زدن آنها هرچند هنوز به اخذ تصمیم‌های جدی از سوی مقامات ایرانی منجر نشده، اما شاید در سیاست‌های کلان ترانزیتی کشور...

۶



بررسی عملکرد دولت برای فعال کردن واحدهای تولیدی

دولت و مصائب دست خالی

یکی از مشکلاتی که در حال حاضر اقتصاد کشورمان را بسیار آزار می‌دهد، نیمه فعال شدن یا تعطیلی واحدهای تولیدی است که به نوعی می‌توان آن را میراث باقیمانده از دولت گذشته دانست. اما در حالی که در زمان دولت گذشته به دلیل تحریم‌های سنگین، سوءمدیریت‌ها و... واحدهای تولیدی با مشکل بدهی‌های معوق و کاهش ظرفیت تولید

رواجه شدند، انتظار بخش خصوصی و فعالان اقتصادی این بود که پس از آغاز به کار دولت یازدهم، مسئولان اقدامات لازم را در جهت رفع مشکلات عدیده واحدهای تولیدی انجام دهند. این در حالی است که برخی فعالان اقتصادی بر این باورند که دولت تمایل داشته و دارد که کمک‌های لازم

را به واحدهای تولیدی نیمه فعال یا تعطیل انجام دهد اما نبود امکانات و بودجه مانع از آن شده که دولت بتواند عملاً اقدامی در رابطه با این موضوع انجام دهد و چرخ تولید را به حرکت وادارد. «فرصت امروز» در این گزارش عملکرد دولت را در رابطه با فعال کردن واحدهای نیمه فعال یا تعطیل مورد بررسی قرار داده است.

۱۵

سرمقاله

مدیرانی که
مصون از نظارت
و بازخواست می‌تازند



محمد لاهوتی
رئیس‌کنفرانسون
صادرات

بعد از انقلاب که دولتی شدن صنایع کلید خورد، همزمان با آن پدیده مدیران ناکارآمد هم شکل گرفت. مشکلی که امروز ما می‌بینیم نتیجه عملکرد آن روزهاست. صنایع ملی شدند و مدیریت‌شان در اختیار دولت قرار گرفت، و متأسفانه اغلب مدیرانی در رأس کار قرار گرفتند که آگاه نبودند و مدیریت‌شان صنایع را به نابودی کشاند. اگر چه داستان به اضمحلال رفتن صنایع در کشور ما جدید نیست، اما قصه مدیران ناکارآمد و ناسازگار همچنان ادامه دارد و شاید امروز بیش از هر زمان...

۱

مدیران

هر آنچه باید درباره تخفیف دادن بدانید

تخفیف دادن یا ندادن، مسئله این است!



۱۰

کاهش نرخ سود بانکی، قیمت فلز زرد را افزایش داد

سیگنال هشدار بازار طلا به نظام بانکی

۴

ایران و اوراسیا پیمان موقت تجارت آزاد امضا می‌کنند

همکاری‌های ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا بررسی شد.

قرارداد تجارت آزاد با اوراسیا می‌تواند الگویی باشد که در آینده از تجربه آن برای پیوستن ایران به سازمان تجارت جهانی استفاده شود. ازسوی دیگر، پس از به نتیجه رسیدن گفت‌وگوها برای عقد نخستین قرارداد ایران در این زمینه با یک سازمان منطقه‌ای، موافقت و هماهنگی‌های لازم در داخل نیز باید عملی شود. پس از این مرحله و سپس نهایی شدن قرارداد موقت، هماهنگی متقابل برای معرفی و تعیین کالاها و اقلام شامل تجارت آزاد برای صادرات و واردات و همچنین نظام ارزش‌گذاری و اطلاعات تخصصی صورت می‌گیرد.

اتحادیه اقتصادی اوراسیا با جمعیتی بیش از ۱۸۰ میلیون نفر شامل روسیه، بلاروس، قزاقستان، قرقیزستان و ارمنستان بیش از ۲۰ میلیون کیلومتر مربع مساحت دارند و با توجه به نزدیکی جغرافیایی، بازار بزرگی برای صادرات کالاهای ایرانی به شمار می‌روند که برقراری تجارت آزاد می‌تواند فرصت‌های زیاد

وزیر تجارت اتحادیه اقتصادی اوراسیا دیدار با وزیر صنعت، معدن و تجارت در شهر سن پترزبورگ از برنامه امضای پیمان موقت تجارت آزاد با ایران در آینده‌ای نزدیک خبر داد. به گزارش ایرنا، ورونیکا نیکشسنا در این دیدار که در حاشیه نشست بین‌المللی اقتصادی سن پترزبورگ برگزار شد، گفت: مذاکرات در جریان برای افزایش همکاری‌های اقتصادی بین ایران و اتحادیه اقتصادی اوراسیا در حال پیشرفت است که این روند ادامه خواهد یافت. بنا به اعلام بخش دیپلماسی رسانه‌ای سفارت ایران در مسکو، مقام اوراسیایی در این دیدار که با حضور مهدی سنایی سفیر ایران در روسیه برگزار شد، بر اهمیت به نتیجه رسیدن این مذاکرات تأکید کرد تا زمینه عقد قرارداد دائمی تجارت آزاد بین تهران و این اتحادیه فراهم شود.

نعمت‌زاده نیز در این مذاکرات گفت که گسترش روابط اقتصادی در منطقه افزون بر ارتقای سطح همکاری‌ها می‌تواند نتایج توسعه‌ای داشته باشد.

در این مذاکرات همچنین بخش‌های دیگر

همه جانبه‌ای را برای بخش خصوصی ایران و کشورهای عضو این اتحادیه ایجاد کند. نشست بین‌المللی اقتصادی سن پترزبورگ روسیه با حضور ۸۰۰ هیأت دولتی و غیردولتی از کشورهای مختلف جهان که روز پنجشنبه با حضور هیأت جمهوری اسلامی ایران آغاز شد، روز گذشته به پایان یافت. هیأت ایران به سرپرستی نعمت‌زاده و حضور سفیر جمهوری اسلامی ایران در روسیه، افزون بر شرکت در نشست‌های عمومی و تخصصی این همایش سه روزه، دیدار و رایزنی‌های زیادی با مقام‌های اقتصادی و صنعتی روسیه انجام داد. گستردگی برگزاری و تنوع محورهای مورد بررسی در همایش سالانه اقتصادی سن پترزبورگ با فرصت بسیار انجام رایزنی‌های گسترده و عقد قرارداد بین شرکت‌کنندگان، توجه روزافزون کارشناسان اقتصادی سرمایه‌گذاران و رسانه‌ها را به خود جلب کرده است، به گونه‌ای که حدود ۲ هزار خبرنگار و تحلیلگر اقتصادی رسانه‌های کشورهای مختلف در این نشست فعالیت کردند.

صادرات دانش فنی آذربای به تاجیکستان

فنی ماهیان سردابی (قزل‌آلا) و ساخت مزارع پرورش ماهی قطعی و ۱۰ درصد پیش پرداخت نیز گرفته شده است. وی اظهارداشت: ارزش صادراتی خدمات فنی مهندسی آذربای در بخش بخش خصوصی می‌شوند، تا از ارتباطاتشان بهره ببرند. مدیران متخلف هرگز در کشور ما بازخواست نمی‌شوند، کسی از آن‌ها نمی‌خواهد پاسخ دهند که مثلاً چرا در دوره مدیریت‌شان یک واحد از ۱۰۰ به صفر رسیده است. آنها هم هیچ نگرانی از چگونه عمل کردن خود ندارند. بسیار پیش آمده که در معرفی مدیر جدید هم از آنها تشکر می‌شود و بعد هم مدیر بعدی می‌آید و این روند ادامه پیدا می‌کند. روند طولانی و ماندگار شدن این معضل

سرمقاله

مدیرانی که مصون از نظارت و بازخواست می‌تازند

خواستگی یا ناخواستگی از جاهای دیگری هم حمایت می‌شود. مثلاً مدعی‌العموم که برای هر مسئله بزرگ و کوچکی ورود می‌کند اما در برخورد با فجایعی که برخی مدیران به بار می‌آورند، سکوت می‌کند. در برخی مواقع حتی اکثر همان مدیران دولتی تا مقام‌های بالا ارتقا می‌گیرند، یا خودشان سرمایه‌گذار بخش خصوصی می‌شوند و در بدترین حال جذب بخش خصوصی شده، تا از ارتباطاتشان بهره ببرند. مدیران متخلف هرگز در کشور ما بازخواست نمی‌شوند، کسی از آن‌ها نمی‌خواهد پاسخ دهند که مثلاً چرا در دوره مدیریت‌شان یک واحد از ۱۰۰ به صفر رسیده است. آنها هم هیچ نگرانی از چگونه عمل کردن خود ندارند. بسیار پیش آمده که در معرفی مدیر جدید هم از آنها تشکر می‌شود و بعد هم مدیر بعدی می‌آید و این روند ادامه پیدا می‌کند. روند طولانی و ماندگار شدن این معضل

بعد از انقلاب که دولتی شدن صنایع کلید خورد، همزمان با آن پدیده مدیران ناکارآمد هم شکل گرفت. مشکلی که امروز ما می‌بینیم نتیجه عملکرد آن روزهاست. صنایع ملی شدند و مدیریت‌شان در اختیار دولت قرار گرفت، و متأسفانه اغلب مدیرانی در رأس کار قرار گرفتند که آگاه نبودند و مدیریت‌شان صنایع را به نابودی کشاند. اگر چه داستان به اضمحلال رفتن صنایع در کشور ما جدید نیست، اما قصه مدیران ناکارآمد و ناسازگار همچنان ادامه دارد و شاید امروز بیش از هر زمان دیگری نه تنها از سوی بخش خصوصی بلکه از زبان دولت هم شنیده می‌شود. به اعتقاد من آنچه در تمام این سال‌ها از آن غفلت شد و آن را می‌توان به حلقه گمشده این مصیبت تعبیر کرد، نظارت است. این موضوع باعث شده کمتر مدیری، مسئولیت عملکردش را بپذیرد. اما به نظر می‌رسد، ناکارآمدی و ناتوانی مدیران



بانک پاسارگاد
بنک هزاره سوم

آنچه توانسته ایم لطف خدا بوده است

با خیالی آسوده

خریدهای اینترنتی خود را انجام دهید

پرباخت امن بانک پاسارگاد

خریدار

فروشنده

نوآوری دیگری از بانک پاسارگاد

تضمین خرید و فروش امن اینترنتی از طریق پرداخت امن بانک پاسارگاد

مرکز اطلاع رسانی: ۰۲۱-۸۲۰۸۲۰۰ www.bankpasargad.com

برای اطلاعات بیشتر به آدرس www.paypaad.ir مراجعه فرمایید



مرکز پژوهش‌های مجلس اعلام کرد
بحران آب کشور را تهدید می‌کند



مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی مسائل اساسی بخش آب را در قالب گزارشی مورد بررسی قرار داد.

به گزارش روابط عمومی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، دفتر مطالعات زیربنایی این مرکز با بیان این مطلب که آمار و ارقام اخیر ریزش‌های جوی و روان‌آب است، گفت: بررسی وضعیت موجود بخش آب بیانگر آن است که منابع آب تجدیدشونده کشور نسبت به متوسط بلندمدت کاهش معناداری یافته است. علاوه بر آن آمارها و ارقام نشان می‌دهند که بیشتر از ۷۰ درصد منابع آب تجدیدشونده کشور استحصال و مصرف می‌شود. در کنار این موضوع وضعیت وخیم سفره‌های آب زیرزمینی و برخی زیست بوم‌های آبی در کشور و بروز مناقشات محلی همگی دلالت بر وجود بحران آب در کشور دارند.

این گزارش می‌افزاید: با توجه به بحران آب موجود در کشور و همچنین پیش‌بینی مداوم این بحران، لزوم تغییر جهت گیری‌ها در برنامه‌ریزی‌های بخش آب، کاملا ضروری به نظر می‌رسد. محورهای اصلی که باید در برنامه‌ریزی‌ها و سیاست‌های بخش آب مورد توجه قرار گیرند، عبارتند از: حکمرانی موثر، توسعه پایدار، مشارکت ذینفعان و ذی‌مدخلان، اقتصاد آب، مدیریت تامین و عرضه، آب‌های غیرمعارف، بازیافت و پژوهش، فناوری و آموزش.

جزییات توافق جدید آبی تهران-توکیو

سند ۴بندی نهایی شد



سند همکاری نهایی توسعه ظرفیت مدیریت به هم پیوسته منابع آب در چهار بند به امضای ایران و ژاپن رسید.
به گزارش مهر، سند نهایی همکاری‌های فنی فاز دوم پروژه توسعه ظرفیت مدیریت به هم پیوسته منابع آب در حوضه سفیدرود، توسط مشاور وزیر نیرو و ماساهیرو اوکی (Masahiro UEKI) سرپرست تیم اعزامی ژاپن همکاری بین‌المللی ژاپن (جایکا) امضا و مبادله شد.

در این نشست که با حضور کارشناسان جایکا، معاون حفاظت و بهره‌برداری و مدیرکل دفتر مدیریت به‌هم پیوسته منابع آب حوضه‌های آبریز دریای خزر و دریاچه ارومیه برگزار شد، طرفین ضمن اهتمام بر رعایت پایبندی به تمامی مفاد سند تدوین شده و زمان‌بندی پیشنهادی، نسبت به همکاری مشترک و عملیاتی نمودن اهداف و ارائه گزارش‌های لازم در طول انجام پروژه تأکید کردند.

برپایه این سند همکاری که مدت زمان اجرای آن چهار سال پیش‌بینی شده است موارد زیر با مشارکت فعال ذی‌نفعان استان‌های مختلف پیگیری خواهد شد:

- شفاف‌سازی منابع و مصارف آب در سطح حوضه آبریز سفیدرود بر مبنای شرایط طبیعی و شرایط بهره‌برداری از طرح‌های توسعه منابع آب
- تقویت مهارت‌های ایجاد اجماع، برنامه‌ریزی و تدوین راهکارهای اجرایی در ارتباط با موضوع تخصیص آب برای بخش‌های مختلف با اولویت تامین آب شرب، بهره‌برداری از سد‌ها، طرح‌های توسعه منابع آب، آب زیرزمینی، کیفیت آب، صرفه‌جویی آب و غیره.
- تصمیم‌گیری و ایجاد اجماع بین ذی‌نفعان مختلف در خصوص راهکارهای ارائه شده در سطح شورای هماهنگی مدیریت به‌هم پیوسته منابع آب حوضه آبریز سفیدرود.
- اولویت‌بندی مسائل و مشکلات حوضه و عملیاتی کردن برنامه‌های مورد توافق در سطح حوضه آبریز.

براساس این گزارش، هیأت کارشناسی جایکا در مدت حضور خود در ایران، نشست‌های مختلف فنی در سطح معاونت‌ها و دفاتر تخصصی مدیریت منابع آب با هماهنگی دفتر مدیریت به‌هم پیوسته منابع آب حوضه‌های آبریز دریای خزر و دریاچه بر گزار کردند و ضمن بازدید از طرح‌های منابع آب در استان‌های واقع در حوضه سفیدرود، نشست‌های مشا‌بهی را با کلیه ذی‌نفعان استان‌های آذربایجان شرقی، زنجان، کردستان، اردبیل، گیلان، قزوین، البرز، تهران و همدان به منظور آگاهی از نظرات و جلب اعتماد و نیز مشارکت فعال آنها در طول اجرای پروژه داشتند.

کیفیت محصولات پایین دستی پتروشیمی قربانی بسته‌بندی می‌شود

خارجی‌ها به داخلی ارجحیت دارند



الیه ابراهیمی
elbrahimi1941@gmail.com

صنایع پایین دستی پتروشیمی بارها انتقادات به روند همکاری بالادستی پتروشیمی اعلام کرده‌اند. این بار نوع بسته‌بندی و تاثیر بی‌توجهی به موضوع بسته‌بندی موجب شده تا محصولات با کیفیت پایین به پایان‌دستی پتروشیمی‌ها واگذار شود، در حالی که مجتمع‌های پتروشیمی توان بسته‌بندی محصولات پتروشیمی به شیوه استاندارد و بین‌المللی را دارند.

با توجه به وصول شکایات متعدد در خصوص عدم رعایت استانداردهای بسته‌بندی کمیته تخصصی کارگروه تنظیم بازار محصولات پتروشیمی اعلام کرد: در صورتی که محصول عرضه شده بدون پالت (به صورت کیسه چینی) عرضه شده است، ۲۰ دلار بر تن و ۴۰ دلار کمتر از قیمت اعلام شده در جدول مبنای محاسبه قیمت جهانی قیمت خواهد داشت.

حسین ذر، دبیر اجرایی اتحادیه سراسری صنایع پایین دستی پتروشیمی با بیان اینکه نوع بسته‌بندی

محصولات پتروشیمی براساس توافق از پیش تعیین شده انجام می‌شود: به «فرصت امروز» می‌گوید: «خوشخانه بسته‌بندی محصولات پتروشیمی عرضه شده از کیفیت مناسبی برخوردار است و ما نیز بر نوع بسته‌بندی نظارت کافی داریم به طوری که در صورت عدم رعایت بسته‌بندی محصول بازگشت داده می‌شود. در حال حاضر در دو سال گذشته بنابه دلایلی از جمله عرضه برخی از محصولات پتروشیمی خارج از بورس، بی‌نظمی در این خصوص انجام شد که خروجی آن ایجاد بی‌نظمی در این زمینه بود».

وی با بیان اینکه عدم رعایت کیفیت در محصولات پتروشیمی توسط شرکت‌های پتروشیمی به رویه عادی تبدیل نشده است، می‌افزاید: «مجتمع‌های پتروشیمی تلاش‌های بسیاری برای بهبود فرآیند بسته‌بندی محصولات‌شان در چندسال اخیر انجام داده‌اند اما هنوز تا رسیدن به نقطه ایده‌ال فاصله بسیار است با این وجود شاهد هستیم که

دبیر اجرایی اتحادیه سراسری صنایع پایین‌دستی پتروشیمی با اشاره به اینکه تفاهم‌نامه کلی برای بسته‌بندی محصولات پتروشیمی براساس پالت انجام شده است، می‌گوید: «با تشکیل مجدد کارگروه تنظیم بازار محصولات پتروشیمی برای عدم ایجاد مشکل در بخش محصولات و نسق به بازار محصولات پتروشیمی در بخش بسته‌بندی این محصولات ایجاد شود. نوع بسته‌بندی در قیمت‌گذاری محصولات پتروشیمی نیز اثرگذار است و حتی در صورت وجود مسافت طولانی نوع بسته‌بندی تضمین‌کننده کیفیت محصول نیز خواهد بود».

براساس اطلاعات موجود، مجتمع‌های پتروشیمی توان بسته‌بندی محصولات را به شیوه استاندارد بین‌المللی دارند اما به دلیل هزینه‌بر بودن این موضوع از انجام آن برای شرکت‌های خریدار سر باز می‌زنند. محسن میهن‌خواه، دبیر اجرایی شرکت تعاونی صنایع پلاستیک استان تهران با بیان اینکه مجتمع‌های پتروشیمی به دلیل منافع‌شان استانداردهای بسته‌بندی محصولات را رعایت نمی‌کنند، به

«فرصت‌امروز» می‌گوید: «این مجتمع‌ها به دلیل وجود بازرسی‌های مختلف از سوی خریداران خارجی خود را ملزوم به رعایت استانداردهای بسته‌بندی می‌کنند، اما برای مصارف داخلی به دلیل نبود هیچ نظارتی این اصل رعایت نمی‌شود و خریداران این محصولات که پایین دستی پتروشیمی هستند، ناچارند این محصولات را با هر نوع بسته‌بندی خریداری کنند».

وی با بیان اینکه مجتمع‌های پتروشیمی حداقل‌های بسته‌بندی را رعایت نمی‌کنند، می‌افزاید: این موضوع موجب شده تا گاهی اقلام خریداری شده به حداقل کیفیت به پایین‌دستی تحویل داده شود، البته برخی مجتمع‌ها از همان ابتدا شرط می‌کنند که بسته‌بندی بدون پالت انجام خواهد شد از این رو خریداران حق هیچ‌گونه اعتراض را ندارد و برخی دیگر از پتروشیمی‌ها نیز براساس سلیقه‌شان بسته‌بندی را به‌صورت پالت و جامبو انجام می‌دهند».

وی با اشاره به اینکه بسته‌بندی‌محصولاتپتروشیمی ابتدایی‌ترین اقدام برای فروش محصول در بورس و غیربورس



وزیر نفت:

بخش عمده‌ای از سهم ایران در بازار نفت احیا شد



وزیر نفت با بیان اینکه صنعت نفت کشورمان توانسته است بخش عمده‌ای از سهم خود را در بازار به دست بیاورد، گفت: بر خلاف آنچه برخی متصور بودند، بازگشت ایران به بازار، قیمت نفت را کاهش نداد.

به گزارش شانا، بیژن زنگنه صبح دیروز (شنبه، ۲۹ خردادماه) در مراسم قدردانی از خدمات رکن‌الدین جواد، مدیرعامل سابق شرکت ملی نفت ایران و معارفه علی کاردر به‌عنوان مدیرعامل جدید این شرکت، گفت: ما هم‌اکنون بخش عمده‌ای از سهم خود را در بازار نفت به دست آورده‌ایم و از این رو باید از همه همکاران که غیرتمندانه و متعهدانه به مسئولیت خویش در قبال صنعت نفت و جمهوری اسلامی ایران عمل کردند، قدردانی کنم.

زنگنه با اشاره به وعده خود به رئیس‌جمهوری مبنی بر افزایش یک میلیون بشکه‌ای تولید در مدت زمان شش ماه پس از رفع تحریم‌ها، تصریح کرد: ما در کمتر از سه ماه به این وعده خود عمل کردیم و در نشست امسال اوپک، همه بر این باور بودند که سرعت ایران در بازگشت به بازار، شگفت‌انگیز و غیرقابل باور بوده است.

همچنین درحالی که برخی متصور بودند افزایش تولید نفت خام ایران به کاهش قیمت نفت دامن می‌زنند، این اتفاق رخ نداد و با لطف الهی، نه تنها قیمت نفت کاهش نیافت بلکه با افزایش نیز روبه‌رو شد.

زنگنه خاطرنشان کرد: شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب همچنان امکان افزایش ظرفیت تولید را تا ۳میلیون بشکه در روز دارد و این مهم در دستور کار قرار گرفته است.

زنگنه با اشاره به این واقعیت که روش‌های سنتی تامین مالی نمی‌تواند چنان که باید جوابگوی نیازهای صنعت نفت باشد، بر ضرورت بهره‌مندی از روش‌های نوین تامین مالی به‌خصوص جذب سرمایه و بازپرداخت از محل تولیدات طرح‌ها تأکید کرد.

پیش‌بینی مدیرعامل پیشین گروه انی ایتالیا از تولید نفت ایران

۵ میلیون بشکه در روز



مدیر عامل پیشین شرکت نفت انی (ENI) ایتالیا اعلام کرد در سه سال آینده، تولید نفت ایران به تدریج افزایش می‌یابد و به سطح ۵میلیون بشکه در روز می‌رسد.

به گزارش ایرنا از شبکه خبری بلومبرگ، پائولو اسکارونی، مدیر عامل پیشین شرکت انی ایتالیا اعلام کرد تولید نفت ایران به آهستگی روند افزایشی خود را پی خواهد گرفت. وی گفت، تولید نفت ایران به آهستگی افزایش می‌یابد، اما روند افزایشی آن مشهود است.

به گفته این بازرگان ایتالیایی، هنوز قراردادهای زیادی میان شرکت‌های غربی و ایران امضا نشده است و این قراردادها برای افزایش تولید از میدان‌های ایران ضروری هستند، اما این قراردادها به تدریج امضا می‌شوند و تا زمانی که میان ایران و دیگر کشورها روابط حسنه برقرار بماند، ادامه می‌یابد.

اسکارونی گفت: پیش‌بینی می‌کنم ایران در سه سال آینده روزانه ۵میلیون بشکه نفت تولید کند که از دید هیدروکربوری، بی‌گمان توان تحقق آن را دارد. وی همچنین با اشاره به رشد یک میلیون بشکه‌ای تقاضای روزانه و اختلال در تولید نفت در نقاط مختلف جهان، اعلام کرد: بازار نفت رو به توازن برمی‌گردد و گمان می‌کنم در ادامه سال، قیمت نفت در بازه ۵۰ تا ۵۵ دلار برای هر بشکه باقی بماند.

وی افزود: مسئله اصلی این است که آیا رشد قیمت نفت تا مرز ۱۰۰ دلار برای هر بشکه نیز ادامه می‌یابد یا اینکه سقفی برای افزایش قیمت وجود دارد؛ من باور دارم که سقفی وجود دارد. به گفته اسکارونی، اگر قیمت نفت به بیش از ۶۵ دلار در هر بشکه برسد، تولیدکنندگان نفت شیل در آمریکا دوباره تولید خود را افزایش می‌دهند و این مسئله سبب افت قیمت می‌شود. مدیرعامل پیشین انی همچنین هشدار داد با توجه به افت شدید سرمایه‌گذاری در صنعت نفت، جهان در پنج سال آینده با کمبود نفت رو به رو خواهد شد. وی با بیان اینکه تولید نفت میدان‌های کنونی به طور میانگین سالانه ۵درصد کاهش می‌یابد، گفت: در چهار سال آینده، تولید این میدان‌ها ۲۰ درصد کمتر از سطح کنونی می‌شود، و اگر در تولید جدید سرمایه‌گذاری نشود، این کاهش تولید به معنای کمبود نفت در جهان خواهد بود.

اقتصادی ندارد که از این نوع بنزین در جایگاه‌ها عرضه کنیم.

وی ادامه داد: مثلاً اگر از

شرکتی مثل توتال بخواهیم بنزین را با نرخ ۳۰۰۰ خریداری کنیم برای ما که نرخ بنزین در خلیج فارس حدود ۱۰۰۰ تومان است صرفه اقتصادی ندارد چراکه تیخیر، اجاره انبار و ماشین هزینه‌ها را بالا می‌برد، بنابراین واردات بنزین از خارج از کشور حتی اگر قیمت‌ها برابر نیز باشد صرفه اقتصادی ندارد.

حاج محمدرضا در ادامه درباره هزینه ساخت جایگاه نیز اظهار

داشت: هزینه ساخت یک جایگاه به‌طور متوسط ۵ میلیارد تومان است، اما در محدوده مناطق بیست گانه شهر تهران با توجه به کمبود زمین این رقم به ۱۲ میلیارد تومان هم می‌رسد، زیرا طبق آنچه اعلام شده احداث جایگاه جدید در جاده‌ها منوط به احداث مسجد، وضوخانه و توالت عمومی است، بنابراین با توجه به بالا رفتن هزینه‌ها دخل و خرج جایگاهداران با هم همخوانی نخواهد داشت.



با توجه به این درجه بندی‌ها تعریف برندینگ هنوز برای ما مشخص نیست ضمن اینکه ممکن است در بحث کارمزدها نیز به مشکل برخوردیم، زیرا درصدی ر ا شرکت صاحب برند برداشت می‌کند.

رئیس اتحادیه جایگاهداران سوخت همچنین خاطرنشان کرد: با توجه به اینکه قیمت بنزین تولیدی شرکت‌های صاحب برند دنیا بالاست در صورتی که

بروند، همچنین جایگاه‌هایی که مجوز احداث دریافت کرده و هنوز کار خود را آغاز نکرده‌اند باید برند شده یا تحت پوشش برند بروند.

وی با اشاره به ابهامات موجود در قضیه برندسازی گفت: در حال حاضر تمامی جایگاه‌های کشور تحت ضابطه درجه‌بندی هستند که از ممتاز تا درجه ۴ رتبه‌بندی شده و بر این اساس نیز کارمزد دریافت می‌کنند، لذا

شده بودند، در نتیجه مجبور به تعطیلی این جایگاه شدند.

حاج محمدرضا با اشاره به برنامه ساخت و برندسازی جایگاه‌های ایران، تصریح کرد: فعلا مقرر شده که جایگاه‌های در حال احداث که پیشرفت فیزیکی‌شان تا فروردین ماه به ۴۰ درصد رسیده بود کار خود را ادامه دهند، اما جایگاه‌هایی که زیر ۴۰ درصد پیشرفت کار داشته‌اند باید تحت پوشش برند

تامین منابع مالی پتروشیمی بین‌الملل از سوی ژاپنی‌ها و کره‌ای‌ها

است و خطوط اعتباری مذکور به شکل ضمانت دولتی است، منظر اجازه استفاده از این خطوط برای شرکت هلدینگ خلیج فارس هستیم. مدیرعامل شرکت پتروشیمی بین‌الملل تصریح کرد: در مقطع کنونی خط اعتباری کره جنوبی با ایران به مبلغ ۱۳ میلیارد یورو است که با سفر مقام‌های آن کشور در پایان ماه مه تعیین شد. به گفته وی، خط اعتباری ژاپن قرار است در ماه اوت به میزان برآوردی ۱۰ میلیارد یورو باشد.

و از طریق دو شرکت ژاپنی و کره‌ای است. مشایخی یادآور شد، به منظور استفاده از خطوط اعتباری میان کشورها نظیر کره جنوبی و ژاپن با وجود تمایل هلدینگ خلیج فارس به استفاده از خطوط اعتباری مفروض، ضرورت اجازه استفاده از خطوط اعتباری توسط وزارت امور اقتصاد و دارایی با نظارت بانک مرکزی در قالب ضمانت دولتی وجود دارد. وی گفت: با توجه به اینکه هلدینگ خلیج فارس یک شرکت خصوصی

مدیرعامل شرکت پتروشیمی بین‌الملل از مذاکرات مقدماتی برای تامین منابع مالی ۵۲۰ میلیون یورویی به شکل کوتاهمدت خبر داد. عیسی مشایخی گفت: مذاکرات مقدماتی برای تامین منابع مالی به شکل کوتاهمدت (یوزانس) در حال نهایی شدن است و به محض حصول اطمینان از امکان استفاده از منابع در آینده اطلاع‌رسانی می‌شود. وی گفت: این مذاکرات درباره رقمی حدود ۵۲۰ میلیون یورو



رونق معادن سنگان با حضور بخش خصوصی



وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت: حضور بخش خصوصی در معادن سنگان موجب رونق و توجه به اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی می‌شود.

محمدرضا نعمت‌زاده در بازدید از گندله‌سازی فولاد مبارکه با اعلام این‌ نکته افزود: در حال حاضر همه سرمایه‌گذارانی که در این منطقه سرمایه‌گذاری کرده‌اند در حال هزینه کردن هستند، باید منابع مالی نیز فراهم شود تا طرح‌های توسعه با توقف مواجه نشود. البته جای خوشحالی دارد که با توجه به شرایط بحرانی فولاد و سنگان‌ها در چند سال گذشته، شرکت‌های سرمایه‌گذار توانسته‌اند پروژه‌های در دست احداث خود را به پیش ببرند در حالی که در برخی از نقاط دنیا طرح‌هایی از این دست متوقف مانده است. به گزارش روابط عمومی فولاد مبارکه، نعمت‌زاده توضیح داد: سرمایه‌گذاری مانند فولادمبارکه در معادن سنگان بسیار ارزشمند است. این منطقه دارای ظرفیت‌های بسیار زیادی است و می‌تواند نقش بسیار موثری در حوزه اشتغال و درآمدزایی داشته باشد. نعمت‌زاده در ادامه گفت: برای تامین زیرساخت‌ها، هم برنامه‌ریزی شده و هم با اقدام بهروری نیز افزایش یابد.

بهرام سبحانی، مدیرعامل شرکت فولادمبارکه اصفهان نیز گفت: فولادمبارکه اصفهان به منظور اجرای سیاست اقتصادمقاومتی و جلوگیری از خام‌فروشی برآن شد با ایجاد واحدهای کنسانتره و گندله‌سازی و فراوری سنگ آهن با ظرفیت تولید ۵ میلیون تن کنسانتره آهن و ۵ میلیون تن گندله در سال از خام‌فروشی جلوگیری کند. با راه‌اندازی این دو طرح برای ۱۰۰۰ نفر به‌صورت مستقیم و ۵ هزار نفر به‌صورت غیرمستقیم اشتغال‌زایی به‌وجود خواهد آمد.

سبحانی با اشاره به چالش‌های پیش روی این پروژه‌ها به منظور بهره‌برداری هرچه سریع‌تر گفت: معادن سنگان ظرفیت بسیار مناسبی برای پیشرفت به سمت قطب معدنی کشور دارد. منابع خدادادی سنگ آهن در این منطقه باعث شده سرمایه‌گذاران بخش خصوصی با رغبت بیشتری در این منطقه سرمایه‌گذاری کنند اما آنچه باید بیش از پیش به آن توجه شود رفع مشکلات زیربنایی در این منطقه است تا سرمایه‌گذاران با اطمینان خاطر بیشتری در این منطقه به توسعه فعالیت‌های خود بپردازند. آب، برق و گاز و موضوع حمل‌ونقل از جمله موارد زیربنایی است که همه مسئولان محلی و استانی باید در این راه یاری‌رسان شرکت‌های سرمایه‌گذار باشند.

تجارت



افخمی‌راد با تاکید بر گسترش زیرساخت‌های تجاری با کشورهای همسایه:

خط پروازی تهران – آستاراخان آغازه به کار کرد

رئیس سازمان توسعه تجارت با تاکید بر گسترش زیرساخت‌های تجاری با کشورهای شمالی گفت: خطوط منظم هوایی تهران – آستاراخان – تهران از اواسط خرداد برقرار شده و از این پس زمان و هزینه تجارت با روسیه و دسترسی به بندر استراتژیک آستاراخان به‌صورت محسوسی کاهش خواهد یافت. به گزارش روابط عمومی سازمان توسعه تجارت، ولی‌الله افخمی‌راد با بیان این موضوع گفت: پس از برقراری خطوط منظم دریایی از بندار شمالی کشور به مقصد آستاراخان روسیه و اکائوی قزاقستان که خرداد ماه سال ۱۳۹۴ راه‌اندازی شد، به منظور تسهیل تردد تردد تجار و صادرکنندگان ایرانی که کالاهای خود را با کشتی به بندر آستاراخان ارسال کرده بودند، خط پروازی منظم تهران – آستاراخان پیش‌بینی شد.

وی با اشاره به سیاست سازمان توسعه تجارت برای ایجاد زیرساخت‌های صادراتی به جای پرداخت جواز نقدی، اظهار داشت: براساس همین رویکرد و از محل مشوق‌های صادراتی تفاهم‌نامه‌ای بین سازمان توسعه تجارت ایران و شرکت هواپیمایی تابان منعقد و مقرر شد شرکت هواپیمایی تابان در طول شش ماه، خط پروازی منظم بین فرودگاه امام خمینی تهران و فرودگاه بندر آستاراخان را راه‌اندازی کند.

رئیس سازمان توسعه تجارت با بیان اینکه هم‌اکنون این خطوط پروازی آماده خدمت‌رسانی به تجار ایرانی هستند، خاطر‌نشان کرد: راه‌اندازی این خط پروازی براساس پیشنهادهای تجار و بازرگانان و بخش خصوصی بوده و با توجه به اینکه هر هفته دوبار در روزهای سه شنبه و جمعه پرواز به مقصد آستاراخان انجام می‌شود از همه فعالان اقتصادی در بازار روسیه انتظار داریم از این امکان به نحو مطلوب بهره‌برداری کنند.

ایران و روسیه ایجاد شده است، یادآور شد: پس از کاهش سطح مرادوات تجاری روسیه و ترکیه، اهمیت تجارت تهران – مسکو مضاعف شده و برای پیشبرد اهداف دو کشور راه‌اندازی این خط پروازی لازم و ضروری بود.

نقد عملکرد مدیران میانی دولتی در گفت و گو با رئیس اتاق ایران

نظارت در کشور ما حتی تعریف نشده است چه برسد به اجرا

مینو گله

minoogaleh@gmail.com

عملکرد مدیران میانی دولتی که سال‌هاست صدای بخش خصوصی را درآورده، در دولت یازدهم هم آه از نهاد وزیر اقتصاد بلند کرد. علی طیب‌نیا سال گذشته در آخرین جلسه شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی در پاسخ به

عدم رعایت مصوبات قانونی به‌خصوص مصوبات مربوط به بخش خصوصی توسط مدیران دولتی همیشه مورد گلایه بوده و حالا این‌گلایه به مدیران ارشد دولت نیز رسیده ناراضی هستند، در حالی که بخش خصوصی برای حضور پر رنگ در اقتصاد و توسعه سر و کارش با مدیران میانی است، چرا برخی از مدیران میانی دولت می‌توانند از مصوبات سرپیچی کنند؟

به نظر من دلایل متعددی دارد. نخستین دلیلش این است که در دهه‌های گذشته در کشور ما مدیران در برابر عملکردشان پاسخگو نبوده‌اند. بدین معنا که اگر مدیری ناتوان بود، یا مسئولیتش را درست انجام نداد در محکمه یا در کمیته‌ای مورد انتقاد یا سوال واقع نشد، این مسئله هرگز اتفاق نیفتاده است.

حتی اگر این عملکرد خیلی بد هم باشد تا مدیر خودش استعفا ندهد اتفاق خیلی نادر برکنار می‌شود ولی برخورد دیگری نمی‌شود، به جرات می‌توانم بگویم برکناری هم در دهه‌های گذشته بسیار انگشت‌شمار بوده است.

آیا موانعی وجود دارد که عملکرد سازمان‌های نظارتی را کم‌تاثیر یا بی‌تاثیر می‌کند؟

مسئله عملکرد این سازمان‌ها هم هست. با همه سازمان‌های نظارتی و با همه مجموعه‌های نظارتگر که وجود دارد و به بسیاری موارد محدودیت‌هایی هم ایجاد می‌کنند، اما نظارتی رعایت نکردن مصوبات انجام نشده وجود ندارد. یعنی هیچ امر و وقوع بسیار محتمل و طبیعی بود، چرا که سال‌ها است تولیدکنندگان از تریبون‌های مختلف و نامه نگاری‌های متعدد با مسئولین امر، وقوع این دست حوادث را پیش‌بینی کرده و خواهان ورود فوری تصمیم گیران به مسئله شده‌اند. اما متأسفانه این گیر و در کشمکش‌های جناحی و سیاسی، تولید ملی بوده که قربانی تسویه حساب‌ها شد و هنوز هم در این مسلخ قربانی می‌شود.

وی ادامه داد: قطعاً بچران امروز مجموعه‌های مورد اشاره ریشه در سنتی چون نحوه واگذاری، صلاحیت خریدار، سومدیریت، عدم سرمایه‌گذاری‌های جدید در بخش تحقیق و توسعه برای به روز کردن تولیدات و... دارد اما عوامل کلان و پیچیده‌تری در بروز این دست رویدادها مؤثر است که در صورت چشم‌پوشی سایر تولیدکنندگان لوازم خانگی این کشور رانیز درگیر خود خواهد کرد.

دیانی با تاکید بر نفوذ بلامنازع مافیای واردکننده لوازم خانگی، که بیشترین سهم را در واردات کشور به خود اختصاص داده اند، افزود: واردکنندگان با سوءاستفاده از صنعت مونتاژ و کسب منافع حداکثری، با در اختیار گرفتن بیشترین و بهترین فضاهای تبلیغات شهری و رسانه ملی و شبکه‌های خارجی فارسی زبان در تمام لایه‌های و ارکان جامعه رخنه کرده و با صحنه‌سازی خطرناک و تشبیه سازی، برای بهره‌برداری از قوانین و آیین‌نامه‌ها، خود را به مسئولین تولیدکننده معرفی می‌کنند. این در حالی است که همین گروه، در بازار به کسوت کالای خارجی با عقبه یک برند جهانی معتبر بازاریابی می‌کنند. آنها به جای خط تولید مبادرت به راه‌اندازی خطوط مونتاژ بدون عمق ساخت داخل کرده‌اند و به همین دلیل بسترهای لازم جهت تکنولوژی، ایجاد و گسترش واحدهای تحقیق و توسعه و به تبع آن ایجاد اشتغال پایدار و عمق ساخت داخل در کشور پدید نمی‌آید.

رئیس انجمن لوازم خانگی گفت: ما با ورود سرمایه‌گذاران خارجی مخالفتی نداریم بلکه سخن بر سر انتقال دانش و فناوری و ورود آنها به حوزه‌هایی است که سرمایه‌گذاری در آنها مغفول مانده یا ناکافی است. در صنعت لوازم خانگی که هزاران میلیارد سرمایه‌گذاری داخلی برای تجهیز و تکمیل خطوط مدرن تولیدی صورت پذیرفته و طبق آمار مؤثق تنها با یک شیف‌ت کاری در سال، توان برآورده کردن بیش از نیاز بازار را دارند، هیچ منطقی ورود سرمایه‌گذاری جدید را در این حوزه توجیه نمی‌کند چرا که آنها به جای تقویت تولید داخلی در پی مونتاژ هستند.

صنعت غذایی

نماینده سازمان فاؤد در ایران خبر داد

کاهش ۱۲ درصدی تولید محصولات غذایی ناشی از تخریب سرزمین در ۲۵ سال آینده

نماینده سازمان خواربار و کشاورزی سازمان ملل متحد (فاؤد) در ایران اعلام کرد: چنانچه در ۲۵ سال آینده تخریب سرزمین با روند کنونی ادامه یابد ۱۲ درصد تولید محصولات غذایی جهان کاهش می‌یابد و حدود ۳۰ درصد بر قیمت این محصولات در ابعاد بین‌المللی افزوده خواهد شد. به گزارش ایرنا، سرچ ناکووزی درروز در مراسم بزرگداشت روز جهانی مقابله با بیابان زایی و خشکسالی سال ۲۰۱۶ افزود: تا سال ۲۰۳۰ رندهای جهانی همچون پویایی جمعیت، افزایش تقاضا برای مصرف انرژی، غذا و آب، فشار قابل ملاحظه‌ای را بر اراضی تحمیل می‌کند و انتظار می‌رود تقاضا برای غذا ۵۰ درصد، انرژی ۴۵ درصد و آب ۳۰ درصد افزایش یابد. وی اظهار داشت: حفاظت از اراضی نقش محوری را در تلاش‌هایمان برای رسیدن به توسعه پایدار ایفا می‌کند، به‌طوری که مدیریت موثر اراضی جزو اساسی چرخه غذا، آب، انرژی و سلامت زیست محیطی به شمار می‌رود و از این رو در شرایطی که ملل مختلف با چالش‌های گوناگون در راستای حفاظت از منابع طبیعی دست و پنجه نرم می‌کنند، این نوع مدیریت در قالب یکپارچه می‌تواند توسعه پایدار را به ارمغان بیاورد. این در حالی است که هم‌اکنون روز به روز میزان فشار بر منابع طبیعی با سرعت بالا در حال افزایش است. به گفته نماینده فاؤد در ایران، اگر می‌خواهیم بر گرسنگی و ناامنی غذایی جهان تا سال ۲۰۵۰ غلبه کنیم باید تولیدات کشاورزی ۶۰ درصد افزایش یابد که این امر افزایش ۱۰۰ درصدی تولیدات کشاورزی در کشورهای در حال توسعه را شامل می‌شود.

ناکووزی تصریح کرد: برنامه توسعه‌ای ملل متحد (UNDP) در سال‌های گذشته با اجرای پروژه‌های گوناگون در همکاری با دولت به برخی از این چالش‌ها از جمله حفاظت از تنوع زیستی زاگرس، پروژه حفاظت از جنگل‌های هیرکانی، ترسیب کربن و حفاظت از تالاب‌های ایران پرداخته است.



تولید

نامه انجمن لوازم خانگی به رئیس جمهوری

تولید ملی قربانی تسویه حساب‌های سیاسی



با توجه به تعطیلی پر سروصدای کارخانه لوازم خانگی ارج، رئیس انجمن لوازم خانگی با اشاره به وضعیت این صنعت و مافیای موجود در آن نامه‌ای به ریاست جمهوری نوشته است.

محمد رضا دیانی در ابتدای نامه خود با اشاره به اینکه خبر تکان‌دهنده تعطیلی قدیمی‌ترین کارخانه تولید لوازم خانگی کشور در میان اخبار تلخ و شیرین رسانه‌ها، موجی از واکنش‌ها را در میان افکار عمومی برانگیخته است، گفت: ناگفته نماند که این رویداد برای صاحبان صنعت و متولیان امر، وقوف بسیار محتمل و طبیعی بود، چرا که سال‌ها است تولیدکنندگان از تریبون‌های مختلف و نامه نگاری‌های متعدد با مسئولین امر، وقوع این دست حوادث را پیش‌بینی کرده و خواهان ورود فوری تصمیم گیران به مسئله شده‌اند. اما متأسفانه این گیر و در کشمکش‌های جناحی و سیاسی، تولید ملی بوده که قربانی تسویه حساب‌ها شد و هنوز هم در این مسلخ قربانی می‌شود.

وی ادامه داد: قطعاً بچران امروز مجموعه‌های مورد اشاره ریشه در سنتی چون نحوه واگذاری، صلاحیت خریدار، سومدیریت، عدم سرمایه‌گذاری‌های جدید در بخش تحقیق و توسعه برای به روز کردن تولیدات و... دارد اما عوامل کلان و پیچیده‌تری در بروز این دست رویدادها مؤثر است که در صورت چشم‌پوشی سایر تولیدکنندگان لوازم خانگی این کشور رانیز درگیر خود خواهد کرد.

دیانی با تاکید بر نفوذ بلامنازع مافیای واردکننده لوازم خانگی، که بیشترین سهم را در واردات کشور به خود اختصاص داده اند، افزود: واردکنندگان با سوءاستفاده از صنعت مونتاژ و کسب منافع حداکثری، با در اختیار گرفتن بیشترین و بهترین فضاهای تبلیغات شهری و رسانه ملی و شبکه‌های خارجی فارسی زبان در تمام لایه‌های و ارکان جامعه رخنه کرده و با صحنه‌سازی خطرناک و تشبیه سازی، برای بهره‌برداری از قوانین و آیین‌نامه‌ها، خود را به مسئولین تولیدکننده معرفی می‌کنند. این در حالی است که همین گروه، در بازار به کسوت کالای خارجی با عقبه یک برند جهانی معتبر بازاریابی می‌کنند. آنها به جای خط تولید مبادرت به راه‌اندازی خطوط مونتاژ بدون عمق ساخت داخل کرده‌اند و به همین دلیل بسترهای لازم جهت تکنولوژی، ایجاد و گسترش واحدهای تحقیق و توسعه و به تبع آن ایجاد اشتغال پایدار و عمق ساخت داخل در کشور پدید نمی‌آید.

رئیس انجمن لوازم خانگی گفت: ما با ورود سرمایه‌گذاران خارجی مخالفتی نداریم بلکه سخن بر سر انتقال دانش و فناوری و ورود آنها به حوزه‌هایی است که سرمایه‌گذاری در آنها مغفول مانده یا ناکافی است. در صنعت لوازم خانگی که هزاران میلیارد سرمایه‌گذاری داخلی برای تجهیز و تکمیل خطوط مدرن تولیدی صورت پذیرفته و طبق آمار مؤثق تنها با یک شیف‌ت کاری در سال، توان برآورده کردن بیش از نیاز بازار را دارند، هیچ منطقی ورود سرمایه‌گذاری جدید را در این حوزه توجیه نمی‌کند چرا که آنها به جای تقویت تولید داخلی در پی مونتاژ هستند.

هیچ جا در دهه‌های گذشته دیده نشد که مورد سوال و مواخذه قرار بگیرند. اما در مورد موانع شاید دلیل دومی که می‌خواهم بگویم از بزرگ‌ترین چالش‌های ما با دولت است که اتفاقا در نا کارآمد کردن و شاید در سرپیچی کردن آنها تأثیرگذار بوده است.

مسئله بوروکراسی و پیچیدگی‌های فراوان دولت است. در مورد پاسخگویی مدیران، اینجا فقط می‌توانم یک مثال از فرهنگ‌مان به کار ببرم: «کی بود کی بود من کارآمد کردم و شاید در کاری شده همه خواستند از خودشان رفع مسئولیت کنند، این واقعا مصداق وضعیت دولتی است که در دهه‌های گذشته روز به روز گسترده‌تر شده است. نتیجه‌اش هم

تعدد قوانین و نیروی انسانی شد و مدیرانی پرورش یافتند که در شرایطی که باید کاری را انجام دهند می‌توانند آن را انجام ندهند و توجیه کنند. تشکیلاتی زبیرمجموعه‌هایی در دولت مانند ایمیدرو، صندوق‌های بازتسستی و... باعث شد وقت دولت بیشتر صرف رفت و آمدهای فراوان و کارهای اجرایی این شرکت‌ها شود، کارنامه مسئولیت‌های وزارتخانه‌های رفاه، صمت و... بیشتر حول و حوش اینها چرخیده و از وظیفه اصلی‌شان که ایجاد فضای مناسب کار، زندگی، فعالیت‌ها و نیازهای جامعه

بود، غافل شدند. آنها کمتر توانستند به سیاست‌گذاری یا استنطاق و مطالبه و پاسخگویی سیاست‌ها، که از وظایف اصلی‌شان است برسند و کم‌کم مدیرانی از همین دست شگل گرفت؛ مدیرانی که نگرانی‌ای بابت پاسخگویی ندارند. در واقع هرچه دولت گسترده‌تر شد نظارت کمتر شد. این گستردگی و تمرکز بر کارهایی که در زیرمجموعه‌ها، وقت دولت را می‌گیرد، باعث شده نظارت بر اجرای سیاست‌گذاری‌ها و عملکرد درست و جوابگویی کمتر اتفاق می‌افتد.

اما مرجع کلاتی به نام مجلس شورای اسلامی هم به‌عنوان متولی نظارت در کشور وجود دارد، مجلس در این سال‌ها چه می‌کرد؟ عملکرد مجلس دغدغه ما هم بود و من در مجلس دهم

به نمایندگان توصیه کردم در این دوره به جای پرداختن به بعد قانون‌گذاری در بعد نظارتی تمرکز کنند. فارغ از اینها می‌خواهم به ریشه این مسئله بپردازم. اینکه نظارت برای خودش تعریف دارد. نظارتی که چرا این قانون یا این آیین نامه در این مکان به موقع اجرا نشده تا نظارتی که متوجه نتیجه یا خروجی کار و مورد استفاده بودن آن برای کشور است یا هم متفاوت است. برای توضیح الگوی نظارت در کشورمان، لازم می‌دانم مثال ساده‌ای بیاورم. یک مامور سال‌ها برای نظارت

جایی ایستاده بود و همه هم مراقب بودند که مامور سرچایش باشد. در نهایت یک نفر پرسید این مامور برای چه اینجا ایستاده است، گفتند ۲۰ سال پیش این نیمکت‌ها را اینجا رنگ کرده بودند و این مامور را گذاشتند که کسی روی نیمکت‌های رنگ شده نشینند و از آنجایی که بعد دهه می‌آمدند و می‌فکندند مراقب بودند در مامور سرچایش باشد، مامور هم همیشه سر جایش بود، می‌آین نظارت است؟ به نظر من نظارت در کشور ما تعریف نشده چه برسد به اینکه اجرا شده باشد.

آیا می‌توان از صحت‌های شما این برداشت را کرد که شیوه نامه یا بسته‌ای که به درستی نظارت را تعریف کرده باشد، وجود ندارد؟

متظورم این است که وظایف بیشتری باید به سازمان‌های نظارتی داده شود. به نظر می‌رسد آنها وظیفه دارند براساس مر قانون، نه یک واو زیاد یا کم عمل کنند. که به نظر من در همین سطح هم سازمان‌های نظارتی بیشتر به انجام دادن کارهای نظارتی می‌کنند و نظارتی بر انجام نشدن‌ها نیست، که باز هم راهی برای تخلف و عدم پاسخگویی مدیران است. برای بخش خصوصی بسیار پیش آمده که برخی ماموران در سازمان‌های مالیاتی، مالیات‌هایی زیادی را برای بخش خصوصی و

ایران، چندین دهه است کشور را گرفتار کرده است. اما مسئله به اینجا ختم نمی‌شود چراکه بخش خصوصی برای حیاتش نیاز به ترکاندن این غده چرکین دارد. اما این غده از کجا تغذیه می‌شود؟ در گفت‌وگو با محسن جلال‌پور، رئیس اتاق ایران سعی کرده‌ایم با واکاوی این مسئله دلایل آن را ریشه‌یابی کنیم.

برای بنگاه‌های ما تشخیص می‌دهند و بنگاه ناچار شده، دوتا سه و شاید پنج سال وقت گذاشته و در نهایت تشخیص می‌دهند که اشتباه بوده است، اما حتی برای یک بار هم شما سراغ ندارید که سازمان نظارتی مامور خاطی، که این مصیبت را برای بنگاه یا شرکت درست کرده است مورد مواخذة قرار گیرد.

در سال‌های گذشته خیلی پیش آمده که شرکت‌هایی به دلیل همین تشخیص غلط سهام‌شان در بورس سقوط کرده است. سازمان مالیاتی هیچ پاسخگویی نداشت، حالا این مسئله در سازمان دیگر هم اتفاق افتاده است. به نظر من در کشور ما نظارت‌ها به روز نیست و ما باید این مسئله را دانما باز تعریف کنیم.

مسئله دیگری هم هست و آن تغییر دولت و به دنبال آن تغییر مدیران است، آیا این مسئله در تغییر عملکرد مدیران تأثیرگذار است؟

دقیقا، این مسئله در بی‌انگیزه شدن و عدم تعهد مدیران تأثیر گذاشته است. هر دولتی که در دهه‌های گذشته آمده، از معاونت تا آبدارچی را تغییر داده است، در حالی که در بسیاری از کشورها مقامات تا معاون وزیر ثبات دارند و از معاونت تا به بالا تغییر می‌کنند، اما در کشور ما همه تغییر می‌کنند. انگیزه مدیران کم شده و مدیران بیشتر از اینکه به کار حرفه‌ای شان بپردازند، خطی و جناحی تصمیم‌گیری می‌کنند. درکدام ستاد چه کسی، البته مسئله عدم آموزش مدیران و تشویق و ایجاد سیستم انگیزشی هم در شکل‌گیری مدیران امروز مؤثر بوده است. سیستم انگیزشی در کشور ما وجود ندارد، مدیران خوب، خلاق، کارآمد و صرفه‌جو در زمان و هزینه کمتر ارتقا می‌یابند و ارتقا فقط براساس سابقه کار و بدتر از آن در بعضی مواقع با ارتباط و آشنایی قبلی انجام می‌شود.

منطقه آزاد

منتقل کنند. باید بدانیم که ارسال کالاها از چابهار به سمت آسیای میانه و افغانستان چه از نظر زمانی و چه از نظر هزینه‌ای برای تجار به صرفه‌تر خواهد بود و قطعاً آنها این مسیر را برای انتقال کالای خود انتخاب می‌کنند.

عضو هیات‌مدیره منطقه آزاد چابهار با تاکید بر راه‌اندازی این پروژه، گفت: قطعاً اگر این خط کشتیرانی به‌عنوان پروژه هدف راه‌اندازی شود، درآمد چابهار چند برابر خواهد شد و ما در تلاش هستیم هر چه سریع‌تر آن را عملیاتی کنیم.



محصولات خود را در منطقه آزاد چابهار تخلیه خواهند کرد تا پس از آن هر چه سریع‌تر و ارزان‌تر به منطقه آسیای میانه و افغانستان

سریع‌تر این پروژه را عملیاتی کنیم. وی ادامه داد: در صورت راه‌اندازی این خط کشتیرانی، تجار اعم از ایرانی و غیرایرانی

افتتاح این پروژه اتفاق بسیار خوشحال‌کننده‌ای است. هم‌اکنون با سازمان‌های مختلفی در حال رایزنی هستیم که بتوانیم هرچه

رشد جهشی معدن با پرداخت وام ۳ میلیارد دلاری

واحدهای زیرمجموعه شد که بر نیروی انسانی تأثیر می‌گذاشت. اما با پیگیری‌های صورت گرفته، این شرکت به ثبات رسید و در حال حاضر بازوی اجرایی ایمیدرو به‌شمار می‌رود و این سازمان تنها وظیفه سیاست‌گذاری و نظارتی دارد.

مرحومیت زیادی از جایگاه ویژه‌ای برخوردار شده است. وی با بیان اینکه ۴۵ درصد سهام شرکت تهیه و تولید مواد معدنی ایران در ابتدای دولت یازدهم به‌عنوان رد دیون و بدهی دولت به بانک‌های مختلف واگذار شده بود، گفت: این موضوع سبب بی‌ثباتی شرکت و تهیه و تولید مواد معدنی ایران و

شده از سوی مقام معظم رهبری به‌عنوان یک رویداد ارزشمند طی دو سال جاری، تصریح کرد: تاکنون بخش معدن به دلیل توجه زیاد اقتصاد کشور به نفت و گاز، کمتر مورد توجه قرار گرفته، اما با مطرح شدن اقتصاد مقاومتی، این بخش به دلیل اشتغال زایی و ارزش افزوده بالا و همچنین

پرداخت وام ۳ میلیارد دلاری دولت به بخش معدن، رشد جهشی و فزاینده این بخش را به همراه خواهد داشت. به گزارش روابط عمومی سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران (ایمیدرو)، مهدی کرباسیان رئیس هیأت عامل این سازمان با اشاره به بحث اقتصاد مقاومتی مطرح

خبرنامه

مودیان مالیاتی مراقب کلاهبرداران و افراد سودجو باشند

به گزارش رسانه مالیاتی ایران، سازمان امور مالیاتی کشور در اطلاعیه‌ای، به منظور آگاهی‌رسانی به مودیان محترم، اعلام داشت که برخی افراد متقلب از طریق تماس تلفنی یا مراجعه حضوری به محل کسب مودیان مالیاتی، با جعل عنوان مامور مالیاتی، مشاور، واسطه حل و فصل اختلافات مالیاتی یا عناوین مشابه و با سوءاستفاده از عدم آگاهی مودیان، در قبال اخذ وجه یا دریافت خدمات، قول مساعدت و همکاری بابت تخفیف یا کاهش میزان مالیات را داده و اقدام به اخذی از مودیان می‌کنند.

این اطلاعیه در ادامه می‌افزاید: سازمان امور مالیاتی کشور ضمن تاکید بر حفظ هوشیاری مودیان محترم مالیاتی در مقابل این‌گونه افراد سودجو، اعلام کرده است تمامی موارد مشمول تخفیف در پرداخت مالیات و بخشودگی جرایم مالیاتی، مطابق قوانین و ضوابط موجود، به‌صورت شفاف و قابل دسترسی در اختیار عموم مردم قرار می‌گیرد و هرگونه ادعایی از سوی افراد مبنی بر برخورداری از امکان اخذ تخفیفات فراقانونی، کذب محض بوده و به نوعی کلاهبرداری محسوب می‌شود.

سازمان امورمالیاتی کشور، در این اطلاعیه قید کرده است که این سازمان هیچ گونه پیامک، نامه یا نمابر یا راینامه، متضمن درخواست اطلاعات شخصی حساب‌های بانکی (از قبیل شماره، تاریخ انقضا و رمز دوم کارت بانکی) و اصولاً هرگونه تقاضای اطلاعات محرمانه مالی را از مودیان نداشته است و تقاضای چنین اطلاعاتی حاکی از اقدام به کلاهبرداری است.

در پایان این اطلاعیه، سازمان امورمالیاتی کشور از مودیان محترم خواسته است که در صورت مواجهه با چنین افرادی، از در اختیار گذاشتن اطلاعات هویتی، اطلاعات حساب بانکی یا اطلاعات پرونده مالیاتی خود یا پرداخت وجه و ارائه خدمات به آنان اجتناب کرده و مراتب را در اسرع وقت به اداره امور مالیاتی مربوطه یا دفتر مرکزی حراست به شماره تلفن ۳۹۹۰۳۷۵۲ یا دادستانی انتظامی مالیاتی به شماره تلفن ۳۳۹۶۷۸۱۱ اعلام کنند.

معاون وزیر اقتصاد:

اصلاحیه بودجه ۹۵ به مجلس می‌رود

معاون وزیر اقتصاد از تدوین اصلاحیه بودجه ۹۵ خبر داد و جزئیات آن را افزایش سرمایه و تسویه بدهی بانک‌ها با انتشار ۳۰ هزار میلیارد تومان اوراق قابل تحویل به بانک‌ها و تسعیر دارایی‌های ارزی بانک مرکزی عنوان کرد.

شاپور محمدی در گفت‌وگو با فارس، با اشاره به برنامه دولت برای افزایش سرمایه بانک‌های دولتی، اظهارداشت: دولت پیش از این برای افزایش سرمایه بانک‌ها چند پیشنهاد داشت که یکی از آنها از محل تسعیر دارایی‌های ارزی بانک مرکزی بود، اما مجلس آن را رد کرد.

وی افزود: از طرف دیگر در قالب اجرای سیاست‌های اصل ۴۴، درآمد حاصل از واگذاری شرکت‌های دولتی قابل استفاده است که یکی از مصارف آن افزایش سرمایه بانک‌های دولتی است که مورد موافقت قرار گرفت.

معاون اقتصادی وزیر اقتصاد با اشاره به تمهیدات قانون رفع موانع تولید برای افزایش سرمایه بانک‌ها، گفت: در این قانون مقرر شد موانع تولید را حذف کنند و تسویه بدهی بانک‌ها با انتشار ۳۰ هزار میلیارد تومان است اما با مصوبه اخیر شاید حدود ۲ تا ۳ هزار میلیارد تومان بیشتر برای افزایش سرمایه بانک‌ها باقی نماند که با توجه به وصول اقساطی مطالبات، بخشی از منابع امسال و بخش دیگر سال آینده وصول خواهد شد.

وی ادامه داد: حجم مانده تسهیلات حساب ذخیره ارزی ۷ هزار میلیارد تومان است اما با مصوبه اخیر شاید حدود ۲ تا ۳ هزار میلیارد تومان بیشتر برای افزایش سرمایه بانک‌ها باقی نماند که با توجه به وصول اقساطی مطالبات، بخشی از منابع امسال و بخش دیگر سال آینده وصول خواهد شد.

محمدی درباره برنامه جدید دولت برای افزایش سرمایه بانک‌ها، گفت: دولت در حال تهیه اصلاحیه قانون بودجه ۹۵ است که در صورت تصویب نمایندگان مجلس تمهیدات جدیدتری برای افزایش سرمایه بانک‌ها و تسویه بدهی اجرا خواهد شد.

وی در خصوص جزئیات لایحه اصلاحیه قانون بودجه ۹۵ اظهار داشت: در این لایحه انتشار ۳۰ هزار میلیارد تومان اوراق قابل تحویل به بانک‌ها در نظر گرفته شده و این کمک می‌کند بانک‌ها بدهی‌های بانک مرکزی را با این اوراق تسویه‌کنند.

معاون اقتصادی وزیر اقتصاد تصریح کرد: این اوراق، صکوک و اسناد خزانه است و نرخ سود آن متناسب با شرایط بازار تعیین می‌شود.

محمدی در پاسخ به این سوال که آیا تسعیر دارایی‌های ارزی بانک مرکزی در لایحه اصلاحیه قانون بودجه دیده شده است، گفت: بله، به هر حال این کار در شرایط خاصی می‌تواند مناسب باشد و یکی از مزایای آن شفاف شدن حساب‌هاست.

وی تصریح کرد: ممکن است مجلس این پیشنهاد را قبول کند یا آن را نپذیرد اما دولت یک بار این کار را انجام داده و طبیعتاً این کار (تسعیر دارایی‌های ارزی بانک مرکزی) جزو سیاست‌های دولت است.

نسیم نجفی

nasim64naia@gmail.com

هنوز تعداد بانک‌هایی که نرخ سود بانکی را به ۱۶ درصد کاهش داده‌اند به تعداد انگشتان دست نرسیده است اما اثرات این اقدام خود را در بازارهای دلالی به نمایش گذاشته است. به گزارش «فرصت امروز»، دغدغه کاهش نرخ سود بانکی تبدیل به معضلی پیچیده در اقتصاد کشور شده است. از طرفی با تداوم رکود سنگین، بخش تولید و کلیت اقتصاد در فشار مضاعفی قرار گرفته‌اند. سرعت گردش پول در اقتصاد به حدقابل رسیده است و حتی کسب‌وکارهای خدماتی هم با حداقل بازدهی به فعالیت می‌پردازند. در چنین شرایطی ضرورت کاهش نرخ سود بانکی بیش از پیش احساس می‌شود. مسئولان مختلف از وزیر اقتصاد گرفته تا رئیس کل بانک مرکزی هم بارها بر این امر صحه گذاشته‌اند اما وجود موسسات مالی و اعتباری غیرمجاز و بازارهای دلالی موجب شده است که ریسک کاهش نرخ سود بانکی برای اقتصاد کشور

گزارش ۲

افزایش یابد.

نرخ سود بانکی قیمت طلا را تحریک کرد
در یک هفته گذشته پس از آنکه شوری پول و اعتبار از کاهش نرخ سود بانکی جا ماند و بانک‌ها خود را سا اقدام به کاهش نرخ سود بانکی کردند، این در حالی بود که براساس خبرهای اعلام شده از سوی بانک مرکزی، شوری پول و اعتبار بنا دارد تا پس از بررسی گزارش وضعیت اقتصاد کلان در مورد نرخ سود بانکی تصمیم بگیرد، در این میان زمه‌هایی در مورد کاهش نرخ سود بانکی به ۱۵ درصد هم به گوش می‌رسد. درست در وسط این تحولات بود که بازار طلا و سکه سیگنال‌های خطرناکی برای اقتصاد کشور صادر کردند و روند صعودی را در پیش گرفتند. این در حالی بود که به‌طور سنتی بازار ماه رمضان، بازار کم رمفی در این بخش است اما انگیزه پول‌های سرازیر شده به این بازار دلالی به اندازه‌ای بود که فلز زرد را به مسیر صعودی کشاند. رئیس اتحادیه طلا و جواهر

تهران با اشاره به این موضوع گفت: معامله‌گران داخلی باوجود فرارسیدن ماه رمضان و انتظار رکود در بازار سکه و طلا، به دلیل افزایش قیمت جهانی این کالا و کاهش نرخ بهره بانک‌های داخلی، توجه بیشتری به این بازار نشان دادند.

قیمت جهانی هم تأثیرگذار بود

محمد کشتی‌آرای با یادآوری وضعیت بازار طلا و سکه، افزود: هفته گذشته قیمت جهانی طلا افزایش بی‌سابقه‌ای را تجربه کرد به‌طوری‌که فقط در یک روز ۳۵ دلار افزایش یافت. به گفته وی، این افزایش قیمت ناشی از چند عامل اصلی و اساسی از جمله بدون تغییر ماندن نرخ بهره در آمریکا، احتمال خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا و شاخص نرخ مشاغل در آمریکا بود. رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران خاطرنشان ساخت: هفته گذشته هر اونس طلا از مجموع افزایش ۲۵ دلاری را به ثبت رساند و روز شنبه قیمت آن به یک هزار و ۲۹۹

دلار رسیده است. وی ادامه داد: این افزایش قیمت به افزایش حدود ۱۳۰ هزار ریالی نرخ سکه در هفته گذشته منجر شد. کشتی‌آرای اضافه کرد: درحالی‌که در ماه مبارک رمضان کاهش دادوستد طلا و سکه انتظار می‌رفت، اما دوباره با افزایش قیمت جهانی طلا و به دنبال آن افزایش قیمت سکه و همچنین کاهش نرخ بهره در بانک‌ها، معامله‌گران داخلی توجه بیشتری به طلا و سکه نشان دادند. وی گفت: با شرایط کنونی سیاسی و اقتصادی حاکم بر جهان، وضعیت بازار سکه و طلا در هفته پیش رو غیرقابل پیش‌بینی است.

این در حالی است که تحلیلگران معتقدند طلا در کوتاه‌مدت به روند صعودی خود ادامه خواهد داد.

شرط تداوم رشد قیمت طلا

محمّدپور آریان، فعال بازار طلا در این باره گفت: طلا و انواع سکه نمودارهای نسبتاً مشابهی دارند و با برخورد میانگین متحرک در روند

است و تأمین مالی صنایع بزرگ باید به‌سمت بازار سرمایه و خارج هدایت شود.

مدیرکل اعتبارات بانک مرکزی تصریح کرد: بر این اساس، واحدهای دارای کمتر از ۱۰ نفر کارکن و ۱۰ تا ۵۰ نفر کارکن، واحد کوچک و ۵۰ تا ۹۰ نفر کارکن، واحد متوسط محسوب می‌شود و این کارگاه‌ها جزو حوزه دستورالعمل بانک مرکزی هستند. میرمحمدصادقی از تشکیل کارگروه‌هایی در استان‌ها برای بررسی وضعیت کارگاه‌ها به منظور اخذ موافقت و رفع موانع تولید برای تسهیل به بانک‌ها منعکس می‌شود و آنها نیز مکلف هستند حداقل ظرف یک ماه تصمیم نهایی خود را اعلام کنند ولی‌الله سیف، رئیس کل بانک مرکزی رمز خروج از رکود را در تخصیص بهینه منابع مالی دانست و گفت: برای خروج از رکود و تحول در اقتصاد باید از هدررفت منابع جلوگیری کرد و این راستا تصمیمات کارگروه‌های تسهیل و رفع موانع تولید برای بانک‌ها الزام‌آور است.

سیف با اشاره به اینکه حل مشکلات اقتصادی بنگاه‌های کوچک و متوسط از اولویت‌های سال جاری است، گفت: همان‌طور که پیش از این نیز اعلام کرده‌ایم، نظام بانکی با هیچ محدودیتی برای تسهیل به بانک‌ها برای ارتقای توان و رقابت‌پذیری صنایع کوچک و متوسط در راستای اجرای اقتصاد مقاومتی، گفت: حمایت بنگاه‌های کوچک و متوسط در این طرح مدنظر ما



روح‌صدوری فرصت امروز

کاهش نرخ سود بانکی، قیمت فلز زرد را افزایش داد

سیگنال هشدار بازار طلا به نظام بانکی

صعودی قرار گرفته‌اند. ابتدای این حرکت صعودی در نمودار همزمان شد با تحرک قیمت جهانی طلا که بازار داخلی را تحریک کرد اما ادامه این افزایش توام شد با موضوع کاهش نرخ سود بانکی که این افزایش را ادامه‌دار کرده است.

از نظر تحلیل امواج الیوت این خیزش موج پنج صعودی قیمت طلا است و تا یک یا دو هفته آینده ادامه خواهد داشت. این تحلیلگر بازار طلا گفت: البته تداوم صعود قیمت طلا بسته به بازار جهانی و تحولات نرخ بهره در بانک‌ها است. در جهان، وضعیت اقتصادی آمریکا و گزارش‌هایی که بانک مرکزی این کشور منتشر می‌کند اهمیت بسزایی دارد. از سوی دیگر بازار طلا موضوع کاهش نرخ بهره را هم رصد می‌کند. وی افزود: شوری پول و اعتبار کاهش نرخ سود بانکی را در دستور جلسه دارد و بنا دارد تا به بررسی آن بپردازد، بنابراین خروجی این شورا می‌تواند بر سر نوشت موج پنج قیمت طلا و سکه تأثیر بگذارد.

تسهیلات برای تحرک بخشی به فعالیت‌های بنگاه‌های راكد و نیمه راكد مورد نیاز است. همچنین کل تسهیلات پرداختی بانک مرکزی در سال ۹۴، ۴۱۷ هزار میلیارد تومان با رشد ۷۶ درصدی نسبت به تسهیلات پرداختی سال ۹۳ و افزایش ۲۲٫۲ درصدی بوده است. سهم تسهیلات پرداختی به بخش صنعت و معدن در سال گذشته ۱۲۲ هزار میلیارد تومان بوده که نسبت به سال ۹۳، ۱۵۵ هزار میلیارد تومان افزایش داشته است. در عین حال ۲۶۳ هزار میلیارد تومان به سرمایه در گردش بنگاه‌ها اختصاص یافته است که ۳۰٫۱ درصد تسهیلات پرداختی را شامل می‌شود و نسبت به سال ۹۳ که این رقم ۵۶ هزار میلیارد تومان بوده، ۲۷ درصد رشد داشته است. در همین حال، ۱۰۰ هزار میلیارد تومان به سرمایه در گردش بخش صنعت اختصاص یافته است. ۸۲ درصد آنچه به صنعت اختصاص یافته، متعلق به سرمایه در گردش بوده است. مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی نیز در بررسی‌های آسیب‌شناسی نظام بانکی اعلام کرده است که به استناد آمار و اطلاعات موجود در خصوص عملکرد تأمین مالی بنگاه‌ها از سوی بانک‌ها، چالش‌ها و آسیب‌های زیادی در زمینه تأمین مالی مطلوب بنگاه‌ها و بخش‌های اقتصادی از بانک‌ها وجود دارد و نظر به نیاز محیط قانونی و مقرراتی مناسب و کارآمد در این زمینه، لزوم اصلاح قوانین و مقررات این حوزه و بازنگری در رویه‌ها و قواعد اعطای تسهیلات توسط بانک‌ها بیش از پیش احساس می‌شود.

نرخنامه

دلار ۳،۴۵۹ تومان

صرافان بازار ارز و سکه نرخ هر دلار آمریکا را ۳،۴۵۹ تومان و هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید را ۱،۰۴۲،۶۰۰ تومان تعیین کردند. هر یورو در بازار آزاد ۳،۹۱۸ تومان و هر پوند نیز ۴،۹۸۰ تومان قیمت خورد. همچنین هر نیم سکه ۵۲۲،۰۰۰ تومان و هر ربع سکه ۲۷۲۰۰۰ تومان فروخته شد. هر سکه یک گرمی ۱۸۰،۵۰۰ تومان خریدوفروش شد و هر گرم طلای ۱۸ عیار ۱۰۵،۸۲۶ تومان قیمت خورد.

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت	
مثقال طلا	۴۵۹،۰۰۰	▼
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۰۵،۸۲۶	▼
سکه بهار آزادی	۱،۰۴۰،۰۰۰	▼
سکه طرح جدید	۱،۰۴۲،۶۰۰	▼
نیم سکه	۵۲۲،۰۰۰	▼
ربع سکه	۲۷۳۰۰۰	▼
سکه گرمی	۱۸۰،۵۰۰	▼

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت	
دلار آمریکا	۳،۴۵۹	
یورو اروپا	۳،۹۱۸	▼
پوند انگلیس	۴،۹۸۰	
درهم امارات	۹۴۵	
لیبر ترکیه	۱۱۹۸	▼
یوان چین	۵۴۰	▼
ین ژاپن	۳۲	
دلار کانادا	۲،۷۱۲	▼
فرانک سوییس	۳،۶۱۳	▼
دینار کویت	۱۱،۵۰۰	
ریال عربستان	۹۳۰	
دینار عراق	۲۷۴	▼
روپیه هند	۵۷	▼
رینگت مالزی	۸۶۳	▲

بانکنامه

راهاندازی نسل جدید دستگاه‌های کارتخوان(POS) مجهز به Wi-Fi در بانک ایران‌زمین

نسل جدید دستگاه‌های بیسیم خرید فروشگاه‌ی بانک ایران‌زمین مجهز به Wi-Fi با هدف ارائه خدمات مطلوب‌تر به استفاده‌کنندگان، آغاز به کار کرد. به گزارش روابط عمومی بانک ایران‌زمین، براساس اعلام مدیریت بانکداری الکترونیک، نسل جدید دستگاه‌های سیار خرید فروشگاه‌ی (POS) با هدف ارائه خدمات مطلوب‌تر، تسریع‌تر و افزایش رضایت‌مندی مشتریان از خدمات بانکداری الکترونیک، فعالیت خود را آغاز کرد. این نسل از کارتخوان‌های فروشگاه‌ی دارای فناوری استفاده از سیستم‌های ارتباطی Wi-Fi به جای سیستم‌های GPRS گذشته است که سرعت عملکرد و ضریب اطمینان ارتباطی بسیار بالا را نسبت به گذشته ارائه می‌دهد. این دستگاه‌ها برای رستوران‌ها، فروشگاه‌های مواد غذایی و سایر فروشگاه‌هایی که در مراکز و مناطق خارج از شبکه‌های موبایل هستند بسیار مطلوب است. بر همین اساس مشتریان گرامی می‌توانند جهت درخواست این نسل از دستگاه‌ها با حضور در شعب بانک ایران‌زمین در سراسر کشور نسبت به ثبت نام اقدام کنند.

پرداخت وام ۱۰ میلیونی ازدواج آغاز شد

با وجود اینکه بانک مرکزی به بانک‌ها برای افزایش سقف وام ازدواج از ۳ به ۱۰ میلیون تومان یک ماه فرصت داده است اما برخی از آنها از امروز پرداخت این میزان وام را آغاز کردند.

به گزارش مهر، پس از کشمکش‌های فراوان بر سر افزایش وام ازدواج از ۳ به ۱۰ میلیون تومان توسط بانک‌ها براساس مصوبه مجلس و مقاومت‌هایی که از سوی بانک‌ها انجام شد، سرانجام نظام بانکی افزایش این وام را پذیرفت. بر این اساس بانک مرکزی طی بخشنامه‌ای اعلام کرد که بانک‌ها موظفند از ابتدای مردادماه یک وام را به ۱۰ میلیون تومان افزایش دهند و در واقع به ماه به آن‌ها فرصت تأمین و تجهیز منابع را داده است. اما برخی از بانک‌ها اعلام کرده‌اند که از امروز پرداخت وام ۱۰ میلیونی را آغاز کرده‌اند. البته بانک مرکزی طی یک ماه اخیر روی سامانه بخشنامه بانک مرکزی، هر یک از زوجین می‌توانند ۱۰ میلیون تومان وام ازدواج و تهیه جهیزه دریافت کنند که نرخ کارمز آن ۴ درصد است.

بانک‌مرکزی در بخشنامه خود تمام بانک‌ها و موسسات اعتباری را موظف کرد که امکانات لازم برای شروع پرداخت تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج یکصد میلیون ریالی برای هر یک از زوجین را حداکثر از ابتدای مرداد ماه سال جاری فراهم کنند و پرداخت آن را در اولویت قرار دهند. بانک مرکزی با تاکید بر اینکه پرداخت تسهیلات ازدواج در اولویت قرار گیرد، اعلام کرد: این بخشنامه به دنبال تصویب تبصره ۲۹ قانون بودجه سال ۱۳۹۵ صادر شده که در آن بانک مرکزی به منظور حمایت از ازدواج جوانان، موظف شد تمام بانک‌ها و موسسات اعتباری کشور را ملزم کند به اندازه سهم خود از مجموع سپرده‌های قرض‌الحسنه در پرداخت تسهیلات قرض‌الحسنه‌مشارکت کنند و تسهیلات قرض‌الحسنه ازدواج را در اولویت نخست پرداخت قرار دهند.

نبض قیمت شکر در بورس کالا

منظم می‌زند

پس از رونق معاملات برخی محصولات کشاورزی در بورس کالای ایران از ابتدای سال جاری، از چند هفته پیش نوبت به شکر رسید تا فعالان بازار این محصول نیز در فضایی شفاف و رقابتی به معامله بپردازند. مدیرعامل کارگزاری سی‌ولکس کالا با بیان مطلب فوق گفت: هر سال در ماه رمضان حجم دادوستد شکر در تالار کشاورزی بورس کالا افزایش می‌یابد. نکته جالب توجه جذابیت خرید این محصول در بورس کالاست که رونق معاملات را به دنبال داشته است. براساس آمار، حجم معاملات شکر سفید در بورس کالا از ابتدای سال تاکنون به حدود ۹۵ هزار تن رسیده است درحالی‌که طی کل سال ۹۴ در مجموع ۱۴۲ هزار و ۲۶۰ تن شکر در بورس کالا معامله شد. محمودرضا الهی فرد گفت: شکر از سال گذشته تاکنون تنها ۱۰۰ تومان رشد قیمت داشته است.

بورس انرژی

چهار نیروگاه جدید به جمع

عرضه‌کنندگان بازار برق پیوستند

در جلسه معاملاتی شنبه ۲۹ خرداد ماه ۹۵ در کنار معاملات مستمر قراردادهای سلف موازی استاندارد برق و نفت کوره در بازار مشتقه، کالاهای آیزورسیسکیل، ایزوفید، حلال‌های ۴۰۴ و ۴۰۴ پالایش نفت تبریز، ۴۰۲ پالایش نفت کرمانشاه، متانول پتروشیمی زاگرس در رینگ داخلی و کالاهای حلال ۴۰۲ و نفت کسوره ۲۸۰ پالایش نفت تبریز در رینگ بین‌الملل بازار فیزیکی عرضه شدند. از اخبار قابل‌توجه بازار برق بورس انرژی می‌توان به ورود چهار نیروگاه برق آبی متعلق به شرکت توسعه منابع آب و نیروی ایران (شامل نیروگاه‌های گنتود، لوارک، شهید رجایی و کارون چهار) به بازار برق بورس انرژی ایران اشاره کرد که با این حساب تعداد نیروگاه‌های مجاز به عرضه در بورس انرژی به عدد ۴۰ رسیده است. این نیروگاه‌ها پس از طی مراحل پذیرش، دریافت کد و تعریف دارایی، قابلیت عرضه در بازار برق بورس انرژی ایران را خواهند داشت.

بورس بین‌الملل

سایه سنگین انتخابات بریتانیا بر بازارهای جهانی

بازارهای جهانی در آخرین روز معاملاتی هفته با روند نوسانی همراه شدند درحالی‌که بازارهای امریکاوارد مدار منفی و بازارهای آسیایی وارد کانال مثبت شدند. در بازارهای آسیا افت قیمت یز زاین موجب رونق صادرات در این کشور شد درحالی‌که گمانه‌زنی‌ها در خصوص ابقای بریتانیا در اتحادیه اروپا پررنگ‌تر شده است. در این بازار، شاخص آسیا پاسیفیک با رشد ۰٫۷ درصدی معامله شد درحالی‌که شاخص تایپیکس ژاپن افزایش ۰٫۸ درصدی داشت و بورس هنگ کنگ نیز با رشد ۰٫۹ درصدی شاخص اصلی معاملات را به پایان برد. در ادامه، شاخص کاسپیک کره جنوبی رشد ۰٫۱ درصدی را از خود به جای گذاشت، تایوان با افزایش ۰٫۹ درصدی شاخص اصلی مواجه شد، اس‌اندپی استرالیا ۰٫۳ درصد رشد کرد، نیوزیلند با رشد ۰٫۶ درصدی شاخص اصلی معاملات را به پایان برد و شاخص اصلی بورس سنگاپور هم ۰٫۱ درصد افزایش را شاهد بود. در این بازارها، قیمت سهام شرکت تویوتا موتور با رشد ۲٫۷ درصدی معامله شد درحالی‌که میزان صادرات این محصول با توجه به کاهش قیمت بن‌افزایش یافت. اما در بازارهای اروپایی، رشد قیمت سهام شرکت‌های خدماتی همراه بودند و موجب افزایش شاخص‌ها در این منطقه شد. انتخابات پرچالش بریتانیا در خصوص باقی ماندن این کشور در حوزه اتحادیه اروپا، و امید سرمایه‌گذاران در این کشور به خروج بریتانیا از این حوزه موجب رشد شاخص‌ها در اروپا شد. در این بازارها هم، شاخص استاکس با رشد ۱٫۴ درصدی معاملات را به پایان برد درحالی‌که صنایع بانکی و خدمات مالی تأثیر مثبت ۲٫۷ درصدی رادر این متغیرها از خود به جای گذاشتند. در میان بانک‌ها، بانکو کامرشیاال در پرتغال با رشد ۶٫۱ درصدی قیمت سهام همراه شد درحالی‌که بانکو پاپیولر میلان توانست رشد ۹٫۸ درصدی قیمت سهام را به ثبت رساند و دویچه بانک آلمان نیز ۵٫۲ درصد مثبت شد. در دیگر بازارهای این منطقه، شاخص فونشی با رشد ۱٫۱ درصدی همراه شد درحالی‌که داکس آلمان رشد ۰٫۸ درصدی را از آن خود کرد و شاخص کف فرانسه نیز ۰٫۹ درصد افزایش یافت. اما در بازار آمریکا، عقب نشینی سرمایه‌گذاران از بازارهای سهام موجب کاهش میزان معاملات در این کشور شد و شاخص اس‌اند پی را با بیشترین میزان کاهش در یک هفته گذشته روبه‌رو کرد.

شرکت‌ها و مجامع

عملکرد ۱۲ ماهه «دلقما»

شرکت دارویی و بهداشتی لقمان صورت‌های مالی یک‌ساله منتهی به ۲۹ اسفندماه ۹۴ را به‌صورت حسابرسی شده منتشر کرد. این شرکت در سال گذشته با سرمایه ۲۲۵ میلیارد ریال، مبلغ ۷۷۴ میلیارد و ۶۵۲ میلیون ریال درآمد داشت. با کسر بهای تمام شده درآمدهای عملیاتی از درآمد این شرکت، سود ناخالص دوره به مبلغ ۱۲۲ میلیارد و ۳۲۹ میلیون ریال رسید. از سود ناخالص دوره نیز هزینه‌های فروش، اداری و عمومی کسر و با اضافه شدن درآمدهای عملیاتی به آن معادل ۸۴ میلیارد و ۳۷۶ میلیون ریال سود عملیاتی به‌دست آمد. از سود عملیاتی نیز هزینه‌های مالی کسر و پس از اضافه شدن درآمدهای غیرعملیاتی به آن سود خالص برابر ۶۸ میلیارد و ۳۰۵ میلیون ریال به‌دست آمد و بر این اساس مبلغ ۳۰۴ ریال سود به‌ازای هر سهم محقق شد. به سودخالص دوره نیز سود انباشته پایان دوره اضافه شد و در نهایت مبلغ ۱۶۷ میلیارد و ۲۸۸ میلیون ریال سود انباشته پایان دوره در حساب‌های این شرکت منظور شد.

نماگر بازار سهام

بیشترین درصد افزایش

سرمایه گذاری اعتبار ایران در حالی عنوان نخست جدول بیشترین درصد افزایش را از آن خود کرد که ریخته گری تراکتورسازی ایران در جایگاه دوم این گروه قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
خمتیار	۲,۱۸۷	۴.۹۹
ختراک	۳,۴۱۹	۴.۹۷
وتوس	۱,۹۸۵	۴.۹۷
خنصر	۲,۸۳۱	۴.۹۷
کهرام	۲,۲۰۷	۴.۹۵
فسرب	۱,۸۵۹	۴.۷۹
بترانس	۱۲,۵۶۶	۴.۵۵

بیشترین درصد کاهش

فراوری مواد معدنی ایران صدر نشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. پالایش نفت تبریز در رده دوم این گروه ایستاد و کارخانجات قند قزوین هم در میان سهم هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
فراور	۳,۱۲۷	(۴.۹۵)
شیریز	۳,۷۸۷	(۴.۶۳)
قزوین	۳,۵۶۰	(۴.۵۳)
فینتا	۲۰,۳۴۹	(۴.۵۱)
قیبرا	۴,۷۸۰	(۴.۲۷)
پتایر	۲,۶۹۵	(۴.۲۶)
گکاز	۴,۹۹۱	(۴.۲۲)

پرمعامله ترین سهم

سایپا پرمعامله ترین سهم بازار بورس شناخته شد. سرمایه گذاری غدیر در رده دوم این گروه ایستاد. زامیاد و ایران خودرو هم در رده های بالا قرار گرفتند.

نام	قیمت	تعداد دفعه
خسایا	۱۱۷۴	۱۰۳۶۰۵
وغدیر	۱۹۴۴	۴۸,۰۰۶
خزامیا	۹۹۴	۳۸,۴۲۸
خودرو	۳۳۳۰	۳۶,۷۴۸
وبشهر	۲۷۴۸	۳۲,۸۹۳
خاور	۱۱۹۸	۲۲,۹۲۰
وبصادر	۹۸۰	۲۲,۴۱۵

بیشترین ارزش معامله

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

نام	قیمت	جمع معاملات
خودرو	۳۳۳۰	۱۲۲,۳۶۵
خسایا	۱۱۷۴	۱۲۱,۶۲۲
وغدیر	۱۹۴۴	۹۳,۳۰۷
وبشهر	۲۷۴۸	۹۰,۳۸۷
رمپنا	۸۵۹۸	۷۸,۱۶۶
ورنا	۲۷۸۸	۴۵,۴۹۶
مبین	۳۶۷۴	۳۸,۶۹۶

بیشترین سهام معامله شده

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

نام شرکت	قیمت	تعداد سهام معامله شده
خسایا	۱۱۷۴	۳۶۰۹
خزامیا	۹۹۴	۱۷۸۰
خودرو	۳۳۳۰	۱۵۷۹
ورنا	۲۷۸۸	۱۳۲۷
خپارس	۱۴۲۱	۱۲۲۲
خاور	۱۱۹۸	۱۱۶۷
فاراک	۲۸۹۶	۹۵۳

بالاترین نسبت P/E

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

نام شرکت	قیمت	P/E
خکاکو	۱۳۸۸	۱۲۸۸
کسایا	۲۲۰۱	۱۲۵۰
فمراد	۲۵۴۹	۶۳۷
پلاسک	۱۷۴۹	۵۸۳
وساخت	۲۹۳۶	۴۱۹
پتایر	۲۶۹۵	۳۸۵
کسرام	۲۱۶۱	۳۶۰

کمترین نسبت P/E

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

نام شرکت	قیمت	P/E
گکاز	۴۹۹۱	۲.۱۴
پردیس	۹۴۴	۲.۸۳
وخازم	۱۱۱۸	۲.۹۸
وامید	۱۳۲۷	۳.۹۶
خمتیار	۲۱۸۷	۴.۰۵
آکتور	۶۱۳۲۷	۴.۰۷
ثمسکن	۱۰۸۷	۴.۱۲

نقدینگی برای ورود به بازار سهام بهانه می‌خواهد

در جازدن شاخص کل روی حمایت مهم



سیدمحمدصدرالغروی sadrolgharavi@yahoo.com

بورس اوراق بهادار تهران در نخستین روز معاملاتی هفته و از ساعات اولیه شروع معاملات با روندی افزایشی روبه‌رو شد، به‌طوری‌که شاخص کل ۱۳۹ واحد رشد کرد و تا رقم ۷۴ هزار و ۱۶ واحد بالا رفت اما پس از این افزایش بازار دوباره وارد فاز کاهشی شد و تا کانال ۷۳ هزار و ۹۰۶ واحد سقوط کرد. در مجموع شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران نسبت به آخرین روز معاملاتی هفته گذشته ۲۹ واحد رشد کرد و با این رشد اندک توانست تا حدودی جو منفی این روزهای بازار را تلطیف کند. بورس اوراق بهادار تهران چندی است که وارد روند کاهشی شده به‌طوری‌که تنها در هفته گذشته شاخص کل نقدی و بازده قیمتی ۲۱ هزار واحد افت کرد اما روز گذشته بعد از پنج روز کاری کاهش، بورس توانست تا حدودی خود را بالا بکشد.

افت‌های این روزهای بازار سهام در حالی به بقوع می‌پیوندد که بازیگران بازار از یک طرف با گذشت زمان از اجرائی شدن برجام انتظار شان از توقف وضعیت رکودی اقتصادی بیشتر می‌شود و از طرفی با محقق نشدن این انتظار، ناامیدی‌ها بیشتر بروز می‌کند و همین ناامیدی‌ها می‌تواند دلایلی باشد برای صف‌های طولانی فروش.

تأثیر فصل مجامع بر بازار

درصد کمی از عوامل کاهش این روزهای بازار را می‌توان به فصل مجامع و سوددهی شرکت‌ها ربط داد. با این حال عدم اعتماد سرمایه‌گذاران بازار سهام به قیمت‌گذاری سهام در بورس و صحبت‌هایی از احتمال درز اطلاعات شرکت‌ها قبل از درج در کدال، خود از مواردی است که به جو منفی بازار سهام در این روزها دامن زده است. جدای از موضوع گزارش‌های نه چندان مناسب شرکت‌ها، می‌توان گفت همواره در فصل مجامع به‌طور سنتی بازار سهام روند ریزی در پیش می‌گیرد که این روزها بیشتر سهامداران به دلایلی از قبیل تقسیم سود اندک، ترجیح شرکت‌ها به عدم تقسیم سود نقدی برای انباشته کردن سود و در مواردی چون افزایش سرمایه و همچنین تأخیر در سود پرداختی شرکت‌ها ترجیح می‌دهند قبل از برگزاری مجامع از

افت و خیزهای آیفکس

در پایان معاملات ۲۹ خردادماه ۱۳۹۵ بازار فرابورس، ۴۱۴ میلیون و ۸۶۰ هزار ورقه بهادار به ارزش ۸۵۱ میلیارد و ۷۷۰ میلیون ریال در ۲۱ هزار و ۱۵۳ نوبت معامله شد. بیشترین

شدند.
فلزات اساسی و پالایشگاهی نیز قرمزپوش بودند. در مجموع کلیت بازار سرمایه در نخستین روز هفته منفی بوده و شاخص کل وارد کانال ۷۴ هزار و ۸۵۰ واحدی شد.

و اما در طول هفته:

خودرویی‌ها در اغلب روزها با معاملات منفی همراه بودند. در این گروه شرکت زامیاد در جدیدترین گزارش خود زیان هر سهم شرکت را براساس عملکرد واقعی ۱۲ ماهه منتهی به ۹۴/۱۲/۲۹ مبلغ ۱۴ ریال اعلام کرده است. بانکی‌ها نیز با معاملات منفی همراه بودند. در روزهای آخر هفته شاهد قرمزپوش بودن تمام نمادهای این گروه بودیم. در این گروه شرکت بانک گردشگری سود هر سهم خود را در گزارش نخستین پیش‌بینی منتهی به ۹۵/۹/۳۰ شرکت، مبلغ ۸۴ ریال پیش‌بینی کرده است. در گروه فلزات اساسی در برخی روزها، نمادهای گروه در درصدهای مثبت دادوستد

شدند. پالایشی‌ها و شیمیایی‌ها نیز در حاشیه منفی معامله شدند، گفتنی است در آخرین هفته بهار ۹۵، کلیت بازار منفی بوده و اغلب گروه‌ها با معاملات منفی همراه شدند. تا در نهایت شاخص کل در آخرین روز معاملاتی هفته با کاهش حدود ۸۲ واحد در کانال ۷۳ هزار و ۸۷۷ واحدی متوقف شد.

روند منفی و نزولی همچنان در بورس تهران ادامه‌دار است و شاخص کل بورس تهران در این هفته به محدوده ۷۲ هزار واحدی نیز نزول کرد. گفتنی است در آخرین هفته از فصل بهار شاخص کل با کاهش نزدیک به ۲۰۰۰ واحدی به پایین‌ترین سطح خود در سال جاری رسید، به این ترتیب کارنامه بورس تهران در سال جاری چندان مطلوب نبوده و متأسفانه نااطمینانی و بی‌اعتمادی، دوباره مهمان بازار سرمایه شده است. الگوهای رفتاری بازار همچنان در حال تکرار است و در این بین، پابر جابودن قسمتی از ریسک

سیاسی بازار و همین‌طور ریسک‌های سیاسی جدید بر بی‌رقمی بورس تهران دامن می‌زند. شایان ذکر است در حال حاضر بورس تهران گرایش بیشتری به سمت منفی بودن دارد. اما ریزش‌های شاخص کل طی این هفته منطقی به نظر نمی‌رسد و بیشتر بعد هیجانی بازار را در بر می‌گیرد. البته دلایل زیادی وجود دارد که به نظر به شرایط منفی بازار سهام دامن زده‌اند. از جمله این دلایل می‌توان اتهامات موجود در اجرائی شدن کاهش نرخ سود سپرده‌ها و همین‌طور تمدید مهلت معافیت‌های مالیاتی تجدید ارزیابی و انتخابات سال آینده در کشور یا انتخابات ریاست جمهوری در آمریکا اشاره کرد. همچنین قیمت فلزات اساسی و نفت نیز با شرایط اقتصادی کشورها به‌خصوص چین در ارتباط است که مجموع تمامی این عوامل می‌تواند تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم خود را بر بورس تهران بر جای بگذارد.



شاخص کل به کدام سو می‌رود؟

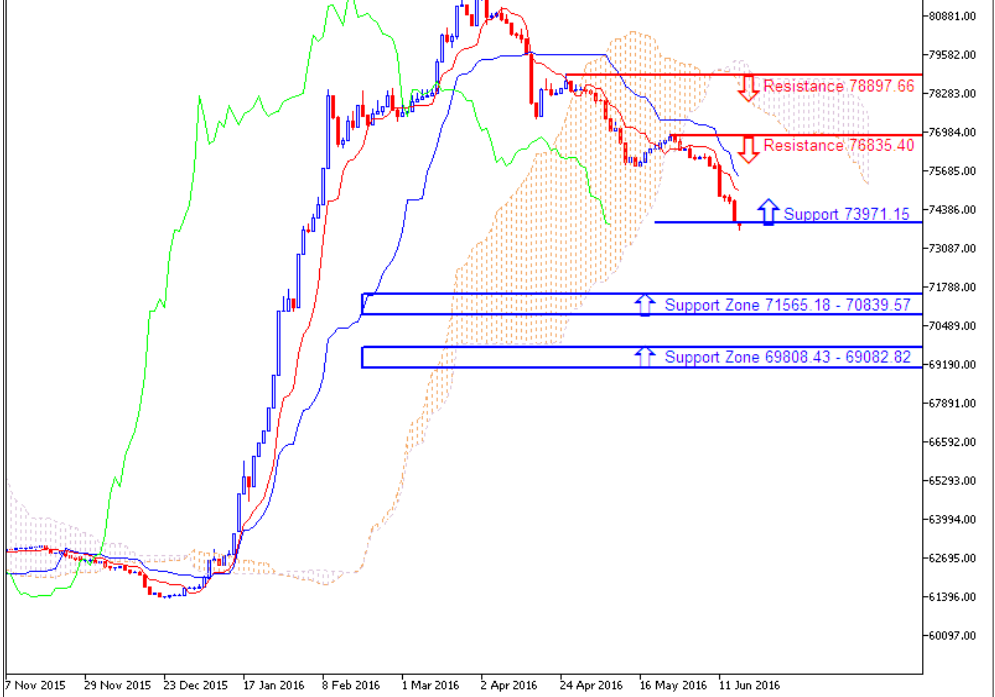
موجود روی چارت شاخص کل به ترتیب اعداد ۷۶۸۳۵,۴۰ و ۷۸۸۹۷,۶۶ خواهد بود.

شود، محدوده حمایتی بعدی ۶۹۰۸۲,۸۲ واحد تا ۶۹۰۸۴,۴۳ واحد خواهد بود. مقاومت‌های

به حرکت صعودی خود باز خواهد گشت. اما چنانچه این محدوده حمایتی نیز شکسته

بود که شاخص در محدوده حمایتی ۷۰۸۳۹,۵۷ تا ۷۱۵۶۵,۱۸ واحدی مجدداً

7 Nov 2015 29 Nov 2015 23 Dec 2015 17 Jan 2016 8 Feb 2016 1 Mar 2016 2 Apr 2016 24 Apr 2016 16 May 2016 11 Jun 2016



افشین مهدی‌زاده

در نمودار روزانه شاخص کل بازار می‌توان به راحتی مشاهده کرد جو روانی خوش‌بینی در بازار پس از به نتیجه رسیدن مذاکرات ایران و کشورهای ۵+۱ که باعث رشد ۲۰۰۰ واحدی شاخص شد، به پایان رسیده است و در حال حاضر شاخص در روند اصلاحی خود در حال حرکت است.

براساس تحلیل‌های انجام شده روی چارت شاخص کل، در حال حاضر شاخص در محدوده حمایتی خود، ۷۳۹۷۱,۱۵ واحدی قرار دارد که احتمال شکسته شدن این حمایت و حرکت شاخص به سمت محدوده حمایتی بعدی همراه رشد ۷۰۸۳۹,۵۷ الی ۷۱۵۶۵,۱۸ واحد بسیار بالاست.

در صورت شکسته شدن حمایت ۷۳۹۷۱,۱۵ واحدی، محدوده حمایتی بعدی مشخص شده روی چارت بیشترین پتانسیل برگشتی را برای شاخص خواهد داشت، و می‌توان تا حدودی مطمئن

پمپاژ هیجان زود هنگام به بازار مسکن

کارشناسان معتقدند تا زمانی‌که بازار مسکن در شرایط طبیعی از رکود خارج نشود، استفاده از عبارات هیجانی، تنها می‌تواند این بخش را نامتوازن‌تر کند. به گزارش ایسنا، بخش مسکن در هر دو ماه ابتدای سال جاری با مقدار اندکی افزایش معاملات نسبت به مدت مشابه سال قبل همراه بود، اما به گفته کارشناسان، خوشبینی بیش از حد نسبت به ورود مسکن به دوره رونق، شاید بتواند این بخش را مقدار اندکی تکان دهد، ولی برای مشتریانی که زود هنگام اقدام به خرید می‌کنند زبان‌آور خواهد بود. لذا به نظر می‌رسد مسئولان قبل از واکنش طبیعی بازار مسکن به سیگنال‌های پیش رونق باید از پمپاژ عبارات هیجان‌انگیز برای تحریک خریداران خودداری کنند.

در سال جاری برخی مسئولان یا دست‌اندرکاران دارای منافع در حوزه مسکن بیان می‌کنند که این بخش در حال ورود به دوره پیش رونق است و در شش ماهه دوم سال جاری به‌طور کامل از رکود خارج می‌شود. این در حالی است که چنین مزه‌دهایی سال گذشته نیز از سوی این افراد داده می‌شد اما نه‌تنها بازار مسکن بیدار نشد، بلکه در برخی شاخص‌ها خواب‌آلوده‌تر از سال ۱۳۹۳ بود.

حوزه مسکن در حال حاضر با پارادوکس‌هایی همراه است. از یک طرف با ۳۶ میلیون مازاد تولید که اغلب در مسکن متوسط و بالا وجود دارد مواجه شده و از سوی دیگر با کمبود تولید در دهک‌های پایین روبرو است. اما با اینکه در این بخش ظرفیت تولید وجود دارد، قیمت‌ها هنوز به کف توان این قشر نرسیده و احتمالا تا زمانی‌که این موضوع مکتوم، جلوه‌گر نشود، هیچ اهرم هیجانی قدرت بیرون آوردن مسکن از گل رکود را ندارد. بعد از اینکه معاملات تهران در فروردین ماه سال جاری ۲۰۴ درصد نسبت به فروردین ۱۳۹۴ افزایش یافت و قیمت مسکن تهران نیز ۴۰۳ درصد رشد کرد، انتظار می‌رفت که در اردیبهشت ماه شاهد رشد بیشتری باشیم اما این گونه نشد. با وجودی که پس از استخراج آمار فروردین، مسئولان از پیش‌رونی غیرتورمی مسکن صحبت کردند رشد معاملات در اردیبهشت ماه نسبت به ماه مشابه سال قبل چندان قابل اعتنا نبود و ۸۰٫۲ درصد افزایش همراه شد که می‌تواند طبیعی باشد. قیمت‌ها نیز ۲۸ درصد نسبت به اردیبهشت سال گذشته افزایش داشت.

اما بعد از اینکه توافق هسته‌ای انجام پذیرفت بسیاری در انتظار بهبود بیماری مسکن نشستند که با این اقدام به نوعی تأثیر پارامترهای بین‌المللی بر پخش مسکن ۶۰-۷۰ درصد تلقی شد. به همین دلیل سنگ‌اندازی‌هایی که به دنبال امضای برجام از سوی برخی قدرت‌ها پیش پای مناسبات اقتصادی ایران قرار گرفت، خروج از رکود مسکن را که انتظار می‌رفت در پایان سال قبل رقم بخورد طولانی کرد.

جواد هاشمی
j.hashemi1992@gmail.com

با وجود آنکه در طول سال‌های گذشته بسیاری از تحلیل‌ها بارها خبر از پایان یافتن رکود و آغاز دور جدیدی از خریدوفروش‌ها در صنعت ساختمان و بازار مسکن ایران می‌داد، اما بدنه سخت رکود چند ساله در چند مرحله مقابل تمام این اما و اگرها ایستاد تا سال جدید نیز برای مسکن با رکود دیگر آغاز شود. این رویه اما در سال جدید با یک گسست امید بخش همراه شد. هفته‌های میانی بهار امسال برای بازار مسکن خبرهایی خوش به همراه آورد، خبرهایی که حکایت از جوانه زدن رونقی دوباره در بزرگ‌ترین بازار اقتصادی ایران داشت؛ خبری که ابتدا رئیس اتحادیه مشاوران املاک آن را تأیید کرد و سپس گزارش‌های آماری رسمی بر آن صحه گذاشت.

هرچند پس از رکود طولانی این سال‌ها، خبر از نقل انتقالاتی محدود نمی‌تواند به معنای دگرگونی جدی در بازار باشد، اما صرف افزایش خریدوفروش‌ها این امید را ایجاد کرد که موج جدیدی از تحرک در آینده نزدیک شکل گیرد.

این امید با یک تغییر اساسی خارجی نیز همراه شده است، وام‌های ۸۰ میلیون تومانی خرید مسکن که در ماه‌های پایانی سال قبل در دستور کار قرار گرفت، به نخستین دوره از سررسیدهایی خود رسیده و این به معنای آن خواهد بود که بخشی از متقاضیان فعال که برای خرید خانه سپرده‌گذاری یک ساله پول خود را پذیرفته بودند خواهند توانست با قدرت

خریدی بیشتر نسبت به خرید واحدهای مسکونی مدنظر خود اقدام کنند.

با وجود آنکه در سنت همیشگی بازار مسکن ایران، تابستان به‌عنوان یکی از پر ترافیک‌ترین فصل‌های خریدوفروش و جابه‌جایی مسکن به شمار می‌رود اما این سنت در طول این سال‌ها با یک عامل جدید همراه شده و آن تقارن با ماه رمضان است.

بازار مسکن ایران همواره در ماه رمضان، برای چند هفته به استراحت می‌رود و این عادت دائمی در طول این سال‌ها نیز ادامه داشته است؛ عادتی که نه رونق روی آن تأثیر دارد و نه رکود و تنها به دلیل شرایط خاص جامعه در آن، خریدوفروش‌ها متوقف می‌شود.

حرکت پس از رمضان ادامه می‌یابد

همزمان شدن ماه مبارک

صنعت ساختمان به استراحت یک ماهه رفت

تداوم رشد خرید و فروش مسکن، پس از ماه رمضان



خانه نیز فایل‌های جدید زیادی به بنگاه‌ها عرضه نمی‌کنند.

به گفته وی، این رویه حتی در سال‌های اوج رونق نیز وجود داشته است و هیچ دلیلی برای نگرانی درباره این مورد وجود نخواهد داشت.

این فعال بازار ساختمان اضافه کرد: در حال حاضر برخی شده‌اند مراحل نهایی خود را طمی می‌کنند و برخی نیز برای تصمیم‌گیری درباره آینده به بنگاه مراجعه می‌کنند اما نقل و انتقالات قطعی بعد از

رمضان خواهد بود. وی با بیان اینکه هنوز رکود در بازار به شکلی گسترده وجود دارد، اعلام کرد: در صورتی که صحبت از افزایش دوباره معاملات قطعی شود، می‌توان انتظار داشت این رویه بعد از ماه رمضان ادامه پیدا کند. ایمان مصومی، فعال عرصه ساختمان نیز در گفت و گو با

«فرصت امروز» اعلام کرد: طولانی شدن سال‌های رکود باعث شده بسیاری از سازندگان مسکن امیدوار به تغییر شرایط باشند، هرچند هنوز آنچه از امیدواری‌ها برای رونق دوباره مطرح می‌شود در عمل اتفاق نیفتاده اما امیدها وجود دارد.

به گفته وی، صحبت‌ها از رسیدن وام‌های جدید به بازار می‌تواند این امید را به وجود بیاورد که لاف‌بشی از واحدهای باقی مانده از سال‌های قبل به فروش روند. این طبیعی است که در ماه رمضان نقل و انتقالات کم شود اما با توجه به اینکه در ماه‌های قبل نیز چندان شرایط تغییر نکرده بود باید دید در تابستان اوضاع چگونه می‌شود. فروش خانه‌ها با قیمت‌های فعلی چندان سودآور نیست اما شاید صرف فروش آنها بتواند امیدها را دوباره زنده کند.

هرچند تمام بازار مسکن ایران خود را برای رسیدن به ماه رمضان آماده کرده بود و می‌توان اعلام کرد آنچه در این هفته‌ها اتفاق می‌افتد با رکود و رونق ارتباطی ندارد اما آنچه بیشترین اهمیت را دارد چگونگی برنامه‌ریزی خود را تقویت می‌کنند و برخی برای بازار پس از پایان ماه رمضان خواهد بود. افزایش امیدها در آمارهای رسمی و البته انتظاری در بین فعالان برای تغییر اوضاع می‌کشد می‌تواند با یک موج جدید از تحرک در تابستان همراه شود و رکود را به این وسیله کنار زند اما در غیراین صورت شاید باز هم این رکود گسترده این سال‌ها باشد که بر رقبای خود غلبه می‌کند.

پیشنهاد تشویقی روسیه به ایران برای خرید هواپیما

برای فروش هواپیماهای سوپرجت ۱۰۰ به ایران خبر داد. ایلیا تاراسنکو، رئیس شرکت هواپیماسازی مسافری سوخو نیز آبان ماه سال گذشته اعلام کرد: با رفع تحریم‌های ضد ایرانی امکان تحویل حدود ۱۰۰ فروند سوپر جت ۱۰۰ نقره به ایران بررسی خواهد شد.

الکساندر روتسسف، رئیس شرکت لیزینگ «ایلوشین فینانس» نیز اعلام کرده است که با سفارش دهنده‌های ایرانی در حال مذاکره است تا با رفع تحریم‌ها، به احتمال زیاد تا پنج فروند هواپیما سوپرجت ۱۰۰- به صورت لیزینگی به ایران تحویل شود. «کریل تساریف» رئیس شرکت «اسبربانک لیزینگ» روسیه نیز گفته است که برای تحویل هواپیما به ایران تمایل دارد.

سوخو سوپر جت ۱۰۰، نخستین هواپیما ۱۰۰ نفره دنیاست که به صورت «FLY-BY-WIRE» هدایت می‌شود و هیچ تفاوتی با هواپیماهای مدرن «ایرباس» ندارد و سطوح فرامین هواپیما توسط فرمان‌های الکترونیکی هدایت می‌شوند و در نتیجه با کمترین میزان فشار بر خلبان بیشترین میزان دقت را دارد.

این هواپیما محصول همکاری مجموعه‌ای از صنایع هواپیمایی غرب و شرق است و تمامی سازندگان قطعات اصلی آن مثل موتورهای فرود، سامانه‌های الکترونیکی و دیگر قطعات توسط کمپانی‌های معروف آمریکایی و اروپایی مانند Goodrich, Sutton و... هستند.

شهرداری ضیا آباد

آگهی مناقصه عمومی

باتوجه به مجوز شماره ۸ مورخ ۱۳۹۵/۱/۲۰ شورای

اسلامی شهر ضیاءآباد این شهرداری در نظر دارد نسبت به برگزاری مناقصه پروژه خدمات شهری شامل : جمع آوری زباله ، رفت و روب معابر، لایروبی و فضای سبز سطح شهر ضیاءآباد به مدت یکسال اقدام نماید. لذا از کلیه پیمانکاران واجد شرایط دعوت می گردد جهت دریافت اسنادمناقصه و اطلاعات بیشتر پس از درج آگهی نوبت اول به واحد مالی شهرداری مراجعه نمایند.

شهرداری ضیا ءآباد

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۵/۲/۲۳
تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۵/۲/۲۶

راه‌های ترکیه هم نا امن شد

چند ماه پس از برهم خوردن اوضاع در مرز بازرگان و تشکیل صف‌های طولانی کامیون‌های ایرانی برای ورود به ترکیه، خاک این کشور باز هم برای کامیون‌های ایرانی ناامن شده است. حمله به دو کامیون ایرانی و آتش زدن آنها تعداد کامیون‌های امر هنوز به اخذ تصمیم‌های جدی از سوی مقامات ایرانی منجر نشده، اما شاید در سیاست‌های کلان ترانزیتی کشور تغییراتی جدی به وجود بیاورد. به گزارش «فرصت امروز»، سازمان راهداری ایران تحت تأثیر شرایط نامشخص امنیتی ترکیه، در طول ماه‌های قبل صحبت از تأسیس کریدورهای جدید ترانزیتی که کامیون‌های ایرانی را از طریق آذربایجان و گرجستان به اروپا می‌رساند با جدیت بیشتری دنبال کرده و هرچند مقامات این سازمان بارها اعلام کرده‌اند خطوط ترانزیتی جدید به معنی بر هم خوردن مناسبات گذشته نیست، اما حالا و با حمله دوباره به کامیون‌های ایرانی به نظر می‌رسد فرضیه جایگزین شدن مسیرهای متنوع به جای ترکیه می‌تواند در دستور کار قرار گیرد؛ موضوعی که یکی از مقامات سازمان راه‌داری ایران آن را به‌طور ضمنی تأیید کرده است.

مدیرکل ترانزیت و پایانه‌های مرزی سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای کشور در واکنش به آتش زدن دو کامیون ایرانی دیگر در داخل خاک ترکیه، دولت این کشور را مسئول جان و مال رانندگان ایرانی دانسته و گفت: تاکنون ۱۵ کامیون ایرانی در ترکیه آتش زده شده است.

محمدجواد طغرچیان با اشاره به ماجرای آتش زدن کامیون‌های ایرانی در خاک ترکیه گفت: تأمین امنیت ناوگان ترانزیت ایران در داخل خاک ترکیه با دولت این کشور است و شرکت‌های حمل‌ونقل ایرانی باید به مسائل امنیتی تردد خود در این زمینه توجه جدی داشته باشند.

وی با بیان اینکه از دو هفته پیش تردد در داخل خاک ترکیه ناامن شده بود، اظهار داشت: به همین منظور ما از دو هفته پیش به شرکت‌های حمل‌ونقل ایرانی نسبت به ناامن بودن رفت‌وآمد در داخل خاک ترکیه هشدار داده بودیم تا از مسیرهای‌های دیگری استفاده کنند. مدیرکل ترانزیت و پایانه‌های مرزی با یادآوری اینکه تاکنون ۱۵ کامیون ایرانی در ترکیه آتش زده شده است و دولت این کشور باید نسبت به پرداخت خسارت آنها اقدام کند، گفت: براساس قوانین بین‌المللی دولت ترکیه مسئول جان و مال رانندگان ایرانی در خاک این کشور است. وی تأکید کرد: از دولت ترکیه درخواست می‌کنیم رانندگان ایرانی در داخل خاک این کشور با محافظ (اسکورت) حرکت کنند تا بیش از این شاهد به خطر افتادن جان و مال رانندگان ایرانی در این کشور نباشیم.

دو دستگاه کامیون ایرانی روز چهارشنبه گذشته در شرق ترکیه در مسیر جاده دوغوبایزید - چالدران - وان در گردنه تندورک در نزدیکی مرز ایران به آتش کشیده شد، اما به رانندگان این دو کامیون آسیبی نرسید. عدم پاسخگویی ترکی‌ها در این زمینه و البته ناتوانی آنها در بهبود شرایط امنیتی که در کنار ترانزیت، وضعیت توریسم در این کشور را نیز در هاله‌ای از ابهام قرار داده، شاید نقطه آغازی برای تصمیم‌های ایران در جایگزین کردن مسیرهایی جدید به جای ترکیه باشد.

قطار تهران-مشهد سال ۹۹ برقی می‌شود

معاون شرکت راه‌آهن با اشاره به ارزش ۲ میلیارد یورویی فاینانس قطار برقی تهران-مشهد گفت: این پروژه در سال ۱۳۹۹ به پایان می‌رسد. سعید محمدزاده در گفت‌وگو با مهر در خصوص آخرین وضعیت پروژه قطار برقی تهران-مشهد گفت: ما امیدواریم با اقداماتی که انجام شده است، مطابق با زمانبندی این پروژه در چهار سال آینده به اجرا برسد. وی با بیان اینکه پروژه برقی کردن قطار تهران-مشهد در سال ۱۳۹۹ به بهره‌برداری می‌رسد، افزود: این پروژه برای اجرا مشکلی ندارد و مشغول کار فرآیند قرارداد و اجرایی شدن آن هستیم و در حال حاضر طرح مطالعاتی آن شروع شده است.

معاون فنی و زیربنایی شرکت راه‌آهن با اعلام اینکه این یک پروژه بزرگ است که تأمین مالی زیادی نیاز دارد، اظهار داشت: فعلا در حال انجام فرآیندهای تأمین مالی هستیم و تیم پیمانکار داخلی و خارجی مطالعات را آغاز کرده‌اند.

محمدزاده، رقم فاینانس این پروژه را ۲ میلیارد یورو اعلام کرد و افزود: به دلیل اینکه پروژه اعتبار زیادی نیاز دارد، از ابتدا با مشکل تأمین مالی روبرو شد و در یک دوره این موضوع مطرح شده بود که به‌صورت BOT به اجرا برسد، اما بازهم به این روش با مشکل مالی روبرو شدیم.

مدیرعامل شرکت کشتیرانی خزر:

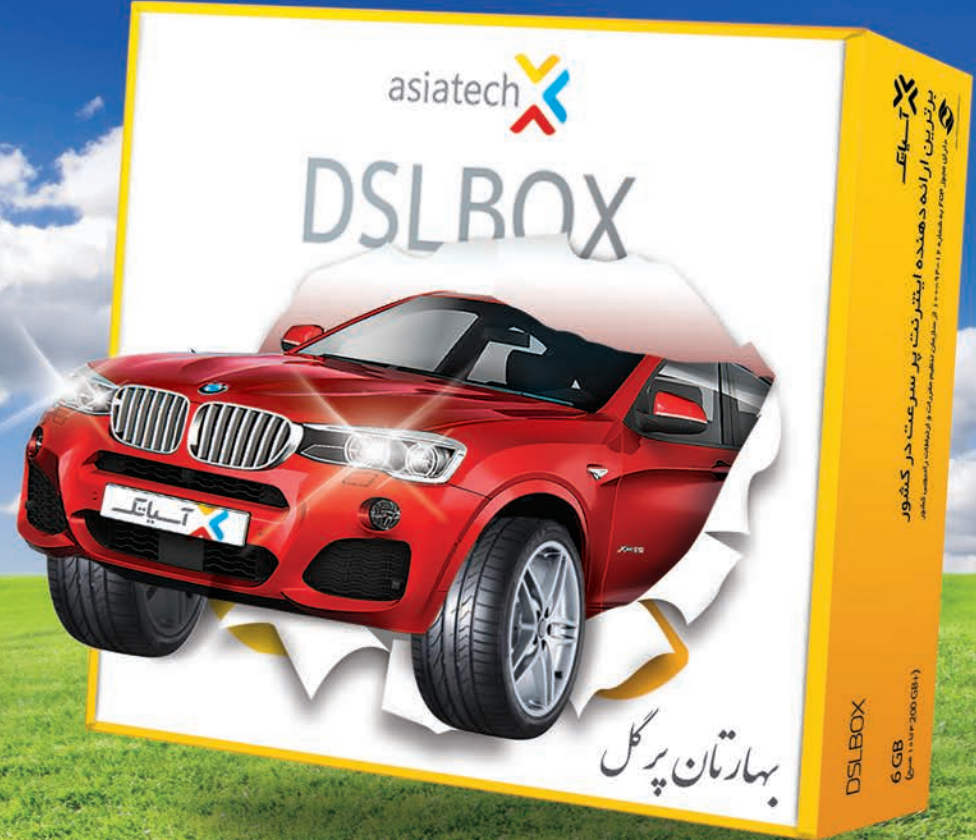
کشتی از خارج نخریدیم

مدیرعامل شرکت کشتیرانی خزر خرید کشتی از کشورهای آسیای جنوب شرقی را تکذیب کرد و گفت: ما نیز از خبر یک سایت درباره خرید کشتی به مبلغ بیش از یک میلیارد دلار متعجب شدیم.

علی‌اکبر عنجی در گفت‌وگو با ایرنا افزود: پیش از آغاز تحریم‌های ظالمانه، کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران در قراردادی با پرداخت پیش پرداخت، به دو کشور کره جنوبی و چین سفارش کشتی داد که به علت تحریم‌ها نتوانستیم آن را عملی کنیم. وی گفت: با آغاز تحریم‌ها، شرکت‌های کشتی‌سازی این دو کشور پاسخ پیگیری‌های ما را ندادند و حتی دریافت خسارت را از کشتیرانی جمهوری اسلامی ایران مطرح کردند. با اجرایی شدن برنامه جامع اقدام مشترک (برجام)، ما به دنبال بازگشت سرمایه‌های خود هستیم که به‌عنوان پیش پرداخت به شرکت‌های کره‌ای و چینی پرداخت شده است.

یک ی از یک میلیون آسیاتک ی بشی

میتونی سوار ششی!!



سرویس صبحانه آسیاتک ی، ۱۳۹۵ گیک ۶ تا ۱۰ صبح، فقط ۲۴ هزار تومان

(علاوه بر ۱۲ گیک در ۱۲ ماه، با سرعت نامحدود درون شبکه ای)



استفاده از پنل‌های خورشیدی در نسل جدید تویوتا پرایوس

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

براساس اخبار منتشر شده در رسانه‌ها، نسل جدید خودروی برقی – هیبریدی تویوتا پرایوس از پنل‌های خورشیدی روی سقف خود بهره‌مند خواهد شد. به این ترتیب انرژی دریافتی از نور خورشید مستقیماً به باتری‌های این خودرو منتقل خواهد شد.

استفاده از پنل‌های خورشیدی در نسل جدید پرایوس سبب شده تا این خودرو سبز ژاپنی سبزتر و اقتصادی‌تر از همیشه به نظر برسد.

باتری‌های به کار رفته در این خودرو حتی به هنگام پارک بودن نیز به شارژ شدن ادامه می‌دهند که این موضوع سبب می‌شود مصرف سوخت پرایوس به میزان ۱۰ درصد بهینه شده و مسافت بیشتری را طی کند. گفتنی است تکنولوژی استفاده از پنل‌های خورشیدی در نسل جدید پرایوس قرار است ابتدا تنها در بازار خودروهای اروپا و ژاپن عرضه شود.

در این راستا «کوچی تویوشیما» مهندس ارشد بخش تویوتا پرایوس برقی و هیبریدی چندی پیش و همزمان با انتشار اخبار مربوط به تولید نسل جدید پرایوس با استفاده از پنل‌های خورشیدی اعلام کرد که این پنل‌ها و تکنولوژی به کار رفته در آن قرار است در آمریکا معرفی شود. گفتنی است استفاده از این تکنولوژی در حالی صورت می‌پذیرد که بسیاری از کارشناسان معتقدند به دلیل استفاده زیاد از شیشه در سقف نسل جدید پرایوس، این خودرو در تست‌های تصادف در آمریکا موفق نخواهد بود.

مهندس ارشد بخش پرایوس‌های برقی و هیبریدی در این راستا معتقد است: «شرکت تویوتا در حال حاضر تکنولوژی مورد نیاز برای حفاظت از باتری‌های فتوولتائیک به کار رفته در سقف نسل جدید پرایوس را نداشته و این موضوع سقف شیشه‌ای این مدل را به هنگام تصادف و واژگونی خودرو بسیار آسیب‌پذیر می‌کند.»



با این وجود گروه خودروسازی تویوتا به‌شدت مشغول کار روی برطرف کردن این مشکل بوده تا بتواند طی سال‌های آینده تکنولوژی مذکور را در بازار آمریکا معرفی کرده و در نسل جدید مدل پرایوس خود از آن استفاده کند.

در همین رابطه آقای «تویوشیما» اضافه کرد: «ما تمایل داریم تا تکنولوژی استفاده از پنل‌های خورشیدی در سقف نسل جدید پرایوس را در آینده نزدیک به بازار آمریکا عرضه کنیم چرا که با توجه به شرایط آب و هوایی ایالات متحده نسل جدید پرایوس می‌تواند در مناطقی نظیر آریزونا یا کالیفرنیا عملکرد بسیار موثقی داشته باشد.»

لازم به ذکر است مدل برقی تویوتا پرایوس در ژاپن با نام Prius PHV شناخته می‌شود و هنوز مشخص نیست نسل جدید پرایوس و تکنولوژی استفاده از پنل خورشیدی در سقف آن در بازار خودروی این کشور به صورت استاندارد عرضه خواهد شد یا به صورت سفارشی در اختیار مشتریان قرار خواهد گرفت.

با وجود تردیدهای بسیار در رابطه با امکان عرضه نسل جدید پرایوس در بازار آمریکا و نگرانی‌های موجود درباره امنیت آن، تویوتا اعلام کرده است که پنل‌های خورشیدی به کار رفته در سقف این خودرو نه‌تنها به هنگام پارک خودرو باتری‌های آن را شارژ می‌کنند، بلکه الکتریسیته مورد نیاز سیستم تهویه خودرو و پاور ویندوز را نیز تأمین خواهد کرد.

به گفته مهندس ارشد بخش پرایوس در شرکت تویوتا، پنل‌های خورشیدی به کار رفته در سقف این خودرو موجب بهینه شدن عملکرد توانمندی‌های خودرو خواهد شد.

گفتنی است از آنجا که گروه خودروسازی تویوتا به دنبال کاهش هزینه‌های تولید خود است، آقای «تویوشیما» می‌دوآر است این خودرو ساز ژاپنی بتواند از تکنولوژی استفاده از پنل‌های خورشیدی در سایر مدل‌های هیبریدی این شرکت نیز استفاده کند.

لازم به ذکر است که شرکت تویوتا مدت‌ها است روی تکنولوژی استفاده از پنل‌های خورشیدی در سقف خودرو کار می‌کند و پیش از این نیز شرکت جنرال‌موتورز آمریکا در سال ۲۰۰۸ و در نمایشگاه خودروی ژنو از طرح مفهومی خودروی «X BioHybrid-۹ Saab» که از پنل‌های خورشیدی در سقف آن استفاده شده بود رونمایی کرد.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت و رئیس هیأت عامل سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران در گفت‌وگو با ایلنا، در خصوص مذاکرات انجام شده و انعقاد قرارداد سایپا با شرکت سیترون گفت: ویژگی این قرارداد ارتقای کیفیت، بهبود مدیریت، افزایش فروش، سهم بازار و افزایش صادرات از طریق بازار سیترون است و انعقاد این قرارداد بدیع و قابل ستایش است.

منصور معظمی اظهار داشت: سایپا اگر بخواهد بقا داشته باشد هیچ راهی جز همکاری با شرکای خارجی و حضور در بازارهای بین‌المللی ندارد و این کار بسیار ارزشمند و قابل ستایش است.

وی افزود: تأکید دولت و خواست وزیر صنعت، معدن و تجارت نیز گسترش این نوع همکاری‌های خارجی است و خوشبختانه سایپا همکاری خود با سیترون را نهایی کرده است و در این روند باید یکی از اولویت‌های هیأت‌مدیره و مدیریت‌گروه سایپا حرکت به سوی انعقاد قراردادهای جدید و مشارکت با شرکتهای برتر دنیا باشد تا بتواند به به نیازمندی‌های بازار پاسخ دهد و هم محصول جدیدی تولید کند. معظمی گفت: یکی دیگر از مزایای انجام همکاری با شرکتهای معتبر، صادرات

محصول است و به دلیل اینکه ایران در بین کشورهای همسایه و منطقه در این صنعت پیش‌تاز است، بنابراین از این شرایط می‌توان به نحو احسن استفاده کرد و بازارهای منطقه را در اختیار گرفت.

وی تصریح کرد: در صورتی که نتوانیم با شرکتهای خارجی همکاری کنیم به‌طور قطع همین میزان صادرات را از دست خواهیم داد، بنابراین باید به دنبال کسب بازارهای بین‌المللی باشیم و براساس نیاز مشتریان داخلی و خارجی تولید داشته باشیم چرا که در

صحنه‌های بین‌المللی شرایط بسیار متمایز و سخت است. رئیس هیأت عامل سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران با اشاره به اینکه قراردادهایی که در گذشته منعقد شده جوینت‌ونچر نبوده، گفت:مفهوم جوینت ونچر در قراردادهای بین‌المللی ایجاد سرمایه‌گذاری بین دو طرف است و در سیترون، شرکت خارجی اقدام به سرمایه‌گذاری در ایران کرده است و ما هم با افزایش بهره‌وری در شرکت داخلی خودمان توانسته‌ایم به صورت شراکت



۵۰-۵۰ حضور داریم. دکترمعظمی در خصوص انطباق این نوع قراردادهای با اقتصاد مقاومتی گفت: به‌طور کلی در اقتصاد مقاومتی دو مولفه وجود دارد که درون‌زا و برون‌زایی است. در مقوله درون گرایی حداکثر استفاده از توانمندی‌های داخلی مطرح است و براساس گزارشات ارائه شده در سایپا حرکت به سوی تأمین نیازهای داخلی از طریق توان داخلی صورت می‌پذیرد و بر همین محور است. وی تصریح کرد: در خصوص برون گرایی باید با استفاده از

سایپا بعد از سیتروئن به دنبال انعقاد قرارداد با شرکتهای جدید است

توانمندی داخلی و پتانسیل بیرونی، تولید صورت پذیرد به نحوی که نیازمندی مشتریان داخلی تأمین شود و صادرات محصول را در پی داشته باشد که این موضوع مصداق کامل و بارز اقتصاد مقاومتی است. رئیس هیأت عامل سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران گفت: به نظر بنده بهترین روشی که موضوع اقتصاد مقاومتی در صنعت خودروسازی محقق می‌شود اول جمع‌یع ظرفیت داخلی کشور است که در حال حاضر به صورت پراکنده است، یعنی ظرفیت قطعه‌سازی داخلی را با کمک خودروسازان مدیریت کنیم و یکپارچه‌سازی صورت پذیرد به نحوی که با هم‌افزایی قدرت رقابت را در صحنه بین‌المللی افزایش دهیم.

وی افزود: اگر شرایط قطعه‌سازان به همین نحو ادامه یابد یقیناً بازار را به رقبایشان واگذار خواهند کرد مگر اینکه مزیت رقابتی‌شان را افزایش دهند، علاوه بر این با تکیه بر نیروهای جوان و سرمایه انسانی ارزشمند می‌توانیم با ایجاد فضای کاری مناسب تحول ایجاد کنیم و با استفاده از توان داخلی و سرمایه انسانی از مشارکت خارجی نیز بهره ببریم و در این صورت رضایت‌مندی مشتریان حاصل می‌شود که خود مصداقی از اقتصاد مقاومتی است.



خارجی باید تعهدات طرف خارجی به روشنی قید شود، خاطرنشان می‌کند: «انتقال تکنولوژی، سرمایه‌گذاری و صادرات از جمله موارد مهمی است که در همکاری با خودروسازان خارجی باید مدنظر قرار گیرد.»

وی ادامه می‌دهد: «ففس همکاری با خودروسازان معتبر جهانی اقدام مثبتی است اما باید توجه شود که در ازای در اختیار قرار دادن بازار داخلی، خدماتی همچون انتقال تکنولوژی از طرف خارجی دریافت شود.»

این کارشناس صنعت خودرو اضافه می‌کند: «در همکاری با خودروسازان خارجی باید این امکان وجود داشته باشد که خودروسازان داخلی بتوانند با استفاده از پلنفرم مشترک، محصولاتی را با برند خودشان و البته با استفاده از تکنولوژی وارداتی تولید کنند. از آن سو نیز باید موضوع داخلی‌سازی خودروهای خارجی تولیدی در کشور مدنظر قرار گیرد تا از این طریق صنایع قطعه‌سازی فعال شده و اشتغال در کشور افزایش یابد.»

خودروسازان داخلی از فرصت برجام استفاده کنند

در این زمینه عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبایی نیز می‌گوید: «خودروسازان داخلی باید با استفاده از فرصت ناشی از برجام نسبت به همکاری مشترک با خودروسازان مطرح جهانی برای انتقال تکنولوژی و دانش فنی اقدام کنند.» امرالله امینی با بیان اینکه البته در قرارداد با خودروسازان

کاهش تولید و افزایش قیمت موتورسیکلت از مهر امسال

۲۵۰ سی سی به بالا عملاً دیگر موتور کاربراتوری وجود ندارد و علت آن این است که سیستم ساخت نیروی محرکه آنها به سمت انژکتوری شدن رفته و این چین توانسته موتورها را تا ۲۰۰ سی سی این سو برده است. این در حالی است که موتوره‌ای زیر ۲۵۰ سی سی موتوره‌ای کار هستند و گرچه تولیدکننده‌ای مثل چین توانسته موتورها را تا ۲۰۰ سی سی انژکتوری کند، اما هنوز این کلاس از محصولات شیب کندی به سمت انژکتوری شدن دارند.

افزایش ۴۰۰ هزار تومانی قیمت موتور سیکلت

وی با اشاره به وضعیت تولید در

سال جاری اذعان کرد: درحالی‌که سال گذشته حدود ۵۰۰ هزار دستگاه موتور تولید شده است، امسال احتمالاً بعد از مهر ماه شاهد یک کاهش شدید در تولید و افزایش قیمت باشیم که این افزایش به علت این است که اگر قرار بر انژکتوری کردن موتورها باشد، ۱۰۰ دلار به قیمت آنها افزوده خواهد شد که این میزان با حساب حاشیه آنها به حدود ۴۰۰ هزار تومان می‌رسد.

حجازی افزود: از آنجایی که این افزایش به دی ماه می‌رسد، احتمالاً به‌خاطر پیش رو بودن سرمای زمستان تأثیر آن در سال بعد مشاهده شود.

بررسی تولید خودرو برقی در ایران

مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی چگونگی تولید خودروهای برقی در ایران را مورد بررسی قرار داد.

به گزارش روابط عمومی مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، دفتر مطالعات انرژی، صنعت و معدن این مرکز با بیان این مطلب که تغییر سبد انرژی با توجه به آثار مخرب آلاینده‌گی زیست‌محیطی در کشور که تحمیل‌کننده هزینه‌های اجتماعی، زیست‌محیطی و درمانی جبران ناپذیری به شهروندان خصوصاً کلانشهرها شده است، یکی از ضرورت‌های اجتناب ناپذیر است، افزود: یکی از راهکارهایی که امروزه توجه دولت‌ها قرار گرفته است استفاده از وسایل نقلیه برقی به‌عنوان یکی از فناوری‌های جایگزین فناوری‌های موجود در صنعت خودروسازی است.

مهم‌ترین چالش‌های سند راه تولید و توسعه خودروهای برقی در ایران قیمت تمام شده، نبود تضمین لازم برای وجود تقاضا و نبود متولی واحد هستند. شرکت‌های خودروساز مدعی هستند در صورت برطرف شدن چالش تضمین مشتری، توانمندی تولید خودروهای برقی در کشور وجود دارد.

کاهش اختلاف قیمت تمام شده خودروهای برقی با نوع بنزینی آن و تشویق مردم به خرید این نوع خودرو، تنها در صورت کمک دولت در قالب یک بسته سیاستی – حمایتی همراه با تدوین نقشه راه توسعه کاربری وسایل نقلیه برقی (در مرحله اول؛ دوچرخه و موتورسیکلت) با مشارکت تمامی ذینفعان و تشکیل کمیته فنی اجرایی مشترک با حضور وزارتخانه‌های صنعت و معدن و تجارت، نیرو، نفت، سازمان حفاظت محیط زیست، دفاع، کشور، شهرداری‌ها، ناجا، اداره استاندارد و سایر نهادهای ذی‌ربط به منظور تهیه برنامه‌های عملیاتی تحت محوریت یک متولی واحد یعنی معاونت علمی و فناوری رئیس‌جمهوری قابلیت اجرا دارد.

خودروهای ایرانی در بازار جهان به خدمات پس از فروش نیاز دارند



عضو هیأت نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی تهران گفت: صادرات خودرو به کشورهای دیگر، به ایجاد زیرساخته‌هایی در بازارهای هدف نیاز دارد؛ ما باید در بازارهای بین‌المللی تبلیغات و خدمات پس از فروش داشته باشیم.

محمدرضا نجفی‌منش در گفت‌وگو با ایلنا، با تأکید بر اینکه باید مدل‌های جدید خودرو را صادر کنیم، افزود: درست است مدل‌هایی همچون تیب‌ا و سمند بازار دارند، اما باید مدل‌های جدید به بازارهای خارجی صادر کنیم تا بازار آنها محصولات ما را پذیرد.

عضو هیأت‌مدیره انجمن سازندگان قطعات و مجموعه‌های خودرو تبدیل‌یران به یک کشور صادرکننده خودرو را امکان‌پذیر دانست و گفت: در دهه ۶۰ میلادی اگر فردی می‌گفت ژاپن قصد صادرات خودرو دارد، ما او را مورد تمسخر قرار می‌دادند؛ در دهه‌های ۷۰ و ۸۰ اگر فردی فکر می‌کرد کره جنوبی می‌خواهد خودرو صادر کند، هیچ‌کس حرف او را باور نمی‌کرد. همچنین در دهه ۱۰،۹۰ اگر فردی می‌گفت چین می‌خواهد به جمع کشورهای صادرکننده خودرو بپیوندد، کسی باور نمی‌کرد.

نجفی منش افزود: امروز هم اگر ما بگوییم می‌خواهیم حتی به کشورهای اروپایی خودرو صادر کنیم، شاید هیچ کس آن را باور نکند، اما اگر اراده کنیم می‌توانیم.

رئیس کمیسیون تسهیل کسب‌وکار اتاق تهران در ارتباط با حضور خودروسازان مختلف در بازار خودروی ایران گفت: اگر این حضور با رعایت شرط وزارت صنعت، معدن و تجارت اتفاق بیفتد، خوب است. این وزارتخانه تأکید کرده است تولید خودروهای خارجی در ایران باید با حداقل ۴۰ درصد ساخت داخل انجام شود، حداقل ۳۰ درصد از محصولات تولیدی به بازارهای بین‌المللی صادر شود و همچنین سرمایه‌گذاری نیز باید به صورت مشترک صورت گیرد.

عضو هیأت نمایندگان اتاق تهران افزود: هر شرکتی که با این شرایط جلو بیاید، ما به آن «خوشامد» می‌گوییم اما اینکه بخواهیم خودروی آماده وارد کنیم یا به سمت سی- کی- دی (قطعات) کاملاً منفصل Complete Knocked Down) برویم نه؛ چون این نوع همکاری برای ما ارزش افزوده و اشتغال ایجاد نمی‌کند.

به گزارش ایرنا، دو شرکت خودروسازی ایران خودرو و سایپا سالانه در مجموع ۲۵۰ تا ۳۰۰ هزار دستگاه خودروی کامل به بازارهای هدف صادر می‌کنند. تعدادی از صادرات به صورت سی کی دی نیز انجام می‌شود.

خودروسازان داخلی سالانه یک میلیون و ۲۰۰ هزار دستگاه انواع خودرو تولید می‌کنند، که براساس برنامه‌ریزی‌های انجام شده و با توجه به سیاست‌های وزارت صنعت، معدن و تجارت، این میزان در افاق ۱۴۰۴ باید به ۳ میلیون دستگاه در سال افزایش یابد و یک‌سوم آن صادر شود.

فرصت امروز

روزنامه مدیریتی – اقتصادی

یکشنبه | ۳۰ خرداد ۱۳۹۵ | شماره ۵۳۴ | صفحه ۸

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول: محمدرضا قدیمی
شورای سردبیری:
 محمدرضا قدیمی، حمیدرضا اسلامی
 شهریار شمس مستوفی، محمدصادق چنان صفت
چاپ: شرکت هنر سرزمین سبز **تولیع:** شتاب گستر امروز
آدرس: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، بعد از مشاهیر، پلاک ۴۹

ایمیل: info@forsatnet.ir

سایت: www.forsatnet.ir



در دیدار با کمیسر عالی سازمان ملل در امور پناهندگان

ظریف: ایران پیش از ۳ دهه میزبان پناهندگان است

وزیر امور خارجه تاکید کرد: کمیساریای عالی سازمان ملل متحد در امور پناهندگان و کشورهای کمک‌کننده باید تلاش کنند با افزایش طرح‌های اقتصادی و سرمایه‌گذاری در داخل کشور افغانستان، زیرساخت‌های لازم برای بازگشت داوطلبانه پناهندگان و جذب آنان در جامعه افغانستان را فراهم کنند. ظریف در عین حال گفت: سرمایه‌گذاری‌های انجام شده در این زمینه بسیار کم است و ضروری است کار بیشتری انجام شود. وی همچنین به تعدادی از پروژه‌هایی که جمهوری اسلامی ایران برای توسعه اقتصادی همچون پروژه‌های توسعه چاپار و تامین آب آشامیدنی در افغانستان انجام داده است، اشاره کرد و افزود: این اقدامات منجر به ایجاد اشتغال بیشتر در داخل افغانستان شده و زمینه را برای بازگشت داوطلبانه افغان‌ها فراهم می‌آورد.

انفجار شهران؛ یک نفر همچنان مفقود است

یا خبر؟ گفت: در این حادثه یک نفر مفقود شده که تا لحظه انتشار این خبر هنوز پیدا نشده است.

برخی از حاضرین در صحنه خود را اقوام فرد مفقود شده در تونل مترو معرفی کردند و گفتند که فرد مفقود شده در هنگام انفجار در تونل مترو مشغول کار بوده که در این حادثه، در تونلی که از لوله گاز منفرج شده حدود ۲۵ متر فاصله دارد، گرفتار شده است.

مترو تهران قول داده که عملیات جست‌وجو را از زیر زمین ادامه دهد.

مدیرعامل شرکت مترو تهران از آغاز عملیات پسر کردن گودال حادثه انفجار شهران خبر داد.

هابیل درویش در گفت‌وگو با ایسنا گفت: از ظهور دیروز عملیات پر کردن حفره ایجاد شده بر اثر انفجار روز جمعه در منطقه شهران آغاز شده است. امیدواریم تا بعدازظهر این گودال را به‌طور کامل پر کنیم تا منطقه به حالت عادی باز گردد.

وی در پاسخ به این سوال که آیا مفقودین احتمالی این حادثه پیدا شده‌اند

محمد مرسی دومین حبس ابد خود را گرفت

دادگاه جنایی قاهره دیروز حکم محمد مرسی در پرونده «جاسوسی برای قطر» را اعلام و او را به حبس ابد محکوم کرد. به گزارش ایسنا، به نقل از شبکه‌ای استکای نیوز، محمد مرسی، رئیس‌جمهوری برکنار شده مصر در این پرونده به «عرضه اسرار دولتی و نظامی به سفارت قطر، گرفتن اسناد طبقه‌بندی شده از مسئولان دولتی و تلاش برای رساندن آنها به قطر و همکاری امنیتی با دوحه که امکان آسیب رساندن به حاکمیت ملی و امنیت مصر در آن وجود داشت» متهم شده بود.

قاضی دادگاه قاهره گفت در ۹۹ جلسه به این پرونده رسیدگی کرده است و شش تن از متهمان پرونده را مستحق مرگ دانسته و برای آنها حکم اعدام صادر کرد. سه نفر از متهمان از جمله مرسی نیز به حبس ابد محکوم شدند.

محمد مرسی در این پرونده علاوه بر حبس ابد، یک حکم ۱۵ ساله حبس نیز دریافت کرد که مربوط به مسائلی غیر از جاسوسی بود. جلسه پیشین دادگاه در رابطه با پرونده «جاسوسی برای قطر» ۱۸ اردیبهشت برگزار شد و در آن شش تن از متهمان به اعدام محکوم شدند و جلسه قرائت حکم مرسی و بقیه متهمان پرونده به دیروز موکول شد. دستگاه قضایی مصر علاوه بر این پرونده، برای مرسی سه حکم دیگر صادر کرده است؛ مرسی در پرونده «فرار از زندان وادی النطرون» به اعدام، در پرونده «جاسوسی برای حماس» به حبس ابد و در پرونده «درگیری مقابل کاخ ریاست جمهوری» به ۲۰ سال حبس محکوم شده است. هیچ یک از این احکام هنوز نهایی نیست و وی می‌تواند به آنها اعتراض کند.

عملیات آزادسازی «القیاره» در جنوب «موصل» کلید خورد

وزیر دفاع عراق در سخنانی از آغاز عملیات بزرگ آزادسازی منطقه «القیاره» واقع در جنوب «موصل» خبر داد.

به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از خبرگزاری رسمی عراق، پس از آزادسازی کامل شهر فلوجه در استان الانبار از تصرف تروریست‌های تکفیری داعش، نظامیان ارتش عراق به سراغ استان نینوا رفته‌اند.

براساس این گزارش، در همین ارتباط «خالد العبدی» وزیر دفاع عراق در سخنانی از آغاز عملیات بزرگ آزادسازی منطقه «القیاره» واقع در جنوب «موصل» خبر داد. طبق اعلام رسانه‌های عربی، در صورت آزادسازی منطقه «القیاره» مسیر ارتش عراق برای آزادسازی کامل شهر موصل در استان نینوا از تصرف داعش هموار خواهد شد.

براساس این گزارش، در همین ارتباط «خالد العبدی» رئیس پارلمان عراق اعلام کرده بود که پس از آزادسازی کامل شهر فلوجه، چشم‌های ما به عملیات آزادسازی استان نینوا دوخته شده است. گفتنی است، ارتش عراق جمعه پس از آزادسازی تمامی ساختمان‌ها و نهادهای دولتی واقع در مرکز شهر «فلوجه» و به اهتزاز درآوردن پرچم این کشور بر فراز آنها، سرانجام موفق شد این شهر را به‌طور کامل از تصرف تکفیری‌ها خارج کند.

وزیر امور خارجه و همین‌طور رئیس مجلس کشورمان در پیام‌هایی آزادی فلوجه را به دولت عراق تبریک گفته‌اند.

آغاز اجرای طرح بخشودگی دیر کرد جرایم رانندگی

تسهیلات به‌طور متمرکز در سامانه اجرائیات پلیس راهور ناجا، از آغاز اجرای طرح بخشودگی دیر کرد جرایم رانندگی معوق تا پایان سال ۹۴ خبر داد. به گزارش خبرگزاری مهر، سرهنگ احمد کرمی گفت: براساس تبصره ۲۰ قانون بودجه ۹۵ مقرر شده در صورتی که مالکان وسایل نقلیه نسبت به پرداخت اصل جرایم معوق رانندگی خود تا پایان سال ۹۴ اقدام کنند، دو برابری دربرکرد آنها بخشوده شود.

وی افزود: بر این اساس و با تمهیدات اندیشیده شده، مالکان وسایل نقلیه تا پایان آذر سال ۹۵ اگ جرایم معوق رانندگی خود را تا پایان سال ۹۴ پرداخت کنند می‌توانند از این تسهیلات برخوردار شده و به جای پرداخت جریمه دو برابری، اصل مبلغ را بپردازند.

رئیس مرکز اجرائیات پلیس راهور ناجا با تاکید بر اینکه این مهلت به هیچ وجه تمدید نمی‌شود، تصریح کرد: در صورتی که مالکان وسایل نقلیه در مهلت مقرر نسبت به پرداخت جرایم معوق خود اقدام نکنند، به‌طور سیستمی از اول دی مجددا جریمه دو برابری برای آنها اعمال می‌شود.

وی گفت: رانندگان برای استفاده از این تسهیلات نیازی به مراجعه به راهنمایی و رانندگی ندارند و این

پلیس راهور تلاش کرده است اشتباهات در ثبت جرایم رانندگی را به حداقل ممکن برساند. بنا بر این گزارش برابر ماده ۵ قانون رسیدگی به تخلفات رانندگی، متخلف موظف است ظرف مدت ۶۰ روز از تاریخ مندرج در قبض جریمه یا تاریخ ابلاغ شده در قبض جریمه‌ای که به اطلاع او می‌رسد جریمه را به حساسی که از طرف خزانه‌داری کل تعیین و اعلام می‌شود پرداخت و رسید دریافت کند یا مراتب اعتراض خود را ظرف مدت مذکور با ذکر دلایل به اداره اجرائیات راهنمایی و رانندگی تسلیم کند.

بر همین اساس، حداکثر ظرف ۲۴ ساعت پس از وصول اعتراض بررسی لازم را انجام داده و در صورت غیرموجه دانستن اعتراض مراتب را به معترض ابلاغ کند، در صورت اصرار معترض، اداره اجرائیات موضوع را جهت رسیدگی به واحد رسیدگی به اعتراضات ناشی از تخلفات رانندگی ارسال می‌کند.

در صورتی که متخلف در مهلت قانونی مذکور اعتراض خود را تسلیم نکند یا ظرف ۲۰ روز پس از ابلاغ رأی واحد جریمه را پرداخت ننماید، موظف است جریمه را به ماخذ دو برابر مبلغ مندرج در قبض جریمه بپردازد.

سیاست

حریت: سفیر ترکیه در مسکو خواستار بهبود روابط روسیه و ترکیه شد

دیدار گام‌هایی که می‌باید برای بهبود روابط دو طرف برداشته شود، بررسی شد. ژیرنوفسکی رهبر ملی گرای روسیه به داشتن مواضع ضد ترکیه اشتها دارد. وی در هفته‌های گذشته با عنوان احتمال سوق پناهجویان سوری از ترکیه به روسیه خواستار اتخاذ تدابیر جدی در این زمینه از سوی دولت روسیه شده بود. لازم به ذکر است رجب طیب اردوغان و بینالی ییلدریم رئیس جمهور و نخست‌وزیر ترکیه در روزهای گذشته طی دو نامه به هم‌تایان روس خود روز ملی آن کشور را به آنان تبریک گفتند و متعاقب آن نیز سفیر روسیه در آنکارا در ضیافت افطار رجب طیب اردوغان رئیس جمهور ترکیه در آنکارا شرکت کرد.



براساس دهمین ویرایش سالانه شاخص صلح جهانی که براساس آن ۱۶۳ کشور جهان براساس سطح امنیت‌شان طبقه‌بندی می‌شوند، سه کشور سوریه، سودان جنوبی و عراق در رده‌های اول تا سوم خطرناک‌ترین کشورهای جهان برای زندگی کردن قرار دارند

جامعه

آبخیزداری در ۱۱میلیون هکتار از اراضی کشور

وزیر جهاد کشاورزی تاکید کرد: امیدواریم بتوانیم این طرح را سالانه یک میلیون هکتار در سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری اجرایی کنیم. جنتی گفت: سال گذشته با وجود همه محدودیت‌ها موفق شدیم ۵۰۰ هزار هکتار از این طرح را اجرا کنیم که علاوه بر حفاظت خاک، جلوگیری از تبخیر آب، تقویت سفره‌های زیرزمینی و نفوذ آب در زمین و تغذیه سفره و خاک و همچنین جلوگیری از فرسایش خاک را در پی داشته است. وزیر جهاد کشاورزی همچنین اعلام کرد: برنامه حذف دام مازاد از مراتع را در دستور کار داریم که خوشبختانه در این زمینه نیز موفقیت‌هایی به دست آمده که عمده این اقدامات توسط سازمان جنگل‌ها به اجرا درآمده است.



صبح دیروز حمیدرضا مهری‌خامنه در حرکتی نمادین سفرش با دوچرخه از دانشگاه صنعتی شریف به مقصد دریاچه ارومیه را به منظور آگاه‌سازی مردم از وضعیت بحرانی دریاچه ارومیه شروع کرد

فرهنگ

ابوالفضل جلیلی: تمایلی برای ساخت فیلم مولانا در ایران وجود ندارد

آمدند و مفاحر ما را بردند، تازه از خواب بیدار می‌شویم و داد و بیداد می‌کنیم. جلیلی در پاسخ به این پرسش که یک فیلمساز ایرانی چقدر می‌تواند در پرداختن به زندگی مولانا با تمام فراز و نشیب‌ها و جنجال‌هایش آزادی عمل داشته باشد؟ توضیح داد: ما در هیچ کاری آزادی عمل نداریم به جز لودگی! اما همین که می‌خواهیم درباره مسائل اساسی کاری انجام دهیم آزادی عمل‌مان کم می‌شود. آنچنان که می‌بینیم فیلمی که درباره قیام عاشورا ساخته شده به هزار دلیل اجازه نمایش ندارد. اما فیلم‌هایی که لودگی دارند، مرتب در سیممای ما اکران می‌شوند و فروش خوبی هم می‌کنند.



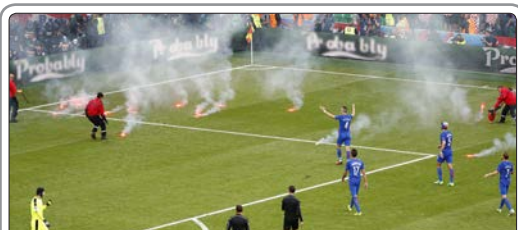
چند شبی می‌شود که علاقه‌مندان به موسیقی ایرانی در تالار وحدت مهمان آوازعلیرضا قربانی و شنونده آثاری به آهنگسازی مهیار علیزاده هستند. اجرایی که هنرمندان در آن تلاش کرده‌اند کاری متفاوت نسبت به اجرای‌های متداول ارائه دهند

ورزش

برانکو: کی‌روش گروکشی می‌کند

نمی‌دهم بازیکنانم به اردوی تیم ملی بروند. آنها بازیکن پرسپولیس هستند و از باشگاه پول می‌گیرند و باشگاه تصمیم می‌گیرد که چه رویه‌ای را در پیش بگیریم. اگر الان بازیکنان نیستند، خودشان مقصر هستند چون باید به وظایف حرفه‌ای خودشان عمل کنند.

برانکو ادامه داد: واقعا به خاطر رفتار کارلوس کی‌روش که آیا به تیم ملی بازیکن می‌دهد یا خیر، گفت: چیزی مایوس شدم. او باید در خدمت فوتبال ایران باشد و بهترین خدمات را ارائه دهد نه اینکه گروکشی کند.



یوفا بعد از تر پاب مواد آتش‌زا به زمین از سوی هواداران کراسوی، علیه این تیم پرونده تشکیل داد. بازی کراسوی با چک ۲-۲ به پایان رسید

روزنامه «حریت» روز شنبه نوشت: «امید یاردیم» سفیر آنکارا در مسکو در دیدار با «ولادیمیر ژیرنوفسکی» رهبر ملی گرای روسیه خواستار بهبود روابط دو کشور شد. به گزارش ایرنا از آنکارا به نقل از حریت، در این دیدار خصوصی تمامی ابعاد روابط روسیه- ترکیه که پس از سرنگونی یک جنگنده روس از سوی ترکیه به سردی گراییده مورد بررسی قرار گرفت.

به نوشته حریت، یک منبع وزارت خارجه ترکیه با تأیید این دیدار گفت: در این دیدار آخرین وضعیت روابط ترکیه- روسیه بررسی شد. این روزنامه به نقل از سخنگوی ژیرنوفسکی در مورد این دیدار، نوشت: این یک دیدار حسن نیت بود و در این

تیتراخبار

✍ «پل رابان» سخنگوی مجلس نمایندگان آمریکا به‌رغم اعلام حمایت از نامزدی «ترامپ»، دست هم حزبی‌های خود را برای پذیرش یا عدم پذیرش وی به‌عنوان نامزد نهایی جمهوریخواهان در رقابت هشت نوامبر باز گذاشت.

✍ مشاور دفتر پادشاهی عربستان از آمادگی هیأت علمای برجسته این کشور برای مذاکره با «عقلا» شیعه عربستانی و عراقی خبر داد.

وزیر جهاد کشاورزی با تشریح برنامه‌های این وزارتخانه برای مقابله با بیابان‌زایی گفت: طرح اجرای عملیات آبخیزداری در ۱۱ میلیون هکتار از اراضی کشور برای یک برنامه ۱۰ ساله تدوین شده است. به گزارش خبرنگار مهر، محمود جحتی وزیر جهاد کشاورزی در مراسم روز جهانی مقابله با بیابان‌زایی در جمع خبرنگاران گفت: طرح اجرای عملیات آبخیزداری در ۱۱ میلیون هکتار از اراضی کشور برای یک برنامه ۱۰ ساله تدوین شده است. وی ابراز امیدواری کرد با پیش‌بینی‌های انجام شده و منابعی که در اختیار قرار می‌گیرد، آبخیزداری در حفاظت از خاک و زمین و احیای اراضی نتیجه بخش باشد.

تیتراخبار

✍ دیروز در فضای مجازی متنی تحت عنوان نامه معصومه ابتکار به یک مخترع منتشر شد، ولی رئیس سازمان محیط زیست، چنین نامه‌ای را جعلی خوانده است.

✍ سید حسن هاشمی وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی گفت: ۳میلیون افغان در ایران بار سنگینی به کشور تحمیل می‌کند وسازمان‌های حقوق بشری در این مورد کمک مناسبی به ایران نداشته‌اند.

ابوالفضل جلیلی که از مدت‌ها پیش قصد داشته فیلمی درباره مولانا بسازد، گفت: هیچ هم نازاحت نیستم که هالیوود قرار است درباره مولانا فیلم بسازد!

این فیلمساز در گفت‌وگو با ایسنا، اضافه کرد: خدا را شکر که آمریکایی‌ها می‌خوانند فیلم مولانا را بسازند تا دست کم بدانیم فیلمی درباره او ساخته شده است. ضمن اینکه آمریکایی‌ها همیشه کارهای اساسی می‌کنند. کارگردان فیلم «رقص خاک» ادامه داد: به نظر من تمایلی وجود ندارد که در ایران درباره شخصیت‌هایی مانند مولانا، حافظ یا کوروش فیلمی ساخته شود. به هر حال مهم نیست چه کسی این فیلم را می‌سازد، اما مسئله اینجاست که ما خود، همیشه خوابیم و وقتی دیگران

تیتراخبار

✍ مجلس بزرگداشت روانشاد حبیب محبیان، خواننده سرشناس موسیقی پاپ ایران، یکشنبه، ۳۰ خرداد ماه، ساعت ۱۰:۳۰ تا ۱۲ ظهر در مسجد جامع شهرک غرب برگزار می‌شود.

✍ مریم امیرجلالی بازیگر سینما و تلویزیون درباره وضعیت این روزهای تلویزیون و روزهای پیش‌رو، ابراز امیدواری کرد که جعبه جادویی بتواند جوابگوی همه مخاطبان در سراسر ایران شود.



در این شماره به بحث و بررسی پیرامون قسمت چهارم از فصل دوم سریال مد من به نام «Three Sundays» می‌پردازم. این قسمت در تاریخ هفدهم آگوست ۲۰۰۸ میلادی برای نخستین‌بار در شبکه AMC به نمایش درآمد. در این قسمت از سریال مد من همانند قسمت‌های دیگر این سریال شاهد به تصویر کشیده شدن چالش‌های مهم شرکت‌های تبلیغاتی آن هم به شیوه جذاب و قابل قبولی از سوی سازندگان آن هستیم. اگر در خاطر داشته باشید در شماره هفدهم نقد سریال مد من، با عنوان آزمندان مدیسون اشاره کردم که هرمان فیلیپس (Herman Phillips) شرکت را به شیوه‌ای پرخطر به‌سوی جذب مشتری جدید سوق داد.

زمانی که جت امریکن ایرلاین سقوط کرد و فضای کسبوکار این غول آمریکایی دچار چالش شد، او از فرصت پیش آمده استفاده کرد و با رابطه‌ای که در امریکن ایرلاین داشت و همچنین کارنامه درخشانی که استرلینگ کوپر در خلق کارهای تبلیغاتی شرکت هواپی Mohawk داشت، سعی در جلب نظر معتبرترین شرکت هواپی آمریکا کرد.

او در این مسیر از هیچ اقدامی چشم‌پوشی نکرد و حتی از پیتز کمپل نیز درخواست کرد در جلسه غیررسمی با رابط مشتری حضور داشته باشد، در حالی که پدر پیتز در هواپیمای امریکن ایرلاین، جان باخته بود.

وسوسه همکاری با مشتری جدید چنان در جان هرمان فیلیپس رسوخ کرده بود که همکاری او را در شرکت استرلینگ-کوپر مجبور کرد تا ارتباط‌شان را با مشتری خوب‌شان، شرکت هواپی Mohawk قطع کند تا امریکن ایرلاین با خیال راحت از بابت عدم حضور رقیب وارد شرکت استرلینگ-کوپر شود، در صورتی که شرکت هواپی Mohawk به واسطه طرح‌های تبلیغاتی خوب استرلینگ-کوپر رشد قابل ملاحظه‌ای داشته و همکاری قابل قبولی را با شرکت داشت. این مسائل تنها بخشی از اقداماتی بود که فیلیپس برای به دام انداختن امریکن ایرلاین (AA) انجام داد. او در این قسمت از سریال مد من (Three Sundays) پا را فراتر نهاد و از دان درپیر درخواست کرد طرح‌های متفاوت تبلیغاتی را برای آنها آماده کند. البته درپیر با این درخواست فیلیپس به‌شدت مخالفت کرد و به تیم خلافت شرکت دستور داد تنها روی یک طرح تمرکز کنند.

به هرحال روز ارائه طرح‌های تبلیغاتی فرا رسید و به جهت اهمیت مشتری، فضای جلسه بسیار بیشتر از دفعات قبل آراسته شد و حتی مدیران ارشد شرکت هم خود را برای میزبانی از نمایندگان AAAآماده کرده بودند و در جلسه حضور داشتند.

اما در همین لحظات التهاب‌آور هرمان فیلیپس وارد اتاق می‌شود و با حالتی نامتعادل و آشفته می‌گوید که رابطش در امریکن ایرلاین امروز اخراج شده است!



با شنیدن این جمله تمام مدیران ارشد شرکت دچار شوک روحی می‌شوند و ترس و اضطراب وجودشان را فرامی‌گیرد. دان درپیر هم با حالتی تلخ و البته طنزآمیز می‌گوید: «پس در حال به دنیا آوردن یک نوزاد مرده هستیم.» هرچند دیگر نمایندگان شرکت امریکن ایرلاین برای حفظ نزاکت به شرکت استرلینگ – کوپر می‌روند اما به جهت اخراج رابط آنها، هیچکس امیدوی به تصاحب کارهای این مشتری ندارد. سؤالاتی که ما تبلیغاتچی‌ها باید پس از تماشای این قسمت از سریال مد من به آن پاسخ دهیم:

آیا برای تصاحب یک مشتری احتمالی بزرگ باید مشتری کنونی اما کوچک‌تر را کنار گذاشت؟ آیا برای دریافت کارهای یک مشتری ویژه باید روال‌های اصلی شرکت را خدشه‌دار کرد و مثلاً به جای تمرکز روی یک طرح باید روی چند طرح کار کرد؟

آیا ارائه کارهای خارج از عرف، توقع مشتریان احتمالی را از آژانس‌های تبلیغاتی افزایش نمی‌دهد؟ در حالی که آنها ممکن است به یک دلیل ساده و پیش پا افتاده از همکاری با شما منصرف شوند؟

اینکه یک مشتری قابل قبول را به دلایل واهی کنار بگذاریم در صنوف مختلف، نام تجاری ما را به‌عنوان یک آژانس بداخلاق و طماع بر سر زبان‌ها نمی‌اندازد؟

ارتباط با نویسنده: alijah. ir

نگاهی به آگهی محیطی روغن آفتاب

نگاه فانتزی به پیام

ماجرای آگهی تبلیغاتی برند روغن آفتاب می‌شود. روغن آفتاب چندی است در تبلیغات خود به‌خصوص در رسانه‌های محیطی برای رقبای قدیمی خط و نشان می‌کشد و در این عرصه با شعار متفاوت خود یعنی «آفتاب بگیرید» خودنمایی می‌کند. روغن آفتاب در راستای اقدامات قبلی تبلیغاتی خود به تازگی طرح آگهی جدیدی



را تصور کردیم که درخشش آفتاب ما را به استفاده از عینک آفتابی می‌رساند، حالا آفتاب ما روغن آفتاب است. این شبیه‌سازی در موقعیت فانتزی و خیالی برای جا افتادن نام و نشان برند کمک و حس طنز آگهی را شیرین‌تر و تامل‌برانگیز خواهد کرد.

شناخت درست و عمیق صاحبان برند از برند

رهنما درباره مراحل ساخت آگهی محیطی می‌گوید: ساخت کار با ترکیب عکاسی از فریم‌های مختلف عینک‌های آفتابی و پیدا کردن بهترین نتیجه در کنار عکاسی از دست با روغن آفتاب به دست آمد. چندین پس‌زمینه هم فکر شد که در نهایت با توجه به تأکید روی روغن آفتابگردان خالص به مزرعه زیبایی از آفتابگردان‌ها رسیدیم. درباره شعار نیز باید بگویم که این شعار، جذاب و درست است سوی سفارش‌دهنده به ما داده شده است که حاصل شناخت درست و عمیق صاحبان برند از برند است. رهنما در پاسخ به این سوال که آیا این آگهی بخشی از کمپین تبلیغاتی است یا خیر، می‌گوید: کمپین تبلیغاتی به معنای تبلیغات در رسانه‌های مختلف خیر، تنها آگهی رسانه بیلورد را شامل می‌شود. رهنما درباره اینکه چرا در این طرح سراغ بیلوردی حجمی رفته‌اند، می‌گوید: برای هر چه بهتر نشان دادن عینک آفتابی و اتفاقات درونش و همچنین اثرگذاری بیشتر روی مخاطب بهترین مسیر ماکت حجمی بود. تأثیر یک عینک آفتابی بزرگ روی یک بیلورد می‌توانست هم به طرح و هم به دیده شدن آن کمک فراوانی کند. ضمن آنکه میزان و حجم خیال را افزایش می‌داد.

داده‌اند، می‌گوید: در این آگهی محیطی، همانند آگهی قبلی این برند سعی در بازآبادی برند آفتاب با تمرکز بر محصول روغن خالص آفتابگردان بود. در این آگهی شعار آگهی قبلی حفظ و سعی شد در این مرحله نگاه جدیدی به شعار «آفتاب بگیرید» داشته باشیم. با لانچ کمپین قبلی و بازخوردهای مثبت آن از ما خواسته شد این بار با جسارت‌تر و با کمی نگاه فانتزی‌تر برای جذب بیشتر مخاطب عمل کنیم. رهنما درباره هدف برند آفتاب از اکران این آگهی محیطی می‌گوید: هدف کلی برند برندینگ و یادآوری هر چه بیشتر نام و برند است. به همین خاطر در طرح‌ها هم کلی صحبت می‌شود و بیشتر سعی می‌کنیم نام برند آفتاب را با معنایش و محصول تولیدی برند عجین کنیم.

حس طنز آگهی

رهنما درباره روند ایده‌پردازی آگهی آفتاب می‌گوید: با توجه به استقبال مخاطبان از طرح پیشین برند آفتاب، کار کمی سخت‌تر بود. علاوه بر آن سفارش‌دهنده از ما خواسته بود طرح فانتزی بیشتری داشته باشد و جذاب‌تر هم عمل کنیم. سعی کردیم با شعار مناسب آفتاب بگیرید این بار نگاه فانتزی و خیال‌انگیز بیشتری داشته باشیم. تمرکز را روی احتمالات و موقعیت‌های مختلفی قرار دادیم که با آفتاب شکل می‌گیرند. با ایجاد و تفکر بر موقعیت‌های خیال‌انگیز و فانتزی جو رفتمت با بتوانیم مخاطب را بدین وسیله به شعار و برند نزدیک‌تر کنیم.

به کانسپت‌ها و مفاهیم مختلفی رسیدیم که در نهایت به ایده عینک آفتابی منجر شد. عینک آفتابی یکی از وسایل مورد استفاده در مواجهه با آفتاب است. موقعیتی

به این شکل، مناسب عرشه پل است و روی بیلورد آنچنان جواب نمی‌دهد. در بیلورد شاید زاویه عینک به این خوبی که در حال حاضر اجرا شده دیده نشود و انتخاب عرشه پل به‌عنوان رسانه باعث جذاب‌تر دیده شدن طرح آگهی مورد نظر شده است. مرادی در پایان می‌گوید: در مجموع آگهی مورد نظر برای مخاطب جذاب خواهد بود و برای برندی که مدت‌هاست در عرصه تبلیغات

طرح آگهی جدید روغن آفتاب در راستای طرح تبلیغاتی قبلی این برند است. البته نمی‌توان گفت طرح جدید مکمل یا کامل‌کننده طرح قبلی این برند است ولی در مجموع هر دو طرح در یک مسیر قرار گرفته‌اند. طرح جدید حرف تازه‌ای نمی‌زند و بدون هیچ دلیلی باز هم از مخاطب می‌خواهد که آفتاب بگیرد. اگر این شیوه عملکرد، دلیلی بر خالص بودن روغن هم باشد، دلیل قابل قبولی نخواهد بود

حضور نداشته و این صحنه را به رقبای خود سپرده بود، قابل قبول است و حتما سروصدای تبلیغاتی خوبی برای برند آفتاب به پا خواهد کرد. اما در نظر داشته باشید میزان تأثیرگذاری آگهی نسبت به هزینه صرف شده، مسئله‌ای است که می‌تواند در روند تبلیغاتی برندها موثر باشد.

نگاه جدید به شعار «آفتاب بگیرید»

رشید رهنما، مدیرآنلیه کانون تبلیغاتی سات، مجری آگهی محیطی برند آفتاب درباره بریفی که از طرف سفارش‌دهنده به این کانون ارائه شده و راه‌حلی که آنها ارائه

خورشک و لعاب است و گروه طراحی در هر دو آگهی از شیوه اجرای درستی پیروی کرده‌اند و مطمئناً همین خورشنگی و استفاده از رنگ‌های تابستانی نظر مخاطبان را به راحتی به سمت آگهی جلب خواهد کرد ولی جلب نظر مخاطبان در آگهی فقط مرحله اول است و گروه ایده‌پردازی باید برای ماندگاری پیام تبلیغاتی‌شان راهکار منطقی‌تری را انتخاب می‌کردند. چون باز تأکید می‌کنم که انتخاب المان‌ها در آگهی مورد نظر گنگ است و معلوم نیست چرا گروه از آنها استفاده کرده‌اند. مطمئناً استفاده از عینک آفتابی در مواجهه با سئوذهایی منطقی است که نور زیاد یا درخشش خیره‌کننده‌ای دارند اما خالص بودن روغن ربطی به درخشندگی ندارد.

محل قرارگیری نوشتار روی طرح آگهی مرادی درباره محل قرارگیری نوشتار روی طرح آگهی جدید روغن آفتاب می‌گوید: نوشتار نقش بسته روی طرح با فونت کوچکی استفاده شده و این موضوع شاید روی دیده شدن آن توسط مخاطب تأثیرگذار باشد. علاوه بر این اندازه بطری روغن نیز در طرح نسبتاً کوچک است و مخاطب بعد از کمی دقت متوجه آن خواهد شد. به هرحال تناسب اندازه‌های عناصر اصلی آگهی باید در طرح آگهی‌های محیطی در نظر گرفته شود، چون مخاطب در مواجهه با این رسانه‌ها فرصت صرف وقت بیشتر را برای موشکافی دقیق‌تر معنای طرح ندارد. این مدیرهنری درباره رسانه در نظر گرفته شده برای طرح آگهی روغن آفتاب می‌گوید:

عرشه پل برای اجرای طرح آگهی روغن آفتاب مناسب و مشخص است که گروه ایده‌پردازی رسانه تبلیغاتی را از قبل تعیین و بعد طراحی کرده‌اند، چون طرح حجمی

نقطه قوت آگهی

شعار تبلیغاتی آن است

مصطفی مرادی، مدیرهنری و فعال عرصه تبلیغات درباره طرح آگهی جدید روغن آفتاب می‌گوید: طرح آگهی جدید روغن آفتاب در راستای طرح تبلیغاتی قبلی این برند است. البته نمی‌توان گفت طرح جدید مکمل یا کامل‌کننده طرح قبلی این برند است ولی در مجموع هر دو طرح در یک مسیر قرار گرفته‌اند. طرح جدید حرف تازه‌ای نمی‌زند و بدون هیچ دلیلی باز هم از مخاطب می‌خواهد که آفتاب بگیرد. اگر این شیوه عملکرد، دلیلی بر خالص بودن روغن هم باشد، دلیل قابل قبولی نخواهد بود، زیرا نخستین انتظار مخاطب از مواد خوراکی خالص بودن آنهاست. مثل اینکه یک بانک از امنیت صحبت کند که شرط لازم یک بانک است. در طرح جدید روی مفهوم شعار تبلیغاتی که در طرح قبلی بزرگنمایی شده بود، تمرکز شده است. در طرح قبلی شعار آفتاب بگیرید، برجسته بود و در طرح جدید به مخاطب راهکاری ارائه شده که چگونه آفتاب بگیرید و منظور از شعار چه بوده است. با تمام این توصیفات هنوز در هر دو طرح آگهی نقطه قوت شعار تبلیغاتی روغن آفتاب است.

المان‌ها در طرح‌ها پیام تبلیغاتی را به مخاطبان منتقل می‌کنند

مرادی می‌گوید: در طرح تازه روغن آفتاب، یک عینک آفتابی بزرگ به شکل حجمی و برجسته طراحی شده است. عینک آفتابی که دقیقاً مشخص نیست زاویه دیدنش از طرف مخاطبان روغن آفتاب است یا خود برند آفتاب. اگر زاویه دید از طرف مخاطب باشد (که این موضوع به طرح نزدیک‌تر است) پس چرا دسته‌های عینک طراحی نشده‌اند و اگر زاویه از طرف برند آفتاب است، دستی که پشت عینک قرار گرفته معنا پیدا نمی‌کند و طرح مورد نظر را گنگ کرده‌است. گروه ایده‌پردازی به نظر به‌خاطر نزدیک کردن شعار و تصویر از المان عینک آفتابی استفاده کرده‌اند اما در نظر داشته باشید که در به‌کارگیری هر المانی باید منطقی نهفته باشد و نمی‌توان فقط براساس اینکه المان نزدیک به ایده است، آن را به‌کار گرفت. المان‌ها در طرح‌های تبلیغاتی پیام تبلیغاتی را به مخاطبان منتقل می‌کنند. پس برای ما معنا بودن پیام‌های تبلیغاتی باید از المان‌های منطقی در تبلیغات استفاده کرد. مخاطبان معمولاً در مواجهه با آگهی‌ها به دنبال دلایل به‌کارگیری المان‌ها می‌گردند. اگر پی به دلایل نبرند، پیام را دریافت نکرده و به راحتی از کنار آگهی عبور می‌کنند.

آگهی جدید از لعاب بصری و تصویری خورشک و لعاب است

مرادی درباره اجزای تشکیل‌دهنده آگهی جدید برند آفتاب می‌گوید: آگهی جدید روغن آفتاب از لحاظ بصری و تصویری

تبلیغات خلاق



There is a smarter way to know who entered your house. Security camera with face recognition.

netatmo

آگهی: دوربینهای امنیتی Netatmo- شعار: روشی هوشمندتر برای اینکه دریا باید چه کسی وارد اتاق شما شده است وجود دارد. دوربینهای امنیتی با سیستم تشخیص چهره

ایستگاه تبلیغات



تبلیغات خلاق جیب



می‌گویند هر جا که جیب باشد، حتما یک راهی پیدا می‌شود. به گزارش مارکتینگ نیوز، این خودروساز آمریکایی با توجه به همین موضوع حالا از تبلیغی رونمایی کرده که در آن مسیرهای ناهمواری را به تصویر کشیده است که خودروهای معمولی قادر به عبور از آنها نیستند، اما جیب این مسیر را برای شما هموار می‌کند و پلی می‌سازد برای رسیدن شما به مقصد مورد نظر.

دست‌اندرکاران:

مدیر هنری: برتراند اسمیت
کی‌یو رایتز: پاسکال اجبارن





فضای تاریک شبکه‌های اجتماعی فرصتی برای بازاریاب‌ها

بخش عمده مطالبی که از طریق گوشی‌های همراه هوشمند در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته می‌شود، در فضای موسوم به Dark Social جریان دارد.

منظور از Dark Social در شبکه‌های اجتماعی قسمتی از جریان ترافیک داده‌هاست که در فضایی دور از دسترس برنامه‌های تحلیلگر به اشتراک گذاشته می‌شود؛ مثل واتس‌اپ، پیام‌رسان‌ها و ایمیل. به گزارش ibazaryabi.com به نقل از وبسایت Marketing Tech News، شرکت RadiumOne که در زمینه فناوری بازاریابی فعالیت می‌کند، می‌گوید در انگلیس ۷۷درصد محتوایی که ناشران یا بازاریاب‌ها با موبایل به اشتراک می‌گذارند، در کانال‌های فضای اجتماعی تاریک (Dark Social Channels) جای دارد.

جالب اینجاست که کلیک‌خوری این محتواها نیز بسیار بالاست و طبق بررسی‌های صورت گرفته، این میزان در انگلیس به ۸۰درصد می‌رسد و به‌نوعی، همپای ترندها (موضوعات داغ روز) به شمار می‌رود. RadiumOne با گردآوری اطلاعات از ۹۴۰میلیون کاربر به این نتایج رسیده است.

از سوی دیگر تحقیقات بین‌المللی نشان می‌دهد که در ۱۸ ماه گذشته تعاملات موبایلی از تعاملاتی که با رایانه‌های رومیزی صورت می‌گیرد پیشی گرفته، بنابراین جای تعجب نیست که ۶۰درصد کلیک‌هایی که روی لینک‌های Dark Social زده می‌شود، منشأ موبایلی داشته باشد. کارشناسان این موضوع را فرصتی مناسب برای برندها قلمداد می‌کنند.

براساس این گزارش، بازاریاب‌ها ۱۰درصد بودجه خود را به رسانه‌های اجتماعی اختصاص می‌دهند و پیش‌بینی می‌شود که این رقم در چند سال آینده دوباربر شود.

ولی بنا بر یافته‌های این تحقیق، بسیار مناسب است که حداقل بخشی از این بودجه به سمت Dark Social Channels هدایت شود.

روبرت استاینز (Rupert Staines) یکی از مدیران RadiumOne می‌گوید برندها باید به آنچه باعث بازگشت سرمایه می‌شود، نگاه دقیقی داشته باشند.

وی معتقد است بروز گسست میان آنچه بازاریاب‌ها بائش هزینه می‌کنند و آنچه عملا محل فعالیت‌های عمده کاربران است، باعث می‌شود بازاریاب‌ها از فضای اجتماعی تاریک واهمه داشته باشند.

این کارشناس می‌گوید: کاربران برای به اشتراک‌گذاری چیزهایی که برایشان جذاب و مهم است، از کانال‌ها و پلتفرم‌های متعددی بهره می‌برند و این فرایند هر روز در حال تغییر و تحول است و به همین دلیل نحوه استفاده از آن نیز برای بازاریاب‌ها مرتبا در حال پیچیده‌تر و دشوارتر شدن است.

کتابخانه

استراتژی ترکیب رسانه‌ها در بازاریابی



دست ۱۵ سال پیش اکثر شرکت‌ها دقیقا نمی‌دانستند که اینترنت چیست، اما بسیار مطمئن بودند که برای فعالیت‌های بازرگانی خود به آن نیاز ندارند. امروزه از نظر هر خریدار، هر شرکتی که وبگاه نداشته باشد مانند این است که تلفن ندارد. این روزها رسانه‌های اجتماعی توانسته‌اند بخش اعظم اوقات فراغت افراد را به خود اختصاص دهند. هزاران کانال در تلگرام و میلیون‌ها صفحه فیلم و عکس در اینستاگرام شکل‌دهنده طرز فکر، عقاید، سلايق و حتی رفتارهای خرید کاربران شده است و درآمد این شبکه‌ها از تبلیغات از ده‌ها میلیارد دلار در سال گذشته است. این شبکه‌ها به مکان با ارزشی برای فروش کالاها و خدمات تبدیل شده‌اند، در اینجا سوال بزرگی بین بازاریابان مطرح می‌شود که برای رساندن پیام فروش چه باید کرد؟ آیا زمان خداحافظی با رسانه‌های سنتی چون تلویزیون که روزگاری به جعبه جادویی شهرت داشت یا روزنامه‌ها، مجلات، رادیو و بیلبورد فرارسیده است؟ کتاب استراتژی ترکیب رسانه‌ها در بازاریابی نوشته لان سافاکو و ترجمه رضا سرتاج، کتاب ارزشمندی است که به این سوالات پاسخ می‌دهد و راه‌حل‌های بسیاری با ارزشی را در این حوزه مطرح می‌کند. در این کتاب به اهمیت و کارکرد هر یک از رسانه‌های سنتی، دیجیتال و اجتماعی پرداخته شده است و بازاریابی ترکیبی را دلیل موفقیت در بازاریابی می‌داند.

در بخشی از این کتاب آمده است: تجزیه و تحلیل هزینه جذب مشتری شما حیاتی است چون این یعنی اینکه چگونه خواهید فهمید آنچه را که در حال انجام دادن آن هستید جواب شما را می‌دهد یا نه، یعنی آیا وقت و سرمایه‌ای که صرف می‌کنید ارزشش را دارد؟ شما برگشت سرمایه برای هر مبارزه بازاریابی منفردی را که در حال انجام دادن آن بوده‌اید کشف خواهید کرد.

این کتاب ۲۸۴ صفحه‌ای در ۲ بخش و ۱۸ فصل توسط انتشارات میلغان منتشر شده است و دارای ۱۲ ماه از ۲۰ ماه گارانتی است که به درک بیشتر و یادگیری مفاهیم این کتاب کمک می‌کند.

هر آنچه باید درباره تخفیف دادن بدانید

تخفیف دادن یا ندادن، مسئله این است!



مهلافرامند
m.farazmand66@yahoo.com

یک فروشنده برای اینکه موفق باشد باید بتواند مشتریان را متقاعد کند که کالا یا

شرکت‌ها تخفیفات‌شان را غیر از استراتژی ارزش‌افزایی، به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم ارائه می‌دهند.

برای چه کالاهایی تخفیف بدهیم؟

وی افزود:سیاست تخفیف به طور کلی بیشتر برای کالاهای مصرفی اعمال می‌شود، زیرا مخاطبان کالاهای مصرفی، بیشتر طبقه متوسط جامعه هستند و طبقه متوسط نیز به سیاست تخفیف بسیار حساس است. در کالاهای سنگین یا سرمایه‌ای کمتر از تخفیف استفاده می‌شود، زیرا واقع معمولاً بنگاه‌هایی که در فضای تجاری کار می‌کنند، آنجا که به کالا و خدمات مصرفی می‌رسند از تخفیف استفاده می‌کنند ضمن اینکه فرهنگ محیطی نیز بسیار مهم است. یعنی در کشورهای مختلف، رویکرد افراد مختلف به تخفیف متفاوت است و به نوعی برای‌شان جنبه روانی دارد. بسیاری از کمپانی‌ها هنگامی که وارد یک کشور می‌شوند می‌بینند اگر چه ذرای قیمت‌ها را کاهش و تخفیف دهند، مردم به لحاظ روانی بیشتر برای خرید تمایل نشان می‌دهند. به طور کلی سیاست تخفیف عمدتا برای مدیوم کارآمد است. یعنی در محصولات مصرفی ارزان قیمت مانند ماکارونی، رب و... بیشتر تخفیف حجمی انگیزه مردم را جلب می‌کند و در کالاهایی با سرمایه متوسط مانند میلمان و پوشاک، تخفیفات نقدی بیشتر جوابگو خواهد بود. معمولاً در خرید دارایی‌های دیگر مانند خرید یک منزل مسکونی یا خودرو بحث تخفیف مطرح نیست و مردم سعی می‌کنند با روش‌هایی دیگر کالا را به دست آورند. در واقع اینجا تخصیص بیشتر از تخفیف کارآمد است و دادن تخفیفات افراد را برای خرید آن کالا تحریک نمی‌کند.

محمد رضا نظری با اشاره به اینکه ۵ استراتژی برای ارزش‌افزایی وجود دارد، گفت: یکی از استراتژی‌های ارزش‌افزایی تخفیف است. هنگامی که کیفیت کالا و خدمات تغییر نکند و قیمت کمتری برای مشتری فراهم شود، ارزشی که به مشتری ارائه می‌شود بیشتر می‌شود به همین دلیل به این سیاست، سیاست ارزش‌افزایی از طریق تخفیف می‌گویند.

تخفیفات در واقع به دو روش کلی اتفاق می‌افتد. در روش اول که تخفیف قیمتی یا تخفیف مستقیم نام دارد، شرکت‌ها با کاستن قیمت در شرایط مشابه تخفیف را اعلام می‌کنند که با توجه به حجم و دیدگاه تا مرز تخفیف بزرگ یا حراج یا قیمت‌شکنی هم پیش می‌رود و درنوع دوم تخفیف که تخفیف غیرمستقیم یا حجمی گفته می‌شود، به جای اینکه روی قیمت مانور داده شود، قسمت بیشتری کالا یا خدمات مکمل به مشتری داده می‌شود.

به‌عنوان مثال گاهی در آگهی‌ها دیده می‌شود که می‌گویند «۴ تا بخیر تا ۵ ببر»، یا گفته می‌شود «اگر شما این سروسر را بخرید، این خدمات به طور رایگان به شما ارائه می‌شود»، یا «اگر این مجموعه را بخرید این قطعه هم رایگان به شما داده می‌شود». همچنین می‌گویند «با خرید این دستگاه به جای ۱۲ ماه از ۲۰ ماه گارانتی بهره‌مند شوید». اینها همه

شرکت کمک کند. به عبارت دیگر اگر یک شرکت در اثر سیاست تخفیف بتواند دوره گردش کالایش را به‌عنوان مثال از ۳ بار به ۴ بار برساند اینکه سود کمتری بگیرد ولی نرخ گردش انبار افزایش یابد، کاملاً برایش مقرون به صرفه خواهد بود. به عبارت دیگر اگر گردش کالای شرکتی دو مرتبه در سال باشد و برای هر گردش ۱۰درصد سود کند، در پایان سال ۲۰درصد سود می‌کند. اما اگر این سود را به ۵درصد کاهش دهد و در عوض گردش کالا را پنج مرتبه کند، ۲۵درصد در سال سود کرده است، از این رو این کاهش سود برایش مقرون به صرفه خواهد بود.

نکته دوم این است که سیاست تخفیف باید به‌تنگام باشد و همچنین نباید در تمام طول سال پیوسته باشد، زیرا اثر بخشی خود را از دست می‌دهد. معمولاً شرکت‌ها طوری باید تخفیفات را مدیریت کنند که بین فصل‌های پررونق و فصل‌های با رونق کمتر موازنه‌ای برقرار شود که منجر به نوازن در تولید و توزیع شود.

تخفیف دهند، مردم به لحاظ روانی بیشتر برای خرید تمایل نشان می‌دهند. به طور کلی سیاست تخفیف عمدتا برای مدیوم کارآمد است. یعنی در محصولات مصرفی ارزان قیمت مانند ماکارونی، رب و... بیشتر تخفیف حجمی انگیزه مردم را جلب می‌کند و در کالاهایی با سرمایه متوسط مانند میلمان و پوشاک، تخفیفات نقدی بیشتر جوابگو خواهد بود. معمولاً در خرید دارایی‌های دیگر مانند خرید یک منزل مسکونی یا خودرو بحث تخفیف مطرح نیست و مردم سعی می‌کنند با روش‌هایی دیگر کالا را به دست آورند. در واقع اینجا تخصیص بیشتر از تخفیف کارآمد است و دادن تخفیفات افراد را برای خرید آن کالا تحریک نمی‌کند.

تخفیفات نقدی بیشتر جوابگو خواهد بود. معمولاً در خرید دارایی‌های دیگر مانند خرید یک منزل مسکونی یا خودرو بحث تخفیف مطرح نیست و مردم سعی می‌کنند با روش‌هایی دیگر کالا را به دست آورند. در واقع اینجا تخصیص بیشتر از تخفیف کارآمد است و دادن تخفیفات افراد را برای خرید آن کالا تحریک نمی‌کند.

تخفیفات نقدی بیشتر جوابگو خواهد بود. معمولاً در خرید دارایی‌های دیگر مانند خرید یک منزل مسکونی یا خودرو بحث تخفیف مطرح نیست و مردم سعی می‌کنند با روش‌هایی دیگر کالا را به دست آورند. در واقع اینجا تخصیص بیشتر از تخفیف کارآمد است و دادن تخفیفات افراد را برای خرید آن کالا تحریک نمی‌کند.

تخفیفات نقدی بیشتر جوابگو خواهد بود. معمولاً در خرید دارایی‌های دیگر مانند خرید یک منزل مسکونی یا خودرو بحث تخفیف مطرح نیست و مردم سعی می‌کنند با روش‌هایی دیگر کالا را به دست آورند. در واقع اینجا تخصیص بیشتر از تخفیف کارآمد است و دادن تخفیفات افراد را برای خرید آن کالا تحریک نمی‌کند.

تخفیفات نقدی بیشتر جوابگو خواهد بود. معمولاً در خرید دارایی‌های دیگر مانند خرید یک منزل مسکونی یا خودرو بحث تخفیف مطرح نیست و مردم سعی می‌کنند با روش‌هایی دیگر کالا را به دست آورند. در واقع اینجا تخصیص بیشتر از تخفیف کارآمد است و دادن تخفیفات افراد را برای خرید آن کالا تحریک نمی‌کند.

تفاوت است. نخستین اصل در تخفیف سطح حساسیت است. به‌عنوان مثال وقتی یک مشتری وارد یک فروشگاه پوشاک می‌شود انتظار چند درصد تخفیف دارد؟ مطمئنا درصدی که مشتری را تحریک می‌کند بالای ۲۰درصد خواهد بود زیرا تخفیف‌های ۴ یا ۵ درصدی، کسی را نسبت به خرید پوشاک تحریک نمی‌کند.

حالا اگر در صنف طلا فروشی که قیمت طلا مشخص است تنها ۱درصد هم تخفیف دهیم برای مشتری بسیار جذاب خواهد بود زیرا کشتی و حساسیت طلا نسبت به تخفیف بسیار بالاست مقدار آن در نهایت دهم درصد است و حتی به یک درصد هم نمی‌رسد.

بنابراین محدوده تخفیف در بیزنس‌های مختلف فرق دارد و در جایی با ۳۰درصد تخفیف، مخاطب شما تحریک نمی‌شود ولی در جای دیگر با ۲درصد تخفیف می‌گویند حراج کرده است.

نکته دوم این است که مدل کسب‌وکاری شما چیست؟ به عبارت دیگر آیا شما با مشتری نهایی سر و کار دارید یا مشتری واسطه‌ای؟ معمولاً شرکت‌هایی که از مدل کسب‌وکاری B2C استفاده می‌کنند بسیار راحت‌تر می‌توانند سیاست تخفیف را اعمال کنند. و نکته آخر اینکه به سختی کار نیز باید توجه شود. باید دید مردم با توجه به ماهیت کالا و خدمات، تخفیف حجمی را بیشتر می‌پسندند یا تخفیف قیمتی؟

نکته دیگر به‌عنوان مکمل سیاست‌های رقابتی است. یعنی رقبا چه می‌کنند؟ کسانی که در بازار فعال هستند با روش و سیاستی کارشان را انجام می‌دهند؟ شرکت‌ها حتما باید یک چشم‌شان به رقبا باشد و شرکت‌ها به نمایندگان خود تخفیف بیشتری بدهند؟ اتخاذ کنند این استراتژی باید اثرگذار باشد.

آیا تخفیف باعث کمرنگ شدن یک برند می‌شود؟

محمدرضا نظری اظهار کرد: اینکه تخفیفات باعث کمرنگ شدن یک برند در ذهن مشتریان شود به این بستگی دارد که شخص چه حوزه‌ای را انتخاب کرده باشد. به‌عنوان مثال یک برند یا شرکت که حوزه کالا و خدمات لاکچری را انتخاب کرده است، با دادن تخفیف یا کم کردن قیمت آسیب می‌بیند و معمولاً برندهای بزرگ نیز این کار

را انجام نمی‌دهند زیرا آنها فروش محدود با سود بالا برای افراد خاص را در نظر دارند. بنابراین ممکن است از سیاست‌های دیگری برای تحریک بازاریشان استفاده کنند. شرکت‌های متوسط نیز اگر دانشا و به طور مکرر از سیاست تخفیف استفاده کنند اثر بخشی خود را از دست می‌دهند و باید نسبت متعارفی از انواع تخفیفات را به طور متنوع در طول سال اجرا کنند تا اثر بخشی کمتر نشود.

دوره‌های تخفیف

وی افزود: تخفیفات باید مبتنی بر یک مناسبت خاص باشد. ممکن است در یک شرکت یا فروشگاه غرقه‌ای داشته باشیم همیشه تخفیف یا به عبارت دیسکانت سنتر. جایی که همیشه یک سری محصولات را به دلایلی با تخفیف ویژه یا حراج می‌فروشند.

این اشکال ندارد که در فروشگاه شما یک همیشه مبتنی بر یک مناسبت وجود داشته باشد. بیشتر فروشگاه‌های دنیا هم یک سبد یا میزی که مخاطبین مختلف همیشه به آن میز مراجعه کنند دارند. اما غرض از آن، ۳ یا ۴ بار در طول سال با حداکثر دوره‌های دو یا سه هفته‌ای باید وارد تخفیف شد در غیراین صورت تخفیفات آسیب‌رسان خواهد بود.

چیزی که ما به آن توصیه می‌کنیم این است که شرکت‌ها دارای یک نگاه اطلاعاتی یا بانک مشتریان باشند و تخفیف‌های هوشمند بدهند که موجب توسعه وفاداری مشتریان عام شود نه اینکه دالما برای همگان تخفیف بدهند.

شرکت‌ها باید کاری کنند که مشتریان از بابت خریدهای مجدد شامل تخفیف‌هایی شوند که این کار باعث افزایش وفاداری و وابستگی به شرکت شود. بنابراین باید تخفیف را نقطه عطفی کنیم برای جذب و نگهداشت بیشتر مشتریان نه اینکه به‌صورت یک سیاست تبلیغاتی از آن استفاده شود.

وی در پایان گفت: تخفیف یکی از پرتکرارترین و پیش پا افتاده‌ترین سیاست‌های ارزش‌افزینی است. ما چهار سیاست ارزش‌افزایی دیگر هم داریم که شرکت‌ها باید به آن توجه کنند زیرا صرفا تخفیفات نمی‌تواند کارساز باشد.

توسعه خدمات، بهبود کیفیت، توسعه شبکه‌ها، بهره‌گیری از شبکه‌های مجازی، روش‌های نوین کارگاهی و روش‌هایی از این قبیل می‌تواند به سیاست‌های فروش کمک کند.

کارگاه مارکتینگ



انتخاب حرفه‌ای‌ها

حلقه زنجیره بازار و استارت‌آپ

رضا مافی

مستقر بنسره‌نور

با اینکه چند سالی است از ورود واژه «استارت‌آپ» در کشور ما می‌گذرد، به‌تازگی نام آن در محافل سنتی کسب‌وکار شنیده می‌شود و به نظر می‌رسد لایه‌های چندم از مشتاقان خلاقیت و آنها که گوشه چشمی به شانس‌شان موفقیت در روش‌های نوین دارند، کم‌کم به سمت این موج فراگیر کشیده شده‌اند. در عین حال چنین پیشامدی می‌تواند وجوه مثبت فراوانی داشته باشد و حداقل اینکه منابع مالی بیشتری را در تیرس پروژه‌های استارت‌آپی قرار دهد، اما لزوما این بدان معنا نیست که ورود بدنه سنتی‌تر کسب‌وکار به محافل خلاق و کارآفرین همراه با موفقیت و بالندگی خواهد بود. مسلما ورود به عرصه‌های جدید مستلزم تغییر در نگرش خواهد بود و این تغییرات است که می‌تواند به اقتضای زمان و مکان فرآیندی را در انتها به سرمزمل مقصود برساند. در این چند هفته گذشته به‌صورت اتفاقی در جلساتی با حضور افرادی که در سیستم‌های سنتی بازار فعالیت دارند و حالا تمایل به سرمایه‌گذاری در استارت‌آپ دارند، شرکت کردم و گمان می‌کنم بسیاری از آنها حتی با داشتن سرمایه کافی و یک برنامه قابل قبول، مشکل انتخاب افراد، شکل همکاری با آنها و اساسا یافتن متخصصان خلاق را دارند. این یادداشت شامل نکاتی هر چند ناقص و ابتدایی از این جلسات است که آن را به اشتراک می‌گذارم.

در وهله اول ورود به کسب‌وکارهای خلاق نیازمند روحیه متفاوتی است؛ روحیه‌ای که با ریسک‌پذیری بالا و صبوری همراه باشد. از طرفی کسانی که سرمایه‌گذاران استارت‌آپ هستند باید قبول کنند که حداقل اختیار مدیریتی و حتی تصمیم‌گیری در مباحث اجرایی و علی‌الخصوص فنی را دارا هستند و طبیعتا نمی‌توانند در فرآیند اجرا چندان تاثیرگذار باشند. این مطلب به نظر اصلی‌ترین چالش موجود در ورود افراد ناشناخته به این شیوه از کسب‌وکار است که معمولاً با گذشت زمان هر چند عادی‌تر و قابل قبول‌تر می‌شود، اما احتمالا منشاء کشمکش‌ها و اختلافات زیادی خواهد بود. بیش از ۵۵درصد از استارت‌آپ‌ها بیش از چند ماه دوام نمی‌آورند و این نکته‌ای است که باید بسیار به آن توجه کرد. در واقع هر چند راه‌اندازی چنین کسب‌وکارهایی دستورالعمل‌ها و قوانین مخصوص به خود را دارد و اجرای صحیح آنها بسیار تاثیرگذار است، اما اهمیت بیشتر مربوط به حفظ یک کسب‌وکار است و نه صرفا راه‌اندازی آن. از آنجا که استارت‌آپ‌ها اغلب با بودجه محدودی شروع می‌شود، بنابراین تیم مجری باید استراتژی‌های منعطفی را برای اجرا در نظر گیرد و هم‌زمان تمامی مزیت‌های کسب‌وکار را بر پایه خلاقیت برنامه‌ریزی کند، بنابراین افرادی که تصمیم‌گیرندگان اصلی و مدیران کلیدی کسب‌وکارهای خلاق هستند، لزوما باید از افراد خلاق باشند تا بتوانند جریان نوآوری را در سیستم جاری سازند. دنیای کسب‌وکار دیگر به‌صورت لحظه‌ای در حال تغییر است. در واقع چالش بعدی شناخت این‌گونه افراد است. مدارس اکادمیک کسب‌وکار، حتی آنها که بین‌المللی هستند، دیگر توان به‌روزرسانی همه مباحث و تجربیات را ندارند. ایستادگی در برابر نوسانات مختلف، عدم ثبات کافی و پیچیدگی‌ها همگی نیازمند خلاقیت است، بنابراین حضور افراد خلاق نقش مهمی در موفقیت برای ادامه کار خواهد داشت. نکته‌ای که در اینجا برای سرمایه‌گذاران و حتی گاهی برای صاحبان استارت‌آپ اهمیت می‌یابد، مراجعه به محلی برای یافتن این‌گونه افراد است. به نظر می‌رسد برای یافتن چنین افرادی باید به جایی سفر کنید که احتمال وجود خلاقیت در آن محل بیشتر باشد! بنابراین موسسات کارایی خلاق می‌توانند هدف باشند. این موسسات کانون‌های معمول کارایی نیستند بلکه با استفاده از درجه‌بندی و غربال‌گری مناسب افراد خلاق را تشخیص داده و جدا می‌کنند. طبیعتا خلاقیت کمتر وابسته به میزان تحصیلات یا مثلا دانش زبان انگلیسی است و اصولا تحلیل‌های رزومه‌ای برای این‌گونه افراد چندان به چشم نمی‌آید. بنابراین انتخاب آنها نیازمند چشمان تیزبین و تخصص بیشتر است که در کانون‌های حرفه‌ای قابل جست‌وجو است. مقصد بعدی بسیاری از افراد حرفه‌ای و در عین حال خلاق، اینترنت است. در اینترنت و در گروه‌های مختلف کاری بعضا متخصصان حرفه‌ای یافت می‌شوند که تحت عنوان freelance مبادرت به کارایی می‌کنند و می‌توان از آنها استفاده کرد. مطمئنا این افراد دارای مزیت‌های منحصربه‌فردی همچون هزینه‌های کمتر، سطح بالاتری از بهره‌وری، انعطاف بیشتر و مهارت‌های خاص هستند که به‌کار شما می‌آید. ایستگاه بعدی افراد خلاق شبکه‌های اجتماعی است. از ۳ میلیارد نفری که هر روز در اینترنت در حال جست‌وجو هستند، حداقل دو میلیارد نفر از شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. با ایجاد یک صفحه، کانال یا گروه در یکی از شبکه‌های اجتماعی که گمان می‌کنید مخاطب بیشتری برای شما و کسب‌وکار شما دارد، می‌توانید با متخصصان مرتبط دعوت به همکاری کنید. اما با تمام این روش‌ها و تقابسه‌یر، اگر بخواهید حرفه‌ای‌تر عمل کنید بهتر است از قدیمی‌ترها و ارگان‌هایی همچون انجمن‌ها برای راهنمایی بیشتر کمک بگیرید. این انجمن‌ها می‌توانند بهترین افرادی را که اصطلاحا امتحان خود را پس داده‌اند به شما معرفی کنند. به هر صورت چیزی که واضح است صلاح بر عدم ورود شما به مباحث اجرایی و مدیریتی و ایجاد سیستمی برای اجرای صحیح کارهاست. اگر همه چیز با این دیدگاه پیش رود، حقیقتا ورود افراد بدنه بازار به استارت‌آپ می‌تواند تمرینبخش و هیجان انگیز باشد، در غیر این صورت مسلما تبعات نامناسبی همچون اسراف در سرمایه و زمان را به‌همراه خواهد داشت.



یوتیوب به پدیده آنلاین عصر حاضر تبدیل شده است که به مردم اجازه می‌دهد تا هر کلیپی را که مخالف قوانین نباشد (دارای محتوای جنسی، سوء استفاده و آزار حیوانات، شوک‌های عصبی، تکیسور محتوای آرسالی بدون رضایت صاحب ویدئو، نفرت پراکنی، هرزنامه، رفتارهای ناهنجار و غارتگری) به اشتراک گذارند.

یوتیوب معروف‌ترین وبگاه بارگذاری و تماشای ویدئو سومین وبگاه پرطرفدار دنیا پس از گوگل و فیس‌بوک است که در ابتدا امکان بارگذاری ویدئوهای طولانی مدت وجود داشت اما به علت کپی غیرمجاز از برنامه‌ها و فیلم‌های متعدد به حداکثر ۱۵ دقیقه کاهش یافت. میل به دیده شدن و به اشتراک‌گذاری لحظات و توانایی‌ها باعث شده تا یوتیوب مجموعه‌ای کامل از انواع مختلف فایل‌های تصویری از سرتاسر جهان باشد.

اگرچه تبلیغات مستقیم و استفاده تجاری از یوتیوب ممنوع است اما هیچ مانعی وجود ندارد تا به کمک آن نتوان مدیریت روابط عمومی خود را سازماندهی کنیم.

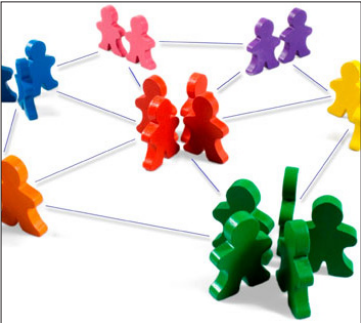
ایده

هنرمند اهل کالیفرنیا، آلتینا تصمیم به گسترش گالری خود گرفت، در واقع او فرصتی برای در معرض نمایش قرار دادن هنر و توانایی‌هایش لازم داشت تا به این شکل بتواند به جایگاه مدنظر خود برسد. در همین راستا وی اقدام به فیلمبرداری از خود در حین کار کرد. اگرچه در سهماء اول این ویدئوها با استقبال خوبی مواجه نشد اما او هر یکشنبه یک ویدئو جدید ارسال می‌کرد و همین پشتکار وی باعث شد کانال وی در کمتر از یک‌سال با خیل عظیمی از بازدیدکنندگان مواجه شود.

در واقع او در حال حاضر بازدیدکنندگان میلیونی از سراسر جهان دارد و اگرچه تمامی بازدیدکنندگان ویدئوهای آموزشی او به مشتریان تبدیل نمی‌شوند اما همین کار که فعالیتی مثبت در زمینه مدیریت روابط عمومی محسوب می‌شود باعث شده وی به شهرتی جهانی برسد و از جایگاه هنرمندی تازه‌کار به هنرمندی نام آشنا و پرطرفدار و در نهایت به واسطه دیده شدن نمونه کارهایش به هنرمندی قابل اعتماد تبدیل شود.

آیامی‌دانستید

بازاریابی خاص



آیا می‌دانستید بازاریابی خاص که بازاریابی شخصی و گاهی اوقات بازاریابی نفر به نفر خوانده می‌شود تفاوت زیادی با متفاوت‌سازی محصول دارد؟ چرا که متفاوت‌سازی محصول تلاش می‌کند محصولات خود را متفاوت از آنچه رقیباً تولید می‌کند ساخته و به بازار عرضه کند اما بازاریابی خاص سعی می‌کند کالای واحدی را به هر یک از مشتریان ارائه کند.

بازاریابی خاص برای رسانه‌هایی همچون اینترنت بسیار کاربردی است. یک وب‌سایت می‌تواند علاقه‌مندی‌های شما را ردیابی کند و برای آینده پیشنهاد خاصی را به شما ارائه دهد.

سایت‌های زیادی هستند که به مشتریان خود این امکان را می‌دهند که براساس اطلاعات سازمان‌دهی شده و اولویت‌های لحاظ شده برای هر شخص کالای مورد نظر خود را انتخاب کنند. به طور مثال وقتی شما از آمازون کتابی خریداری کنید این وب‌سایت در زمان‌های معین لیستی از موضوعات مشابه و مورد علاقه شما را در اختیارتان قرار می‌دهد.

مدیریت امروز

چطور یک عضو خانواده را از یک کسب‌وکار خانوادگی اخراج کنیم

اخراج یک عضو خانواده از یک کسب‌وکار خانوادگی ممکن است یکی از بزرگ‌ترین چالش‌هایی باشد که یک کسب‌وکار خانوادگی ممکن است با آن مواجه شود و در واقع هیچ راه‌حل جادویی برای رهایی یافتن از صدمات عاطفی، ناراحتی و... وجود ندارد.

آن دسته از افرادی که پیش از این چنین تجربه‌ای را داشته‌اند، به‌خوبی می‌توانند از اثرات کوتاه‌مدت و بلندمدت آن بر خانواده خود صحبت کنند. در واقع می‌توان گفت این موقعیتی بسیار پیچیده و سخت است. من این اطلاعات را نه فقط از نوشتن و خواندن مطالب مختلف در این رابطه به دست آورده‌ام، بلکه تجربه دست اول از آن را در سن ۲۲ سالگی داشتم، در این سال به‌طور ناگهانی وارث سهم پدرم از مزرعه خانوادگی شدم و پس از آن تجربه مدیریت در کسب‌وکار خانگی مختلف را داشتم.

راهکارهای پیشگیرانه

استخدام: مشکلات جدی در عرصه عملکرد یک کسب‌وکار همواره زمانی رخ می‌نماید که اعضای خانواده برای سمت‌ها و مشاغلی استخدام شوند که هیچگونه مهارتی در آنها ندارند. شاید این روش استخدام برای یک پدر یا مادر تنها به صرف این موضوع که فرزند آنها در تلاش برای پیدا کردن یک شغل است، والدین او انتظار حد معینی از درآمد برای وی را دارند یا اینکه آن والدین انتظار دارند که فرزندشان در نزدیکی آنها زندگی کند، بهترین ایده و راه‌حل ممکن نباشد.

استخدام کردن فردی به این دلایل موجب صدمه زدن به آن کسب‌وکار بوده و به‌طور بالقوه استعداد ایجاد هرگونه تعارض در سازمان را دارد. آیا واقعا دوست دارید زمانی که دختر یا پسر شما در جایگاه استخدام شده به دست و پا زدن می‌افتد وی را از آنجا اخراج کنید؟ پس اعضای خانواده خود را تنها به دلیل شایستگی و آمادگی آنها برای ایفای نقش در جایگاهی که سازمان به آن نیاز دارد، استخدام کنید.

انتظارات: به منظور جوابگو بودن و مسئول دانستن یک نفر نسبت به اعمالش، باید مجموعه‌ای از انتظارات کاملاً مشخص را برای وی تعیین کنید، اغلب کسب‌وکارهای خانوادگی برای عدم وجود انتظارات شفاف و مشخص در آنها معروف هستند، بنابراین انتظاراتی را تعیین کنید و برای کسب نتایج مورد انتظار آنها را به اطلاع کارکنان و اعضای شرکت برسانید. هر قدر این انتظارات مشخص‌تر باشند ارزیابی کردن عملکرد یک نفر نسبت به آن انتظارات آسان‌تر است.



بازخورد: یکی از معمول‌ترین شکایه‌ها از طرف جانشینان کسب‌وکارهای خانوادگی این است که هرگز در کار خود بازخورد بی‌طرف از بنیان‌گذاران اولیه کسب‌وکار دریافت نمی‌کنند. اخراج کردن کسی که عملکرد هرگز یک بازخورد مناسب نیست به کارهای خودش (یا فرصتی برای پاسخ دادن به بازخورد) دریافت نکرده است، احساسی ناشی از بی‌عدالتی به آنها می‌دهد.

در زمان ارائه بازخورد، بر عملکرد فرد تمرکز کنید و تنها به اطلاعات بی‌طرف توجه داشته باشید. برای اعضای بزرگ‌تر و ارشد خانواده، نظرات افرادی از اعضای هیات علمی را به جزء اعضای خانواده نیستند از نظر بگیرید، چرا که آنها بیشتر از هر شخص دیگری قادر به بررسی موضوع به‌صورت بی‌طرف هستند.

راهکارهایی برای کمک به شما طی این فرآیند: - آن را بی‌اهمیت جلوه ندهید، به هر حال تصمیم به اخراج یکی از اعضای خانواده گرفته‌اید. مطمئن باشید حتماً پیش از این بازخورد بی‌طرف به وی ارائه کرده‌اید و شاهد هیچ تغییر در میزان عملکرد وی نبوده‌اید، یا اینکه حتی رفتار و اعمال وی شما را مجبور به اتخاذ چنین تصمیمی کرده است. این موقعیت را بی‌اهمیت در نظر نگیرید. اخراج کردن یکی از اعضای خانواده همانند اخراج کردن یکی از کارکنان عادی و غیرفامیل نیست، توجه داشته باشید که اخراج چنین فردی در روابط کوتاه‌مدت و بلندمدت شما تأثیر بسیار زیادی می‌گذارد.

- در رابطه با عملکرد و روابط خانوادگی صحبت کنید: با فردی که در شرف اخراج شدن است به‌صورت روشن صحبت کنید و به او بگویید که خانواده همچنان وی را صمیمانه دوست دارد و نگران وی است، اما همچنان برایش توضیح دهید که عملکرد وی میزان انتظارات این کسب‌وکار را برآورده نمی‌کند و باز هم به آنها تاکید داشته باشید که «ما باید در کنار هم تلاش کنیم تا شغلی را پیدا کنیم که برآورده ساختن انتظارات موفق باشی!» - به آنها برای دستیابی به موفقیت کمک کنید: زمانی که یکی از اعضای خانواده اخراج شد، ارتباط خود را با وی به‌طور کامل قطع نکنید. حفظ و عمومی، بازآرایی و... اکثنی در شبکه‌های اجتماعی ایجاد شده است اما پیاده کردن این‌گونه ایده‌ها در داخل سازمان‌های ایرانی هنوز می‌تواند تازگی داشته باشد و سازمان‌ها با برنامه‌ریزی‌های خلاقانه می‌توانند تعامل مناسبی را با مخاطبان برقرار کنند. از طرفی مدیران سازمان، واحد روابط عمومی، بازآرایی و... باید در رسانه‌های اجتماعی حضور فعال‌اند‌ای داشته باشند تا از این طریق بتوانند کمپین‌های مناسبی را در شبکه‌های اجتماعی راه‌اندازی کنند. قطعاً هنگامی که مدیران، واحد روابط عمومی، بازآرایی و... اکثنی در شبکه‌های اجتماعی نداشته باشند و با فضای این‌گونه رسانه‌ها آشنا نباشند، نمی‌توانند کمپین‌های خلاقانه‌ای را در شبکه‌های اجتماعی برنامه‌ریزی کنند.

منبع: www.ibazaryabi.com

برای مطالعه ۴۸۰ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت forsatnet.ir مراجعه و روی همین بخش کلیک کنید.

پرسش: به‌تازگی وب‌سایت فروشگاه‌ی را در حوزه زیورآلات راه‌اندازی کرده‌ام و طراحی جذابی را برای این وب‌سایت در نظر گرفته‌ام اما با اینکه یک ماه از راه‌اندازی این فروشگاه گذشته، با استقبال مناسبی از جانب مخاطبان مواجه نشده‌ام. از نظر شما چه اقدامات و مواردی در این وب‌سایت باید لحاظ شود تا از این طریق بتوان به مشتریان بیشتری دست پیدا کرد؟

کلینیک کسب‌وکار

فروشگاه اینترنتی زیورآلات

پاسخ کارشناس: در وب‌سایت‌های فروشگاه‌ی باید به موارد بسیار زیادی توجه داشت؛ به‌عنوان نمونه نخستین موضوع، سرمایه‌گذاری در موتورهای جست‌وجو است که باید وب‌سایت شما در این راستا به‌صورت بهینه طراحی شود و برای موتور جست‌وجوگری مانند گوگل شناخته شده باشد.

یکی از مواردی که در وب‌سایت فروشگاه‌ی باید به

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

گزارش «فرصت امروز» از یک مسابقه جذاب درون‌سازمانی

شوخی دابسمشی با مدیر



امیر کاکیایی

a9631m@gmail.com

برقراری ارتباط مناسب مدیران با کارمندان همواره با چالش‌های جدی در سازمان‌های ایرانی همراه است. در برخی از سازمان‌ها تا اندازه‌ای این ارتباط رسمی و خشک است که کارمندان از صدای پای مدیران خود نیز هراسانند. در راستای بهبود این فضا چندی پیش یکی از سازمان‌های ایرانی طی فراخوانی از کارمندان خود خواست تا دابسمشی را در مورد مدیر سازمان بسازند و از این طریق سر شوخی را با او باز کنند. در این فراخوان، بهترین دابسمش براساس معیارهای موردنظر سازمان انتخاب شد و این موضوع در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک گذاشته شد و واکنش‌های فراوانی را در میان مخاطبان این شرکت ایجاد کرد. در چند سال گذشته استفاده از رسانه‌های اجتماعی، فرستی را پیش روی سازمان‌های ایرانی قرار داده تا بتوانند ارتباط و تعامل اثربخشی را با مخاطبان برقرار کنند. سازمان‌های ایرانی براساس استراتژی‌های کلان، برنامه‌ریزی‌هایی را در خصوص حضور در شبکه‌های اجتماعی اتخاذ می‌کنند. ساخت دابسمش و اشتراک آن در شبکه‌های اجتماعی، اگرچه نمی‌تواند به‌عنوان یک فعالیت بازاریابی و تبلیغاتی همه‌گیر تلقی شود اما نتایجش این را دارد که تصویر مثبتی از سازمان در ذهن مخاطبان ایجاد کند. اینکه سازمان‌های ایرانی از ساخت دابسمش چه استفاده‌هایی می‌کنند و تا چه اندازه خلاقیت در این زمینه می‌تواند مثر و واقع شود، بهانه‌ای شد تا «فرصت امروز» سراغ ابراهیم اسکندری‌پور، متخصص رسانه‌های اجتماعی بروم.

ابراهیم اسکندری‌پور در گفت‌وگو با «فرصت امروز» می‌گوید: به‌صورت کلی رسانه‌های اجتماعی دارای ماهیتی هستند که شفافیت و رودرو بودن با مخاطبان بخشی از آن است. این در حالی است که در تبلیغات رسمیت بالا است و سازمان‌ها در تلاش هستند از طریق تبلیغات خود را به‌خوبی معرفی کنند، اما در رسانه‌های

اجتماعی، سازمان‌ها بخش دیگری از خود را به مخاطبان معرفی و ارتباط صمیمی‌تری را با آنها برقرار می‌کنند؛ به‌عبارت‌دیگر در کامنت‌های رسانه‌های اجتماعی، مخاطبان تمایل دارند به اسم کوچک و همراه کنند، سخت‌تر است که مشتریان و افراد بیرون سازمانی را با برند همراه کنند. از طرفی حضور کارمندان سازمان در رسانه‌های اجتماعی، باعث تولید محتواهای مختلفی می‌شود که این موضوع برد رسانه‌ای را برای سازمان به همراه دارد. البته باید از طریق چارچوب‌های مناسب، کارمندان را تشویع کرد که چگونه در شبکه‌های اجتماعی حضور پیدا کنند تا بتوانند تصویر مناسبی از سازمان را به مخاطبان انتقال دهند.

انتقال تصویر مثبت برنده به مخاطبان

او بیان می‌کند: به تازگی در یکی از سازمان‌های ایرانی، از کارمندان خواسته شده

رسانه‌های اجتماعی این امکان را به مخاطبان می‌دهد که سازمان‌های بزرگ را به خوبی درک کنند و تصویر مناسبی از آن داشته باشند. به‌صورت کلی این رسانه‌های اجتماعی به مخاطبان بیرونی، سبک زندگی کارمندان را نشان می‌دهند و آنها می‌توانند به خوبی ارتباط مناسبی را با سازمان و کارمندان آن برقرار کنند. از طرفی رسانه‌های اجتماعی می‌توانند فرهنگ سازمانی را به مخاطبان بیرونی نشان دهند

بود تا دابسمشی را درباره مدیر خودشان بسازند؛ این در حالی بود که در این سازمان، کارمندان روابط رسمی با مدیر داشتند و شخصیت مدیر در این سازمان به‌گونه‌ای بود که کارمندان همواره روابط خشکی را با مدیر برقرار می‌کردند. در این سازمان طبق فراخوانی کارمندان دابسمش‌هایی را تولید کردند و بهترین صال است که معمولاً مطالب طنزی درباره کارمندان روزنامه نوشته می‌شود؛ این موضوع نیز می‌تواند تصویر مناسبی از سازمان به مخاطبان ارائه دهد و حسن کنشندی را بین خوانندگان ایجاد کند.

مخاطبان عام خیلی تأثیرگذار نیست؛ چون معمولاً این‌گونه اقدامات Engagement یا درگیری زیادی بین مخاطبان و برند ایجاد نمی‌کند. از طرفی این‌گونه اقدامات به مسائلی اشاره دارد که خود کارمندان سازمان بیشتر با آن درگیر هستند و ارتباط با آن برقرار کرده‌اند. اجرای خلاقانه این‌گونه اقدامات باید برنامه‌ریزی شده‌تر انجام شود و سازمان‌ها با مدیریت بیشتری سراغ پیاده‌سازی این اقدامات بروند.

ایجاد حس کنجکاوی در مخاطبان

اسکندری‌پور ادامه می‌دهد: ساخت دابسمش در داخل سازمان اگر از هشتک مناسبی استفاده شود و کارمندان سازمان آن را به خوبی در صفحه‌های شخصی خود منتشر کنند، مخاطبان بیشتری با سازمان ارتباط برقرار می‌کنند و این موضوع می‌تواند در تعامل سازمان با مخاطبان مثرتر واقع شود. از طرفی این موضوع می‌تواند کنجکاوی مخاطبان را برانگیزاند و آنها برای کسب اطلاعات بیشتر از سازمان، به عکس‌های پروفایل مدیر سازمان یا دیگر اعضای سازمان مراجعه کنند. در این میان این کنجکاوی از طرفی رسانه‌های اجتماعی می‌تواند در جهت مثبت تلقی می‌شود که خود سازمان به مخاطبان اظهار نکرده است کنجکاو شوند و اقداماتی را انجام دهند بلکه مجموعه اقدامات انجام شده باعث ایجاد حس کنجکاوی در مخاطبان شده است.

این متخصص رسانه‌های اجتماعی می‌افزاید: یکی دیگر از اقداماتی که سازمان‌ها در راستای این موضوع انجام می‌دهند، به‌عنوان نمونه صال است که معمولاً مطالب طنزی درباره کارمندان روزنامه نوشته می‌شود؛ این موضوع نیز می‌تواند تصویر مناسبی از سازمان به مخاطبان ارائه دهد و حسن کنشندی را بین خوانندگان ایجاد کند.



حال و هوای رمضان در فضای گالری‌ها و مراکز فرهنگی تهران

این روزها گالری‌ها و مراکز فرهنگی تهران حال و هوای ماه مبارک رمضان را به خود گرفته و میزبان نمایشگاه‌های متنوعی از هنرهای تجسمی با موضوعات مذهبی و قرآنی شده‌اند. به گزارش ایرنا، گالری‌ها و مراکز فرهنگی تهران در طول ماه مبارک رمضان و گرم‌ترین روزهای سال همچنان فعال هستند و نمایشگاه‌های مختلفی را میزبانی می‌کنند تا دوستداران به هنر به خصوص هنر قرآنی و خوشنویسی از آثار این حوزه بهره‌مند شوند.

نمایشگاه خوشنویسی در سایه سار قرآن
نمایشگاه «خوشنویسی در سایه سار قرآن» به مناسبت ماه مبارک رمضان با ارائه ۳۲ اثر از استادان خوشنویسی در نگارستان شهر برپا شد. در این نمایشگاه که به مناسبت ماه مبارک رمضان و با هدف ارائه آثار فاخر خوشنویسی با مضامین آیات قرآنی و اشعاری در مورد حضرت علی (ع) و معرفی آنها دایر شده است، ۳۲ اثر از هنرمندانی همچون بهادر پگاه، محمدعلی فراستی، پگاه قزوینی، ابوالفضل خزایی، عبدالله قهرمان، علیرضا کدخدایی، احمد پیله‌چی، هادی سیدخانی، پیمان سادات‌نژاد، احمد قائم‌مقامی و خدیجه فلاحی به نمایش درمی‌آید. این نمایشگاه از ۲۷ خرداد تا دوم تیرماه همه روزه از ساعت ۱۸ تا ۲۲ برپا است. علاقه‌مندان برای بازدید از این نمایشگاه می‌توانند به نگارستان شهر در بوستان گفت‌وگو مراجعه کنند.

نمایشگاه خوشنویسی آیات نور در خانه هنرمندان

نمایشگاه آثار خوشنویسی غلامرضا راه پیمبا با عنوان «آیات نور» در نگارخانه تابستان خانه هنرمندان ایران برپا شده است. در این نمایشگاه بیش از ۴۰ اثر با مضمون آیات و احادیث قرآنی به نمایش گذاشته شده و از ۲۳ خرداد تا سوم تیرماه میزبان علاقه‌مندان است. همچنین نمایشگاه آثار نقاشی و عکس مجموعه‌ای از هنرمندان شناخته شده ایرانی به همت غلامحسین تنها از روز جمعه ۲۱ خردادماه در نگارخانه هنرمیران خانه هنرمندان ایران برپا شده است. در این نمایشگاه ۴۰ اثر از هنرمندان نامی ایران به نمایش گذاشته شده است.

نمایشگاه ربنا در باغ هنر ایرانی
نمایشگاه «ربنا» با نمایش ۴۰ تابلو از آثار خوشنویسی و نقاشی‌خط، توسط هنرمندان شاخص که اغلب آنها مزین به اسماء‌الحسنی هستند، روز ۲۷ خردادماه در باغ هنر ایرانی افتتاح شد. آثار به نمایش درآمده در این نمایشگاه مربوط به هنرمندانی همچون احمد آریانش، غلامحسین امیرخانی، محمد احصابی، سالار احمدیان، نصرالله افجه‌ای، محمد بزرگی، امید خاکباز، خیکسرو خورش، محسن دایی‌نی، طاهای بهبهانی، جلیل رسولی، روشن ضمیر، زنده‌رودی، علیرضا سعادت‌مند، کرمعلی شیرازی، اسرافیل شیرچی، عین‌الدین صادق‌زاده، مهدی فلاح، محمد فلسفی، محمد محمدپور و سعید نقاشیان است. علاقه‌مندان برای بازدید از این نمایشگاه می‌توانند از ساعت ۱۸:۳۰ تا ۲۳ همه روزه تا ۱۱ تیرماه به باغ موزه هنر ایرانی مراجعه کنند.

نمایشگاه نغمه‌های ربانی در نیاوران
نمایشگاه «نغمه‌های ربانی» با آثار خوشنویسی احمد قائم‌مقامی، محمدکاظم سیدخانی و علی دربان رضوی و نمایش ۳۰ اثر به سبک نستعلیق در فرهنگسرای نیاوران برپا می‌شود. آثار این هنرمندان برای نخستین بار در یک مجموعه با سبک‌های نستعلیق معاصر، کتیبه، چلیپا و قطعه نویسی به نمایش درمی‌آید. نمایشگاه خوشنویسی نغمه‌های ربانی ۲۸ خردادماه افتتاح و تا ششم تیرماه همه روزه از ساعت ۱۰ تا ۲۱ و در روزهای تعطیل از ساعت ۱۴ تا ۲۱، پذیرای علاقه‌مندان به هنر است.

رمضان از نگاهی دیگر در عکسخانه شهر
نمایشگاه «رمضان، نگاهی دیگر» شامل ۲۵ قطعه از عکس‌های ژوزف پولروس، هنرمند اتریشی در موزه عکسخانه شهر برپا است. سال گذشته ژوزف پولروس عکاس اتریشی در ایام ماه مبارک رمضان سفری به ایران داشت و در سفر به شهرهای مختلف و مواجهه با رسوم مذهبی در این ماه اقدام به عکاسی از حال و هوای ماه رمضان کرد. امسال این هنرمند بار دیگر در این ایام به ایران سفر کرده است و مجموعه‌ای از عکس‌های مربوط به ماه رمضان سال گذشته‌اش را برای نمایش در اختیار موزه عکسخانه شهر قرار داده است. این نمایشگاه برای عموم علاقه‌مندان برپاست و تا سوم تیرماه نیز به کار خود ادامه می‌دهد. علاقه‌مندان برای دیدن این نمایشگاه می‌توانند هر روز از ساعت ۹ تا ۱۶ به موزه عکسخانه شهر در میدان بوستان بهار شیراز مراجعه کنند.

نمایشگاه خوشنویسی سر نی در موسسه فرهنگی هنری صبا

نمایشگاه آثار خوشنویسی منوچهر نورحشرت در نمایشگاهی با عنوان «سر نی» به مناسبت فرارسیدن ماه مبارک رمضان برپا شد. در این نمایشگاه از ۸۰ اثر قالب کتاب‌های قرآنی نوح سرشت در سال‌های اخیر رونمایی شد. علاقه‌مندان برای دیدن آثار این نمایشگاه می‌توانند به نگارخانه خیال موسسه فرهنگی هنری صبا مراجعه کنند.

نمایشگاه خوشنویسی کلک مسیحاح
موزه هنرهای معاصر فلسطین همزمان با ماه مبارک رمضان، میزبان نمایشگاهی شامل خوشنویسی‌های قرآنی با عنوان «کلک مسیحاح» است. کلک مسیحاح مجموعه‌ای بیش از ۶۰ اثر خوشنویسی است که آثاری را در دو گرایش سیاه‌مشق و قطعه‌نویسی و غالباً نستعلیق و شکسته به نمایش می‌گذارد. این نمایشگاه تا ۱۵ تیرماه در موزه هنرهای فلسطین وابسته به فرهنگستان هنر میزبان علاقه‌مندان است.

علی علمی

صنایع دستی به‌عنوان بخشی از میراث فرهنگی هر کشوری به شمار می‌رود. نقش و اهمیت صنایع دستی به‌عنوان هنری تاریخی، ماندگار و قابل احترام، بومی و اصیل با جنبه‌های قوی کاربردی از جهات هنری، فرهنگی، اقتصادی، اجتماعی و حتی سیاسی بر همگان و به‌ویژه محققان و پژوهشگران این حوزه آشکار است. امروزه تولید و عرضه صنایع دستی در دستور کار صنعتگران و فعالان این بخش از هنرهای تجسمی و فرهنگی قرار دارد و تلاش می‌شود اهمیت و مقبولیت آن بیش از گذشته، اعلام و بازگو شود. هنرهای ملی ایران که در هر گوشه از این سرزمین کهن تجلی یافته‌اند، همگی بازتاب ذوق سرشار، اندیشه خلاق و روح زیبایی‌دوستی هنرمندان پرمایه و بی‌ادعا هستند که فارغ از قیل و قال‌ها سر در گریبان، به خلق هنر مبادرت ورزیده‌اند و طی سالیان متمادی، چه در دوران رونق و شکوفایی و چه در دوره‌های رکود، هنگامی که با توسعه صنعت گردشگری همراه بوده سهم شایسته و درخور توجهی در اقتصاد کشور و معرفی هنرهای ناب و خالص ایرانی و در نهایت زندگی اقتصادی و حیات فرهنگی ما داشته‌اند. تمامی متولیان امور فرهنگی در سراسر جهان به تأثیر متقابل صنایع دستی و صنعت گردشگری اعتقاد دارند، چرا که در عمل و تجربه دریافته‌اند که هنرهای دستی یکی از عوامل بسیار مؤثر در جلب و جذب گردشگر در تمامی گرایش‌های ملی، منطقه‌ای و داخلی است. تشکیلات صنایع دستی و گردشگری در بسیاری از کشورها در رابطه‌ای هماهنگ و منسجم، با هم فعال هستند که خوشبختانه در کشور ما نیز ظرف چند سال اخیر گام‌های مثبتی در این زمینه برداشته شده است. استان گیلان یکی از مناطق مستعد و ویژه گردشگری و تولید صنایع دستی در کشور به حساب می‌آید که بیش از ۸۰ رشته از صنایع دستی بومی و محلی در این استان شمالی رواج دارد. گیلان پتانسیل بالایی در این حوزه دارد و همواره به‌عنوان یکی از قطب‌های تولید و عرضه صنایع دستی در کشور مطرح بوده است. به همین منظور با سلمان شاه‌محمدی، معاون صنایع دستی و هنرهای سنتی استان گیلان، درباره وضعیت تولیدات و ساخته‌های دستی این ناحیه سرسبز و خوش آب‌وهوا به گفت‌وگو پرداخته‌ایم.

۸۰ رشته صنایع دستی بومی و محلی در گیلان

شاه‌محمدی درباره وضعیت رشته‌های موجود در استان گیلان می‌گوید: ۸۰ رشته صنایع دستی بومی در سطح استان فعال است که زمینه‌های مختلفی مانند گلیم، حصیر، سفالگری، پوشاک سنتی، مرواریدی، بامبو، کارهای چوبی مثل منبت‌کاری و معرق‌کاری را شامل می‌شود. تعداد ۲۰ هزار هنرمند در سطح استان داریم که به فعالیت در بخش‌های مختلف صنایع دستی اشتغال دارند. ۸۰ درصد از این افراد را خانم‌ها تشکیل می‌دهند که نقش مهمی در پیشبرد و اجرایی شدن روش‌های سنتی به عهده دارند. وی از سن

و سال شاغلان این هنرمندان گفت: از همه قشرها در موارد مختلف صنایع دستی فعالیت می‌کنند، ولی غالباً اکثریت با زنان و گروه سنی میانسال است. شاه‌محمدی در مورد تولیدات این استان و عرضه آنها در سایر مناطق می‌افزاید: اقلام تولیدی بیشتر به شهرهای تهران، شیراز، تبریز، مشهد و سایر نقاط دور و نزدیک ارسال می‌شود. ضمن اینکه صنایع دستی گیلان آوازه جهانی پیدا کرده و خارج از مرزها طالب دارد. شاه‌محمدی دراین باره می‌گوید: کشورهای حاشیه دریای خزر از مشتریان همیشگی ما هستند و برخی از تولیدات دستی استان به کشورهای اروپایی مثل آلمان، هلند و لوکزامبورگ هم صادر شده است. وی در ادامه می‌گوید: در سال ۱۳۹۴ میزان صادرات رسمی و چمدانی استان ۱/۱ میلیون دلار بوده که ۵۵۰هزار دلار آن در گمرک به ثبت رسیده و مابقی به صورت صادرات چمدانی و فردی بوده است. صنایع اقلام صادراتی گلیم، مروار، سازه‌های سفالی و چوبی بوده است. فقط در گلیم بالای ۳ هزار مترمربع، سال گذشته صادرات داشته‌ایم.

قاسم‌آباد دهکده صنایع دستی می‌شود
در استان گیلان صنایع دستی و هنری زیادی کار می‌شود که برخی از آنها به‌طور اختصاصی به نام گیلان سند خورده است. مثل رشتنی‌دوزی که قلاب‌بافی با ابریشم روی انواع پارچه است، مرواریدی که بافت الیاف مخصوص با چوب‌های ترک‌های

است و انواع گلیم و زیرانداز که چهار مورد از دست‌سازهای بومی این منطقه ثبت معنوی شده‌اند. ۶۵ محصول هم نشان مرغوبیت ملی دارند که خود سازمان میراث فرهنگی صادر می‌کند و همچنین هفت اثر که مهر اصالت از یونسکو را گرفته‌اند. معاون صنایع دستی و هنرهای سنتی استان گیلان در مورد

۸۰ رشته صنایع دستی بومی در سطح استان فعال است که زمینه‌های مختلفی مانند گلیم، حصیر، سفالگری، پوشاک سنتی، مرواریدی، بامبو، کارهای چوبی مثل منبت‌کاری و معرق‌کاری را شامل می‌شود. تعداد ۲۰ هزار هنرمند در سطح استان داریم که به فعالیت در بخش‌های مختلف صنایع دستی اشتغال دارند



البسه محلی این ناحیه می‌گوید: لباس‌های محلی و سنتی این استان از تنوع فراوانی برخوردار است و یکی از فعالیت‌های عمده صنایع دستی در همین زمینه است. این البسه بیشتر شامل لباس‌های تالش، دیلمانی و قاسم‌آبادی می‌شوند، که علاوه بر مرغوبیت بسیار زیبا هستند و خواهان زیادی دارند. ضمن اینکه از سوی سازمان میراث فرهنگی استان، روستای قاسم‌آباد به‌عنوان دهکده صنایع دستی اعلام شده و قرار است در یک پروژه دوساله سازماندهی و پس از طی مراحل و تشریفات قانونی، عملیاتی شود. وی درباره وضعیت برگزاری نمایشگاه‌های صنایع دستی استان می‌گوید: چهار نمایشگاه دائمی در سطح استان داریم



در گفت‌وگو با معاونت صنایع دستی استان گیلان مطرح شد

اروپا مشتری هنرهای بومی گیلان



و مقرر شده است که نخستین نمایشگاه ملی گیلان اواخر مرداد راهدان‌داری و برگزار شود. سال گذشته در ۲۷ نمایشگاه استانی حضور پیدا کردیم و در دو مورد آن در سال‌های ۹۳ و ۹۴ در کل کشور حائز رتبه اول شدیم. این را هم اضافه کنم که در سال ۱۳۹۴ سه نمایشگاه بین‌المللی هم در فلورانس ایتالیا، مونیخ آلمان و کویت داشتیم که طبق برنامه‌ریزی‌های صورت گرفته، دو یا سه مورد هم در سال جاری شرکت خواهیم داشت و ممکن است تعداد نمایشگاه‌های خارجی از این هم بیشتر باشد.

آموزش، اشتغال‌زایی، صادرات

طی دو، سه سال اخیر توجه ویژه‌ای از سوی دولت به مقوله صنایع دستی شده و اقدامات مناسبی برای توسعه و ترویج آن صورت گرفته است. معاون صنایع دستی صنایع سنتی استان گیلان در این خصوص می‌گوید: با فعالیت‌های مثبتی که انجام شده صنایع دستی راه خودش را پیدا کرده و صادرات آن هم کم‌کم راه می‌افتد. ما تعهد داده‌ایم که برای ۷۰۰ نفر ایجاد شغل کنیم که به خاطر استقبال زیاد از سوی اهالی استان و آموزش‌های ارائه شده، به احتمال زیاد از این تعداد بیشتر خواهد شد. درحال حاضر آموزش‌های کاربردی برای متقاضیان و علاقه‌مندان را در دستور کار داریم. همچنین قصد داریم آموزش‌های ترکیبی و تلفیقی مانند رشتنی‌دوزی روی لباس و مانتو و تولید سازه‌های چوبی را گسترش بدهیم. ضمناً توجه ویژه‌ای هم به نوآوری، ساده‌سازی و استفاده از تکنیک‌های نوین ساخت و نگهداری صنایع دستی خواهیم داشت، تا علاوه بر حفظ اصالت و زیبایی محصول ساخته شده، از کیفیت و مرغوبیت و تنوع لازم برخوردار باشد. مثالی برایتان می‌آورم در مورد چوب بامبو؛ مرکز بامبوی ایران لاهیجان است که عده‌ای از ساکنان آن

به نوآوری، ساده‌سازی و استفاده از تکنیک‌های نوین ساخت و نگهداری صنایع دستی خواهیم داشت، تا علاوه بر حفظ اصالت و زیبایی محصول ساخته شده، از کیفیت و مرغوبیت و تنوع لازم برخوردار باشد. مثالی برایتان می‌آورم در مورد چوب بامبو؛ مرکز بامبوی ایران لاهیجان است که عده‌ای از ساکنان آن

در این بخش فعال هستند. ۷۰درصد از وقت، انرژی و هزینه شاغلان صرف تهیه مواد اولیه می‌شد، اما حالا با برگزاری کلاس‌های تخصصی، آشنایی با روش‌های تازه و تهیه ماشین‌آلات مخصوص، این رقم به ۱۰درصد کاهش پیدا کرده است. مثال دیگر مربوط به روستای عنبران آستارا است که کار اصلی مردم بافت گلیم است که ۸۰۰ بافنده زبردست دارد. تولید سالانه این روستا بالغ بر ۸هزار مترمربع است که از این مقدار، بخشی هم به خارج از کشور صادر می‌شود. مواردی از این دست جزو طرح‌های توسعه‌ای و زیرساختی ما به حساب می‌آید و اگر کارها به خوبی پیش برود، زمینه‌های اشتغال‌زایی برای بیش از هزار نفر فراهم می‌شود.

مشکلات پیش‌رو

شاه‌محمدی به مضللات و گرفتاری‌های موجود اشاره می‌کند که کار را برای فعالان صنایع دستی سخت کرده است: یکی از مشکلات مربوط به تهیه مواد اولیه است؛ قبلاً اقلام مورد نیاز را از استان‌های همجوار می‌خریدیم که به دلیل خشکسالی‌های چند وقت اخیر به مشکل خوردیم که باید برای آن چاره‌اندیشی کرد. مسئله دیگر بیمه و حق سنوات کارکنان این بخش است که باید به‌طور جدی پیگیری و در صورت لزوم اشکال برطرف شود تا کسی که مشغول به کار تولیدی می‌شود، دغدغه تأمین آتیه خود را نداشته باشد. مورد دیگر مراکز تحقیق و توسعه هستند که جای آنها در تمام بخش‌های کشور خالی است. وجود این مراکز و نهادهای پژوهشی کمک‌های بزرگ و شایانی به بهبود وضعیت تولید و نیازسنجی بازار خواهد کرد که تا به حال این حضور کم‌رنگ بوده است. موضوع دیگری که باید به آن اشاره کرد، عملکرد سیستم بانکی در ارائه پرداخت تسهیلات و تأمین نقدینگی مورد نیاز در این حوزه است که باید به شکل جدی‌تری مورد بررسی قرار بگیرد تا طرح‌ها و پروژه‌های مصوب به خاطر عدم تأمین مالی متوقف نشوند. هم‌اکنون با اداره کل جهاد کشاورزی استان برای تأمین مواد اولیه و اقلام مصرفی در حال مذاکره هستیم. ضمن اینکه با بانک‌ها هم جلسات مشترک داریم تا موانع جلوی پای تولید و تولیدکننده را تا تشریک مساعی برطرف کنیم.

هدف ما زنده نگه‌داشتن هنرها و آثاری است که قدمت طولانی دارد، با ایجاد تنوع در تولیدات و حضور در نمایشگاه‌های مختلف داخلی و بین‌المللی برای به نمایش گذاشتن تولیدات سنتی و دستی می‌تواند با ایجاد ارتباط مستقیم میان مردم و فعالان این عرصه، کمک بسزایی در شناسایی، افزایش فروش و صادرات صنایع دستی داشته باشد. با آموزش و پردازش درست و اصولی می‌توانیم هر روز آثار و ساخته‌های جدید خلق کنیم. باید بتوان در راستای تولید صنایع دستی اقدامات مفیدی را ترتیب داد که در فروش و عرضه آن مؤثر باشد. با نگاهی خوب و دوراندیشانه به این موضوع می‌توان از کالاهای تولید شده به‌عنوان اقلام صادراتی مناسب استفاده کرد تا این بخش هم از جایگاه مناسبی در اقتصاد ملی برخوردار شود.



حراج تهران باعث دلگرمی هنرمندان پیشکسوت و جوان است

یکی از هنرمندان حاضر در این نمایشگاه اظهار کرد: با حمایت‌های تشویقی موزه نقاشی پشت شیشه، افرادی به این رشته از هنر گرایش یافته‌اند که پیش از این، نامی از آنها در نقاشی پشت شیشه نبود. او ادامه داد: اگر روند حمایتی و تشویقی موزه و میراث فرهنگی به همین روال ادامه داشته باشد، در برنامه‌های بعدی شاهد ظهور افراد بیشتری خواهیم بود. حتی پدیده‌هایی ظهور خواهند کرد که قدرت ایجاد تحول در این رشته را دارند. رضاخان همچنین بیان کرد: در این نمایشگاه انواع شیوه‌های سنتی و مدرن در ایجاد آثار به کار رفته‌اند. همچنین مواد گوناگون از جمله رنگ روغن، رنگ روغن ساختمانی، اکریلیک، آبرنگ و گواش برای به تصویر کشیدن موضوعات استفاده شده‌اند. این تنوع دیدگاه و مواد، جلوه‌ای خاص به برنامه موزه داده است.

سعید رضاخان، علی داناییان، محمد قربانی، امیر عبدی، لیلی سجادی، زیا کاوندی، نوشین طاهران‌پور، سمیه اصفهانی، سمیه عباسی، لیلا امینی و نادره علی‌اصغریان هنرمندانی هستند که آثارشان در این نمایشگاه روی دیوارهای موزه نقاشی پشت شیشه می‌رود. نمایشگاه «وصل گل» دوم تیرماه در موزه نقاشی پشت شیشه به نشانی خیابان انقلاب، خیابان نورمحمدی، خیابان شهید قاعدی افتتاح می‌شود و به‌مدت یک هفته ادامه خواهد داشت.



یک سال کار و تلاش برای برگزاری پرداخت شده است، زمینه رشد آن را فراهم کرد. پنجمین دوره حراج آثار کلاسیک و مدرن هنری تهران، هفتم خردادماه ۱۳۹۵ در هتل پارسیان آزادی برگزار شد.

نمایش آثار نقاشی پشت شیشه در «وصل گل»

نمایشگاهی شامل آثار هنرمندان نقاشی پشت شیشه با عنوان «وصل گل» برگزار می‌شود. به گزارش ایسنا، سعید رضاخان

تشکیل می‌دهد، هر چیز که در اختیار داریم و ساختمان و خانم‌ای که در آن زندگی می‌کنیم نیز در اثر رونق بازار هنر به وجود آمده است.

وی گفت: بازار بین‌المللی هنر در حال رصد حراج تهران است و بازتاب خبر برگزاری آن در روزنامه‌های معتبر دنیا این مهم را تأیید می‌کند، بنابراین باید با حمایت از این رویداد و پذیرش این واقعیت که هنرهای هنرگفتی برای چهار روز برگزاری نمایشگاهی استاندارد در هتل، انتشار کاتالوگ نفیس و

طین انداز می‌شود، اگر این راه درست طی شود و همه کشور به آن توجه کنند، روزی خواهد رسید که نیازی به نفت نخواهیم داشت و آثار هنری ارزشمند هنرمندان ارزآوری خواهد کرد. وی بیان داشت: افرادی که در حراج تهران کار هنری خریداری می‌کنند، به آتیه ایران می‌اندیشند و علاوه بر حمایت از هنرمندان، سرمایه‌گذاری کرده‌اند.

نیازی ادامه داد: هر هنرمند را باید در زمان خودش درک کرد و نباید هنر را دست کم گرفت. تمام زندگی ما را نقاشی

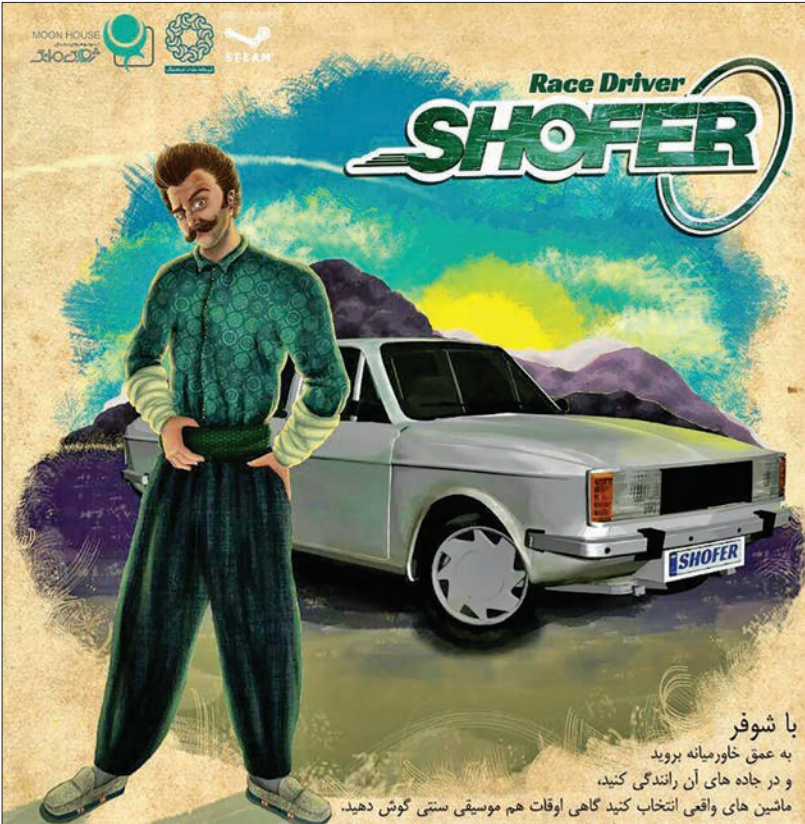
حراج آثار کلاسیک و مدرن هنری تهران، موجب دلگرمی هنرمندان پیشکسوت و حرکتی برای آینده جوانان تازه فارغ‌التحصیل شده از دانشگاه‌ها است. منوچهر نیازی در گفت‌وگو با ایرنا اظهار کرد: پیش از انقلاب تنها سه دانشکده هنر در کشور وجود داشت اما اکنون حدود ۳۰دانشگاه هنر داریم و دانشجویان زیادی مشغول تحصیل در این دانشگاه‌ها هستند، این هنرمندان جوان کم‌کم باید جای ما را بگیرند، برپایی حراج تهران باعث دلگرمی و تشویق آنها شده تا حرکت رو به جلو داشته باشند.

وی افزود: در ایران صدها پیکاسو، سالوادور دالی و ماتیس داریم، تنها باید این استعدادها مانند غنچه گل باز و شکوفا شوند؛ هنرمندان را باید درک کرد و به هنرشان ارج نهاد. اگر تاریخ هنر را ورق بزنیم، می‌بینیم که به‌عنوان نمونه، کسی نقاش معروف هلندی ونسان ونگوگ را درک نمی‌کرد و در طول زمان زندگی نتوانست حتی یکی از آثارش را به فروش برساند اما اکنون در حراجی‌ها اثرش ۴۰۰ میلیون دلار به فروش می‌رسد.

نیازی با اشاره به اینکه صادرات آثار هنری می‌تواند روزی جای صادرات نفت را بگیرد، گفت: درحالی‌که حراج تهران رویدادی اقتصادی است اما اساس آن فرهنگی است زیرا از این راه قابلیت‌های هنر ایران در دنیا

گزارشی از فعالیت‌های یک شرکت موفق تولیدکننده بازی ایرانی در جهان

با شوفر به دنیا سفر کردیم



با حضور در بازارهای بین‌المللی چند ماشین خارجی را هم به بازی اضافه کردیم. سپس موزیک‌های خاص کردی و ایرانی را روی بازی گذاشتیم که همین بخش وی در خصوص همکاران و تیم خود می‌گوید: تیم ما در کمترین حالت همیشه شش نفر بوده‌ایم، اما در برخی از بخش‌ها تا ۱۶نفر هم از متخصصان در بخش‌های مختلف به ما کمک کرده‌اند تا شوفر را متولد کنیم.

شوفر جهانی شد

حیدری در خصوص ورود بازی شوفر به بازارهای جهانی می‌گوید: شوفر یک بازی رانندگی در سبک ریسینگ است، ما چند وقتی روی بحث انتشار بازی در ایران تمرکز و فعالیت کردیم، اما متأسفانه سیستم ارزیابی و لانچ بازی‌های ایرانی استانداردهای جهانی را ندارد، قانون کپی‌رایت در کشور وجود ندارد و فرهنگ استفاده از بازی و پرداخت هزینه بالا برای بازی‌های باکیفیت هم در ایران نیست، از این رو تولیدکنندگان بازی در ایران معمولاً با شکست مواجه می‌شوند و همین محدودیت‌ها ما را بر آن داشت تا گستره دید خود را وسیع‌تر کرده و جسارت پیدا کنیم که وارد بازارهای بین‌المللی شویم.

وی ادامه می‌دهد: سال ۹۴ با شبکه استیم آشنا شدیم، استیم بزرگ‌ترین شبکه یخش بازی‌های رایانه‌ای در سراسر دنیاست و بازی‌ها را از شرکت‌های بزرگ و کوچک دریافت کرده و با توجه با استانداردهای خود و درخواست مشتریان توزیع می‌کند. ما حدود پنج ماه برای این پروسه وقت گذاشتیم و مبالغی را پرداخت کرده تا عضو سایت شویم و بازی را طریق این شبکه و با حمایت گیمرها به قیمت ۱۴،۹۹دلار



تولید ۱۴۰هزار نرم‌افزار تلفن‌همراه شروع خوبی برای رشد اشتغال است

معاون ناواری و فناوری وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات گفت: تولید و فروش ۱۰ تا ۱۴۰هزار نرم‌افزار (اپلیکیشن) تلفن همراه ایرانی در بازار باوجود مساعد نبودن فضای کسب‌وکار نشان از ظرفیت بالای این بخش برای ایجاد اشتغال و درآمدزایی دارد.

به گزارش ایرنا، امیرحسین دوابی مرکزی افزود: اگرچه نرم‌افزارهای تولید داخلی ممکن است از لحاظ کیفی قدرت رقابت را در بازارهای جهانی نداشته باشد، اما شروع بسیار خوبی برای افزایش اشتغال در این بخش است. وی به آغاز تولید محدود برخی خدمات بخش اینترنت و نرم‌افزار در کشور اشاره کرد و آن را نشان از شکل‌گیری فضایی جدید در کشور در بخش اشتغال‌زایی دانست. دوابی مرکزی بهبود مستمر فضای کسب‌وکار کشور را عامل مهمی در توسعه اشتغال از طریق بخش ارتباطات و فناوری اطلاعات برشمرد و خاطر نشان کرد: علاوه بر بهبود فضای کسب‌وکار، ناوآوران و ایده‌پردازان این بخش باید توانایی‌ها را به‌گونه‌ای افزایش دهند که ایده آنها بتواند به محصولی برای تولید در بازار منتهی شود.

به گفته معاون ناواری و فناوری وزیر ارتباطات و فناوری

شکوفه میرزایی
shokofehmirzaee@yahoo.com

بازی‌های موبایلی، رایانه‌ای و ویدئویی از لحاظ تأثیرگذاری نقش مهمی در فرهنگ، رشد و شخصیت فرد دارند، چراکه این بازی‌ها طی سه دهه اخیر برای پرکردن بخشی از اوقات فراغت افراد به کار گرفته می‌شوند. بررسی‌ها نشان می‌دهد که در کشورهای مختلف با توجه به ضریب نفوذ اینترنت و برخی فاکتورهای دیگر رده‌های سنی بین ۶ تا ۴۰ سال یک تا شش ساعت از وقت شبانه‌روز خود را به بازی کردن در گوشی و کامپیوترها صرف می‌کنند و همین زمان بالا، فرصت‌های زیادی را برای ایجاد کسب‌وکار و درآمد به واسطه این صنعت به وجود آورده است.

در جوامع مختلف با توجه به قوانین و مقررات حاکم و همچنین میزان فرهنگ استفاده از این بازی‌ها، انواع بازی‌ها توسط برنامه‌نویسان و خئیگان بازی طراحی و تولید می‌شود. در کشور ما بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌ای برای برنامه‌ریزی و حمایت از فعالیت‌های مرتبط در تمامی زمینه‌های فرهنگی، هنری و فنی صنعت بازی‌های ویدئویی و رایانه‌ای، زیر نظر وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی شکل گرفته است، اما متأسفانه با وجود پتانسیل بالای ایران چنان که واضح است میزان درآمدزایی و تولید بازی‌های استاندارد به علاوه حضور در بازارهای بین‌المللی توسط بازیگران ایرانی در صنعت گیم به‌شدت ضعیف است. اغلب تولیدکنندگان بازی در کشور معتقدند مافیای بازی در ایران اجازه رشد و توسعه بازی‌های وطنی را در کشور نمی‌دهد و حمایت‌های لازم از این صنعت نوظهور به‌عمل نمی‌آید، از این رو برخی از این تولیدکنندگان در دایره تسلسل علاقه شخصی و عدم توجه از سوی جامعه به دام افتاده‌اند و برخی هم در این میان به سمت بازارهای جهانی سوق پیدا کرده‌اند. محمد حیدری جوان ۲۹ساله کردستانی که توانسته در صنعت بازی موفقیت‌های چشمگیری به دست آورد، علاقه شدیدی به حوزه طراحی بازی‌های رایانه‌ای دارد. او که نزدیک به چهار سال است شرکت استارت‌آپی خود را در پارک علم و فناوری کردستان ثبت کرده، بازی موفق «شوفر» را در بازارهای جهانی لانچ کرده و در حال حاضر جایگاه خوبی در بازارهای بین‌المللی و گیمرهای خارجی دارد. «فرصت امروز» سراغ این فعال و کارشناس حوزه بازی رفته تا از رموز موفقیت و مسیر طی شده تا به امروز از او بپرسد.

از اقتصاد و مکانیک تا طراحی بازی

حیدری درخصوص سابقه کار و تحصیلات خود می‌گوید: در ایران اقتصاد خواندم و چندی بعد به اربیل رفتم و در آنجا وارد رشته مکانیک شدم، اما به‌زودی دریافتم که علاقه من در این حوزه نیست و با تلاش‌های فراوان به اسکاتلند رفتم و در دانشگاه Gatline انگلیس رشته «معماری موزوترهای پردازش بازی» را خوانده و به ایران برگشتم. سال ۹۰، شرکت «ژوری سان» را که یک نام کردی و به معنی «فراتر از ما» است ثبت کرده و شروع به تولید بازی‌های سفارشی و چند بازی در سطح بازارهای ایران کردیم. همیشه به تولید بازی علاقه خاصی داشته‌ام و تصور این است که می‌توانم دنیای جدیدی خلق کنم تا دیگران در آن دنیای ذهن من گشت بزنند.

شوفر امروز ۴ساله است

این طراح بازی در خصوص شکل‌گیری بازی شوفر می‌گوید: اواسط سال ۹۱ ایده اولیه طراحی بازی شوفر شکل گرفت، حدود شش ماه تحقیقات بازار ما طول کشید و بیش از چندهزار پرسشنامه بین گیمرهای مختلف توزیع کرده و اطلاعات بازار را بررسی کردیم و متوجه شدیم نزدیک به ۶۵درصد از گیمرهای ایرانی به بازی رانندگی علاقه نشان داده‌اند و این داده‌ها با بنیاد ملی بازی‌های رایانه‌های هم تطابق داده شد. وی می‌افزاید: هدف ما طراحی یک بازی استاندارد با کیفیت بالا روی کامپیوترهای شخصی بود، از این رو شش ماه هم برای پیش تولید بازی وقت گذاشتیم به این صورت که داده‌های مسیر بازی در ایران و جاده‌های ایران ضبط شد و سپس این مسیرهای واقعی شبیه‌سازی شدند. بعد از آن خودروهایی که در بازی هستند همه از نمونه‌های خودروهای ایرانی با اسکن سه بعدی طراحی شدند و همین دو فاکتور کیفیت بازی را در سطح استانداردهای بین‌المللی بالا برد. البته



وی ادامه می‌دهد: بازی شوفر در حال حاضر بیشترین گیمرها را در آمریکا دارد. پس از آن انگلیس، فرانسه، روسیه و چین هم طرفداران شوفر هستند.

بازاریابی و تبلیغات بازی

این طراح بازی در خصوص روش‌های بازاریابی خود می‌گوید: تبلیغات و بازاریابی در بازارهای بین‌المللی اصول و شرایط خاصی دارد و تمرکز و تخصص خود را می‌طلبید، ما برای تبلیغات با شرکتی قرارداد ۳هزار دلاری بستیم و یک سری فایل‌های مالتی مدیا، با محتوای انیمیشن، متن، تصویر و موزیک تولید کرده و در اختیار این شرکت قرار دادیم تا در بسترهای مجازی مانند توئیتر، اینستاگرام و تلگرام با جامعه‌های چند میلیون نفری از گیمرهای خود به اشتراک بگذارد و برای ما تبلیغات کند. استفاده از روش تبلیغاتی دهان به دهان هم از مهم‌ترین شیوه‌های ما برای معرفی بازی بوده است. حیدری اضافه می‌کند: همچنین وب‌سایت indiedb.com که یک سایت جهانی است از شرکت‌های کوچک برای تبلیغ بازی‌های‌شان حمایت می‌کند و ما در این سایت هم تبلیغات خود را قرار داده‌ام تا مشتریان ببینند و با کامنت گذاشتن بازخورد گیمرها را برای توسعه بازی دریافت کنیم. به علاوه در بسترهای مجازی خودمان صفحاتی را باز کرده و تبلیغات مجازی انجام داده‌ایم و مخاطبان از سراسر دنیا به زبان‌های مختلف شوفر را به چالش می‌کشند و با سوال و جواب‌ها و اشتراک‌گذاری‌ها از ما حمایت می‌کنند.

برنامه‌های توسعه‌ای برای آینده بازار

حیدری در خصوص برنامه‌های توسعه‌ای این مجموعه می‌گوید: شوفر ابتدا برای کامپیوترهای شخصی طراحی و تولید شد و ما همچنان معتقدیم بازار آینده بیش از پیش به سمت بازی‌های کامپیوتری روی پی‌سی‌ها حرکت می‌کنند، اما به دلیل اینکه ابزارهای دیگر مانند موبایل‌ها و کنسول‌های بازی هم سهم بزرگی در بین گیمرها دارند و بازی‌های موبایلی در حال فراگیری است. قصد داریم شوفر را روی موبایل و کنسول‌های دیگر هم طراحی و تولید کنیم. به علاوه طراحی بازی‌های چند نفره هم از دیگر برنامه‌های توسعه‌ای ماست که گیمرها بتوانند وارد فضای مسابقه‌ای و بازی چند نفره همزمان شوند. همچنین در آمازون توسعه جامعه گیمرهای هستیم و برخی چالش‌های خاص مانند اضافه کردن خودروهای خاص مثل تراکتور در بازی ایجاد کرده‌ایم تا افراد بیشتر با سلیقه‌های متفاوت را به بازی جذب کنیم و جمعیت این جامعه را افزایش دهیم.

به‌دنبال اسپانسر

وی در خصوص توسعه بیشتر شوفر و ورود به بازارهای دیگر می‌گوید: پیدا کردن سرمایه‌گذار کار سخت و زمان‌بری است. ما در نمایشگاه مالتی و آلمان شرکت کردیم و با یک شرکت اسپانیایی تا پای قرارداد رفتیم، ولی بحث ایرانی بودن و تحریم‌ها موجب شد این تلاش ناfruitار بماند، اما ما همچنان در حال رازینی با اسپانسرهای خارجی هستیم و امیدواریم شوفر بتواند به کمک اسپانسرها قدم‌های بزرگ‌تری بردارد و وارد صنعت بازی‌های مکانیکی هم بشود.

حضور در فضای دانشی پارک علم و فناوری

مدیر این مجموعه یکی از اشتباهات خود را ثبت و راه‌اندازی شرکت می‌داند و می‌گوید: یکی از اشتباهات ما ثبت شرکت بود، چراکه وقتی نام شرکت به میان می‌آید همه انتظار دارند یک شرکت با چندسال سابقه کار باشیم و پرسنل زیادی داشته باشیم در حالی که فعالیت در زمینه بازی اصلاً نیازی به تیم‌های بزرگ و هزینه‌های بالا ندارد و با چند نفر نیروی خلاق می‌توان بالاترین درآمدها را از این بازار به دست آورد. وی می‌افزاید: ما در حال حاضر زیر نظر پارک علم و فناوری کردستان فعالیت می‌کنیم و از فضای دانشی، کلاس‌های آموزشی و کارگاه‌هایی که این مجموعه برگزار می‌کند، بهره‌مند می‌شویم. همچنین در حال ساخت یک سمینالیشن هستیم که یک محصول ناآورانه به حساب می‌آید. این شبیه‌سازی روی یک خودرو در حال طراحی و پیاده‌سازی است که بتوان از آن هم در شهربازی‌ها برای بازی و هم در برخی موارد مانند گرفتن گواهینامه رانندگی استفاده کرد.

نظر کارشناس

تولید ۱۴۰هزار نرم‌افزار تلفن‌همراه شروع خوبی برای رشد اشتغال است

زیرساخت‌های ارتباطی، مقررات‌گذاری ارتباطی، ایجاد مراکز داده (دیتا سنترها) و تعیین پهنای باند مورد نیاز دانست و ادامه داد: تاکنون هزینه‌های زیادی صرف تامین زیرساخت شده است و همچنان ادامه خواهد یافت و ایده پردازان می‌توانند از آنها نهایت استفاده را کنند. معاون ناواری و فناوری وزیر ارتباطات ایده‌پردازان و ناوآوران واقعی را بی‌نیاز از کمک‌های مالی دولت دانست که تنها با اتکا به اهداف خود تلاش می‌کنند با هم افزایی با دیگران ایده‌های خود را تبدیل به محصولی قابل تولید کنند.

وی گفت: ایده‌پرداز و ناوآوری که تنها چشم به کمک‌های مالی و تسهیلاتی دولتی داشته باشد خارج از فضای ناواری است زیرا فضای ناواری از وابسته شدن به دولت روگردان است و دنبال راهکارهای مناسب‌تر است. دوابی مرکزی کمک پولی و مالی به ناوآوران را تجربه شکست خورده‌ای دانست و تأکید کرد: افراد ناوآر به دنبال دریافت پول از دولت نیستند و اینها اشخاص دیگری هستند. پیش از این نصرالله جهانگرد، معاون وزیر ارتباطات و فناوری اطلاعات از تولید ۲۰هزار اپلیکیشن فارسی در یک سال و نیم اخیر خبر داده بود.

خود عامل اصلی افزایش اشتغال در کشور خواهد بود. معاون ناواری و فناوری وزیرارتباطات، ناواری را فرآیندی تدریجی عنوان کرد و ادامه داد: بسیاری از ناوآوری‌های جهانی کم‌کم تبدیل به محصول‌هایی قابل عرضه در دنیا شده‌اند.

وی یادآور شد: تبدیل یک ایده به محصولی که بازار جهانی را در اختیار بگیرد کارساده و آسانی نیست که یک شبه روی دهد، بلکه باید در سایه تلاش و کوشش مطرح‌کننده آن اقدام برای رسیدن به بازار تولید شده و سپس با افزایش کیفیت بتواند در جهان جایی باز کند. دوابی مرکزی حمایت دولت از ایده پردازان را در ایجاد و توسعه

اطلاعات اکنون تعداد بسیار زیادی از ایده‌های ناوآورانه در بخش ارتباطات و فناوری اطلاعات (آی‌سی‌تی) کشور وجود دارد که باید پرورانده شده و به مرحله‌ای برسند که منجر به افزایش اشتغال در این بخش شوند که این‌کار هم با آموزش‌های مناسب عملی خواهد شد. وی یکی از مهم‌ترین موانع تبدیل ایده‌ها به محصول را نبود قانون حق تکثیر (کپی رایست) عنوان کرد و افزود: نبود این قانون عاملی است تا عده زیادی از صاحبان ایده نتوانند ایده‌های خود را عرضه کنند، زیرا اطمینان ندارند ایده‌ها تا رسیدن به محصول حفظ شود یا توسط عده‌ای دیگر به سرقت برود. دوابی مرکزی تأکید کرد: اجباری شدن رعایت حق تکثیر در کشور فضا را برای ایده‌پردازان و ناوآوران مهیا می‌کند که این موضوع



نواآورانه

ساخت سامانه هوشمند ثبت تخلفات رانندگی با پردازش تصاویر ۳ بعدی

نواوری برای کاهش تخلفات رانندگی آمده است

متخصصان کشورمان در یک شرکت دانش‌بنیان، موفق به تولید نسل جدید سامانه‌های هوشمند ثبت تخلف سرعت و تجهیز جاده‌های بین شهری به این سامانه‌ها شدند.

به گزارش مهر، هدف از انجام این طرح دستیابی به دانش فنی تولید نسل جدید سامانه‌های هوشمند ثبت تخلف سرعت با تکنیک تصویربرداری سه بعدی (استریو) است که در نهایت منجر به کاهش ضریب خطا در سامانه‌های ثبت سرعت و افزایش کارایی آنها خواهد شد.

سیستم‌های سنتی خارجی که هم‌اکنون در ثبت تخلفات مورد استفاده قرار می‌گیرد، عمدتاً مبتنی بر سرعت‌سنجی براساس تکنولوژی راداری است و تنها در صورت تخلف اقدام به عکسبرداری از خودروی متخلف می‌کند اما سیستم‌های مبتنی بر پردازش تصویر که توسط متخصصان کشورمان تولید شده، اطلاعات کلیه خودروهای عبوری را استخراج و به مرکز ارسال می‌کند. سیدجمال خالقی، مدیرعامل شرکت دانش‌بنیان نگرش رایانه پویا که این سامانه را تولید کرده است، با بیان اینکه سامانه هوشمند ثبت تخلفات شامل مجموعه‌ای از تجهیزات نرم‌افزاری، سخت‌افزاری الکترونیکی و ارتباطات است، گفت: این سامانه باید در کمترین زمان با بیشترین کیفیت اطلاعات همه تردد‌های مقطع تحت پوشش از محور را به همراه پلاک، تصویر، کلاس (نوع)، سرعت خودرو و فاصله طولی و لاین عبوری از طریق بسترهای ارتباطی تأمین شده ارسال کند.

وی با تأکید بر اینکه مزیت اصلی سیستم FVSR-B مبتنی بر پردازش تصویر سه بعدی (استریو) است، تصریح کرد: برخی از ویژگی‌های این سیستم شامل تشخیص سرعت خودرو تا ۲۵۰ کیلومتر بر ساعت، تشخیص اتوماتیک پلاک خودرو، تشخیص لاین خودروی عبوری، ثبت تصویر رنگی مجزا برای ارائه به فرد متخلف، دارای روزگشور مادون قرمز برای فراتر بهتر پلاک و تشخیص پلاک در شب و وجود سیستم ارتباطات برای انتقال آنی اطلاعات به مرکز مانیتورینگ است. خالقی درباره عملکرد نسل جدید سامانه‌های هوشمند ثبت تخلف سرعت خاطر نشان کرد: دو دوربین سیاه و سفید واقع در رأس به همراه یک عدد دوربین رنگی با سرعت حدود ۲۰۰ فریم در ثانیه به محدوده حدود ۱۵ متری دوربین‌ها واقع در سطح جاده پلدمبرداری کرده و تصاویر را از طریق پورت شبکه به پردازشگر ارسال می‌کند.

وی افزود: پردازشگر براساس الگوریتم‌های پردازش تصویر، پلاک‌یابی را انجام داده و در صورت وجود پلاک در تصویر، نسبت به OCR و محاسبه سرعت لحظه‌ای خودرو اقدام می‌کند. مشخصات اصلی خودرو یعنی پلاک و زمان عبور خودرو همزمان به سرور (واقع در مرکز مانیتورینگ) ارسال می‌شود. درصورت عدم وجود پلاک سیستم با خودروییی اقدام به محاسبه سرعت می‌کند. همچنین عکس خودروها به مرکز ارسال می‌شود و سرور پس از دریافت اطلاعات به محاسبه سرعت متوسط می‌پردازد.

تولید نسل جدید سامانه‌های هوشمند ثبت تخلف سرعت با حمایت ۵۵هلیپارد ریالی صندوق حمایت از تحقیقات و توسعه صنایع الکترونیک (صحا) انجام شده و طبق توافق با اداره کل حمل‌ونقل و پایانه‌های استان اصفهان، در محورهای قم-کاشان-اصفهان (بزرگراه امیرکبیر) مورد بهره‌برداری قرار گرفته است. براین اساس قرار است محور قم-کاشان- اصفهان به ۲۸ سامانه با این تکنولوژی مجهز شود.



خبر

مردم باید آثار رتبه بیستم جهانی کشور در تولید علم را در زندگی خود ببینند

نماینده مردم تهران در مجلس گفت: ایران در بخش تولید علم – به مفهوم تولید مقاله ـ جزو ۲۰ کشور نخست دنیاست، اما مردم نیز باید آثار چنین جایگاهی را در زندگی خود ببینند.

به گزارش خانه ملت، محمدرضا عارف با تأکید بر ضرورت دستیابی به سهم ۵۰درصدی شرکت‌های دانش‌بنیان از تولید ناخالص ملی، افزود: دستیابی به این سهم ۵۰درصدی جزو سیاست‌های کلی کشور است و با دقت در بندهای سیاست‌های کلی علم و فناوری، متوجه می‌شویم که جهت‌گیری اصلی در این سند به سمت افزایش دردت اقتصاد دانش‌بنیان از تولید ناخالص ملی با راهکار تبدیل علم به ثروت است؛ ضمن آنکه این مسئله جزو مطالبات مقام معظم رهبری نیز بوده و بارها به آن اشاره کرده‌اند.

لزوم عینی کردن جایگاه علم در زندگی مردم
نماینده مردم تهران، ری، شمیرانات، اسلامشهر و پردیس در مجلس شورای اسلامی ادامه داد: ایران در بخش تولید علم به مفهوم تولید مقاله ـ جزو ۲۰ کشور نخست دنیاست، اما مردم نیز باید آثار چنین جایگاهی را در زندگی خود ببینند، در حالی‌که در حال حاضر مشخص نیست: بنابراین این علم باید به صنعت، فناوری و ثروت تبدیل شود.

وی اضافه کرد: در سیاست‌های کلی کشور، عینی کردن جایگاه علم در زندگی مردم و اقتصاد دانش‌بنیان به‌عنوان مسیر اصلی پیش‌بینی شده‌است که خوشبختانه معاونت علمی ریاست‌جمهوری اقدامات خوبی را در این زمینه انجام داده، اما کافی نیست؛ بنابراین مجلس دهم به‌ویژه کمیسیون‌های آموزش و تحقیقات و اقتصاد باید ورود جدی‌تری به این مسئله داشته باشند.

عارف تأکید کرد: باید به‌طور جدی بحث دانش‌بنیانی را در اقتصاد دنبال کرد، چرا که علاوه بر کمک به حل مسئله اشتغال و بیکاری به طی شدن مسیر رشد ۸ درصدی یاری می‌رساند.

بازار جهانی



رشد ۷ درصدی بازار سردخانه‌های صنعتی تا سال ۲۰۲۱

ترجمه: فهیمه خراسانی

مطابق گزارش محققان اقتصادی، بازار تجهیزات سردخانه‌های صنعتی تا سال ۲۰۲۱ به ارزش ۳۶،۲۵ میلیارد دلار می‌رسد، تغییری که در عادات غذایی مردم جهان پدید آمده است و بهبود تجارت بین‌المللی محصولات غذایی از جمله عوامل کلیدی در رشد این بازار محسوب می‌شوند. تجهیزات سردخانه‌ای در صنایع مختلفی کاربرد دارند، مواد غذایی و آشامیدنی از مهم‌ترین آنها هستند. در دنیای امروز نیاز به نگهداری دراز مدت مواد غذایی از ضروریات زندگی به شمار می‌رود. بسیاری از مواد غذایی و محصولات کشاورزی که در جهان تولید می‌شوند، قابل انتقال به دیگر نقاط جهان هستند و می‌توان گفت در دنیای امروز، بسیاری از مواد غذایی، میوه‌ها و گیاهان به‌صورت تمام فصل در اختیار مصرف‌کنندگان قرار می‌گیرند. بنابراین حتی اگر فقط محصولات خوراکی را در این صنعت در نظر بگیریم، می‌بینیم که نیاز جوامع امروزی به صنعت سردخانه بسیار زیاد شده است، ضمن اینکه سردخانه‌های صنعتی برای انبار کردن و سردسازی مواد شیمیایی و دارویی نیز کاربرد زیادی پیدا کرده‌اند و در صنعت داروسازی جهان نیز جزو لوازم ضروری به شمار می‌آیند. از طرفی تغییری که در سبک زندگی مدرن ایجاد شده است مانند شافل شدن بیشتر اعضای خانواده و کمبود وقت، باعث نیاز بیشتر مردم جهان به غذاهای آماده و فریزی شده است، به گونه‌ای که بسیاری از کارخانه‌های مواد غذایی، به تولید غذاهای نیمه‌آماده می‌پردازند و برای نگهداری و ذخیره‌سازی آنها نیاز به سردخانه‌های بزرگ صنعتی ضرورت پیدا می‌کند، به‌خصوص اینکه بسیاری از این مواد غذایی در سایر نقاط جهان نیز مصرف‌کنندگان زیادی دارند و بنابراین نگهداری آنها در یک محیط سالم و سرد که از فاسد شدنشان جلوگیری کند، بسیار ضروری است. طبق دلایل فوق می‌توان گفت که بازار سردخانه‌های صنعتی در جهان، بازاری رو به رشد محسوب می‌شود که در بسیاری از نقاط دنیا حضوری چشمگیر داشته و نقش مهمی در چرخه اقتصاد جهانی ایفا می‌کند.

چشم‌انداز جهانی این صنعت

با توجه به تقاضای زیادی که در سطح جهان نسبت به صنعت سردخانه‌های صنعتی دیده می‌شود، انتظار می‌رود این صنعت طی سال‌های آینده رشد بیشتری داشته باشد. همان‌گونه که در سال‌های اخیر نیز این صنعت رشد چشم‌گیری پیدا کرده است، به طوری که طبق آمارهای گرفته شده در سال ۲۰۱۵ ارزش این بازار به مبلغ ۲۴ میلیارد دلار بوده است و انتظار می‌رود در دوره مورد پیش‌بینی، یعنی تا سال ۲۰۲۱، به ارزشی بیش از ۳۶ میلیارد دلار با نرخ رشد مرکب سالانه بیش از ۷ درصد برسد. این آمار نشان‌دهنده نیاز روزافزون جامعه جهانی نسبت به صنعت مذکور است.



کمپرسور مهم‌ترین بخش این صنعت

به طور کلی تجهیزات مربوط به صنعت سردخانه شامل بخش‌های متعددی است که مهم‌ترین آنها کمپرسورها، ابراتورها، قفسه‌های صنعتی و مبدل‌های حرارتی می‌شود. طبق آمارهایی که در سال ۲۰۱۵ ارائه شده، بخش کمپرسور بزرگ‌ترین بخش صنعت سردخانه‌ای در جهان محسوب می‌شد و قفسه صنعتی و ابراتور نیز در رتبه‌های بعدی قرار داشتند، به طوری که سه بخش مذکور در سال ۲۰۱۵، بیش از ۶۲ درصد سهم این صنعت را به خود اختصاص داده بودند. و طبق آمارهای ارائه شده پیش‌بینی می‌شود که بخش قفسه‌های صنعتی سریع‌ترین رشد را طی سال‌های آتی در این صنعت داشته باشند.

فرآوری مواد غذایی، رهبر اصلی سردخانه‌های صنعتی

سردخانه‌های صنعتی نیز همان‌گونه که گفته شد در صنایع زیادی می‌توانند کاربرد داشته باشند، چراکه نیاز به ذخیره‌سازی و در عین‌حال سالم نگه داشتن آن صنایع در اولویت قرار دارد. بر این اساس این صنعت بیشتر در صنایع غذایی و آشامیدنی، مواد شیمیایی، صنایع دارویی، تولیدات گاز، ذخیره‌سازی و انبارداری و پتروشیمی کاربرد دارد. در این میان صنعت تولید و فرآوری مواد غذایی، رهبر اصلی به شمار می‌رود و طبق نتایج به دست آمده از سوسی محققان، در سال ۲۰۱۵ بیش از ۲۴ درصد از سهم این بازار را به خود اختصاص داده بود.

بیشترین میزان تقاضا در کشورهای در حال توسعه دیده می‌شود

بازارهای اصلی صنعت سردخانه نیز تقریباً در تمام جهان فعال هستند. آمریکای شمالی، اروپا، آسیا و خاورمیانه، آمریکای لاتین و اروپا از مناطق کلیدی در بازار این صنعت به شمار می‌روند و در این میان تقاضا برای تجهیزات صنعت سردخانه‌ای در کشورهای آسیایی بالاتر است. همچنین کشورهای در حال ظهور آمریکای لاتین نیز طی سال‌های گذشته، رشد قابل توجهی در این صنعت داشته‌اند. به طور کلی می‌توان گفت رشد صنعت فرآوری و تولید محصولات غذایی در جهان، به‌خصوص در کشورهای در حال توسعه باعث تقاضای بیشتر برای صنعت سردخانه شده و در نتیجه در سال‌های آتی نیز با رشد قابل توجه این صنعت روبه‌رو خواهیم بود.

منبع: www.achrnews.com

محمدرضا نجفی

شاید برای شما هم این پرسش مطرح شده باشد که چگونه تولیدات کشاورزی و دامی مازاد بر نیاز بازار مصرف برای مدت زمان طولانی‌تری نسبت به زمان طبیعی آن نگهداری می‌شود و چه فرآیندی انجام می‌شود تا این‌گونه تولیدات بتوانند با کمترین میزان ضایعات و با همان تازگی اولیه به دست مصرف‌کنندگان برسند، پاسخ این پرسش را باید در صنعت سردخانه‌داری جست‌وجو کرد؛ صنعتی که در ایران دارای قدمت تقریباً ۵۰ ساله است و نقش بسیار زیادی در تأمین به موقع مایحتاج غذایی جمعیت کشور ایفا می‌کند. درباره چگونگی فعالیت این مجموعه صنعتی و موانع پیش روی آن از نظرات سیدمهدی کشاورز، رئیس اتحادیه صنف انبارداران و سردخانه‌های تهران استفاده کردیم.

وضعیت موجود و اختلاف با

استانداردهای جهانی

کشاورز درباره پراکندگی سطح سردخانه‌های کشور گفت: حدود ۴۰ درصد ظرفیت سردخانه‌ها در استان تهران واقع شده است که به‌طور میانگین این واحدها با ۷۰ درصد از ظرفیت خود به فعالیت مشغول هستند. وی تعداد سردخانه‌های موجود و فعال در سطح استان تهران را حدود ۷۰ عدد عنوان کرد و در مورد نوع مالکیت آنها نیز گفت: اکثر این سردخانه‌های بزرگ وابسته به نهادهای و موسساتی مانند شهرداری، بنیاد مستضعفان و وزارت بازرگانی هستند و تعدادی نیز که حدود ۴۰ سردخانه کوچک است، در مالکیت بخش خصوصی قرار دارند.

به اعتقاد رئیس اتحادیه صنف انبارداران و سردخانه‌های تهران اگر بخواهیم شرایط و استانداردهای رایج در جهان و به‌خصوص اروپا را در نظر بگیریم وجود این تعداد بسیار کم و ناچیز است و حداقل باید حدود ۲۰۰ سردخانه در تهران داشته باشیم اما به لحاظ شیوه سنتی و مشکلاتی که در راه تولید محصولات کشاورزی و دامی وجود دارد و همچنین رکودی که در این چند سال با این مواجه هستیم از تمام ظرفیت این تعداد موجود نیز بهره‌برداری نمی‌شود و این واحدها اکثراً خالی هستند که باعث ضرر آنها می‌شود.

وی در مورد وجود یکی از مشکلات کشور که ذخیره‌سازی نامناسب محصول هنگام افزایش تولید است و راه‌حلی که

سرمایه‌گذاری

توسط این واحدها می‌توان به مقابله با آنها برخاست، گفت: در حال حاضر در بسیاری از محصولات ما مشکلاتی را در سطح جامعه داریم، به‌عنوان مثال در مورد محصول سیب‌زمینی گاهی کشاورزان و تولیدکنندگان به دلیل افزایش کشت و نداشتن بازار مصرف و همچنین عدم وجود امکانات مناسب برای نگهداری آنها شاهد فاسد شدن و از بین رفتن محصولاتشان هستند و این امر باعث کاهش کشت این محصول در دور بعد شده و در نتیجه با افزایش قیمت آن مواجه می‌شویم. این اتفاق اگر با داشتن اطلاعات دقیق از میزان ظرفیت خالی سردخانه‌ها، انبارها و برنامه‌ریزی دقیق برای انتقال آنها به این مراکز همراه باشد از وارد شدن خسارات سنگین به کشاورزان جلوگیری می‌کند.

راه حل اساسی

کشاورز درباره ایجاد ارتباط بین مراکز تولید و سردخانه‌ها اعتقاد دارد که وجود یک بازاری قوی ارتباطی بین وزارت جهاد کشاورزی و وزارت بازرگانی از یک طرف و سردخانه‌ها، انبارها و تشکلهایی از این

دست می‌تواند در این زمینه بسیار کارگشا باشد. وی در این زمینه توضیح می‌دهد: به‌عنوان مثال اگر تولید سیب درختی در ارومیه افزایش یابد با اطلاع‌رسانی و ایجاد ارتباط با سردخانه‌های تهران و شهرستان‌های نزدیک می‌توان به خوبی از فاسد شدن این محصول جلوگیری کرد. اما در حال حاضر برخی بنکداران در زمان برداشت میوه سردرختی با انعقاد قرارداد با سردخانه‌ها، محصولات را از کشاورزان خریداری کرده و با نگهداری آنها در روزهای پرمصرف به چند برابر قیمت به فروش می‌رسانند.

رئیس اتحادیه صنف انبارداران و سردخانه‌های تهران در مورد اینکه چرا تولیدکنندگان و کشاورزان نمی‌توانند مستقیم وارد چرخه حفظ و نگهداری محصولات بشوند، توضیح می‌دهد: این‌گونه تشکله‌ها و همچنین تعاونی‌های محلی تولیدکننده عملاً توان مالی کافی برای ایجاد سردخانه‌های مجهز را ندارند و این مسئله باعث می‌شود هر ساله شاهد از بین رفتن تا ۴۰ درصد از کل محصولات تولیدی خویش باشند.

در گفت‌وگو با رئیس اتحادیه صنف انبارداران و سردخانه‌های استان تهران عنوان شد

هزینه بالا، مانع بزرگ ایجاد سردخانه‌ها



داشت که این هزینه‌ها برای سردخانه‌داران بسیار سنگین و کمرشکن است.

رئیس اتحادیه صنف انبارداران و سردخانه‌های تهران درمورد انواع سردخانه‌ها و قابلیت‌های آنها نیز گفت: سردخانه‌ها دو نوع سردخانه در کشور داریم. یکی سردخانه‌های بالای صفر درجه و دیگری زیر صفر درجه است. سردخانه‌های بالای صفر درجه برای نگهداری میوه، سبزی، گل و خشکبار به کار برده می‌شوند و در سردخانه‌های زیرصفر درجه نیز مواد پروتئینی از جمله گوشت مرغ، ماهی و خرما نگهداری می‌شود.

وی درباره زمان نگهداری کالاها در سردخانه‌ها نیز گفت: معمولاً از زمان ورود این محصولات به سردخانه‌ها تا زمان خروج شدن آنها زمان زیادی سبزی نمی‌شود، اما به‌طور متوسط این زمان از دو ماه تا پنج ماه و متناسب با بازار مصرف آنها تعیین می‌شود که در حال حاضر اکثر سالن‌های سردخانه‌ها در اجازه بنکداران مواد غذایی و تجار عمده واردکننده قرار دارد.

سرمایه ایجاد سردخانه بسیار زیاد است

وی علت اینکه در این بخش سرمایه‌گذاری کافی صورت نگرفته است و همچنان به تعداد بیشتری از این نوع سردخانه‌ها نیازمند هستیم نیز گفت: برای ایجاد یک سردخانه ۱۰ هزار تنی بالغ بر ۱۰ میلیارد تومان سرمایه نیاز است و در حال حاضر با توجه به رکودی که در اقتصاد شاهد آن هستیم و همچنین هزینه‌های نگهداری نیز در حال افزایش است کمتر کسی به سمت احداث این واحدها روی می‌آورد.

هزینه‌های بالای نگهداری

کشاورز یکی از مهم‌ترین عوامل مؤثر بر بالا رفتن هزینه‌های این‌گونه مراکز را افزایش شدن پارانها اعلام کرد و افزود: در حال حاضر یک سردخانه ۲۰ هزار تنی در طول روز برای مرطوب نگه داشتن میوه‌ها به ۸۰ هزار لیتر آب در روز نیاز دارد و همچنین برای ایجاد یک فضای بردوتی مناسب نیز به‌طور متوسط ماهانه ۸ تا ۱۵ میلیون تومان هزینه برقی خواهد

سردخانه، رکن کشاورزی



معمولاً سیب‌هایی با قطر ۵۵ تا ۷۵ میلیمتر را در سردخانه نگهداری می‌کنیم. تمام سطوح این محصولات قابل انتشار باشد. وی عوامل مؤثر در تازگی و ماندگاری بیشتر محصولات باغی را که در سردخانه نگهداری می‌شوند کم و محدود کردن تنفس و سایر فعالیت‌های حیاتی میوه، محدود کردن فعالیت باکتری‌ها، قارچ‌ها به منظور جلوگیری از فساد آنها، جلوگیری از تغییرات سریع کیفی میوه از قبیل: تغییر رنگ، رسیدگی بیش از حد و نرم شدن میوه و در آخر نگهداری در رطوبت نسبی بالا به منظور کاهش تبخیر و حفظ طراوت میوه‌ها عنوان می‌کند.

رعایت استانداردها

فروتن همچنین یکی از شیوه‌های بسیار مؤثر در حفظ تازگی و طراوت محصولات در سردخانه‌ها را رعایت بهداشتی در جعبه‌ها و کارتن‌های در نظر گرفته شده برای ارسال به بازار مصرف می‌داند و معتقد است این چیدمان باید به گونه‌ای باشد که هوای مطلوب و یک‌دست به‌صورت متناسب در تمام سطوح این محصولات قابل انتشار باشد. وی مناسب‌ترین حالت استفاده از فضای اتاق‌های نگهداری سردخانه را معادل ۳۰۰ تا ۲۵۰ کیلوگرم در هر متر مکعب ذکر و می‌کند که فاصله سطح بالایی جعبه‌ها نیز نباید از سقف ۶۰ سانتی‌متر و از دیوارها ۱۵ سانتی‌متر کمتر باشد.

اشتغال‌زایی بومی

فروتن در انتهای صحبت‌هایش درباره اشتغال‌زایی این واحد خدماتی می‌گوید: در حال حاضر و در فواصل زمانی که برداشت محصولات صورت می‌گیرد، بیش از ۳۰ نفر در این مرکز در قسمت‌های مختلف مشغول به کار می‌شوند که از این تعداد حدود ۱۰ نفر به‌طور مستمر در طول سال برای فعال ماندن و نگهداری تأسیسات به کار مشغول هستند.

محصول، همچنین آگاهی از چینش صحیح و اصولی آنها از درختان باعث می‌شود جلوی فسادپذیری ۳۰ درصد محصول قبل از رسیدن به مکان‌های نگهداری گرفته شود.

فروتن همچنین درباره نگهداری محصولات می‌کند، معتقد است: برای اینکه محصولات می‌توان در تمام فصول سال این میوه تازه را به بازار عرضه کرد. هنگام برداشت باید دقت شود که میوه کاملاً رسیده نباشد چون تجربه ثابت کرده است میوه‌هایی که در زمان چیده شدن به‌طور کامل نرسیده باشند را در مدت‌زمان طولانی‌تری می‌توان نگهداری کرد؛ هرچند عطر و بوی طبیعی را که در میوه‌های کاملاً رسیده می‌توانیم حس کنیم در این محصولات کمتر به چشم خواهد خورد. در حال حاضر

آذربایجانی نیز برای سپردن محصولاتشان به این سردخانه با آقای فروتن قراردادهایی را منعقد کردند.

دانش نگهداری محصولات

حمید فروتن پیرامون این مسئله که چه عواملی به ماندگاری بهتر محصولات کشاورزی در مرحله انبارداری و سردخانه‌داری کمک می‌کند، مستند است: برای اینکه محصولات باغی را بتوان در دوره زمانی طولانی‌تری نگهداری کرد بدون آنکه از کیفیت ظاهری و طعم آن کاسته نشود عوامل بسیار زیادی دخیل هستند. اطلاع از این عوامل از زمان برداشت محصول تا زمان بسته‌بندی نباید برای ارسال به مراکز فروش و مصرف می‌تواند در کاهش حجم ضایعات کمک شایانی کند. استان‌های همجوار نیز در دستور کار قرار گرفت و در مقاطعی حتی سیب‌کاران

دیدگاه



گرفتاری‌های میراث مانده دست دولت را بسته است



احمد پورفالاح

عضو هیات نامندگان اتاق بازرگانی ایران

چندی پیش معاون اول رئیس جمهوری به برنامه دولت برای شناسایی و به حرکت در آوردن واحدهای تولیدی نیمه فعال و راکد در کشور اشاره و اذعان کرد که وزارت صنعت، معدن و تجارت باید اینس برنامه را با جدیت پیگیری کند تا شاهد تحقق هدفگذاری انجام شده یعنی احیای ۷ هزار و ۵۰۰ واحد تولیدی در کشور باشیم.

البته شاید تلقی بسیاری این بوده که پس از لغو تحریم‌ها وضعیت واحدهای تولیدی نیمه فعال و راکد به سرعت بهبود پیدا کند. همانطور که ساده‌لوحانه بوده و هست که تحریم‌ها را بدون تأثیر تلقی کنیم و برداشت اولیه‌مان از تحریم‌ها این باشد که تأثیری روی ما و اداره کشور نخواهد داشت، همانقدر خوشبینانه است تصور کنیم آثار ناشی از تحریم‌ها در عرض شش ماه یا یک سال از بین می‌رود. کشورهایی را می‌شناسیم که حدود هشت سال از لغو تحریم‌ها در آنها گذشته است، اما هنوز نتوانسته‌اند خود را پیدا کنند. باید به این موضوع توجه کنیم که رفع آثار سوء ناشی از تحریم‌ها زمانبر خواهد بود.

موضوع دیگر این است که شاید بخش خصوصی به‌ویژه در بدنه تولید این انتظار را داشتند که خیلی سریع قطار متوقف شده تولید به ریل بازگردد و بتوانند به تولید بپردازند، اما نباید انتظار داشته باشیم که فقط با لغو تحریم‌ها و آثار ناشی از آن تولید به یک روال منطقی هدایت شود. کما اینکه اگر به بیش از ۱۰سال پیش بازگردیم که از تحریم‌ها خبری نبود، در فضای تولید و کسب‌وکار کمبودهایی داشتیم که هنوز هم باقی است و پرداختن به آن زیرساخت‌ها هیچ ارتباطی با آثار به جا مانده از تحریم‌ها ندارد.

البته واقعیت این است که دولت یازدهم سعی کرده و می‌کند که وضعیت تولید را دوباره رو به راه کند و بتواند بخش‌هایی مانند صنعت، معدن و کشاورزی که مولد هستند را دوباره به صورت کامل به حرکت دربیاورد، ولی گرفتاری‌هایی که شاید در گذشته به درستی حل نشده، موجب شده که دولت یازدهم نتواند در این راستا خیلی موفق باشد.

از آن جمله بدهی‌های به جا مانده از گذشته و دیر آزاد شدن منابعی که روی آنها حساب می‌شد و منابعی که قرار بود با آنها کمبودها جبران شود، است. همچنین با تأخیر آغاز شدن آثار ناشی از اجرای برجام موضوع دیگری است که موجب شده همچنان بخش تولید با مشکلاتی همراه باشد.



البته من به‌عنوان یک صنعتگر مطلقا گناه را متوجه دولت نمی‌دانم و در این شرایط که بدهی بسیار زیادی بر جا مانده و منابع هنوز آزاد نشده است و پول‌هایی که از بانک‌ها رفته، اما به بخش تولید واقعی اختصاص نیافته و دست سیستم بانکی را هم بسته است، اداره کشور بسیار سخت است. در مجموع گرفتاری‌های گوناگون دست به دست هم داده و دولت دیگری هم که بود با این گرفتاری‌ها مواجه می‌شد.

البته شرایط رو به بهبود است نه با شیب و سرعت مورد نظر، ولی از سرعت سقوط کاملا کاسته شده است و به تدریج از منفی بودن رشد و توسعه صنعتی فاصله می‌گیریم، ولی این موضوع زمان می‌برد. امیدواریم که همدلی دولت با بخش خصوصی تداوم پیدا کند و ما بتوانیم از این مرحله حساس و حیاتی عبور کنیم، زیرا اگر غفلت کنیم با فرصت‌هایی که از دست داده‌ایم در آینده قابل جبران نخواهد بود.

اما اگر بخواهیم در مورد این موضوع صحبت کنیم که چقدر این امیدواری وجود دارد که دولت در بیش از یک سال باقی مانده از عمر خود، بتواند مشکلات واحدهای تولیدی نیمه فعال یا تعطیل شده را رفع کند، باید به این نکته اشاره کرد که برابر گزارش یکی از وزارت صنعت، معدن و تجارت داریم ظرف یکی، دو ماه گذشته تعدادی از واحدهای نیمه فعال، فعال شده‌اند یا تعدادی از غیرفعال‌ها به جرگه فعال‌ها پیوسته‌اند که به نظر من تعداد این واحدها زیاد نیست اما قطعاً باید امیدوار بود. اگر منابع آزاد شود و دست دولت مقداری باز شود، امیدواری‌ها افزایش می‌یابد.

البته برای اینکه دولت بتواند در مدت باقی مانده از عمر خود اقداماتی را برای واحدهای تولیدی نیمه فعال انجام دهد، مستلزم آن است که برخی از مصوبات جدی‌تر گرفته شود. به‌عنوان مثال دستورالعمل منع دولت از خرید کالاها، خارجی که در داخل مشابه آن تولید می‌شود، باید در بدنه دولت جدی‌تر گرفته شود. همچنین قرار است برای ایجاد تحرک در واحدهای مولد و درمانده ۱۶ هزار میلیارد تومان بودجه در نظر گرفته شود که امیدواریم در توزیع آن نظارت کافی انجام شود که این بودجه هرز نور و علاوه بر این سود این اعتبار بالا در نظر گرفته شود زیرا در غیراین صورت گرفتاری‌های بخش صنعت افزایش پیدا می‌کند.

احمد اثنی‌عشری، عضو هیات رئیسه انجمن مدیران صنایع ویران‌رغوی و مدیر عامل بهسو صنعت معتقد است که دولت از بدو شروع فعالیت خود تلاش زیادی برای بهبود وضع بنگاه‌های تولیدی کرده است، اما امکانات مناسب و لازم برای این امر را در حد کافی در اختیار ندارد.

به نظر شما دولت در سه سال گذشته اقدامی در زمینه فعال شدن واحدهای تولیدی غیرفعال یا نیمه‌فعال انجام نداده یا اینکه به دلیل نبود بودجه یا نبود اختیارات لازم، نتوانسته شرایط را تغییر بدهد؟

کمبود نقدینگی و مشکلات مالی فقط یکی از مشکلات بنگاه‌های اقتصادی است. در یک دسته‌بندی می‌توان مشکلات را به دو دسته مشکلات درونی و مشکلات

محمد حسین سلیمی:

بودجه کافی در اختیار دولت نیست

محمد حسین سلیمی، رئیس انجمن سرمایه‌گذاری خارجی اتاق ایران معتقد است دولت در سه سال گذشته و از زمان آغاز به کارش نمی‌توانسته تمام مشکلات واحدهای تولیدی نیمه فعال یا تعطیل شده را رفع کند، زیرا زمان، بودجه و امکانات لازم را تاکنون در اختیار نداشته است.

اقدامات دولت یازدهم در رابطه با کمک به فعالیت دوباره واحدهای تولیدی نیمه فعال یا تعطیل شده را چگونه ارزیابی می‌کنید؟

اگر یک واحد تولیدی به هر دلیلی متوقف شده است، به این دلیل بوده که اقساط معوق داشته یا به کارگران خود بدهی داشته است. اما برخی از واحدها به دلیل رکود حاکم بر کشور، کاهش تولید داده‌اند و این کار اجباری بوده و از روی دلخواه نبوده است. در شرایطی که کالایی عرضه شده و خریداری برای آن وجود ندارد، واحدهای



نادیده گرفته شود و بانک‌ها دوباره به این واحدها کمک کنند. در واقع اگر نیمه‌فعال شدن یا تعطیلی برخی از واحدهای تولیدی به این دلیل است که مشکلات مالی داشته‌اند اما از امکانات فروش برخوردار بوده‌اند، باید به این واحدها کمک شود. این در حالی است که اگر به یک واحد تولیدی در جهت فعالیت دوباره کمک شود، اما محصولات آن خریداری نداشته باشد، در واقع کمکی انجام نشده است.

بیرونی بنگاه‌ها تقسیم‌بندی کرد. کمک‌های حاکمیت می‌تواند بیشتر به رفع یا کاهش مشکلات بیرون بنگاه‌ها منجر شود. وقتی صحبت از حاکمیت می‌شود منظور کلیه لایه‌ها و ارکان قدرت در کشور شامل مجلس، قوه قضاییه، دولت، نهادهای امنیتی و انتظامی به‌صورت توامان است. اما در مورد مشکلات داخلی بنگاه‌ها باید فرآیندهای مدیریتی آنها بازنگری شود و تقویت شود و نمی‌توان تمامی انتظارات بهبود را از حاکمیت طلب کرد. بنگاهی که فاقد توانمندی‌های مدیریتی و کارشناسی مناسب باشد و زیرساخت‌های فرآیندهای آن به طور علمی و کارشناسانه طرح‌ریزی نشده و فاقد استراتژی و چشم‌انداز و برنامه توسعه است، هر چقدر هم که منابع مالی به آن تزریق شود فایده‌ای نخواهد داشت. دولت از بدو شروع فعالیت



آیا در یک سال باقی‌مانده از عمر دولت، مسئولان می‌توانند اقدامی در رابطه با این موضوع انجام دهند و بهترین راهکار برای دولت چیست؟

مجموعه عناصری که ذکر شد، شرایط دشواری را برای دولت فراهم ساخته و نمی‌توان توقع داشت در فاصله زمانی کوتاه مشکلات به

بررسی عملکرد دولت برای فعال کردن واحدهای تولیدی

دولت و مصائب دست خالی

به دلیل تحریم‌های سنگین، سوءمدیریت‌ها و ... واحدهای تولیدی با مشکل بدهی‌های معوق و کاهش ظرفیت تولید مواجه شدند، انتظار بخش خصوصی و فعالان اقتصادی این بود که پس از آغاز به کار دولت یازدهم، مسئولان اقدامات لازم را در جهت رفع مشکلات عدیده واحدهای تولیدی انجام دهند.

این در حالی است که برخی فعالان اقتصادی



احمد اثنی‌عشری:

دولت امکانات لازم را در اختیار ندارد

پیامدهایی را می‌تواند به دنبال داشته باشد؟

غیرفعال و نیمه فعال بودن واحدهای تولیدی چندین آثار منفی در بر دارد. اولاً باعث کاهش اشتغال می‌شود. دوم اینکه به علت کاهش حجم تولید، قیمت هر واحد کالا افزایش می‌یابد و قیمت‌ها رقابتی نخواهد بود. سوم آنکه با توجه به روند سریع تغییرات تکنولوژیکی در دوره کوتا‌مدت نمی‌توان قیمت تمام شده تکنولوژی را مستهلک کرد و جایگزینی آن گران تمام می‌شود. یعنی از یک ماشین که برای مثال قابلیت تولید یک میلیون محصول را دارد به علت از رده خارج شدن سریع تکنولوژی، تولید کمتری را دریافت کرده‌ایم. همچنین کمک به راندازی واحدها در ایجاد ارزش افزوده بخش صنعت نیز تأثیر قابل توجهی خواهد داشت.

علی اصغر جمعه‌ای:

سرمایه در گردش مناسب اختصاص بیابد

توانیم از کانال صحیح، نقل و انتقال پول را انجام دهیم، این آسیب را وارد کرد. **گشایش‌هایی که در روابط خارجی ایجاد شده، می‌تواند کمکی به رفع مشکلات واحدهای تولیدی کند؟** با وجود گشایش‌هایی که در روابط با خارجی‌ها ایجاد شده مشکلی در رابطه با انتقال پول وجود ندارد، اما مهم این است که بانک‌های سایر کشورها مرادوات خود را با ما برقرار کنند. از سوی دیگر با توجه به بدهی‌هایی که واحدهای تولیدی به سیستم بانکی دارند، از زمان آغاز به کار دولت دهم به نظر شما دولت می‌تواند در حدود یک سال گذشته کاری در این زمینه انجام نداده یا اینکه به دلیل نبود بودجه یا نبود اختیارات لازم، نتوانسته شرایط را تغییر بدهد؟

به نظر شما دولت می‌تواند در حدود یک سال آینده اقدامی در رابطه با این موضوع انجام دهد و بهترین راهکار در این شرایط چیست؟

در حال حاضر شرایط به‌گونه‌ای شده که بدهی‌ها کم‌رشدن شده است و حل این مشکل مستلزم آن است که حداقل برای مدت پنج سال کلیه بدهی‌های معوق واحدهای تولیدی نادیده گرفته شود

و سرمایه در گردش مناسب در اختیار این واحدها قرار بگیرد. مسئله‌ای که وجود دارد اینکه این واحدها دیگر وثایقی ندارند که به‌عنوان تضمین نزد بانک‌ها بگذارند و دولت باید یک تسهیلگری در رابطه با این مشکلات داشته باشد. البته حرف ما این نیست که سرمایه در گردش در اختیار تمام واحدهای تولیدی قرار بگیرد بلکه باید یک ممیزی در این رابطه انجام شود و واحدهایی که دارای مزیت هستند مشمول چنین تسهیلاتی شوند.

طور کامل مرتفع شود و این نیاز به فرصت و برنامه دارد. متأسفانه اقدامات دولت به خاطر حاد بودن شرایط صنعت و فشارهای اجتماعی بیشتر اقدامات تسکینی است و برای اقدامات اساسی نیاز به تدوین برنامه و حمایت از آن توسط کل حاکمیت است. اکنون دو تگرانی عمده در تخصیص منابع مالی به بنگاه‌های تولیدی وجود دارد، اول آنکه این وجوه در اختیار واحدهایی قرار گیرد که مطالعه عارضه‌یابی در آنها انجام شده و احتمال سوخت شدن پول بسیار زیاد باشد. دوم آنکه وجوه به بنگاه‌هایی تخصیص بیابد که وابستگی سیاسی و ارتباطات غیراراضی در روابط آنها وجود دارد و بیم فساد و ایجاد رانت در آنها است. دولت باید ابزار نظارتی کافی را طرح‌ریزی و اعمال کند.

غیر فعال یا نیمه فعال ماندن واحدهای تولیدی چه تبعات و

آزموده

بادبان حمایتی برای خروج تولید از امواج ورشکستگی

ترجمه و گردآوری:رویا پاک سرشت

فعالیت در بازار تولید و تجارت رموزی دارد که با تکیه بر آنها می‌توان تا حدودی به پیشرفت در عرصه اقتصاد امید بست. با این وجود برخی اتفاقات پیش‌بینی نشده همچون بحران‌های اقتصادی، تورم، کاهش یا افزایش نرخ ارز، رقبای پرقدرت خارجی و مواردی مشابه باعث می‌شوند معادلات اقتصادی به هم ریخته و یک مجموعه تجاری را تولیدی یا چالش بزرگ مبارزه با ورشکستگی روبه‌رو شود. عبور از چنین بحران سنگینی فارغ از برنامه‌ریزی و دوراندیشی، نیاز به کمک‌های مالی دارد. در چنین شرایطی دریافت وام، جذب اسپانسرهای مالی، فروش سهام و سایر راهکارهای اینچینی، اغلب کارکردی موقتی دارند و به نظر می‌رسد نیاز به منابع حمایتی قوی‌تر، همچون حمایت‌های دولتی پررنگ‌تر از سایر گزینه‌هاست.

اتحادیه اروپا تا چه حد حامی است؟

یکی از شرکت‌های صاحب‌نام تولیدکننده لوازم الکترونیک و دیجیتال در آلمان شرکت لوو است؛ شرکتی که در سال ۱۹۹۳ توسط فیزیکدان و کارشناس الکترونیک زیگموند لوو و برادرش لودویگ در برلین رسماً افتتاح شد. اگرچه این شرکت در طول تاریخ بارها با چالش‌هایی چون جنگ، قحطی و... مواجه شده است اما همواره جزو شرکت‌های معتبر و خوشنام در عرصه تولیدات آلمان شناخته می‌شد. شرکتی که به توسعه نخستین ضبط صوت کاست در دهه ۵۰، تولید نخستین دستگاه ضبط ویدئویی در اروپا در دهه ۶۰، نخستین تلویزیون قابل حمل در سال ۱۹۶۳ و نخستین تلویزیون قابل اتصال به اینترنت در اواخر دهه ۹۰ مشهور است.

با در نظر گرفتن چنین پیشینه‌ای، مواجهه با خبر بحران‌های مالی شدید این شرکت از سال ۲۰۰۴ بسیار عجیب به نظر می‌رسد. در واقع از این تاریخ تا سال ۲۰۱۳، مشکلات سریالی و ممتد مالی این شرکت ادامه یافت. مشکلاتی که برخی کارشناسان ریشه‌های آن را در واردات لوازم الکترونیک می‌دانند و برخی دیگر، بحران‌های مالی جهانی، اما علت این مشکلات هر یک از گزینه‌ها که باشد نتیجه برای شرکت لوو یک چیز بود، اعلام ورشکستگی در سال ۲۰۱۳ و اخراج صدها کارمند در راستای مقاومت در برابر ورشکستگی کامل.

براساس اطلاعات مندرج در وب‌سایت رسمی کمیسیون اتحادیه اروپا، بسیاری از شرکت‌های فعال در حوزه‌های اقتصادی، تحت حمایت‌های مالی این کمیسیون قرار می‌گیرند. برای مثال شرکت روماناییمی olchim که در حوزه پتروشیمی فعالیت می‌کند از جمله شرکت‌های خصوصی است که نه تنها از حمایت‌های مالی دولت رومانی، بلکه از حمایت‌های اتحادیه اروپا برای پیشگیری از ورشکستگی بهره‌مند بوده است. این شرکت یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های پتروشیمی در جنوب اروپا است و ارزش سهامی بسیار قابل توجهی دارد.

اما یک تگرانی جدید در خصوص حمایت از شرکت‌های خصوصی، حضور برخی کشورهای ثالث است. در واقع کشورهای مثل چین با هدف سرمایه‌گذاری در صنایع اروپا و با پوشش حمایت، بارها به شرکت‌های اروپایی که در آستانه ورشکستگی بوده‌اند، منابع مالی تزریق کرده و به این واسطه در سهام این شرکت‌ها دخیل شده یا اعتبار شرکت‌ها را به چین انتقال داده‌اند. بر این اساس برخی تولیدکنندگان اروپایی نگران هستند که در صورت عدم حمایت‌های داخلی و دولتی، ناچار به اسفاده از چنین کمک‌هایی شوند.

بحران زغالی از آمریکا تا لهستان

با توجه به تالش‌ها برای کاهش وابستگی به انرژی‌های تجدیدپذایر و تمایل‌ها برای حفاظت از محیط‌زیست، بسیاری از کارخانه‌ها و شرکت‌های وابسته به صنایع زغال‌سنگ در معرض مشکلات مالی قرار دارند. گزارش نیویورک‌تایمز نشان می‌دهد از سال ۲۰۰۸ تاکنون میزان بازدهی شرکت‌های زغال‌سنگ در ایالات متحده ۱۵درصد کاهش داشته است. از سوی دیگر، اخیرا اعلام شده است که بزرگ‌ترین شرکت خصوصی زغال‌سنگ در آمریکا، که در منطقه غرب ویرجینیا قرار گرفته است ورشکستگی می‌شد. این در حالی است که برای سال‌های طولانی و بر ق‌مدت، صنعت زغال‌سنگ و صنایع وابسته به این حوزه به‌عنوان قلب تپنده اقتصاد منطقه و منبعی برای امرار معاش این شرکت‌ها در نظر گرفته می‌شد. بنا بر گزارش‌ها در طول سال گذشته میلادی تعداد شش شرکت بزرگ و شناخته‌شده فعال در عرصه استخراج و فروش زغال‌سنگ در ایالات متحده ورشکسته شده‌اند که از این میان شرکت پاتربوت را می‌توان شناخته‌شده‌ترین شرکت خصوصی ورشکسته دانست.

افزون بر اینها بحران‌های مالی و اقتصادی در حیطه انرژی، اروپا را نیز بی‌نصبی گذاشته است. بزرگ‌ترین شرکت خصوصی زغال سنگ در شرق اروپا NWR در آستانه ورشکستگی است. مدیر عامل این شرکت، پیتر گرت در گفت‌وگو با فایننشال تایمز، به لزوم حمایت دولت پراگ از این شرکت تأکید کرد و معتقد است در صورتی که دولت از این مجموعه اقتصادی حمایت کند، می‌توان از دام ورشکستگی نجات پیدا کرد. از سوی دیگر بنا بر اطلاعات مندرج در رسانه‌های جمهوری چک، فشارهای زیادی برای حمایت از این مجموعه به دولت وارد می‌شود، علت این مسئله بیش از هرچیز به هزاران کارگر فعال در شرکت بزرگ زغال سنگ مرتبط است که در صورت ورشکستگی، موجی جدید از بیکاری را به دولت تحمیل خواهند کرد.

