روزنامه اقتصادی - مدیریتی

فرصت امروز

۱۹ ذی القعده ۱۴۳۵ - سال اول — دوشنبه ۲۴ شهریورماه ۱۳۹۳ — شماره ۵۸ - ۱۶ صفحه - ۱۰۰۰ تومان

Mon. 15 Sep 2014 www.forsatnet.ir

مدیر کسی است که بیش از دیگران می‌بیند، فراتر از آنچه که دیگران می‌بینند، می‌بیند و قبل از دیگران می‌بیند.

لروی ایمز

تاثیر بهره برداری از خط ۳ متروی تهران بر بازار مسکن

تونل های زیرزمینی، زمین را گران می کنند

خط ۳ متروی تهران که گفته می شود تا پایان سال به بهره‌برداری خواهد رسید، می‌تواند بر قیمت واحدهای تجاری و مسکونی که در مسیر این خط قرار دارند، تاثیرگذار باشد؛ به این بهانه سعی شد درگفت‌وگو با کارشناسان حوزه مسکن به بررسی این مسئله بپردازیم.

۶

بازار تشنه وام است

دلایل رشد بی رویه صندوق‌های قرض الحسنه

در سال‌های گذشته مسئولان نظام بانکی مرتبا از رشد و تکثیر صندوق‌ها و موسسات قرض‌الحسنه‌ای که پا را از فعالیت‌های سالم فراتر نهاده و در بخش‌های ناسالم بازار پولی وارد شده‌اند، انتقاد می‌کنند. اما سوال اساسی این است که چرا بازار پول و نظام بانکی ما مستعد رشد این‌گونه صندوق‌هاست و چرا بانک مرکزی در خلال سال‌های گذشته باوجود اجرای برنامه‌های ضربتی نمی‌تواند صندوق‌های غیرمجاز را ریشه‌کن کند؟ به نظر می‌رسد یکی از مهم‌ترین دلایل بقای این‌گونه صندوق‌های قرض‌الحسنه در فضای نظام پولی و بانکی کشور را باید در رشد آنها در خلأ فعالیت نظام بانکی جست‌وجو کرد، به این معنا که این‌گونه صندوق‌ها با شناسایی نقطه‌ضعف بانک‌های کشور در ارائه تسهیلات مورد نیاز مردم، به جلب نظر مشتریان اقدام کرده و توانسته‌اند تا امروز با وجود همه فشارها دوام بیاورند.

۴

بررسی ورود وزارت نفت به تولید و صادرات برق

پایان خاموشی‌ها در سایه حضور وزارت نفت

۲

تکلیف آزادراه تهران- شمال مشخص شد

۶

گفت‌وگوی اختصاصی «فرصت امروز» با رییس هیات‌مدیره انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرتی هوایی ایران

سرمایه‌گذاری در گردشگری فقط آژانس هواپیمایی نیست

شاید چند سالی است همه‌جا سخن از گردشگری و سرمایه‌گذاری عمده دولتی‌ها و بخش‌خصوصی در این صنف به میان آمده و...

۱۱

دبیر انجمن صنایع لبنی:

لبنیات تا هفته آینده عاری از پالم می‌شود

دبیر انجمن صنایع لبنی اعلام کرد: براساس توافقات و مکاتبات صورت‌گرفته با کارخانه‌های لبنی، محصولات لبنی از پایان شهریور ماه عاری از هر گونه چربی گیاهی از جمله روغن پالم می‌شود.

رضا باکری اظهار کرد: تمام محصولاتی که دارای پروانه ساخت با چربی گیاهی نیستند به‌ویژه شیر، ماست، انواع خامه صبحانه و پنیر سفید ایرانی بدون هر گونه چربی گیاهی تولید می‌شوند و در فرآیند تولید آن از چربی گیاهی طبیعی استفاده می‌شود اما اگر کارخانه‌ای بیش از این، از چربی گیاهی استفاده کرده باشد، متخلف محسوب می‌شود و باید طبق قوانین و مقررات موجود با او برخورد کرد.

وی افزود: از سال ۱۳۸۸ هفت قلم کالا در صنعت لبنیات از سازمان غذا و دارو مجوز استفاده از چربی گیاهی گرفته‌اند که در این راستا ۴۵۰ پروانه ساخت برای این کالاها از جمله پنیرهای آنالوگ، پنیرهای خامه‌ای، پنیرهای پیتزا، پنیرهای پروسس شده، انواع بستنی‌ها و خامه گیاهی قنادی صادر شد، اما طبق توافقات صورت‌گرفته از ۳۱شهریور ماه امسال همه پروانه‌های صادرشده به حالت تعلیق در می‌آید.

به گزارش ایسنا، دبیر انجمن صنایع لبنی ادامه داد: در جلساتی که با کارشناسان سازمان غذا و دارو، سازمان استاندارد، انستیتو تغذیه و کارشناسان بهداشت تغذیه در کمیته‌های تخصصی انجمن صنایع لبنی داشتیم، مقرر شد پس از به تعلیق درآمدن پروانه ساخت مجوزهای صادرشده برای استفاده از چربی گیاهی پروفایل اسیدهای چرب در روغن‌های مجاز گیاهی استخراج شود و در اختیار اداره کل نظارت بر غذای وزارت بهداشت قرار گیرد تا برای تصمیم‌گیری مجدد در این زمینه تصمیمات لازم اتخاذ شود.

تصویب شاخص‌های اقتصاد مقاومتی در مجمع تشخیص مصلحت نظام

دبیر مجمع تشخیص مصلحت نظام از تصویب شاخص‌های اقتصاد مقاومتی در این مجمع خبر داد، در همین حال یک عضو دیگر مجمع از تصویب برنامه اقتصاد مقاومتی ۱۸ دستگاه در شورای اقتصاد این مجمع خبر داد.

در کارگاه اقتصاد مقاومتی اعضای هیات علمی دانشگاه‌ها که دیروز در دانشگاه علوم اقتصادی تهران برگزار شد، محسن رضایی، دبیر و علی آقامحمدی، عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام سخنرانی کردند.

در این نشست آقامحمدی به محورهای اقتصاد مقاومتی اشاره کرد و گفت: تامین رشد پویا و بهبود شاخص‌های مقاومت اقتصادی و دستیابی به اهداف چشم‌انداز ۲۰ ساله در کنار رویکرد انعطاف‌پذیر، فرصت‌ساز، دورن‌زا و برون‌نگر با هدف گسترش اجتماعی مطرح است.

عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام گفت: دولت نسبت به اقتصاد مقاومتی کار جدی را شروع کرده و در حال حاضر برای ۱۸ دستگاه برنامه مشخصی ارائه شده که به تصویب شورای اقتصاد رسیده و به‌صورت یک مجموعه تدوین شده است.

وی افزود: ۲۴ بند سیاست‌های اقتصاد مقاومتی به ۱۹۰ سیاست اجرایی تبدیل شده و ۶۰۰ اقدام درآمده که نیاز به برنامه‌های عملیاتی دستگاه‌ها دارد. همچنین بودجه ۹۴ کل کشور و برنامه ششم توسعه براساس اقتصاد مقاومتی تدوین می‌شود.

وی ادامه داد: ۷۰ درصد ارزش‌افزوده صنعت دست ۴۰۰ شرکت است و نیز ۵۰ درصد ظرفیت نیروگاهی کشور دست بخش خصوصی است. به گفته آقامحمدی ظرفیت بازار ایران به‌شدت قابل افزایش است و شرکت‌های سهام عدالت اگر به بورس بروند، ظرفیت زیادی ایجاد می‌کنند اما نمی‌دانم چرا در این زمینه تعلل می‌شود، همچنین افزایش سقف بازار سرمایه در برنامه ششم توسعه یکی از برنامه‌های دولت است.

دبیر مجمع تشخیص مصلحت نظام نیز در این نشست با اشاره به تصویب شاخص‌های اقتصاد مقاومتی در مجمع، گفت: اجرای اقتصاد مقاومتی در بخش‌های مدیریتی و اقتصاد نیاز به سهم مشترک دارد.

محسن رضایی اظهار داشت: چشم‌انداز ۲۰ساله کشور مانند یک خانه است که ویژگی‌هایی دارد و اقتصاد مقاومتی می‌خواهد در رسیدن به ویژگی‌های این خانه تاثیرگذار باشد و آن را بررسی و عملی کند.

وی به الزامات اقتصاد مقاومتی اشاره کرد و گفت: این نوع اقتصاد نوعی گفتمان اقتصادی و مدیریتی است که ما را به چشم‌انداز می‌رساند. الزامات این نوع اقتصاد رکن‌های مختلف دارد که شامل اقتصاد کلان، توسعه و کارآفرینی است. به گفته رضایی در بخش رکن اقتصاد کلان، تولید ملی، رشد اقتصادی، فرهنگ جهادی و سیاست‌های اقتصادی دولت مدنظر بوده و در بعد توسعه، مباحث دانش‌بنیان، اصلاحات اقتصادی، اقتصاد مردمی و فرهنگ جهادی‌محور است و در بعد کارآفرینی، دولت اقتصادی، دانش‌بنیان، محیط کسب‌وکار و کارآفرینی ملاک قرار می‌گیرد.

وی با اشاره به اینکه تحریم‌ها و تهدیدات، شوک اقتصادی هستند، تصریح کرد: نباید صرفا به این مباحث بپردازیم که مقابله با شوک باشد بلکه اگر بخواهیم شوک‌ها کمترین اثر را داشته باشند، مبنا همان سیاست‌های اقتصاد مقاومتی است.

وی با طرح این سوال که چقدر توانسته‌ایم براساس ظرفیت‌ها و پتانسیل‌های موجود استان‌ها اختیارات را به آنها بدهیم، تصریح کرد: در این صورت بسیاری از منابع کشور هدر می‌رود. در حال حاضر بسیاری از محصولات کشاورزی صادر می‌شود و مثل این است که ما در شرایط کنونی بحران آب آن را صادر می‌کنیم.

رضایی با اشاره به اینکه اگر بخواهیم اقتصاد دانش‌بنیان داشته باشیم، نمی‌توان در اتاق‌های سیاسی نشست و تصمیم گرفت، گفت: باید کارها براساس دانش باشد و به کارگیری دانش در تولید ملی دنیا زیاد است اما اکنون محصولات دانش‌بنیان نداریم. وی از تصویب شاخص‌های اقتصاد مقاومتی در مجمع تشخیص خبرداد و گفت: این سیاست‌ها و شاخص‌ها از سوی مجمع پایش و نظارت خواهد شد. دبیر مجمع تشخیص مصلحت نظام با بیان اینکه در اداره کشور از ظرفیت همه افراد استفاده نمی‌شود، بیان داشت: صحنه رقابت در فوتبال کامل است اما در اداره کشور رقابت نیست و هر دولتی می‌آید افراد گذشته را بیرون می‌کند در حالی‌که باید تمام ظرفیت‌های داخل به کار گرفته شود.

مرکز پژوهش‌های مجلس اعلام کرد:

اجرای موثر سیاست‌های بسته خروج از رکود در سال‌های ۹۳ و ۹۴ مقدور نیست

مرکز پژوهش‌های مجلس با ارائه گزارشی تحلیلی از بسته خروج از رکود دولت، اجرای موثر این بسته در سال‌های ۹۳ و ۹۴ را ناممکن دانست و با اشاره به کیفیت پایین اشتغالزایی رشد اقتصادی در سال‌های گذشته، اعلام کرد، در سال ۱۴۰۰ بیش از پنج میلیون بیکار در ایران وجود خواهد داشت.

در ابتدای این گزارش آمده است: محاسبات این تحقیق نشان می‌دهد حتی با فرض تحقق رشد پنج درصدی که در سال‌های آتی، برای بازگشت سطح درآمد ملی سرانه ایران به سطح سال ۱۳۹۰ گذشت حدود پنج سال زمان نیاز است. علاوه بر این، با فرض تداوم کیفیت پایین اشتغالزایی رشد اقتصادی در سال‌های گذشته، در سال ۱۴۰۰ بیش از پنج میلیون بیکار در ایران وجود خواهد داشت. این بررسی‌ها علاوه بر لزوم تحقق رشد اقتصادی بالا در اقتصاد ایران، ضرورت افزایش کیفیت اشتغالزایی، رشد برای جلوگیری از بحران‌های آتی اقتصادی و اجتماعی را نشان می‌دهد. بسته دولت با هدف خروج اقتصاد ایران از رکود بدون اتکا به ابزارهای تورم‌زا ارائه شده است. در رابطه با کلیات و جزئیات این بسته می‌توان نکات زیر را بیان کرد:

اجرای موثر بیشتر سیاست‌های پیشنهادی بسته در سال‌های ۱۳۹۳ و ۱۳۹۴ مقدور به نظر می‌رسد.

موضوع اشتغال و افزایش کیفیت اشتغالزایی رشد اقتصادی که علاوه بر اصلاح ساختار بازار کار مستلزم کاهش وابستگی به نفت، مدیریت منطقی واردات و در نظر گرفتن مقیاس بنگاه‌ها در سیاست‌گذاری‌های مرتبط است، کمتر مورد توجه قرار گرفته است.

در راستای سیاست‌گذاری‌های بلندمدت مرتبط با رشد، توصیه اصلی حذف انحراف قیمت‌های کلیدی (نرخ ارز، نرخ سود بانکی و قیمت انرژی) از مقدار تعادلی آنها بوده و نسبت به بهبود محیط کسب‌وکار صرفا برمبنای شاخص‌های بانک جهانی اکتفا شده است، در این زمینه مسائل مهمی چون اصلاح نظام امور اجرایی کشور (تصمیم‌سازی، تصمیم‌گیری و اجرایی) که ناکارآمدی خود را به طرق مختلف نشان داده و نقش مهمی در اتخاذ و اجرایی شدن توصیه‌های صحیح (از جمله همین بسته سیاسی دولت) داشته، نادیده گرفته شده است.

در بسته پیشنهادی دولت ذکر شده که تدوین این بسته با فرض تداوم و وضع فعلی تحریم‌ها صورت گرفته است، بنابراین به نظر می‌رسد بسته مذکور با سناریوی تشدید تحریم‌ها چندان سازگاری ندارد، به‌عنوان مثال بسیاری از سیاست‌های ارزی و پولی به جهش ارز و تورم گره خورده است که می‌تواند متاثر از نتایج تعاملات خارجی باشد.

با توجه به نرخ بالای تورم در اقتصاد ایران و پیش‌بینی‌ناپذیری آن در حال حاضر تعیین نرخ سود متناسب با تورم ممکن به نظر نمی‌رسد. در نظر گرفتن نرخ بازده بخش‌های مختلف اقتصادی و رابطه نرخ سود بین بانکی و نرخ سود سپرده‌ها و تسهیلات از جمله ملاحظاتی است که باید در تعیین نرخ سود بانکی در نظر گرفته شود.

در سیاست‌های مالی مدیریت بدهی‌ها و مطالبات دولت به‌عنوان یکی از مشکلات مزمن اقتصاد کشور و لزوم سازماندهی این کار اقدامی موثر و قابل قبول است.

درباره سیاست‌های مالیاتی در راستای تشویق تولید و تقاضا به جای سیاست‌های پیشنهادی دولت پیشنهاد می‌شود، اولا کاهش نرخ مالیات موضوع ماده (۱۰۵) قانون مالیات‌های مستقیم برای اشخاص حقوقی غیردولتی تولیدی (واحدهای تولیدکننده کالا) از ۲۵ درصد فعلی می‌تواند راهکار مناسبی باشد، ثانیا عدم‌افزایش نرخ مالیات بر ارزش‌افزوده (به عبارتی توقف اجرای تبصره «۲» ماده (۱۱۷) قانون برنامه پنجم) در سال ۱۳۹۴ نیز در شرایط فعلی اقتصاد ایران مفید خواهد بود.

مهم‌ترین راهبرد بسته پیشنهادی دولت در رابطه با بهبود محیط کسب‌وکار که بر اهمیت آن تاکید ویژه‌ای شده است، کاهش هزینه و زمان فرآیندهای مختلف فعالیت‌های اقتصادی بر مبنای شاخص‌های بانک جهانی از طریق الزام دستگاه‌های مرتبط با آنهاست. در این رابطه علاوه بر وجود تردیدهایی در خصوص صحت اطلاعات بانک جهانی در مورد ایران (که سبب شده برخی دستگاه‌های مرتبط رایزنی‌هایی در این رابطه با بانک جهانی داشته باشند) انطباق پیگیری خط کلی پیشنهادی بانک با واقعیت‌های جامعه ایرانی محل تردید است. درباره افزایش توان مالی بانک‌ها از طریق کاهش بدهی‌های دولت به بانک‌ها، وصول و کاهش مطالبات معوق بانک‌ها، فروش اموال مازاد بانک‌ها، ایجاد زمینه خریدوفروش اوراق مشارکت دولتی در بازار سرمایه و تقسیم کار میان بازار پول و سرمایه برای تامین مالی بنگاه‌های بزرگ توسط بورس و بنگاه‌های کوچک و متوسط توسط بانک‌ها مناسب به نظر می‌رسد. پیشنهاد می‌شود، به این فهرست ممنوعیت تامین مالی شرکت‌های تحت مالکیت بانک‌ها اضافه شود.

انتخاب بخش نفت و گاز به‌عنوان بخش پیشران بحث‌هایی را ایجاد کرده است، زیرا این بخش به‌رغم اهمیت آن در اقتصاد ایران، از پتانسیل اشتغالزایی بالایی برخوردار نبوده و با توجه به شرایط تحریم موجود که امکان استفاده از همه ظرفیت‌های تولیدی موجود هم فراهم نیست، روش و منطق توسعه این بخش‌ها (هم از جهت نحوه تامین منابع و هم از جهت تامین تکنولوژی) نامشخص است، به‌خصوص آنکه دولت نیز یکی از فروش خود را تداوم وضع موجود تحریم‌ها قرار داده است.

فرصت امروز در دستان شما

سازمان آگهی‌ها

۸۸۹۲۸۵۳۹ - ۸۸۹۲۸۵۶۲ - ۸۸۸۵۳۷۸۶

سرمایه گذاری

اروپایی‌ها در حوزه نفت و گاز استان‌فارس سرمایه‌گذاری می‌کنند

معاون برنامه‌ریزی و اشتغال استانداری فارس گفت: گروه سرمایه‌گذار ایتالیایی که متشکل از چندین شرکت فراملیتی است در بخش نفت و گاز استان فارس سرمایه‌گذاری می‌کند.

به گزارش ایرنا «ساسان تاجگردون» شنبه در حاشیه دیدار با گروه سرمایه‌گذاری اروپایی در شیراز در جمع خبرنگاران افزود: این گروه که در زمینه نفت و گاز و مشتقات آن، تولید لوله‌های انتقال آب و سازه‌های ساختمانی فعالیت دارد، علاقه‌مندی خود را برای حضور و سرمایه‌گذاری در بخش نفت و گاز استان فارس اعلام کرده است.

وی ادامه داد: این گروه سرمایه‌گذاری کشور ایتالیا با دو رویکرد انتقال دانش فنی و سرمایه‌گذاری غیرمستقیم، خواستار مشارکت در طرح‌های اقتصادی استان فارس است.

معاون برنامه‌ریزی و اشتغال استانداری فارس بیان کرد: وجود ذخایر قابل توجه نفت و گاز در این استان نظر این سرمایه‌گذاران را به خود جلب کرده است.

تاجگردون ادامه داد: مدیریت ارشد استان فارس هم حمایت ویژه‌ای از سرمایه‌گذاری خارجی و فاینانس (تامین منابع مالی از تسهیلات اعتباری خارجی) دارد.

معاون برنامه‌ریزی و اشتغال استانداری فارس بر لزوم برگزاری نشست‌های متعدد با این گروه سرمایه‌گذاری تاکید کرد و گفت: ستاد سرمایه‌گذاری این استان نیز نحوه حمایت و پشتیبانی از این گروه برای سرمایه‌گذاری در حوزه‌های تخصصی را مورد بررسی دقیق قرار خواهد داد.

تاجگردون افزود: امیدواریم ارتباطات مناسب ایجادشده با گروه‌های مختلف سرمایه‌گذاری به بهره‌مندی از توانمندی‌های فارس برای افزایش ارزش افزوده و ایجاد اشتغال پایدار بینجامد.

اخبار استانی

ورود مناطق نفت‌خیز جنوب به توسعه بزرگ‌ترین میدان نفتی مشترک ایران

معاون حفاری مدیریت امور فنی شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب از حفاری ۴۰ حلقه چاه نفتی توسط این شرکت در میدان مشترک آزادگان خبر داد.

محمدمهدی زارعی اظهار داشت: در راستای سیاست راهبردی وزارت نفت مبنی بر توسعه میادین مشترک و براساس دستور مدیرعامل شرکت ملی نفت ایران، حفاری ۴۰ حلقه چاه نفتی به مناطق نفت‌خیز جنوب واگذار شده که تا کنون دو دستگاه حفاری در این منطقه مستقر و عملیاتی شده و در حال اعزام سومین دستگاه حفاری به منطقه هستیم.

وی افزود: با توجه به اینکه میدان آزادگان مهم‌ترین میدان نفتی مشترک کشور محسوب می‌شود، شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب برای صیانت از منابع کشور تمام توان خود را برای اجرای برنامه حفاری چاه‌ها مطابق با برنامه زمانبندی به کار خواهد بست.

نصب ترانس سیار ایستگاه صنعتی محلات

مراحل نصب ترانس سیار ایستگاه صنعتی محلات به منظور تامین برق مطمئن و پایدار منطقه ارقده محلات و بخش صنایع و کشاورزی منطقه و روستاهای تابعه کامل و ترانس مذکور برقرار شد.

مسلم غیاثی‌اصل کارشناس امور پست‌های انتقال و فوق توزیع شرکت برق منطقه‌ای باختر ضمن اعلام مطلب فوق افزود: ایستگاه ۶۳/۲۰ کیلوولت صنعتی محلات دارای سه فیدر خروجی ۲۰ کیلوولت و یک ترانس ۶۳/۲۰ کیلوولت است و ظرفیت ترانس سیار نصب‌شده نیز ۱۵ مگاولت آمپر است.

وی در پایان اظهار داشت: این ایستگاه بستر لازم جهت توسعه بخش صنعت و معدن به‌خصوص معادن سنگ و صنایع وابسته و همچنین بخش کشاورزی در منطقه ارقده استان مرکزی را مهیا کرده است.

بررسی ورود وزارت نفت به تولید و صادرات برق

پایان خاموشی‌ها در سایه حضور وزارت نفت

الهه ابراهیمی

بحران کمبود برق موضوعی نیست که بتوان از آن به سادگی گذشت. وزارت نیرو در عملکرد خود نشان داده است در برون‌رفت مشکلات برقی نه تنها موفق نبوده بلکه بدهی بیش از ۱۸هزار میلیارد تومانی را به‌نام خود ثبت کرده است. درست در این زمان وزارت نفت برای حل مشکلات اعلام آمادگی کرده تا شاید صنعت تولید برق این بار در سایه وزارتخانه دیگر بتواند رمقی برای حیات داشته باشد.

وزارت نفت با صدور اطلاعیه‌ای برای تامین گاز مورد نیاز برای تولید و صادرات برق به منظور تحقق بند ۱۳سیاست‌های اقتصاد مقاومتی اعلام آمادگی کرده است، طوری که دو شرکت ملی نفت ایران و شرکت ملی گاز ایران حسب مورد مسئولیت تامین گاز مورد نیاز را برای تولید برق با هدف صادرات به مقدار و در نقطه مورد توافق بر عهده خواهند گرفت و گاز مورد نیاز را به‌عنوان آورده شرکت ملی نفت ایران و شرکت ملی گاز ایران به‌عنوان سرمایه‌گذار تحویل خواهد داد.

در حقیقت قرار است بخش خصوصی با همکاری وزارتخانه نفت از توان واقعی خود برای حل کمبود برق استفاده کند اما در این میان نکته اساسی این است که آیا بخش خصوصی که به دلیل برخی سیاست‌های دولت گذشته در این حوزه نحیف‌تر شده می‌تواند به احیای مجدد خود امیدوار باشد؟

باید بپذیریم بحران برق داریم

صادق صیاد، دبیر کمیته حمایت از ساخت داخل سندیکای صنعت برق ایران با اشاره به اینکه در زمینه تولید برق بخش خصوصی به توانمندی لازم دست یافته است، به «فرصت‌امروز» می‌گوید: «واقعیت این است که باید بپذیریم در کشور با بحران برق مواجه هستیم، با وجود اینکه پتانسیل لازم برای تولید از منظر نیروی انسانی مجرب، تکنولوژی تولید و سرمایه‌گذاری سخت‌افزاری و امکانات کارخانه‌ای وجود دارد. مشکل اصلی مدیریت تبدیل انرژی‌های متعدد از جمله گاز و گازوئیل به برق است.»

وی اعلام آمادگی وزارت نفت برای حمایت از بخش خصوصی برای تولید برق را مثبت ارزیابی می‌کند و می‌افزاید: «نکته مهم جزیره‌ای عمل کردن وزارتخانه است زیرا هر وزارتخانه‌ای که برای بخش خصوصی شرایطی را فراهم می‌سازد به دنبال آن است به اهداف خود دست یابد و به مشکلات موجود کمتر توجه می‌کند. ما می‌دانیم که وزارت نیرو به بخش خصوصی بدهکار است و نیروگاه‌ها (بخش خصوصی) نیز به نوعی به وزارت نفت مقروض. بدون شک برای موفقیت در افزایش تولید آن هم توسط بخش خصوصی آن چه اهمیت دارد هماهنگی کامل و همه‌جانبه دو وزارتخانه نفت و نیرو است.»در حقیقت باید بپذیریم واحدهای صنعتی و کارخانجات کشور به دلیل کمبود برق و مسائل دیگر به‌طور کامل فعال نیستند و این موضوع به اقتصاد کشور ضربه می‌زند. بحران صنعت برق تنها مختص کشور ما نیست، بیشتر کشورهای منطقه با این بحران مواجه هستند، از این رو تنها راه برون‌رفت آن جلب سرمایه‌گذار بخش خصوصی برای صنعت برق است تا شاهد رشد اقتصادی باشیم از سویی می‌توان با تولید بیشتر علاوه بر ایجاد اشتغال، صادرات برق نیز داشته باشیم تا درآمدهای ارزی کشور منوط به درآمدهای نفتی نباشد.

این دیدگاه در صورت اجرایی شدن می‌تواند موفقیت زیادی را برای کشور رقم بزند اما باید دید وزارتخانه نفت چگونه و با چه شرایطی می‌خواهد به تولید و صادرات برق ورود کند؟

شرایط همکاری وزارت نفت برای تولید برق

این وزارتخانه اعلام کرده است تمامی مسئولیت‌های مربوط به سرمایه‌گذاری برای تبدیل گاز به برق با راندمان حرارتی مورد توافق، کسب مجوزهای لازم برای احداث نیروگاه، تاسیسات لازم برای انتقال و صادرات برق و نیز بازاریابی برق تولیدی در کشور هدف و همچنین مسئولیت تامین منابع مالی برای احداث نیروگاه (اعم از بخش فاینانس و نیز آورده نقدی) با سرمایه‌گذار است و قرارداد نهایی برای صادرات برق، توسط مشارکت امضا خواهد شد.

سهم سرمایه‌گذار از قیمت فروش صادراتی برق، متناسب با قیمت فروش برق در هر بازار هدف خواهد بود.

صیاد در این زمینه اعلام می‌کند: «این موارد همه قابل پیگیری است، نکته مهم وجود بخش‌نامه است که می‌تواند توسط بخش دولتی صادر شود و قاعده بازی را تغییر دهد، در این شرایط بخش خصوصی حریف کدام وزارتخانه خواهد بود. به نظر من فضا برای موفقیت بخش خصوصی زمانی مهیا خواهد بود که ثبات قانون در مدیریت‌ها و تصمیم‌گیری‌ها وجود داشته باشد تا سرمایه‌گذار نگران آینده خود نباشد.»

دولت اعتماد کند

بخش خصوصی توان ساخت نیروگاه، تولید برق و انتقال آن را به طور کامل دارد اما تعریف‌ها از این بخش‌ها متغیر است. برای نمونه تعدادی از نیروگاه‌ها به دلیل بدهی دولت به بانک‌ها واگذار شده است یا نهادهای عمومی غیردولتی و نهادهای نظامی اداره تعدادی نیروگاه‌ها را برعهده دارند، بدون شک این نیروگاه‌ها را نمی‌توان خصوصی دانست و انتظار داشت تا توان واقعی بخش خصوصی را در این صنعت داشته باشند. دبیر کمیته حمایت از ساخت داخل سندیکای صنعت برق ایران با تایید این مطلب می‌گوید: «به صراحت می‌گویم که کافی است دولت به بخش خصوصی واقعی اعتماد کند، در این فضا نه تنها نیاز داخلی را تامین می‌کنیم بلکه توان صادرات را به دولت می‌دهیم.»

معاون برنامه‌ریزی وزارت نفت این اقدام را در راستای متنوع کردن سبد انرژی داخلی تعریف کرده و خواستار یکپارچه‌سازی مدیریت کلان حوزه انرژی کشور به منظور بهینه‌سازی اعلام کرده‌اند.

بدون شک این مسئله فرصت خوبی برای شرکت‌های خصوصی تولیدکننده برق است، از این رو از اصغر آریانی‌پور دبیر سندیکای شرکت‌های خصوصی تولیدکننده برق خواستیم تا نظر کارشناسی خود را به نمایندگی از این سندیکا اعلام کند اما وی حاضر به گفت‌وگو نشد و اعلام کرد: «دلایل خاصی برای عدم‌اعلام نظر درباره اقدام وزارت نفت دارم که از مطرح کردن آن امتناع می‌کنم.»

با این وجود ناصر شایان عضو سندیکای صنعت برق ورود وزارت نفت به تولید برق با همکاری بخش خصوصی را مثبت ارزیابی می‌کند و به «فرصت امروز» می‌گوید: «مهم‌ترین مشکل بخش خصوصی در تامین خوراک مورد نیاز برای تولید برق است که با همکاری وزارت نفت این مشکل حل می‌شود تا بخش خصوصی دغدغه گرفتن اعتبار برای پرداخت بدهی به این وزارتخانه را نداشته باشد و کارها برای این بخش تسهیل شود.»

برق

خطر خاموشی‌ها پایان یافت

شرکت مدیریت شبکه برق ایران دیروز با انتشار گزارش کوتاهی اعلام کرد: پیک مصرف برق کشور در روز شنبه ۲۲ شهریور ماه به ۴۲هزار و ۱۵۴ مگاوات در ساعت ۱۴:۲۰ دقیقه رسید. به عبارت دیگر روز گذشته پیک مصرف برق کشور در مقایسه با چهارم مرداد ماه بیش از شش هزار مگاوات کاهش یافته است. بر این اساس پیش‌بینی می‌شود با ورود به فصل پاییز و زمستان و کاهش دمای هوا متوسط مصرف برق به روند رو به کاهش خود ادامه دهد تا عملا خیال مدیران صنعت برق و وزارت نیرو از خاموشی‌های تابستانی تا سال آینده آسوده شود. حدود ۱۵هزار مگاوات افزایش مصرف برق به دلیل روشن شدن کولرها در فصل تابستان است.

بین الملل

احتمال تحریم محصولات پتروشیمی و تولیدات مهندسی غربی از سوی روسیه

وزیر توسعه اقتصادی روسیه اعلام کرد، پیش‌نویس پیشنهادی برای ممنوعیت یا محدود کردن واردات محصولات پتروشیمی و تولیدات مهندسی غربی به روسیه، برای دولت این کشور تهیه شده است.

به گزارش فارس به نقل از ایتارتاس، الکسی یولوکایو وزیر توسعه اقتصادی روسیه اعلام کرد، اگرچه اتخاذ تحریم علیه غرب نیازمند بررسی بیشتر توسط دولت روسیه است اما پیشنهادی برای محدود کردن یا ممنوعیت واردات محصولات پتروشیمی و مهندسی امریکایی و اروپایی برای دولت این کشور تهیه شده است.

وی افزود: از زمان اعمال تحریم‌های تلافی‌جویانه روسیه در زمینه ممنوعیت واردات محصولات کشاورزی و دامی از غرب، روسیه گزینه‌های احتمالی برای اعمال تحریم‌های متقابل بیشتر را نیز در نظر گرفته است.

این وزیر روس ادامه داد: اگرچه هنوز تصمیم نهایی در این زمینه اتخاذ نشده است اما در صورت اتخاذ این سیاست، واردات حجم بالایی از محصولات پتروشیمی و تولیدات مهندسی مانند خودروها و غیره که تولید امریکا یا اروپا هستند توسط دولت روسیه محدود یا ممنوع خواهد شد.

انرژی

وزارت نیرو به دنبال افزایش بهره‌وری از منابع انرژی است

معاون برنامه‌ریزی و امور اقتصادی وزارت نیرو با بیان آنکه این وزارتخانه به دنبال ایجاد درآمد با افزایش تعرفه‌ها نیست، افزایش بهره‌وری منابع انرژی را از مهم‌ترین سیاست‌های این وزارتخانه عنوان کرد.

به گزارش ایرنا، علیرضا دائمی روز دوشنبه در نشست خبری افزود: باید ابزار اقتصادی طوری باشد که به آستانه اثرگذاری برسد و آن بکارگیری یک فرمول اقتصادی است. وقتی کالایی به قدری ارزان است که در مصرف محدودیتی ایجاد نمی‌کند، بهره‌وری نیز کاهش خواهد یافت، بنابراین باید به دنبال افزایش بهره‌وری باشیم.

معاون وزیر نیرو در برنامه‌ریزی و امور اقتصادی، اظهار داشت: هرگز به دنبال این نیستیم که هزینه‌های آب و برق از مردم دریافت شود ولی هزینه‌ها را باید طوری تعریف کرد که اسراف نشده و مصرف به درستی صورت بگیرد. وزارت نیرو هرگز به دنبال نزدیک کردن تعرفه‌ها به قیمت‌ها نبوده بلکه معتقد است باید تا زمان توانمندی جامعه به آب و برق یارانه داده شود تا جامعه به مرحله بی‌نیازی برسد ولی در کنار آن باید بهره‌وری افزایش یابد.

آب

مدیریت مصرف آب در فرهنگ ملی فراموش شده است

رییس هیات‌مدیره و مدیرعامل شرکت سهامی مهندسی آب و فاضلاب کشور گفت: مدیریت مصرف آب در فرهنگ ملی به فراموشی سپرده شده است.

به گزارش ایرنا، حمیدرضا جانباز یکشنبه در آیین معارفه مدیر شرکت آب وفاضلاب روستایی و شهری استان زنجان با اشاره به اینکه مصرف بی‌رویه آب در کشور طی سال‌های گذشته معضلات کنونی را موجب شده، افزود: تولید بی‌رویه لوازم برقی و استفاده بخش کشاورزی از آن و استحصال بی‌رویه منابع آبی افت سفره‌های زیرزمینی را درپی داشته است.

وی یادآورشد: هم‌اکنون در اکثر شاخص‌ها افت شدید منابع آب در کشور وجود دارد و توجه عموم مردم به این مقوله مهم بیش از گذشته ضروری است.

جانباز افزود: متوسط سرانه مصرف آب به ازای هر نفر در کشور ۲۵۰ لیتر است، در حالی که این رقم در کشورهای پیشرفته به ازای هر فرد ۱۵۰ لیتر است.

وی با بیان اینکه کمبود منابع آب و خشکسالی در برخی استان‌ها به ۱۴ سال رسیده گفت: با پایش‌های علمی در جهان به‌ویژه در خاورمیانه و ایران، وضعیت این بخش طی ۳۰ سال اعلام شده است.

مدیرعامل شرکت سهامی مهندسی آب و فاضلاب ادامه داد: بخش‌های زیادی در کشور با مشکل کمبود آب مواجه هستند و راهکارهای مدیریتی نیز در این بخش اندیشیده شده است.

وی تامین، انتقال، مدیریت توزیع، مصرف و تقاضا را از وظایف مهم شرکت مهندسی آب و فاضلاب کشور بیان کرد. جانباز از اجرای مدیریت هوشمند توزیع آب و فشار در کشور خبر داد و افزود: مدیریت هوشمند فشار آب در زنجان اجرا شده که امسال نیز این برنامه در اصفهان تداوم یافت و این مهم کاهش هفت‌درصدی مصرف آب و رضایتمندی مردم این استان را به همراه داشت. وی تاکید کرد: تاکنون با مدیریت اعمال شده، آب در هیچ شهری از کشور جیره‌بندی نشده و به عبارتی قطع آب رخ نداده است.

رییس هیات‌مدیره و مدیرعامل شرکت سهامی مهندسی آب و فاضلاب با اشاره به اینکه اقدامات فرهنگی به تنهایی در کاهش آب مصرفی مردم تاثیرگذار نیست، گفت: اکنون ۲۲درصد قیمت تمام‌شده آب از مردم دریافت می‌شود و منابع دریافتی نیز پاسخگوی رفع معضلات و مشکلات این حوزه نیست.

جانباز به وضعیت نامطلوب آب در روستاهای کشور اشاره کرد و افزود: اکنون برای شش‌هزار و ۹۰۰ روستای کشور با تانکر آبرسانی می‌شود.

وی اظهار کرد: امسال با هماهنگی با دولت و مجلس، به ۸۷۰ روستای مشکل‌دار آبرسانی می‌شود.

مدیرعامل شرکت سهامی مهندسی آب و فاضلاب کشور ادامه داد: با تعامل مناسب نمایندگان مجلس شورای اسلامی، اختصاص اعتباری متمرکز برای تکمیل مجتمع‌های آبرسانی به تصویب رسیده است.

وی منابع در نظرگرفته‌شده از محل صندوق توسعه ملی برای این بخش را بالغ بر ۲۴ هزار میلیارد تومان برای تحت پوشش قرار دادن جمعیت هشت‌میلیون و ۵۰۰ هزار نفری روستاهای هدف بیان کرد.

شرکت ملی نفت ایران
شرکت ملی مناطق نفت خیز جنوب
شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون (سهامی خاص)

آگهی شناسایی تامین کنندگان و سازندگان
شماره مناقصه عمومی ۳۴/ م خ /۹۳
شماره درخواست 48/9300109

نوبت دوم
شماره مجوز: ۲۸۲۸۲۴

شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون در نظر دارد کالای مشروحه ذیل را از طریق برگزاری مناقصه عمومی دو مرحله ای تهیه نماید. لذا از تولید کنندگان، شرکتها و فروشندگانی که دارای توانایی و تجربه لازم در این زمینه باشند دعوت بعمل می آید که مدارک لازم برابر تاریخهای تعیین شده به آدرس اهواز منطقه بـرومی کیلومتر ۱۵ جاده اهواز / سربندر بعد از سه راهی صنایع فولاد ارسال نمایند.

بدیهی است ارائه مدارک و سوابق مذکور هیچگونه حقی را برای متقاضیان ایجاد نخواهد نمود.

۱- ارائه مدارک مورد نیاز کمیته ارزیابی جهت بررسی صلاحیت تا تاریخ ۹۳/۰۷/۰۲ به اداره کالا شامل ارائه نامه اعلام آمادگی - تصویر آگهی ثبت شرکت در روزنامه - ارائه تصویر اساسنامه و رزومه شرکت - سوابق و عملکرد - لیست تایید معاملات انجام شده با شرکتهای معتبر مخصوصا شرکتهای تابعه وزارت نفت

۲- برآورد اولیه سفارش به مبلغ (۶/۶۰۰/۰۰۰/۰۰۰) (شش میلیارد و ششصد میلیون ریال تمام) می باشد.

۳- سپرده شرکت در مناقصه به مبلغ (۳۳۰/۰۰۰/۰۰۰) (سیصد و سی میلیون ریال تمام) می باشد.

۴- ارائه مدارک و اسناد مناقصه به متقاضیان تایید صلاحیت شده تا تاریخ ۹۳/۰۷/۱۶

۵- تحویل پاکات (خ- مالی ب- فنی- الف سپرده در شرکت در مناقصه شامل ضمانتنامه بانکی یا چک تضمینی بانک در وجه شرکت بهره بـرداری نفت و گاز مارون) تا تاریخ ۹۳/۰۷/۳۰ به کمیسیون مناقصات ساختمان ستادی طبقه همکف ارائه گردد.

۶- بازگشایی پاکات مالی متعاقبا اعلام خواهد شد.

۷- هزینه آگهی درج در روزنامه های کثیرالانتشار از برنده مناقصه کسر خواهد شد.

۸- به پیشنهاد های مخدوش و فاقد سپرده شرکت در مناقصه -بدون امضاء و مهر شرکت، و پیشنهادهایی که بعد از انقضای مدت مقرر در فراخوان واصل شوند ترتیب اثر داده نخواهد شد.

۹- تاریخ انتشار آگهی نوبتهای اول و دوم در پایگاه های خبری (بند ۱۰)

۱۰- سایر اطلاعات و جـزئیات مربوطه در اسناد مناقصه آمده است یا به سایت این شرکت به آدرس WWW.nisoc.ir و mogpc.nisoc.ir مراجعه شود در صورت بروز هرگونه ابهام با شماره تلفن ۵۵۲و۸۸۳۲۹-۴۱-۰۶۱۱ و شماره فاکس ۴۴۳۴۰۶۷ و تائیدیه نامه با شماره تلفن ۴۱۸۸۸۶۶-۰۶۱۱ اداره کالا تماس حاصل نمایید.

ITEM	DESCRIPTION	QYT	UNIT
۰۱	EXPLOSION- PROOF// CORROSION – PROOF HIGH-TEMPERATURE//WINDOW TYPE AIR CONDITIONER UNIT// EXdII C T4/18000 BTU/REFRIGRANT R-22 // 380/220 VDC 50HZ //ALL EXTERNAL PARTS AND FASTENERS SHALL BE OF SS316// EVAPORATOR AND CONDONSER SHALL BE PAINTED WITH IMPORTED poluAL COATING// 2 YEARS WARRANTY// توضیح : کلیه اقدام به همراه هزینه کامل نصب و راه اندازی در واحد های مارون ۳ و کوپال می باشند.	5	ST

تاریخ انتشارنوبت اول: ۹۳/۶/۲۲
تاریخ انتشارنوبت اول: ۹۳/۶/۲۴
روابط عمومی شرکت بهره برداری نفت و گاز مارون
WWW.NISOC.IR

آگهی ارزیابی کیفی عمومی شماره ۹۳/۸۰ /ر

اداره کل راه و شهرسازی استان هرمزگان در نظر دارد به استناد آئین نامه اجرایی بند ج ماده ۱۲ قانون مناقصات، نسبت به ارزیابی کیفی شرکتها از طریق فراخوان عمومی اقدام نماید.

الف) شرح مختصر کارها: زیراساس و آسفالت گرم راههای روستایی شهرستان بندرعباس

ب) محل تامین اعتبار: اعتبارات عمرانی

ج) شرایط متقاضی: ۱- داشتن شخصیت حقوقی ۲- داشتن امکانات و ماشین آلات و نیروی متخصص ۳- داشتن تجربه کافی و مرتبط با موضوع فراخوان ۴- داشتن توانایی ارائه ضمانتنامه بانکی شرکت در مناقصه وضمانتنامه انجام تعهدات ۵- داشتن ظرفیت خالی ۶- توانایی انجام کار تا سقف ۵۰ درصد مالی و بدون پیش پرداخت

متقاضیانی که دارای شرایط مذکور در بند (ج) فوق بوده وآمادگی اجرای پروژه را دارند می توانند حداکثر ظرف مدت ۷ روز از تاریخ درج آگهی (نوبت دوم) جهت اخذ اسناد ارزیابی اجرای کار به آدرس اداره کل راه و شهرسازی هرمزگان مراجعه نمایند. دریافت اسناد ارزیابی بصورت رایگان می باشد، آخرین مهلت تحویل اسناد ارزیابی ۱۴ روز پس از آخرین روز دریافت اسناد ارزیابی خواهد بود جهت کسب اطلاعات بیشتر به آدرس سایت اینترنتی www.iets.mporg.ir مراجعه نمایید.

روابط عمومی اداره کل راه و شهرسازی استان هرمزگان
۱۲۰

یادداشت

الزامات تولید پارچه چادر مشکی در کشور

علیرضا حائری
عضو هیات‌مدیره جامعه متخصصان نساجی ایران

ایران با مصرف سالانه حدود ۵۵ تا ۶۰ میلیون‌متر پارچه چادر مشکی، رتبه نخست مصرف این کالا را در جهان به خود اختصاص داده است. این در حالی است که فقط ۱۰ درصد از نیاز کشور در داخل تولید می‌شود و حدود ۹۰ درصد آن وارداتی است.

به جرأت می‌توان ادعا کرد که در سال‌های نه چندان دور، کشورهایی مانند سوئیس، ژاپن و کره که به هیچ وجه مصرف‌کننده پارچه چادر مشکی نیستند، عمده تامین‌کنندگان بازار داخلی کشورمان بودند، اما به تازگی تولیدات سایر کشورها مانند تایلند، اندونزی و ویتنام نیز اضافه و گاه جایگزین شده‌اند، در حالی که ما همچنان اندر خم نحوه تولید، چگونگی سرمایه‌گذاری، تهیه لایحه و طرح و همچنین بررسی مکان و محل احداث کارخانه تولید پارچه چادر مشکی هستیم و هر از چند گاهی مطلبی یا مصاحبه‌ای از یک مقام مسئول یا غیرمسئول، تولید آن را به سوژه روز تبدیل می‌کند، ولی مثل همیشه هیچ اتفاقی نمی‌افتد. همه چیز روال عادی خود را سپری می‌کند و واردات سالانه ۵۰ تا ۶۰ میلیون دلاری آن از طریق مبادی رسمی و مقادیر متنابهی دیگر از طریق قاچاق، کالای همراه مسافر و تجارت چمدانی همچنان ادامه دارد.

هر از چند گاهی نیز برای اینکه کم‌کاری و سهل‌انگاری خود در تامین این نیاز داخلی را توجیه کنیم، دست به دامان مافیای تجارت آن می‌شویم و وجود آنان را دلیل عدم توسعه مناسب تولید این محصول در کشور قلمداد می‌کنیم.

مسائلی مانند مشکلات تکنولوژیکی را مطرح می‌کنیم، در حالی که به خوبی می‌دانیم یکی از دلایل اصلی عدم تولید این محصول در کشور، نبود عزم و اراده‌ای جدی در تولید پارچه چادر مشکی است وگرنه می‌توان با تعریف مشوق‌هایی برای سرمایه‌گذاری در تولید این محصول و قرار دادن این مشوق‌ها و تسهیلات در اختیار کارآفرینان و سرمایه‌گذاران موفق صنعت نساجی، نسبت به خودکفایی در این رشته قدم‌های اساسی برداشت.

شناسایی اهلیت سرمایه‌گذار در این بخش از مهم‌ترین عوامل موفقیت در تولید پارچه چادر مشکی است و تضمینی خواهد بود تا سرانجام سرمایه‌گذاری‌های جدید نیز به سرنوشت سرمایه‌گذاری‌های قبلی دچار نشود.

اینک تولید پارچه چادر مشکی از حالت تولید یک محصول صرفا اقتصادی خارج شده و به نماد و شاخصی برای ارزیابی پیشرفت و موفقیت صنعت نساجی در کشور تبدیل شده و گاهی مثالی برای عدم توانمندی این صنعت به شمار می‌آید.

جا دارد هم اینک که صنعت نساجی در بسیاری از زیرشاخه‌های خود از قبیل تولید انواع کفپوش‌ها، الیاف، منسوج نبافته، نخ‌های فیلامنت و میکروفیلامنت و تولید انواع نخ‌های ظریف پنبه‌ای و ترکیبی به موفقیت‌های شایانی دست یافته است، این نقیصه نیز با مساعدت و همراهی مسئولان تصمیم‌گیر یکبار برای همیشه حل و فصل شود تا ضمن جلوگیری از خروج سالانه مقادیر معتنابهی ارز از کشور، بازارهای مصرفی کشورهای مسلمان و به‌ویژه کشورهای عربی را نیز به تسخیر خود در آورد و از این محل ارزآوری مناسبی برای کشور ایجاد کند.

منبع: خبرگزاری فارس

تحقیق و تفحص

ارائه گزارش تحقیق و تفحص از صنعت خودرو به رییس‌جمهور

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس از ارائه گزارش تحقیق و تفحص از صنعت خودروی کشور و نحوه برخورد وزارت صنعت با این موضوع در آینده‌ای نزدیک به رییس‌جمهور خبر داد.

علی علیلو نماینده مردم شبستر در مجلس شورای اسلامی در گفت‌وگو با فارس با اشاره به موضوع تحقیق و تفحص از صنعت خودروی کشور اظهار کرد: با وجود شعارهای دولت در مبارزه با مفاسد اقتصادی در بحث تحقیق و تفحص از صنعت خودروی کشور همراهی لازم از سوی دولت صورت نگرفت.

وی افزود: در بحث تحقیق و تفحص از صنعت خودرو انتظار این بود وقتی گزارش به دولت ارائه می‌شود، وزارت صنعت نسبت به موضوع حساس شده و نسبت به مواد غیرقانونی و مفسده‌زا وارد شده و با آن مبارزه کند که متاسفانه این موضوع تاکنون مشاهده نشده است.

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس خاطرنشان کرد: بنا داریم گزارشی از تحقیق و تفحص از صنعت خودرو و برخوردی که وزارت صنعت با این موضوع داشته را تهیه کرده و در آینده‌ای نزدیک به رییس‌جمهور ارائه کنیم، چراکه گمان بر این است که اطلاعات صحیح به شخص رییس‌جمهور داده نمی‌شود و با اطلاع‌رسانی صحیح، انتظار دستور قاطع وی در این ارتباط را نیز خواهیم داشت.

خبر استان

اتمام پروژه فولاد سفید دشت یکی از اولویت‌های فولاد مبارکه اصفهان

مدیرعامل شرکت فولاد مبارکه تصریح کرد: اتمام پروژه فولاد سفیددشت چهارمحال و بختیاری یکی از اولویت‌های فولاد مبارکه است.

سبحانی با تاکید بر اهمیت بومی‌سازی تجهیزات مورد نیاز این طرح گفت: اولویت ما در ساخت و راه‌اندازی پروژه نیز حمایت از شرکت‌های داخلی است و اگر شرکت‌های سازنده داخلی قابل رقابت با شرکت‌های خارجی باشند، قطعا از شرکت‌های داخلی حمایت می‌کنیم.

وی همچنین زمان بهره‌برداری از واحد فولادسازی و ریخته‌گری مداوم این شرکت را پایان سال ۹۴ اعلام کرد.

گفتنی است طرح مجتمع فولاد سفیددشت در فاصله ۳۵ کیلومتری جاده شهرکرد به بروجن قرار دارد و قرار است با مشارکت ۶۵ درصدی فولادمبارکه و ۳۵ درصدی ایمیدرو تکمیل و به بهره‌برداری برسد.

تولیدکنندگان صنایع ریلی با ۳۰ درصد ظرفیت کار می‌کنند

صنعت ریلی، صنعتی مهجور

عسل داداشلو

تولیدکنندگان صنایع ریلی و واگن‌های مسافربری کشور با ۳۰ درصد ظرفیت کار می‌کنند. این موضوع را هوشنگ سوهانگر، رییس هیات‌مدیره انجمن ریلی کشور می‌گوید.

محور توسعه هر کشوری صنایع ریلی آن است اما وقتی شنیده می‌شود که این صنعت با ۳۰ درصد ظرفیت خود فعالیت می‌کند، کمی جای تامل دارد. توسعه صنعت ریلی فقط به دلیل توسعه مورد توجه نیست بلکه در میان انواع حمل‌ونقل، حمل‌ونقل ریلی یکی از امن‌ترین و باصرفه‌ترین وسایل ارتباطی است اما حال نه‌تنها توجه خاصی به این صنعت نشده بلکه کارخانه‌های تولیدکننده واگن مسافربری، چه در تولید واگن‌های مسافربری بین‌شهری و چه در واگن‌های مسافربری درون‌شهری، تقریبا در رکود به سر می‌برند.

کمبود نقدینگی بزرگ‌ترین مشکل صنایع ریلی

کمبود نقدینگی همان زخم کهنه‌ای است که بر بدنه همه صنایع کشور نشسته است. فرقی نمی‌کند جنس صنایع از فولاد باشد یا نخ. هیچ یک از زخم شمشیر نقدینگی در امان نمانده است.

سوهانگر در گفت‌وگو با «فرصت امروز» درباره کمبود نقدینگی در صنایع ریلی می‌گوید: «کمبود نقدینگی بزرگ‌ترین مشکل صنایع ریلی فعال در هر زمینه‌ای است. متاسفانه نبود سیاست‌گذاری‌های صحیح در این بخش موجب شده که بانک‌ها به جای حمایت‌کننده و ارائه‌دهندگان تسهیلات به بنکدار و حق‌العمل کار تبدیل شوند.»

صنعت ریلی یک صنعت گران است به این معنا که تولید هر واگن مسافربری بین‌شهری بین دو میلیارد و ۷۰۰ میلیون تومان تا سه میلیارد تومان هزینه می‌برد بنابراین به این دلیل که بازار تقاضا کم‌جان است، تولیدکننده نیز توان تولید را از دست داده است. این امر در شرایطی است که اکنون قراردادهایی برای خرید واگن وجود دارد اما به اجرا درنیامده است.

عبدالرضا شاملو، مدیرعامل پیشین شرکت واگن‌سازی تهران و کارشناس صنایع ریلی در این زمینه به «فرصت امروز» می‌گوید: «برای تولید واگن‌های مسافربری و باری ظرفیت بالایی در کارخانه‌های تولیدکننده وجود دارد اما به دلیل نبود قرارداد یا اجرایی نشدن قراردادهای پیشین به دلیل نبود بودجه، کارخانه‌ها نیز زیر ظرفیت خود کار می‌کنند.»

صنعت ریلی مهجور مانده است

وقتی در میان صنایع فعال در بخش حمل‌ونقل صحبت می‌کنیم و میزان توجه دولت را به این صنایع مقایسه می‌کنیم، قطعا درمی‌یابیم که صنعت ریلی، صنعتی مهجور است. برای مثال هنوز چندی از حادثه تلخ سقوط هواپیمای ایران ۱۴۰ نگذشته است؛ هواپیمایی که برای ساخت آن در داخل کشور با وجود کمبود تکنولوژی ساخت و کارنامه ناموفق آن، باز هم میلیاردها تومان برای ساخت هواپیمایی هزینه می‌شود که در نخستین پروازش موجب مرگ سازندگانش شد!

بی‌توجهی به توسعه صنایع ریلی دلیل مهمی برای مهجور ماندن این صنعت است که به گفته کارشناسان، کیفیت محصولات تولیدشده در صنایع ریلی ایران با محصولات ریلی وارد شده از چین، یکی است و در قیمت نیز تفاوت چندانی ندارد.

شاملو در این‌باره بیان می‌کند: «دلیل عمده‌ای که امروز شاهد پایین بودن ظرفیت تولید صنایع ریلی هستیم، بی‌توجهی مجموعه وزارتخانه‌ها به صنایع و حمل‌ونقل ریلی است. با وجود اینکه صنعت حمل‌ونقل ریلی بسیار به‌صرفه است و از جهت آلودگی محیط‌زیست کمترین زیان را به محیط‌زیست می‌رساند اما متاسفانه توجه لازم به این صنعت نشده و امکانات لازم نیز در اختیار آن قرار داده نشده است.»

واگن‌هایی با کیفیت خوب اما بدون مشتری

اکنون در کشور پنج شرکت تولیدکننده واگن‌های مسافربری و باربری بین‌شهری فعالیت می‌کنند که با ۳۰ درصد ظرفیت خود در حال فعالیت هستند، این در شرایطی است که به گفته سوهانگر کشور اکنون با کمبود سه هزار واگن مسافربری مواجه است. اکنون حدود ۲۰ درصد از واگن‌های مورد استفاده در حمل‌ونقل ریلی، تولید داخل است و ۷۰ درصد نیز واگن‌های دست دومی هستند که بین ۱۵ تا ۳۰ سال عمر دارند.

در چنین شرایطی این تردید به وجود می‌آید که شاید کیفیت واگن‌های تولیدشده در داخل مناسب نیست که مورد استفاده صنعت حمل‌ونقل قرار نمی‌گیرد.

شاملو در پاسخ به این موضوع می‌گوید: «بخشی از کیفیت به دانش و ابزارآلات بستگی دارد و بخشی دیگر به مسئولیت‌پذیری افراد. از نظر اصولی اگر بخواهیم واگن تولید داخل را با جایگزین آن یعنی واگن‌های چینی مقایسه کنیم، می‌توانیم بگوییم که از نظر کیفیت در یک حد قرار دارند، ضمن اینکه قیمت واگن‌های مسافری داخلی با واگن‌های وارداتی چینی با وجود تعرفه پایین گمرکی، تقریبا یکی است.»

برای آینده صنایع ریلی چه باید کرد؟

آنگونه که نظرات کارشناسی می‌گویند، صنعت ریلی در صورت کار کردن با ظرفیت صددرصد می‌توانند همه نیاز کشور را تامین کنند. این صنایع با استناد به برنامه توسعه پنجم به ایجاد ظرفیت اقدام کرده‌اند اما ظرفیتی که فقط ۳۰ درصد آن اکنون در حال استفاده است و در حقیقت صنعتی که می‌تواند برای ۱۰۰ هزار نفر به طور مستقیم و غیرمستقیم ایجاد شغل کند اکنون فقط برای ۳۰ هزار نفر ایجاد شغل کرده است.

اگر بخواهیم از مزایای حمل‌ونقل ریلی صرف‌نظر کنیم و فقط به بعد صنعتی آن بپردازیم، نمی‌توانیم از ظرفیت بالای اشتغال این صنعت و پیامدهای مثبتی که می‌تواند برای اقتصاد کشور داشته باشد، چشم‌پوشی کنیم بنابراین برای توسعه ظرفیت آن چه می‌توان کرد؟

سوهانگر در پاسخ به این پرسش بیان می‌کند: «باید مشکل نقدینگی این صنعت به هر صورت که دولت می‌تواند، رفع شود تا صنعت ریلی جانی دوباره به خود بگیرد.»

شاملو نیز می‌گوید: «نبود سرمایه‌گذاری و نبود توسعه موجب شده که امروز تولیدکنندگان به حد تعطیلی برسند. برای دستیابی به آنچه در برنامه توسعه پنجم دیده شده، باید قراردادهای تازه بسته شود و سرمایه‌گذاری در این بخش صورت بگیرد.»

اگر یکبار دیگر به کارنامه حمل‌ونقل ریلی نگاهی بیندازیم و آن را با کارنامه سایر بخش‌های حمل‌ونقل مقایسه کنیم، نمی‌توانیم لزوم توسعه این بخش را نادیده بگیریم. در این صورت می‌توان به آینده صنایع ریلی نیز امیدوار بود.

بازتاب

رانتی درون مراکز اسقاط نیست

رییس هیات‌مدیره انجمن صنفی مراکز اسقاط و بازیافت خودروهای کشور درباره فروش گواهی اسقاط به دولت، گفت: مراکز اسقاط گواهی به دولت نمی‌فروشند. مگر دولت خریدار گواهی اسقاط است؟

مصطفی جودی در گفت‌وگو با «فرصت امروز» در واکنش به گزارش منتشر شده در روزنامه فرصت امروز با تیتر «رانتی که اسقاطی‌ها دارند» با اشاره به قانونی که واردکنندگان خودرو را مجبور به اسقاط دو تا شش خودروی فرسوده می‌کند، اظهار کرد: وظیفه واردکننده است که این کار را انجام دهد. ابتدا این قانون خروج دو دستگاه خودرو فرسوده را مدنظر داشت، سپس این تعداد را به چهار تا شش خودرو افزایش داد که عموما خروج چهار دستگاه انجام می‌شود.

او با بیان اینکه این قانون در دولت گذشته به فراموشی سپرده شده بود، تصریح کرد: در شش سال گذشته دولت این اجازه را به واردکنندگان خودرو داد که به جای اسقاط خودروی فرسوده، پول پرداخت کنند. همین موضوع موجب شد که هدف قانون‌گذار محقق نشود اما اکنون دولت جدید در حال اجرای اصل قانون است.

جودی ادامه داد: دولت هیچ‌گونه بودجه‌ای برای این کار کنار نگذاشته است و دلالی در داخل مراکز اسقاط صورت نگرفته بلکه دلالی در بیرون مراکز اسقاط صورت گرفته است، یعنی دلالانی هستند که خودروهای فرسوده را از مالک اصلی با قیمت پایین خریداری می‌کنند و با قیمت بالا به مراکز اسقاط می‌فروشند. دولت باید مکانیزمی تعریف کند تا رابطه مالک با مراکز اسقاط مستقیم شود.

رییس هیات‌مدیره انجمن صنفی مراکز اسقاط و بازیافت خودروهای کشور با تاکید براینکه مراکز اسقاط در انحصار هیچ‌کس نیست، اظهار کرد: ۱۲۷ مرکز اسقاط وجود دارد که برخی از آنها برخلاف قانون در خارج از شهرک صنعتی شمس‌آباد شکل گرفته‌اند. مراکز اسقاط یکی از سرمایه‌گذاری‌های معدود بخش خصوصی است که با سرمایه‌ای کاملا خصوصی تاسیس شده است. این مراکز ظرفیت اسقاط یک میلیون خودروی فرسوده را در سال دارند اما سال گذشته فقط ۷۰ هزار خودرو اسقاط شد و این یعنی ۹۳۰ هزار ظرفیت خالی و انباشت زیان. این مراکز از ابتدا در اختیار بخش خصوصی بوده و هیچ‌گاه دولتی نبوده‌اند.

وی افزود: مسئله اسقاط این نیست که پلاک یک ماشین کنده شود بلکه یک ماشین باید تجزیه شده و به مراکز فولاد برود، کشور نیاز به این مراکز دارد.

یک شرکت بازرگانی معتبر در حوزه لوازم یدکی خودرو (واردات و توزیع و فروش) نیاز به جذب مدیر عامل دارد.

واجدین شرایط رزومه خود را به دو زبان فارسی و انگلیسی ارسال فرمایند:

info@sabalangroup.ir

مافیای صنعت

قائم‌مقام گروه خودروسازی سایپا:

مافیای صنعت خودرو کجاست؟

قائم‌مقام گروه خودروسازی سایپا با طرح این پرسش که این مافیای صنعت خودرو که گفته می‌شود چیست و کجاست؟ توضیح داد: از بس در تریبون‌های مختلف گفته شده کیفیت خودروهای داخلی پایین و قیمت آنها بالاست، مردم نیز این موضوع را پذیرفته و باور کرده‌اند.

به گزارش ایسنا، داوود جدیدبناب با بیان اینکه برخی اظهارات درباره صنعت خودرو و لزوم کاهش قیمت این محصولات در راستای منافع شخصی و بدون بسترهای کارشناسی است، خاطرنشان کرد: به‌عنوان مثال با برخی فشارها در سال‌های گذشته سایت‌های خودروسازی در شهرستان‌ها ایجاد شد، در حالی که توجیه اقتصادی نداشت، اما از آن سو در گزارش تحقیق و تفحص مجلس، خودروسازان را توبیخ می‌کنند که چرا در شهرستان‌ها سایت‌های غیراقتصادی ایجاد کرده‌اید.

قائم‌مقام گروه خودروسازی سایپا ادامه داد: اخیرا شکایتی داشتیم که چرا وقتی که هنوز بنزین یورو ۴ در کشور توزیع نشده، خودروی یورو ۴ تولید کرده‌اید. نمونه‌های چنین مشکلاتی در صنعت خودرو فراوان است. از آن سو نیز عنوان می‌شود چرا خودروسازان پلت‌فرم‌ها و خودروهای جدید تولید نمی‌کنند، در حالی که این کار نیاز به سرمایه‌گذاری بالایی دارد و در شرایط سرکوب قیمتی و زیان‌دهی خودروسازان چگونه می‌توانند این کار را انجام دهند. بناب با بیان اینکه به دلایل مختلف از جمله بالا بودن نرخ بهره و هزینه‌های تامین مالی، قیمت تمام‌شده کالاهای صنعتی در ایران بالاست، تصریح کرد: گناه مردم چیست که باید کالاهای صنعتی را به دلیل بالا بودن نرخ بهره سیستم بانکی، گران‌تر از قیمت واقعی خریداری کنند. وی ادامه داد: از آن سو نیز در برخی رسانه‌ها بحث مافیای خودرو مطرح می‌شود در حالی که مدیران عامل شرکت‌های خودروسازی که طول عمر مدیریتشان به طور میانگین دو سال است کارمندان هم که نمی‌توانند مافیا باشند، پس این مافیای صنعت خودرو که گفته می‌شود چیست و کجاست؟

قائم‌مقام گروه خودروسازی سایپا افزود: متاسفانه سازمان‌های مختلف مرتبط با صنعت خودرو با یکدیگر هماهنگ نیستند، به‌عنوان مثال در دو ماه نخست امسال هیچ خودرویی شماره‌گذاری نشد و به همین دلیل قیمت‌ها در بازار آزاد افزایش یافت، اما در آن زمان مطرح کردند خودروسازان عمدا خودرو عرضه نمی‌کنند تا قیمت‌ها افزایش یابد.

وی با بیان اینکه بیشتر خودروهای وارداتی به‌صورت غیرمستقیم و از امارات وارد کشور می‌شود، خاطرنشان کرد: کشور امارات بابت هر خودروی وارداتی به کشور مبلغ قابل توجهی سود می‌برد، بنابراین در نهایت سود واردات خودرو به کشورهای همسایه می‌رسد.

بناب گفت: چرا غربی‌ها در حالی که تولید خودرو در ایران را تحریم کرده‌اند، مخالفتی با واردات خودروهای آماده به کشور ندارند.

نماگر بورس

شاخص بورس ۹۹ واحد دیگر افت کرد

در جریان معاملات روز گذشته بازار سرمایه با دادوستد ۳۳۴ میلیون سهم و حق تقدم به ارزش ۱۱۰ میلیارد تومان در ۳۳ هزار نوبت معاملاتی، شاخص بورس ۹۹ واحد دیگر افت کرد و تا ارتفاع ۷۱ هزار و ۳۸۶ واحدی عقب نشست. نمادهای معاملاتی تاپیکو، فولاد و وپاسار هم بیشترین اثر منفی را در روزگذشته بر روند حرکتی دماسنج بازار سهام داشتند و نمادهای کچاد، وصندوق و شفن با رشد خود سعی در جلوگیری از ریزش بیشتر نماگر بورس داشتند.

بازار نقدی بورس در یک نگاه

شاخص کل	۷۱,۳۸۶,۷۰
میزان تغییر	(۹۹,۲۹)
ارزش بازار	۳,۲۳۴,۱۵۸,۹۶۷ B
ارزش معاملات	۱,۱۰۴,۷۳۷ B
حجم معاملات	۳۳۴,۶۳۲ M

تاثیر در شاخص

نماد	قیمت پایانی	تاثیر
تاپیکو	۵,۰۳۱	(۲۶,۲۴)
فولاد	۲,۵۶۲	(۲۵,۳۸)
کچاد	۵,۵۴۹	۱۱,۱۲
وصندوق	۳,۸۸۷	۱۰,۴۹
شفن	۲۸,۰۸۰	۹,۶

برترین تقاضا

نام کامل شرکت	خرید	ارزش
داروسازی امین	۱۴,۸۵۹	۱۴,۶۷۰
صنعتی آما	۶,۱۳۴	۸,۹۸۹

برترین عرضه

نام کامل شرکت	فروش	ارزش
پارس خودرو	۶۶۱	۳۶,۴۲۶
کمباین سازی	۱,۸۸۵	۱۱,۱۳۲

بورس اوراق بهادار

حضور بورس تهران در نمایشگاه بین‌المللی کیش

بورس تهران در نخستین نمایشگاه بین‌المللی بورس، بانک، بیمه و سرمایه جزیره کیش حضور فعال خواهد داشت. حمید روح‌بخش، سرپرست روابط عمومی و امور بین‌الملل با بیان مطلب فوق گفت: نخستین نمایشگاه بین‌المللی بورس، بانک، بیمه و سرمایه و همچنین ششمین نمایشگاه فرصت‌های سرمایه‌گذاری کشور از ۲۹ مهر لغایت ۲ آبان ماه سال جاری در جزیره کیش برگزار می‌شود. نشست تخصصی «معرفی روش‌ها و مزایای تامین مالی در بورس تهران» در روز پنجشنبه یکم آبان ماه در جزیره کیش برگزار می‌شود.

دلایل رشد بی رویه صندوق های قرض‌الحسنه

بازار تشنه وام است

نسیم نجفی

از سال‌های گذشته تاکنون مسئولان نظام بانکی مرتبا از رشد و تکثیر صندوق‌ها و موسسات قرض‌الحسنه‌ای که پا را از فعالیت‌های سالم فراتر نهاده و در بخش‌های ناسالم بازار پولی وارد شده‌اند، انتقاد می‌کنند. اما سوال اساسی این است که چرا بازار پول و نظام بانکی ما مستعد رشد این‌گونه صندوق‌هاست و چرا بانک مرکزی در خلال سال‌های گذشته باوجود اجرای برنامه‌های ضربتی نمی‌تواند صندوق‌های غیرمجاز را ریشه‌کن کند؟

به نظر می‌رسد یکی از مهم‌ترین دلایل بقای این‌گونه صندوق‌های قرض‌الحسنه در فضای نظام پولی و بانکی کشور را باید در رشد آنها در خلأ فعالیت نظام بانکی جست‌وجو کرد، به این معنا که این‌گونه صندوق‌ها با شناسایی نقطه ضعف بانک‌های کشور در ارائه تسهیلات مورد نیاز مردم، به جلب نظر مشتریان اقدام کرده و توانسته‌اند تا امروز با وجود همه فشارها دوام بیاورند.

ارائه تسهیلات در ازای سپرده‌گذاری به مدتی معین و با نرخی چشمگیر خواهی،نخواهی مردم را تشویق می‌کند که به سوی صندوق‌های قرض‌الحسنه غیرمجاز بروند، این در حالی است که مردم نمی‌توانند از انبوهی از شعب بانک‌های دولتی و خصوصی وام اخذ کنند و برای دریافت وامی اندک مجبورند از لابیرنت تودرتوی بروکراسی و سختگیری نظام بانکی رد شوند، بنابراین طبیعی است که ساختار فعلی نظام بانکی به‌گونه‌ای است که زمینه رشد موسسات و صندوق‌های قرض‌الحسنه را به وجود می‌آورد.

منابع بانک‌ها صرف چه اموری می‌شود؟

اما سوال و نکته اساسی این است که چرا صندوق‌های قرض‌الحسنه در حالی که از نظر جذب نقدینگی یارای رقابت با بانک‌ها را ندارند، قادر به ارائه تسهیلات با شرایط آسان به مشتریان خود هستند، اما بانک‌های دولتی و خصوصی با وجود منابع مالی درخور توجه در مقایسه با این گونه صندوق‌ها، آن خدمات را ارائه نمی‌دهند، مانع در کجاست؟ منابع محدود، نبود اراده در مدیران بانک‌های دولتی خصوصی یا قوانین دست و پاگیر نظام بانکی؟

نگاهی به عملکرد بانک‌ها که در خلال گزارش‌های رسمی به چشم می‌خورد نشان می‌دهد، حدود ۷۰ درصد منابع بانکی صرف امور مشارکت مدنی و فروش اقساطی می‌شود و تنها ۵,۴ درصد به قرض‌الحسنه و ۵,۱ درصد به وام‌های جعاله تخصیص می‌یابد. این به مفهوم آن است که تنها ۱۰ درصد منابع بانکی برای ارائه تسهیلات به مردم و مشتریان بانک‌ها اختصاص می‌یابد، در حالی که مهم‌ترین آورده بانک‌ها برای منابع در خور بانکی، همین مشتریان و سپرده‌گذاران هستند.

هیاهوی بسیار پیرامون صندوق‌ها

در این میان به نظر می‌رسد، هیاهوی پیرامون این‌گونه صندوق‌ها بیش از واقعیت موجود است. آمارهای رسمی نشان می‌دهد تسهیلات ارائه شده، از سوی این صندوق‌ها به متقاضیان تنها شامل کمتر از ۳ درصد کل تسهیلات و وام‌های ارائه‌شده در نظام پولی و بانکی کشور است، اما با این وجود چرا اینقدر حساسیت روی این‌گونه صندوق‌ها و موسسات وجود دارد؟

هدایت بانک مرکزی، بهره‌گیری از خدمات صندوق‌ها

کارشناسان بانکی معتقدند، در صورت کنترل صندوق‌هایی که فعالیت‌های غیرقانونی و مضر به حال مشتریان انجام می‌دهند، بانک مرکزی می‌تواند با رشد صندوق‌های قرض‌الحسنه در میان لایه‌های اجتماعی و تشویق این‌گونه صندوق‌ها اعم از صندوق‌های بزرگ فامیلی، محله‌ای یا صنفی که گاهی در مساجد یا دیگر مراکز شکل می‌گیرند بخش مهمی از نیازهای مردم برای تسهیلات خوب با سود اندک را برآورده سازد.

وام	بهمن ۹۲ میلیارد تومان	اسفند ۹۱ میلیارد تومان	درصد تغییر	سهم ازکل منابع
وام قرض‌الحسنه	۲۶۱۴۸	۲۱۶۱۲	۲۱,۰	۵,۴
مضاربه	۱۴۱۷۱	۱۲۵۷۳۲	۱۲,۷	۲,۹
سلف	۱۷۳۵	۱۷۶۵	-۱,۷	۰,۴
مشارکت مدنی	۱۸۳۸۴۴	۱۵۸۱۴۵	۱۶,۲	۳۸,۱
جعاله	۲۴۶۱۲	۱۸۹۵۲	۲۹,۹	۵,۱
فروش اقساطی	۱۴۰۱۶۶	۱۱۹۱۲۹	۱۷,۷	۲۹,۱
اجاره به شرط تملیک	۲۴۵۷	۲۷۴۳	-۱۰,۴	۰,۵
مشارکت حقوقی	۱۵۹۱۱	۱۰۳۷۲	۵۳,۴	۳,۳
سرمایه گذاری مستقیم	۴۱۱۳	۴۴۱۳	-۶,۸	۰,۹
جمع	۴۸۲ هزار	۴۰۷ هزار	۱۸,۴	-

نرخنامه

کاهش قیمت طلا، سکه و ارز در بازار تهران

در بازار ارز تهران هر دلار امریکا با ۱۲ تومان کاهش ۳۱۷۸ تومان، یورو با ۱۱ تومان کاهش ۴۱۴۹ تومان و پوند با هشت تومان کاهش ۵۱۸۶ تومان قیمت‌گذاری شدند. در بازار طلا و سکه نیز سکه یک گرمی کاهش هزار تومانی، سکه ربع کاهش دو هزار تومانی، سکه نیم کاهش هزار و پانصد تومانی، سکه طرح قدیم و طرح جدید کاهش هفت هزار تومانی و طلای ۱۸ عیار کاهش ۷۰۰ تومانی را تجربه کردند.

نرخ سکه و طلا

عنوان	خرید	فروش
سکه یک گرمی	۱۶۱,۰۰۰	۱۶۸,۰۰۰
سکه ربع	۲۵۳,۰۰۰	۲۶۱,۰۰۰
سکه نیم	۴۵۹,۵۰۰	۴۶۳,۵۰۰
سکه طرح قدیم	۹۱۹,۵۰۰	۹۲۴,۰۰۰
سکه بهار آزادی	۹۱۹,۰۰۰	۹۲۴,۰۰۰
طلای ۱۸ عیار گرمی	۹۲,۹۵۰	۹۴,۶۰۰

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	خرید	فروش
دلار امریکا	۳۱۷۰۰	۳۱۷۸۰
یورو	۴۱۲۹۰	۴۱۳۸۰
پوند انگلیس	۵۱۶۵۰	۵۱۷۸۰
درهم امارات	۸۶۵۰	۸۷۲۰
لیر ترکیه	۱۴۵۰۰	۱۴۶۸۰
رینگت مالزی	۹۷۵۰	۹۹۶۰
یوآن چین	۵۱۵۰	۵۴۰۰
روپیه هند	۴۵۰	۶۰۰
دینار عراق	۲۳	۲۶

طلا و ارز

قوت دلار، ضعف طلا

این هفته قوت ارزش دلار ضعف دیگر کالاها را باعث شد، به طوری که بهای نفت برنت به کمترین میزان در بیش از دو سال رسید. بهای اونس طلا نیز متاثر از شرایط به کمترین رقم در هشت ماه یعنی ۱۲۲۸.۱۳ دلار کاهش داشت.دیگر فلز ارزشمند یعنی نقره به ۱۸.۴۶ دلار در ازای هر اونس کاهش داشت. در بازار شمش لندن بهای اونس طلا به ۱۲۳۱.۵۰ دلار رسید.همچنین بهای اونس نقره از ۱۹.۱۳ به ۱۸.۶۴ دلار در اونس سقوط کرد.اونس پلاتین و پالادیوم در بازار لندن به ترتیب از ۱۴۰۶ به ۱۳۶۰ دلار و از ۸۸۷ به ۸۲۹ دلار افت داشت.

بانک

سپرده‌گذاری قرض‌الحسنه امسال ۷ درصد کاهش یافت

حمید تهرانفر، معاون نظارتی بانک مرکزی گفت: یکی از تبعات بدگویی درباره نظام بانک‌ها و ناکارآمد جلوه دادن آنها این است که مردم سپرده‌گذاری قرض‌الحسنه نمی‌کنند و امسال این سپرده‌ها هفت درصد کاهش داشت. معاون نظارتی بانک مرکزی همچنین افزود: ۳۰هزار میلیارد تومان منابع قرض‌الحسنه داشتیم که تا پایان تیر ماه امسال ۲۶ هزار و ۲۰۰ میلیارد تومان آن تسهیلات داده شد.تهرانفر در پاسخ به این پرسش که چرا پرداخت وام تسهیلات ازدواج به سپرده‌های قرض‌الحسنه منوط شده، گفت: این موضوع براساس قانون است.

آسیب‌شناسی کاهش منابع قرض‌الحسنه

محمدرضا بهنام، حسین‌پور مدیرعامل صندوق قرض‌الحسنه بانک پارسیان در تشریح چرایی کاهش منابع قرض‌الحسنه بانک‌ها و رشد منفی ۸,۳ درصدی آن با اشاره به اینکه در نگاه کلی، میزان تودیع سپرده‌ها و نقدینگی در سیستم بانکی تابعی از شرایط کلی اقتصاد کشور بوده و نباید به آن تک بعدی نگاه کرد، گفت: اوضاع نامساعد اقتصادی و سودهای وسوسه برانگیز بانکی بخشی از عوامل فرساینده منابع قرض‌الحسنه هستند که باید با تجدیدنظر در نگرش به این سپرده‌ها، همچنین کارمزدهای مربوط بار دیگر آن را احیا و به سیستم بانکی بازگرداند.

بازار سرمایه

امیدواری سخنگوی کمیسیون اقتصادی به بهبود اوضاع بورس

رحیم زارع، سخنگوی کمیسیون اقتصادی مجلس نسبت به بهبود شرایط بورس ابراز امیدواری کرد. وی افزود: با وجود اینکه شاخص بازار بورس در روزهای گذشته با افت روبه‌رو بوده اما این وضعیت موقتی است و در آینده شاخص بورس روند صعودی خواهد گرفت. وی با بیان اینکه مجلس از تقویت بازار بورس حمایت می‌کند، یادآور شد: با توجه به اینکه دورنمای مذاکرت هسته‌ای مثبت است، بنابراین دست‌یابی به توافق جامع هسته‌ای نیز می‌تواند در بهبود وضعیت بازار بورس موثر باشد.

بورس کالا

عضویت بورس کالا در ICC

دکتر محمدمهدی بهکیش، با اعلام این خبر که شرکت بورس کالا به عضویت کمیته ایرانی اتاق بازرگانی بین‌الملل (ICC) درآمده است، گفت: از این پس بورس کالای ایران می‌تواند در کمیسیون‌های ICC در داخل کشور و همچنین در کمیسیون‌های معادل در سراسر دنیا از جمله در پاریس شرکت کند.دبیر کل ICC در ادامه افزود: رسالت اصلی کمیته ایرانی اتاق بازرگانی بین‌الملل تسهیل تجارت است که با توجه به ماهیت بورس کالای ایران، این شرکت می‌تواند در بخش‌های مختلف ICC حضور یابد و با شرکت‌های تجاری و تاجران بزرگ دنیا ارتباط برقرار کند.

گزارش ۲

شاخص کل بورس در ۲ روز ۵۴۰ واحد ریزش کرد

ادامه روند فرسایشی بازار سرمایه

سیدمحمد صدرالغروی

شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران در پایان معاملات روز گذشته با توجه به افزایش عرضه در نمادهای بزرگ بازار از جمله پتروشیمی‌ها و بانکی‌ها ۹۹ واحد دیگر کاهش یافت و به این ترتیب، در ۲ روز معاملاتی گذشته شاخص کل ۵۴۰ واحد ریزش را تجربه کرد. از جمله موارد تاثیرگذار بر این افت می‌توان به فرارسیدن اتمام سال مالی شرکت‌های کارگزاری و تسویه مشتریان اعتباری در روزهای آینده اشاره کرد که موجب حاکم شدن جو روانی منفی در بازار سهام شد تا در کنار ابهامات موجود در صنایع در پی نسخه‌های تجویزی، روند نزولی قیمت سهام شرکت‌ها تداوم یابد.

در بازار دیروز، شاخص کل بورس در ابتدای معاملات توانست به لطف رونق در برخی نمادها مانند پست بانک ایران و پارس الکتریک که مشمول دستورالعمل رفع گره معاملاتی قرار داشتند و همچنین معامله بلوکی در محدوده مثبت قیمتی در نماد سرمایه‌گذاری غدیر و اقبال به برخی تک سهم‌ها در دیگر گروه‌ها در مسیر صعود قرار گیرد. این روند بسیار کوتاه‌مدت بود و تحت فشار نمادهای رو به افول به‌خصوص در بخش بانکی، پتروشیمی و فنی مهندسی شاخص سیری نزولی را بار دیگر تجربه کرد و وارد محدوده منفی شد. برخی حمایت‌های حقوقی در قالب معاملات بلوکی در نمادهای بزرگی، چون معدنی و صنعتی چادرملو و سرمایه‌گذاری صندوق بازنشستگی نیز تنها به‌صورت مقطعی از شاخص حمایت به عمل آورد، اما این روند نیز به سرعت خنثی شد. افت شاخص با افزایش حجم معاملات در نمادهای منفی به‌خصوص نمادهای بزرگ بانکی و همچنین نمادهایی چون سرمایه‌گذاری نفت و گاز و پتروشیمی تامین و فولاد مبارکه اصفهان باز هم ادامه یافت تا به این ترتیب، در پایان معاملات روزانه، این نماگر با افتی ۹۹ واحدی به کار خود پایان دهد.

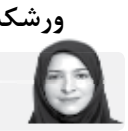
به عقیده بسیاری از کارشناسان وجود ابهام در صنایع بزرگ همچون پتروشیمی، پالایشی و سنگ‌آهن در کنار کاهش قیمت‌های جهانی برخی محصولات موجب تشدید روند نزولی شاخص شد. از جمله صنعت فولاد به دلیل کاهش فروش محصولات و مشکلات به وجود آمده در خصوص تقاضای بازار با کاهش حاشیه سود نسبت به سال گذشته همراه است. از جمله مسائل مهم تاثیرگذار در افت شاخص کل بورس اوراق بهادار می‌توان به روند فرسایشی بازار سرمایه اشاره کرد که باعث کاهش ارزش و حجم معاملات می‌شود.

این مهم در شرایطی است که افزایش حجم عرضه نسبت به تقاضا در وضعیت رکود اقتصادی شدت بیشتری دارد و در عین حال، به دلیل ناپایداری در اقتصاد، نقدینگی به سمت بازارهای مالی به‌صورت موجی حرکت می‌کند چنان که این نقدینگی در بازارهای موازی گاهی به سمت بازار طلا و ارز، گاهی به سمت بازار مسکن و گاهی راهی بازار سرمایه می‌شود.

از جمله خبرهای مهم مربوط به بازار سرمایه می‌توان به نشست مدیرعامل بورس تهران با مدیران ارشد تامین سرمایه Renaissance Capital اشاره کرد. مدیران شرکت تامین سرمایه Renaissance Capital ضمن بازدید از تالار حافظ طی نشست مشترک با قالیباف اصل مدیرعامل بورس تهران به تبادل نظر پرداختند. در این نشست مدیران این شرکت تامین سرمایه با وضعیت معاملات در بورس تهران، ترکیب فعالان بازار، شرایط پذیرش شرکت‌ها، ابزارهای معاملاتی، اعضاء، فرآیند عرضه‌های اولیه، فرآیند حضور سرمایه‌گذاران خارجی و غیره آشنا شدند. ایگور و این مدیرعامل شرکت تامین سرمایه Renaissance Capital ضمن ارائه گزارش عملکرد در سطح کشورهای مختلف به نگاه خاص این شرکت تامین سرمایه به بورس تهران توجه کرد و ابراز داشت، سرمایه‌گذاری در بورس تهران و استفاده از فرصت‌های سرمایه‌گذاری در ایران را در برنامه‌های عملیاتی خود دارد. وی ادامه داد: این شرکت تامین سرمایه ۹ دفتر در کشورهای مختلف دارد و بزرگ‌ترین سرمایه‌گذار در بورس مسکو است. همچنین رتبه اول سرمایه‌گذار روسی در بورس‌های لندن، نیجریه و نایروبی را در اختیار دارد.

یادداشت

ورشکستگی بین‌المللی



هدی شکیب‌منش
عضو هیات علمی موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی

ورشکستگی بین‌المللی که با گسترش تجارت بین‌المللی نضج گرفته و ادبیات گسترده‌ای در مورد آن به وجود آمده، از ضرورت‌های زیست در فضای تجارت بین‌المللی است و تنظیم و وضع مقررات در این خصوص کمک شایانی به حل مشکلات حقوقی در زمینه تجارت بین‌الملل خواهد کرد.

کنوانسیون دادرسی‌های ورشکستگی مصوب ۱۹۹۵ با هدف تعیین صلاحیت و شناسایی آیین دادرسی ورشکستگی برای کشورهای عضو اتحادیه اروپا توسط کمیسیون اروپا تصویب شد. همچنین کمیسیون حقوق تجارت الملل سازمان ملل متحد (آنسیترال) در سال ۱۹۹۷ قانون نمونه‌ای را درخصوص ورشکستگی بین‌المللی تدوین و تصویب کرد و به کشورها پیشنهاد داد تا با درج آن در قوانین ملی خود به ایجاد هماهنگی و یکنواختی در برخورد با دعاوی ورشکستگی فرامرزی کمک کنند. همگام با وضع و اصلاح قوانین ورشکستگی در کشورهای مختلف، در ایران نیز لایحه جدید تجارت مصوب ۹۱/۱/۲۳ باب نهم از کتاب چهارم را به مقرراتی در خصوص ورشکستگی از بعد بین‌المللی اختصاص داده است که در واقع اقتباسی است از قانون نمونه آنسیترال است.

از آنجا که این مقررات تاکنون در قانون تجارت و نیز سایر قوانین مرتبط وجود نداشته است، بنابراین، این باب از ابتکارات و امتیازات لایحه جدید محسوب می‌شود. فقدان مقررات در زمینه ورشکستگی بین‌المللی از مهم‌ترین خلأهای قانون تجارت فعلی است که خوشبختانه مورد عنایت نویسندگان لایحه جدید قرار گرفته و طی شش فصل مقرراتی در خصوص تعاریف و اصطلاحات، دسترسی طلبکاران و نمایندگان خارجی به دادگاه‌های داخلی، شناسایی رسیدگی خارجی، آثار شناسایی رسیدگی خارجی، همکاری‌های قضایی و رسیدگی‌های همزمان مواد ۱۱۵۱ الی ۱۱۹۹ لایحه جدید را به خود اختصاص داده است.

ماده ۱۱۵۱ با بیان قلمرو و محدودیت‌های اعمال مقررات این باب مقرر می‌کند: «احکام این باب به شرط عمل متقابل یا وجود معاهدات دو یا چندجانبه در موارد زیر اعمال می‌شود: ۱- دادگاه خارجی یا نماینده وی از دادگاه صالح ایرانی در مورد رسیدگی خارجی درخواست همکاری کند؛ ۲- دادگاه صالح ایرانی از مرجع صلاحیت‌دار کشور خارجی در مورد دعاوی موضوع این قانون درخواست همکاری کند؛ ۳- رسیدگی‌های همزمان که به‌صورت توأمان، در ایران و حداقل یک کشور دیگر در جریان باشد؛ ۴- مواردی که بستانکاران یا دیگر اشخاص ذی‌نفع در کشور خارجی، در مورد دادخواست شروع یا شرکت در دعوای ورشکستگی داخلی ذی‌نفع باشند.»

بنابراین، مقررات باب نهم زمانی قابل اعمال خواهند بود که یکی از موارد چهارگانه فوق به شرط رفتار متقابل یا وجود معاهده بین ایران و کشور دیگری که مسئله ورشکستگی با آن ارتباط پیدا می‌کند، وجود داشته باشد. در صورت فقدان موارد و شرایط مزبور، مقررات قانون اجرای احکام مدنی در مورد شناسایی رسیدگی‌های خارجی موضوع باب نهم مجری بوده و آثار شناسایی آنها نیز تابع احکام این باب خواهد بود.

مخابرات

از سوی رگولاتوری انجام شد

ابلاغ الگوی جامع ارزیابی اپراتورهای ارتباطی و فناوری اطلاعات

معاون نظارت و اعمال مقررات سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی از ابلاغ الگوی جامع ارزیابی، رتبه‌بندی و انتخاب اپراتورهای برتر سرویس‌های ارتباطی و فناوری اطلاعات در سال ۹۳ خبر داد.

به گزارش فارس، حسن رضوانی گفت: این الگو با توجه به تجربیات بین‌المللی، استخراج نیازمندی‌ها و بررسی نتایج حاصل از چهار دوره ارزیابی، رتبه‌بندی و انتخاب اپراتورهای برتر حوزه ارتباطی و فناوری اطلاعات در قالب هشت معیار رهبری و استراتژی، مدیریت منابع انسانی، منابع و مشارکت‌ها، فرآیندهای سازمانی، نتایج مشتریان، نتایج کارکنان، نتایج جامعه و نتایج کلیدی عملکرد و ۲۶ زیر معیار بازنگری و ابلاغ شده است.

وی با اشاره به آغاز فرآیند ارزیابی اپراتورهای سرویس‌های فناوری اطلاعات در دو بخش رگولاتوری و اپراتوری افزود: شرکت‌های فعال در حوزه سرویس‌های فناوری اطلاعات، پس از پایان آخرین دوره آموزشی در آبان ماه، موظف هستند مطابق با دستورالعمل ارائه‌شده، گزارش‌های خوداظهاری را تکمیل کنند.

رضوانی اظهار کرد: الگوی جامع ارزیابی، رتبه‌بندی و انتخاب اپراتورهای برتر برای سرویس‌های ارتباطی در پورتال سازمان (منوی معرفی سازمان- معاونت نظارت و اعمال مقررات - دفتر نظارت بر سرویس‌های ارتباطی نظارت بر اتصال متقابل و ارزیابی عملکرد) و برای سرویس‌های فناوری اطلاعات (منوی معرفی سازمان - معاونت نظارت و اعمال مقررات- دفتر نظارت بر سرویس‌های فناوری اطلاعات -درباره اداره‌کل) بارگذاری شده است.

خبر استان

هم‌کدسازی تلفن‌های ثابت درلرستان اجرایی شد

مدیر عامل شرکت مخابرات استان لرستان با اشاره به اینکه طرح هم‌کدسازی تلفن‌های ثابت در استان اجرایی شد، اظهار کرد: اجرای طرح هم‌کدسازی تلفن‌های ثابت از مصوبات دولت و مجلس بوده است. مسیب قبادیان با بیان اینکه این طرح تاکنون در ۱۹ استان کشور اجرایی شده است، افزود: قرار است تا پایان آبان ماه سال جاری این طرح در ۳۰ استان کشور عملیاتی شود. وی با بیان اینکه ۴۶۰هزار تلفن ثابت در لرستان وجود دارد، یادآور شد: کارهای مقدماتی در مراکز مخابراتی برای اجرای طرح هم‌کدسازی تلفن‌های ثابت صورت گرفته بود و طرح هم‌کدسازی در تمام نقاط استان اجرایی شده است.

عدم حمایت از تولیدکنندگان بازی‌های رایانه‌ای داخلی

ایرانی‌ها رمق رقابت با خارجی‌ها را ندارند

محمد ممتازپور

چند سال اخیر بازی‌سازان ایرانی توانسته‌اند پله‌های پیشرفت را یکی پس از دیگری پشت سر بگذارند و نام خود را در لیست بازی‌سازان جهان ثبت کنند و به گفته دبیر شورای‌عالی انقلاب فرهنگی بیش از ۳۰۰ شرکت تولیدکننده بازی در کشور وجود دارد که به تولید بازی‌های رایانه‌ای مطابق با فرهنگ کشورمان مشغول هستند. اما با این وجود تولیدکنندگان بازی‌های دیجیتال با مشکلاتی دست‌وپنجه نرم می‌کنند و معتقدند آنطور که باید از این حوزه حمایت نمی‌شود. رضا میرکریمی، یکی از فعالان حوزه تولید بازی رایانه‌ای می‌گوید: از بزرگ‌ترین مشکلات شرکت‌های تولیدکننده بازی متاسفانه جدی گرفته نشدن حق کپی‌رایت در کشور است که ضربه سنگینی را به تولیدکنندگان وارد می‌کند.

وی افزود: حدود ۱۰ سال است که از تولید نخستین بازی رایانه‌ای ساخت داخل می‌گذرد اما با اینکه طی چند سال گذشته شاهد حمایت‌های به نسبت خوبی از سوی مسئولان بوده‌ایم ولی کماکان مشکل رعایت حق کپی‌رایت وجود دارد و بازی‌هایی که تولید و به بازار راه می‌یابند به‌راحتی کپی شده و با قیمت کم به فروش می‌رسند.

این کارشناس حوزه بازی دیجیتال درباره چگونگی اجرای حق مولف در این حوزه گفت: کشورهایی که به عضویت قانون کپی‌رایت در جهان درآمده‌اند تولیدکنندگان آنها نگرانی از بابت کپی شدن غیرمجاز تولیدات خود ندارند و می‌دانند که این مسئله از سوی مقام‌های مسئول به‌طور جدی پیگیری و برخورد خواهد شد اما در کشور ما از حقوق تولیدکنندگان به‌طور جدی حمایت نمی‌شود و ما انتظار داریم تا حداقل در داخل کشور از حقوق‌مان دفاع شود.

میرکریمی درباره توان رقابت بازی‌های داخلی با خارجی‌ها گفت: به یقین بازی‌های ساخت داخل با تولیدات درجه یک شرکت‌های بازی‌سازی جهان فاصله زیادی دارد اما به نظر من این فاصله هر روز کمتر می‌شود و اگر برنامه‌نویسان و طراحان ایرانی هم از امکانات و حمایت‌های خوبی برخوردار شوند مطمئنا چیزی نخواهد گذشت که به رقیب سرسختی برای تولیدکنندگان مطرح دنیا تبدیل خواهیم شد.

میرکریمی قیمت پایین بازی‌های خارجی را یکی دیگر از معضلات بازی‌سازان خواند و گفت: در بازار ایران به علت اینکه محصولات خارجی به‌صورت کپی به بازار عرضه می‌شوند قیمت بسیار پایینی دارند و همین امر باعث شده تا مشتریان با توجه به گرافیک و طراحی محصولات خارجی و البته قیمتی که در بعضی مواقع از داخلی‌ها هم کمتر است به‌سوی خرید این بازی‌ها سوق پیدا کنند.

وی افزود: در خبرهایی که به ما داده‌اند گویا در برخی نمایشگاه‌ها بازی‌های ایرانی حتی به‌صورت رایگان هم به متقاضیان داده می‌شود که مطمئنا شرکتی که آن محصول را روانه بازار کرده از این عمل مطلع نیست.

حمید باقری، دیگر تولیدکننده بازی‌های رایانه‌ای می‌گوید: کمبود تجربه، نبود بازار مناسب، نبود ناشر، بازاریابی و فاصله میان تولید بازی تا توزیع آن در بازار از مهم‌ترین مشکلات این حوزه است.

وی ادامه می‌دهد: تولیدات خارجی در بحث فنی بسیار جدی هستند و همین موضوع باعث بالا رفتن کیفیت می‌شود. ضمن اینکه ما در بحث تکنولوژی، تکنیک و تجربه ضعیف‌تر هستیم اما بازی‌هایی که باتوجه به فرهنگ و تاریخ بومی ساخته می‌شود به دلیل بار فرهنگی بیشتر مورد استقبال قرار می‌گیرد.

باقری در پاسخ به پرسشی مبنی بر تاثیرگذاری عدم اجرای قانون کپی‌رایت بر دسترسی آسان به بازی‌های رایانه‌ای خارجی، می‌گوید: این موضوع ممکن است در سراسر دنیا وجود داشته باشد اما در کشور ما مسائل دیگری در این موضوع تاثیرگذاری بیشتری دارند. به‌طور مثال شرکت‌های ناشر که ریسک سرمایه‌گذاری در حوزه بازی‌سازی را بپذیرند وجود ندارند و همه تنها به دنبال حمایت دولتی هستند.

وی می‌افزاید: در کشور ما به بازی‌های رایانه‌ای به‌صورت یک امر اقتصادی نگاه نمی‌شود، ما تولیدکننده خوب داریم اما ناشری که مخاطب را بشناسد و برای بازی بازاریابی کند، وجود ندارد، از سوی دیگر همه عوامل باعث می‌شود که تولیدکنندگان بازی‌های رایانه‌ای که عمدتا جوانان هستند به دلیل نبود حمایت‌های کافی بعد از مدتی دلسرد شوند و با وجود انجام‌دادن کارهایی قوی میدان را ترک کنند.

مدیر بیمه‌های اتومبیل بیمه ایران عنوان کرد:

تدبیری برای حل مشکل شخص محور کردن بیمه‌نامه‌های شخص ثالث

مدیر بیمه‌های اتومبیل بیمه ایران گفت: یکی از مشکلات شخص محور کردن بیمه نامه شخص ثالث، خودروهای دولتی و حقوقی است که لازم است برای آن تدبیری اندیشیده شود.

عباس فراشیانی در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به طرح در حال بررسی اصلاح قانون بیمه شخص ثالث گفت: اینکه صدور بیمه نامه شخص ثالث از خودرو محور به شخص محور تبدیل شود بسیار مناسب است، اما باید برای خودروهای دولتی و حقوقی نیز فکری شود.

وی گفت: شخص محور شدن بیمه شخص ثالث موجب کاهش خسارات خواهد شد و افراد می‌دانند که هر تصادفی در کارنامه شخصی خودشان ثبت خواهد شد و با فروش خودرو به فرد دیگری منتقل نمی‌شود و در واقع نقش بازدارنده در ایجاد تصادفات خواهد داشت و دقت رانندگان را بالا می‌برد.

وی ادامه داد: البته باید برای خودروهای دولتی و حقوقی که تقریبا ۲۰ تا ۲۵درصد از خودروهای در حال تردد را تشکیل می‌دهند نیز تدبیری شود، زیرا رانندگان این اتومبیل‌ها به دلیل ماموریت‌های متعدد کاری تغییر می‌کند و امکان صدور بیمه‌نامه شخص محور وجود ندارد مگر آنکه برای این‌گونه خودروها قانونی برای تلفیقی از شخص و خودرو محور پیش‌بینی شود.

فراشیانی با بیان اینکه، سیاست کلان شرکت متبوعش در سال ۱۳۹۳ بازنگری در دستورالعمل‌های جاری شرکت در واحدهای خسارتی است، افزود: هدف از این موضوع حذف مدارک غیرضروری در پرونده‌های خسارتی و عرضه خدمات کیفی و روان به بیمه گذاران شرکت است.

وی افزود: در همین راستا ارزیابان خسارت، معاونان فنی، واحدهای اجرایی و رؤسای خسارت شعب سراسر کشور در دو همایش شرکت و در این باره اطلاعات لازم به آنان ارائه شد.

مدیر بیمه‌های اتومبیل بیمه ایران یکی از اهداف این همایش‌ها را «آموزش کارشناسان ارزیاب خسارت در ارتباط با مشتری مداری و کوتاه کردن چرخه خسارت و حذف مدارک غیرضروری» عنوان کرد و گفت: از همه مهم‌تر ایجاد وحدت رویه بین واحدهای خسارت در سراسر کشور بود و از اساتید برجسته دانشگاهی به منظور آموزش ارتباطات موثر با زیان‌دیدگان حوزه اتومبیل کمک گرفته شد.

وی تاکیدکرد: بیمه ایران به‌شدت تمام ابزار بیمه گری را جهت ارائه خدمات کیفی و سرویس‌های سهل و روان و برای جلوگیری از از اتلاف وقت زیان دیدگان در واحدهای خسارتی به کار خواهد گرفت و در همین راستا به دنبال افزایش اختیارات شعب بیمه ایران و حوزه کارشناسی هستیم.

وی «دریافت حق بیمه و پرداخت الکترونیکی خسارات»، «صدور بیمه‌نامه شخص ثالث به‌صورت اینترنتی و هوشمند» را از دیگر فعالیت‌های شرکت متبوعش عنوان کرد و گفت: با استفاده ازابزارهای جدید الکترونیکی تمامی پرداخت خسارت و دریافت‌ها در این شرکت از درگاه‌های الکترونیکی و در کمترین زمان ممکن انجام می‌شود.

فراشیانی افزود: در حال حاضر در فاز اول با مهندسی دوباره تیم پرداخت خسارت سیار بیمه ایران خسارات اعلامی به تیم مذکور در حداقل زمان ممکنه برآورد خسارت و به‌صورت الکترونیکی به حساب زیان‌دیدگان واریز می‌شود.

وی ادامه داد: بیمه ایران در سال ۱۳۹۳ به منظور افزایش توان خرید بیمه‌گذاران در بیمه نامه شخص ثالث، مبادرت به تعریف بیمه‌نامه کوتاه‌مدت و محاسبه حق بیمه کوتاه‌مدت براساس تعرفه روزشمار کرده که در پنج ماه ابتدای سال جاری استقبال بسیار خوبی از آن شده است.

توسعه مرز رازی خوی گسترش روابط تجاری ایران و ترکیه را رقم می‌زند

نماینده مردم خوی و چایپاره در مجلس شورای اسلامی و رییس گروه دوستی ایران و ترکیه گفت: توسعه مرز رازی - کاپی کوی در توسعه روابط تجاری ایران و ترکیه و ثبات امنیت در منطقه تاثیرگذار است. موید حسینی صدر در گفت‌وگو با ایرنا افزود: مرز رازی نقش موثری در اشتغالزایی و حضور تولیدکنندگان در بازارهای کشورهای همجوار دارد. با توسعه مرز رازی دو کشور ایران و ترکیه در حفظ امنیت منطقه و جلوگیری از تحرکات گروهک‌های افراطی و تروریستی گام‌های موثری برمی‌دارند و فرصت هرگونه تحرک را از گروهک‌های تروریستی می‌گیرند. وی اضافه کرد: مرز رازی فرصت و ظرفیتی بزرگ برای استان و کشور است. در سایه گسترش تجارت مرزی و تبادلات تجاری، روابط اقتصادی ایران با کشور دوست و همسایه رونق بیشتری می‌گیرد. وی با اشاره به اهمیت اجرایی شدن هرچه سریع‌تر توافق‌نامه‌های امضا شده بین گروه دوستی ایران و مقامات پارلمانی ترکیه پیرامون توسعه مرز رازی - کاپی کوی اظهار کرد: توسعه بازارچه‌های مرزی و تسهیل در رفت‌وآمد بازرگانان و مرزنشینان در این مرز می‌تواند تاثیر بسزایی در ارتقای روابط تجاری و اقتصادی ایران و ترکیه داشته باشد.نماینده مردم خوی و چایپاره در مجلس شورای اسلامی با اشاره به تصویب توافق‌نامه مرز رازی - کاپی کوی در کمیسیون اقتصادی مجلس ادامه داد: با تصویب این توافق‌نامه و شتاب گرفتن فعالیت مرز رازی، گام بزرگی در توسعه خوی و استان آذربایجان‌غربی برداشته شد.

حسینی‌صدر از تردد ۱۴ هزار نفر در ایام نوروز امسال از طریق مرز رازی خبر داد و گفت: این میزان تردد نشان می‌دهد این مرز، قابلیت‌های بسیاری در توسعه تبادلات دارد.

وی با اشاره به بحران‌های به وجود آمده در منطقه اضافه کرد: در چنین شرایطی تعامل و ارتباط مستمر بین مجالس دو طرف در ایجاد امنیت پایدار در منطقه موثر است.

مرز رازی - کاپی کوی نزدیک‌ترین مسیر آذربایجان‌غربی به شهر وان به‌عنوان یکی از شهرهای بزرگ و توریستی ترکیه در شرق این کشور است که ۸۰کیلومتر با آن فاصله دارد. بازارچه این مرز در سال ۱۳۸۸ افتتاح شد و توافق‌نامه ایجاد گمرک مشترک مرزی رازی - کاپی کوی نیز در اسفند ماه سال ۸۹ به امضای وزیر اقتصاد و دارایی ایران و وزیر مشاور ترکیه رسید. در حال حاضر مرز رازی - کاپی کوی، سومین مرز رسمی ایران با ترکیه پس از بازرگان و سرو بوده و چهارمین مرز رسمی استان آذربایجان‌غربی است.

مرز یا گمرک رازی در فاصله ۷۵ کیلومتری با خوی و در مرز ایران با ترکیه قرار دارد. این گمرک در سال ۱۳۵۱ به‌عنوان گمرک مرز ریلی مجاز تعیین شد و ورود و خروج کالا با راه‌آهن از آن انجام گرفت.

خوی با جمعیت ۴۰۰ هزار نفری به‌عنوان دومین شهر پرجمعیت آذربایجان‌غربی در شمال استان و در فاصله ۱۳۰ کیلومتری ارومیه واقع است.

برزیل موانع همکاری با ایران را برطرف می‌کند

وزیر کشاورزی برزیل در دیدار با سفیر ایران در برازیلیا و رییس اتاق بازرگانی ایران و برزیل با تاکید بر توسعه همکاری‌های تجاری دو کشور، گفت: این کشور موانع همکاری با جمهوری اسلامی را برطرف خواهد کرد. به گزارش ایرنا از اتاق بازرگانی برزیل و ایران، نری گیلر که در محل وزارت کشاورزی برزیل با سفیر جمهوری اسلامی ایران و رییس هیات‌مدیره اتاق بازرگانی صنایع و معادن و کشاورزی برزیل و ایران دیدار می‌کرد، با ابراز خرسندی نسبت به تشکیل اتاق مشترک دو کشور در برزیل، نسبت به برطرف شدن موانع تجاری دو طرف تاکید کرد.

وی با اشاره به سخنان سفیر ایران برای تهاتر کالاهایی همچون پسته، زعفران، کشمش، قیر و نفت با سویا، شکر، توتون و تنباکوی برزیلی، افزود: ما نیز با نظر مساعد رییس‌جمهوری برزیل خواهان رفع موانع فعلی برای توسعه روابط میان دو کشور هستیم. تاسیس اتاق مشترک دو کشور در برزیل، گام نخست و بزرگی در جهت افزایش مبادلات ایران و برزیل به شمار می‌آید.

در این دیدار سفیر جمهوری اسلامی ایران نیز گفت: پس از توافق ژنو، کشورهای متعددی به دنبال توسعه روابط با ایران هستند، از همین رو ضرورت دارد برزیل هم برای خرید و تهاتر نفت، مشتقات نفتی، محصولات کشاورزی و همکاری در بخش امور دامی و غیره تصمیم جدی‌تری اتخاذ کند.

محمدعلی قانع‌زاده در عین حال خواهان توسعه روابط دو کشور و ارتقای حجم مبادلات تجاری تا سطح ۵ میلیارد دلار در سال شد. رییس هیات‌مدیره اتاق بازرگانی برزیل و ایران با تشریح نیازهای متقابل دو کشور گفت: کاهش موانع توسعه روابط به‌ویژه در امور بانکی بخش زیادی از چالش‌های فعلی را برطرف می‌سازد. این نشست به دنبال پیگیری بخشی از تفاهم‌نامه بین وزرای کشاورزی ایران و برزیل است که دو هفته پیش در تهران به امضا رسید. وزیر کشاورزی برزیل نیز در پاسخ به طرح این موضوعات ابتدا به ارائه گزارش خود به دیلما روسف رییس‌جمهوری برزیل درباره سفر اخیر به ایران اشاره کرد و گفت: خانم روسف موافقت خود را برای کاهش موانع تجاری و توسعه روابط به‌ویژه در بخش کشاورزی و دامی با ایران اعلام کرد.

وی همچنین مقرر کرد، در روزهای آتی جلسه‌ای مشترک با رییس اتاق برزیل و ایران برگزار شود.

گیلر سپس وعده داد تولیدکنندگان و بازرگانان را برای حضور در اتاق مشترک برزیل و ایران تشویق خواهد کرد.

وی در سفر اخیر خود به ایران دیدارهایی با مقامات کشورمان از جمله وزیر جهادکشاورزی برگزار کرد و به دنبال امضای تفاهم‌نامه همکاری با ایران، خواهان استفاده از ظرفیت‌های تجاری و اقتصادی دو طرف شد.

گردشگری

مدیرکل دفتر نظارت سازمان هواپیمایی خبر داد

تعلیق مجوز ۱۶ دفتر خدمات مسافرت هوایی

مدیرکل دفتر نظارت بر فرودگاه‌ها، شرکت‌ها و موسسات هوانوردی سازمان هواپیمایی کشوری از تعلیق مجوز ۱۶ دفتر خدمات مسافرت هوایی از ابتدای سال تا پایان مردادماه، خبر داد.

به گزارش فارس به نقل از روابط عمومی سازمان هواپیمایی کشوری، مرتضی دهقان اظهار کرد: با هدف نظارت بر عملکرد دفاتر و شرکت‌های خدمات مسافرت هوایی و اطمینان از وضعیت و مطابقت این دفاتر با مفاد آئین‌نامه نظارت بر تاسیس و فعالیت دفاتر خدمات مسافرت هوایی، جهانگردی و زیارتی مصوب هیات وزیران، از ۱۷۸ دفتر در کل کشور بازرسی شد.

وی تعداد مجوزهای لغو شده در مدت مذکور را ۱۴ فقره اعلام کرد و افزود: براساس بازرسی‌های به عمل آمده توسط بازرسان کمیته فنی سازمان هواپیمایی کشوری ۱۶ مجوز به دلیل عدم رعایت قوانین و مقررات و تطبیق با آیین‌نامه دفاتر خدمات مسافرت هوایی تعلیق شد.

مرتضی دهقان افزود: همچنین ۱۷ مورد به دلیل عدم رعایت قوانین و مقررات سازمان هواپیمایی کشوری و ارتکاب تخلف گرانفروشی به سازمان احضار و اخطار کتبی با درج در پرونده دریافت کردند.

مدیرکل دفتر نظارت بر فرودگاه‌ها، شرکت‌ها و موسسات هوانوردی سازمان هواپیمایی کشوری، اظهار کرد: ۷۱۳ مجوز از ابتدای امسال تمدید و جهت عدم تمدید مجوز توسط دفاتر خدمات مسافرت هوایی در موعد مقرر ۱۸۶ مورد اخطار نیز طی مدت مشابه صادر شده است.

بنادر

شاخص‌های تجاری کشور در بنادر ۱۲ درصد رشد یافت

معاون سازمان بنادر و دریانوردی گفت: شاخص‌های تجاری کشور شامل صادرات، واردات و ترانزیت انواع کالا در بنادر کشور از زمان آغاز به کار دولت یازدهم تاکنون ۱۲ درصد رشد یافته است.

به گزارش ایرنا، هادی حق‌شناس توضیح داد: رشد این شاخص بیانگر اهتمام جدی دولت برای خارج کردن کشور از رکود است. باوجود تحریم‌های ظالمانه دشمنان، این آمار نشان می‌دهد در آینده و با تداوم این فعالیت‌ها می‌توان شاهد توسعه و رشد بیش از پیش اقتصادی کشور بود.

وی به ظرفیت‌های بالای بندر امیرآباد بهشهر در واردات و صادرات کالا اشاره کرد و گفت: یکی از طرح‌هایی که در همه بنادر از جمله امیرآباد اجرا می‌شود، واگذاری بخش‌های گوناگون به سرمایه‌گذاران غیردولتی است. در چند سال اخیر، حدود ۹۰۰ میلیارد تومان در بندر امیرآباد سرمایه‌گذاری صورت گرفته که نیمی از این اعتبارات از طرف دولت و بقیه توسط بخش خصوصی تامین شده است.

وی ادامه داد: با وجود بهره‌برداری از ۱۲ پست اسکله، فقط از یک سوم ظرفیت بندر امیرآباد استفاده شده که انتظار می‌رود با بهره‌برداری از ۳۴اسکله بر رونق این منطقه ویژه اقتصادی افزوده شود.

بازرگانی

اجلاس بازرگانان جاده ابریشم در طرابوزان ترکیه برگزار می‌شود

اجلاس بازرگانان جاده ابریشم با حضور بیش از ۲۰ کشور آسیایی و اروپایی ۲۵ تا ۲۷ مهرماه سال جاری در هتل نووتل طرابوزان ترکیه برگزار می‌شود.

این اجلاس که با همکاری اتاق بازرگانی و صنایع طرابوزان ترکیه و انجمن صادرکنندگان شرق دریای سیاه برگزار می‌شود، از سه موضوع تجارت و نحوه تامین مالی، حمل‌ونقل و توریسم تشکیل و شامل بخش‌هایی از جمله محصولات و فناوری‌های صنایع غذایی، مصالح ساختمانی، ماشین‌آلات و گردشگری است.

در این اجلاس علاوه بر جمهوری اسلامی ایران، کشورهای آذربایجان، آلبانی، افغانستان، بنگلادش، بلغارستان، چین، گرجستان، هندوستان، قزاقستان، قرقیزستان، مغولستان، ازبکستان، پاکستان، تاجیکستان، ترکمنستان، مولداوی، رومانی، روسیه و اوکراین دعوت شده‌اند. اعضای اتاق‌های بازرگانی استان‌های آذربایجان شرقی، آذربایجان غربی، زنجان و گیلان، از مهمانان این اجلاس هستند. این اجلاس به دلیل نقش تاریخی جمهوری اسلامی ایران در جاده ابریشم و رویکرد جدید روسیه در توسعه همکاری‌های اقتصادی منطقه‌ای، اهمیت ویژه‌ای دارد. سخنران افتتاحیه این اجلاس وزیر اقتصاد ترکیه است.

گمرک

پیوستن گمرکات خوزستان به سامانه دوراظهاری

محمدرضا جعفری، ناظر گمرکات خوزستان گفت: سامانه اظهار از راه دور در گمرکات خرمشهر، آبادان، بندر امام‌خمینی (ره) و اهواز پیاده‌سازی شده و واردکنندگان، صادرکنندگان و صاحبان کالای ترانزیتی از این پس می‌توانند کالاهای خود را به روش الکترونیکی و بدون نیاز به حضور فیزیکی در گمرک و تنها با دسترسی به اینترنت و از محل کار یا منزل به گمرک اظهار کنند. گمرکات استان خوزستان حداکثر تسهیلات و امکانات را در اختیار فعالان تجاری قرار می‌دهند که این امر علاوه‌بر تمهیدات قبلی از طریق اجرای سامانه اظهار از راه دور با جدیت دنبال می‌شود. صادرات پنج ماهه گمرکات استان کرمان نسبت به مدت مشابه سال قبل ۷۱درصد رشد داشته است. مدیر کل گمرکات استان کرمان با اعلام این مطلب بیان کرد: میزان صادرات کالا در پنج ماهه امسال از طریق گمرکات استان، ۳۱۷ میلیون و ۴۰۶هزار و ۱۸۳دلار به وزن ۱۵۰هزار و ۲۱۵ تن بوده که این مقدار نسبت به مدت مشابه سال قبل از نظر ارزشی ۷۱درصد رشد داشته است.

خبر

زمین‌خواری در فرودگاه مهرآباد

مدیرکل راه و شهرسازی استان تهران با اشاره به زمین‌خواری ۶۳۰ هکتاری در اراضی طرشت و بخشی از فرودگاه مهرآباد، گفت: در حال حاضر از طریق مراجع قانونی برای ابطال اسناد صادر شده پیگیری می کنیم. به گزارش ایسنا، فریبرز واحدی افزود: یکی از پرونده‌های مهم در حوزه راه و شهرسازی، ۶۳۰ هکتار از اراضی که به اراضی طرشت مشهور است محسوب می‌شود و در حال حاضر در دادسرای مبارزه با زمین‌خواری مطرح شده و همه جوانب آن در حال بررسی است. واحدی افزود: مقداری از این اراضی و در حدود زیر صد هکتار توسط یک فرد حدود ۲۰ سال پیش و با کمک ایادی که داشته سند گرفته است و یکی از حوزه‌هایی که در این خصوص رأی جدید صادر کرده، رأی کمیسیون ماده ۱۲ و حوزه زمین شهری سابق بوده که این موضوع در محاکم در دست بررسی قرار دارد.

۲۰ درصد بتن تولید داخل نشان استاندارد ندارد

رییس هیات‌مدیره انجمن بتن ایران میزان بتن غیراستاندارد تولید داخل را بین ۱۰ تا ۲۰ درصد برشمرد و افزود: این بتن‌ها نتوانسته‌اند پیش‌نیازهای کسب نشان استاندارد را کسب کنند به گزارش نسیم، هرمز فامیلی کارخانه‌های تولیدکننده سیمان غیراستاندارد را کارخانه‌هایی ذکر کرد که فاقد آزمایشگاه بررسی کیفیت محصولات بوده یا بتن تولیدی آنها فاقد نشان استاندارد است. فامیلی از مردم درخواست کرد که از خرید بتن‌های فاقد نشان استاندارد به‌صورت جدی پرهیز کنند.

هزینه ایرتاکسی از میدان آرژانتین تا فرودگاه امام ۲ میلیون تومان

مدیرعامل شرکت هلی کوپتری ایران با بیان اینکه از راه‌اندازی ایرتاکسی در آسمان تهران استقبال می کنیم، گفت: شرکت هلی کوپتری ایران چندباری ایرتاکسی‌ها را در تهران و کیش به اجرا رساند اما هر بار ممنوعیت و محدودیت‌هایی مانع از ادامه فعالیت ایرتاکسی‌ها شد. به گزارش ایلنا کاپیتان سیدمحمود آذین با اشاره به هزینه جابه‌جایی با ایرتاکسی‌ها در آسمان تهران ادامه داد: جابه‌جایی با هلی کوپتر اصولا گران است و پیش از این هم تجربه راه‌اندازی ایرتاکسی‌ها را از میدان آرژانتین تا فرودگاه امام خمینی(ره) داشته‌ایم و اگر بخواهیم ایرتاکسی در این مسیر را دوباره احیا کنیم، در هر صورت پرواز، هزینه جابه‌جایی هر نفر برای این مسیر حدود دو میلیون تومان می‌شود.

تاثیر بهره‌برداری از خط ۳ متروی تهران بر بازار مسکن

تونل‌های زیرزمین؛ زمین را گران می کنند

عباس نعیم امینی

شاید شما هم از جمله افرادی باشید که استفاده از مترو نخستین گزینه برای رسیدن به محل کار یا ترددهای روزمره درون شهری‌تان محسوب شود. اگر این طور باشد، طبیعتا برایتان مهم است که منزل یا محل کارتان در نزدیکی یک ایستگاه مترو قرار داشته باشد. تعداد افرادی که با این تفکر خانه یا محل کار خود را انتخاب می کنند، کم نیست بنابراین، همین مسئله باعث شده تا میزان تقاضای واحدهایی که از این مزیت برخوردارند بالا رود که به طور نسبی سبب افزایش قیمت این واحدها شده است. گفته می‌شود خط ۳ مترو تهران تا پایان سال به بهره‌برداری خواهد رسید. همان‌طور که گفته شد می‌تواند بر قیمت واحدهای تجاری و مسکونی که در مسیر این خط قرار دارند، تاثیرگذار باشد؛ به این بهانه در این گزارش سعی شد در گفت‌وگو با کارشناسان حوزه مسکن به بررسی این مسئله بپردازیم.

تاثیر میزان دسترسی در قیمت املاک

میزان دسترسی همواره یکی از اولویت‌های افراد برای انتخاب مسکن مناسب به شمار می‌آید، بنابراین نمی‌توان از نقش نزدیکی به وسایل حمل‌ونقل عمومی به‌خصوص مترو در انتخاب مسکن در کلانشهرها چشم پوشی کرد. اهمیت این مسئله به قدری است که به گفته برخی از فعالان و کارشناسان حوزه مسکن قیمت واحدهایی که دسترسی مناسب‌تری دارند، بالاتر از سایر موارد است. ایرج رهبر، عضو انجمن سراسری انبوه‌سازان در گفت‌وگو با «فرصت امروز» با اشاره به نقش میزان دسترسی به وسایل حمل‌ونقل عمومی به‌ویژه ایستگاه‌های مترو در ایجاد تفاوت قیمت در واحدهای مسکونی و تجاری اذعان کرد: به طور کلی میزان دسترسی یکی از عواملی است که می‌تواند در افزایش و کاهش قیمت املاک موثر باشد، اما میزان اثرگذاری این عامل در واحدهای مسکونی و تجاری به‌گونه‌ای متفاوت است مثلا در واحدهای مسکونی شلوغی و ازدحام یک عامل منفی محسوب می‌شود که در نهایت به کاهش نسبی قیمت این واحدها منجر می‌شود و این در حالی است که در واحدهای تجاری این امر یک مزیت به شمار می‌آید. وی در ادامه افزود: به هر حال مسئله دسترسی یکی از عواملی است که افراد در خرید ملک چه در بخش واحدهای تجاری و چه در بخش واحدهای مسکونی به آن توجه دارند.

حسام عقبایی، کارشناس مسکن و رییس اتحادیه املاک تهران در گفت‌وگو با «فرصت امروز» گفت: با وجود اینکه میزان دسترسی یکی از عوامل مهم در انتخاب یک ملک به منظور خرید یا اجاره است، اما نمی‌تواند به‌عنوان یک شاخص تاثیرگذار در قیمت محسوب شود.

وی عنوان کرد: نزدیک بودن به ایستگاه مترو برای واحدهای مسکونی و تجاری یک حسن است اما شاخصه‌ها و معیارهای دیگری وجود دارند که در تعیین قیمت واحدهای مسکونی و تجاری نقش دارند؛ بنابراین خطوط مترو و سایر امکاناتی که در زمینه حمل‌ونقل عمومی وجود دارند جزئی از امکانات روزمره شهری محسوب می‌شوند و هیچ تاثیری در افزایش یا ایجاد تفاوت قیمت واحدهای مسکونی ندارند.

قیمت تجاری‌ها تحت تاثیر مترو

رهبر، با اشاره به تفاوت تاثیر متفاوت دسترسی به ایستگاه مترو در قیمت واحدهای تجاری و مسکونی گفت: نزدیکی به ایستگاه مترو همواره برای واحدهای تجاری یک حسن محسوب می‌شود، چون شلوغی و ازدحامی که در اطراف ایستگاه‌های مترو به وجود می‌آید، سبب رونق کسب‌وکار و ارتقای این واحدهای صنفی می‌شود اما همان قدر که شلوغی برای یک واحد تجاری عاملی مثبت تلقی می‌شود و می‌تواند در افزایش قیمت آن موثر باشد، در مورد واحدهای مسکونی این مسئله یک نکته منفی است و تاثیر منفی بر قیمت آن دارد، همان‌طور که نزدیکی به مدرسه یک عامل منفی برای یک واحد مسکونی به شمار می‌رود. بنابراین، واحدهای مسکونی که در یک فاصله منطقی از ایستگاه مترو قرار دارند بیشترین بهره را از این مسئله می‌برند. اما به‌طور کلی میزان اثرگذاری این عامل در واحدهای تجاری به‌مراتب بیشتر از واحدهای مسکونی است. وی ادامه داد: این تاثیرات هم بخش اجاره و هم بخش فروش را شامل می‌شود.

اثرات متفاوت در بالا و پایین شهر

عضو انجمن سراسری انبوه‌سازان گفت: استفاده از مترو در میان طبقه پایین و متوسط جامعه نسبت به طبقه مرفه بسیار بیشتر است بنابراین بهره‌برداری از خط ۳ می‌تواند افزایش قیمت ۱۰ تا ۱۵ درصدی را در مناطق پایین‌شهر و مرکز شهر ایجاد کند ولی در مناطق مرفه‌نشین که از تمکن مالی بالاتری برخوردارند به دلیل استفاده کمتر از مترو و وسایل نقلیه عمومی اثر خاصی در افزایش قیمت واحدهای مسکونی نخواهد داشت. بنابراین می‌توان گفت که این اثر با توجه به منطقه جغرافیایی و مسائل فرهنگی متغیر است. وی در پایان با اشاره به مسئله قدرت خرید در بحث مسکن افزود: در متراژهای پایین‌تر چون افراد بیشتری قدرت خرید این واحدها را دارند و در نتیجه تقاضا در این نوع واحدها به‌طور نسبی بالاتر است بنابراین این افزایش محسوس‌تر است ولی در واحدهای با متراژ بالا این امر صدق نمی کند و تاثیرات قیمتی به مراتب کمتر است.

انتظارات قیمتی با بهره‌برداری از خط ۳ مترو تهران

به گفته فعالان بازار مسکن قیمت واحدهایی که در شعاع یک کیلومتری ایستگاه مترو قرار دارند بین چهار تا شش درصد بالاتر از سایر مناطق با امتیازات مشابه است. نکته مهم اینجاست که نه‌تنها وجود یک ایستگاه مترو در نزدیکی یک واحد مسکونی بلکه به‌طور کلی دسترسی مناسب در افزایش قیمت واحدهای مسکونی موثر است. با این وجود بررسی‌های «فرصت امروز» نشان می‌دهد که دو دیدگاه متفاوت در رابطه با انتظارات قیمتی پس از بهره‌برداری از خط ۳ مترو تهران وجود دارد؛ دیدگاه اول که بیشتر در گفته‌های بنگاه‌داران مناطق مرکز و پایین‌شهر دیده می‌شود نشان از انتظار اثرات افزایشی در قیمت واحدهای مسکونی در این مناطق دارد. این مسئله می‌تواند پای انبوه‌سازان را به بافت‌های فرسوده این مناطق باز کند. دیدگاه دوم که از انتظار اثرات کاهشی یا لااقل خنثی در بازار مسکن حکایت می کند بیشتر درمیان مناطق بالانشین و مرفهی که تحت پوشش خط ۳ مترو قرار دارند رایج است. فعالان بازار در این مناطق در گفت‌وگو با «فرصت امروز» عنوان کردند که دلیل افراد برای خرید مسکن در این مناطق آرامشی است که در این محدوده حاکم است حال آنکه با احداث و بهره‌برداری از ایستگاه مترو در این مناطق ازدحام و شلوغی موجب اثرات کاهشی در قیمت ملک خواهد شد.

عمران

جزییات طرح مسکن اجتماعی ۲۵ شهریور روشن می‌شود

معاون امور مسکن و ساختمان وزیر راه و شهرسازی درباره مسکن اجتماعی اظهار کرد: سیاستی که در دولت یازدهم در وزارت راه و شهرسازی داریم آن است که بلافاصله اطلاعاتی که مطرح می‌شود، به اطلاع مردم برسد. به گزارش ایسنا، حامد مظاهریان افزود: طرح مسکن اجتماعی در روز ۲۵ شهریورماه ابعاد مشخص‌تری پیدا خواهد کرد به‌طوری که نظام تامین مالی و شرایط چگونگی اجرای این طرح در ۲۵ شهریور مشخص خواهد شد. معاون امور مسکن و ساختمان وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه خصوصیات کلی این است که گروه و طبقه متوسط را در نظر بگیریم، تصریح کرد: بنابراین با توجه به اینکه در حال حاضر شرایط بانک‌ها مساعد نیست و بودجه دولت هم تعیین شده، اجرای این طرح در مرحله بعدی قرار می گیرد و در مرحله بعدی سیاست پس‌انداز و پرداخت تسهیلات را بیشتر از گذشته پیش خواهیم گرفت.

تکلیف آزادراه تهران- شمال مشخص شد

معاون شرکت ساخت و توسعه زیربناهای حمل‌ونقل با اشاره به وضعیت آزادراه تهران- شمال گفت: هدف‌گذاری دولت درباره آزادراه تهران-شمال تکمیل قطعه یک و اتصال جاده موجود به قطعات یک و چهار است. به گزارش فارس، خیرالله خادمی ادامه داد: قطعه یک آزادراه تهران- شمال از تهران تا شهرستانک در حال تکمیل است که به‌زودی عملیات اجرایی آن به پایان می‌رسد. برنامه داریم بین کیلومتر پایانی منطقه یک آزادراه تا کیلومتر صفر منطقه چهار آزادراه بهسازی مسیر موجود را انجام دهیم تا ظرفیت محور موجود افزایش یابد؛ به این ترتیب که مسافران ابتدا وارد قطعه یک آزادراه شده و پس از خروج از قطعه یک در شهرستانک وارد جاده موجود می‌شوند و پس از طی مسیر، در ابتدای قطعه چهار (مرزن‌آباد)، دوباره وارد آزادراه شده و تا دوراهی تنکابن (خروجی آزادراه) ادامه مسیر می‌دهند.

یک‌سوم واحدهای تحویلی مسکن مهر خدمات زیربنایی ندارند

مدیرعامل شرکت عمران پرند با اشاره به واگذاری حدود ۱۳ هزار واحد مسکن مهر در روزهای گذشته در این شهر، گفت: ۳۰ درصد از این واحدها فاقد خدمات زیربنایی است و وزارت نیرو در این رابطه به تعهدات پایبند نیست. به گزارش تسنیم، باران هاشم‌زهی اظهار کرد: اولویت دوم (شهریور امسال) افتتاح پروژه‌های مسکن مهر براساس زمانبندی تکمیل و تحویل شد که حدود ۷۰ درصد از این واحدها دارای خدمات زیربنایی بوده و ۳۰ درصد بقیه فاقد امکانات زیربنایی هستند.

نما

بزرگ‌ترین خانه تاریخی ایران، معروف به خانه عامری‌های کاشان متعلق به دوران زندیه با ۸۵ اتاق و هفت حیاط بزرگ به‌عنوان نخستین هتل پنج ستاره کاشان ثبت و به بخش خصوصی واگذار شد. گویا قرار است خانه تاریخی عامری‌ها محل اقامت گردشگران خارجی باشد.

نرخنامه

این روزها نمای آجری دوباره به معماری ساخت‌وسازها برگشته است به طوری که حتی برای معماری داخل خانه هم از این آجرهای رنگی استفاده می‌شود. در نرخنامه امروز قیمت آجرنماهای پرطرفداری که بیشترین مصرف را در ساخت‌وسازها دارند، آمده است.

نوع	رنگ	قیمت هر قالب (تومان)		
		۲۴*۵/۵	۱۰*۲۰	۷*۳۳
پادنا (قرمز)	آجری	۶۰۰	۹۰۰	۱۰۵۰
	اخرایی	۷۰۰	۱۰۵۰	۱۲۰۰
ماماتین (مشکی)	مشکی	۱۰۰۰	۱۵۰۰	۱۷۵۰
	قهوه‌ای	۸۰۰	۱۲۰۰	۱۴۰۰
مسینا (زرد)	نسکافه‌ای	۵۰۰	۷۵۰	۹۰۰
	خورشیدی	۴۵۰	۷۰۰	۸۰۰
	گردویی	۶۵۰	۱۰۰۰	۱۲۰۰
ماننا (سفید)	کرم	۱۰۰۰	۱۵۰۰	۱۷۵۰
	سفید استخوانی	۱۰۰۰	۱۵۰۰	۱۷۵۰
تعداد قالب در هر متر مربع		۶۱	۴۱	۳۴

اخبار

مشاور عالی کانون صنایع غذایی پیشنهاد کرد

به کارگیری ۵۰ هزار نفر برای نظارت بر اصناف غذایی کشور

مشاور عالی کانون انجمن‌های صنایع غذایی با اشاره به اینکه مطرح شدن برخی مسائل درباره سلامت موادغذایی تولید داخل باعث از دست رفتن بازارهای صادراتی این محصولات شده است، افزود: وزارت بهداشت به‌عنوان متولی اصلی سلامت کشور می‌تواند با اجرای طرحی ضمن به کارگیری و اشتغالزایی دانشجویان و فارغ‌التحصیلان صنایع غذایی باعث افزایش اعتماد مردم به سلامت موادغذایی شود.

بهروز فروتن در گفت‌وگو با ایسنا، افزود: با اجرای این طرح می‌توان انتظار داشت محصولاتی که از کارخانه‌های صنایع غذایی خارج می‌شوند، یک بار دیگر و این بار در سطح بازار مورد ارزیابی کیفی قرار می‌گیرند. به این ترتیب اعتماد مردم به سلامت موادغذایی نیز افزایش خواهد یافت. این نظارت جدا از نظارتی است که کارشناسان استاندارد و بهداشت به‌صورت دوره‌ای دارند که ممکن است کافی هم نباشد.

وی درباره جزئیات این طرح توضیح داد: در هر کارخانه یک مسئول فنی وجود دارد که وظیفه وی ارزیابی کیفی و استاندارد محصولات تولیدی آن کارخانه است. حال می‌توان با به کارگیری ۵۰ هزار نفر از دانشجویان و فارغ‌التحصیلان صنایع غذایی که حقوق آنها را تشکل‌ها، اتحادیه‌ها و انجمن‌ها از محل حق عضویت اصناف پرداخت خواهند کرد، کل واحدهای صنفی فعال در حوزه غذا را در سراسر کشور زیر پوشش نظارتی قرار داد. هر یک از این افراد قادرند بین ۱۰ تا ۲۰ واحد صنفی غذایی را در محله و منطقه خود زیرپوشش قرار دهند و حتی می‌توان این افراد را در دو شیفت به کار گرفت تا نظارت بیشتر هم شود.

مشاور عالی کانون انجمن‌های صنایع غذایی افزود: در این طرح همه واحدهای صنفی که به نوعی درگیر موادغذایی هستند از جمله سوپرمارکت‌ها، رستوران‌ها، کبابی‌ها و... پوشش داده می‌شوند. با این حساب می‌توان انتظار داشت سطح سلامت غذا در کشور به میزان قابل‌توجهی افزایش خواهد یافت.

طرح نظارت هم قیمت میوه را کنترل نکرد

سود ۶۰ درصدی خرده‌فروشان

با اجرای «طرح نظارت و تنظیم بازار میوه» قرار بود قیمت متعادل شود، اما قیمت میوه در بازار همچنان بالاست در حالی که واحدهای میوه‌فروشی تنها مجازند ۳۵ درصد به قیمت میوه اضافه کنند، اما این رقم همچنان بالاست.

به گزارش فارس از اواسط مرداد ماه سال‌جاری برای جلوگیری از افزایش بی‌ضابطه قیمت میوه طرح نظارتی با عنوان «طرح نظارت و تنظیم بازار میوه» اجرا شد که به‌واسطه این طرح مسئولانی از سازمان حمایت، استانداری تهران، وزارت صنعت معدن و تجارت و همچنین افرادی از نیروهای پلیس و نیروی انتظامی با تمام تلاش سعی در ساماندهی خطی میدان مرکزی میوه و تره‌بار کردند.

حسین مهاجران، رییس اتحادیه میوه و سبزی‌فروشان معتقد است که با اجرای این طرح و حذف بخش اعظمی از دلالان میدان مرکزی میوه و تره‌بار بین هزار تا دو هزار تومان از افزایش قیمت میوه و صیفی‌جات جلوگیری شده است و اگر این طرح اجرا نمی‌شد قطعا اکنون قیمت‌ها گران‌تر از قیمت کنونی می‌شد.

اما گزارش میدانی از سطح شهر نشان می‌دهد قیمت میوه پس از اجرای طرح نظارت و تنظیم بازار میوه ثابت بوده و این اواخر فقط قیمت برخی میوه‌های تابستانه با نزدیک شدن به پایان فصل تابستان افزایش جزئی داشته‌اند و بیشتر میوه‌ها و صیفی‌جات قیمت ثابتی داشته‌اند. انجام موفق این طرح حاکی از آن است که می‌توان با نظارت دقیق و مستمر قیمت‌ها را ثابت نگه داشت.

باوجود تلاش مسئولان برای کنترل قیمت، بهای میوه هنوز تا رسیدن به دست مصرف‌کننده بالاست و به نظر می‌رسد دلیل آن سود بالایی است که واحدهای میوه‌فروشی سطح شهر از خریدار می‌گیرند.

براساس این گزارش، سود قانونی و مصوب برای واحدهای میوه‌فروشی سطح شهر ۳۵ درصد است در حالی‌که بیشتر این واحدها بیشتر از این رقم سود می‌برند. رییس اتحادیه میوه و سبزی‌فروشان در این زمینه می‌گوید: خرده‌فروشان با توجه به خرید گرانی که از میادین میوه دارند می‌توانند تا ۶۰ درصد قیمت را بیشتر کنند.

تعرفه صادرات سیب‌زمینی حذف شد

رییس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان اردبیل گفت: تعرفه و تعهد ارزی از صادرات سیب‌زمینی برداشته شد و زمینه صدور این محصول به بازار کشورهای منطقه فراهم آمد.

حامد عاملی، در گفت‌وگو با ایرنا افزود: افزایش قیمت سیب‌زمینی در سال گذشته باعث اعمال تعرفه ۱۲۰درصدی به صادرات این محصول شد که کاهش صادرات آن را به دنبال داشت. وی بیان کرد: صادرات سه هزار تن سیب‌زمینی از استان اردبیل از ابتدای امسال نشان‌دهنده روند روبه‌رشد صادرات این محصول نسبت به سال گذشته است. رییس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان اردبیل افزود: جمهوری آذربایجان و روسیه بازارهای اصلی صادرات سیب‌زمینی اردبیل هستند. عاملی گفت: با توجه به برنامه‌ریزی صورت گرفته برای توسعه مناسبات تجاری و اقتصادی با جمهوری آذربایجان، توسعه این مناسبات باعث افزایش صادرات سیب‌زمینی می‌شود.

وی اضافه کرد: سیب‌زمینی یکی از محصولات عمده صادراتی استان اردبیل است و حدود ۳۰ تا ۴۰ درصد مجموع صادرات آن را به خود اختصاص می‌دهد. پارسال پنج میلیون دلار صادرات از استان اردبیل انجام گرفت که بیشتر آن صادرات ۲۳ هزار تن سیب‌زمینی بود.

گفتنی است استان اردبیل سالانه به‌طور میانگین بین ۵۰۰ تا ۶۰۰ هزار تن سیب‌زمینی تولید می‌کند و یکی از تولیدکنندگان عمده این محصول در کشور محسوب می‌شود.

گفت و گوی «فرصت امروز» با دبیر انجمن برنج

برنج در انتظار یک عدد

رضا عفت‌دوست

باوجود کیفیت بالای برنج ایرانی، بازار از برنج‌های خارجی ارزان‌قیمت، اشباع‌شده و مصرف‌کننده رغبتی برای خرید برنج ایرانی از خود نشان نمی‌دهد، از سوی دیگر، واردات بی‌رویه برنج دقیقا در فصل برداشت و بدتر از آن تبلیغات گسترده برای برنج‌های وارداتی از صدا و سیما، رمقی برای تولیدکننده داخلی باقی نگذاشته است. در پی رکود بازار برنج داخلی، دولت اعلام کرده به منظور حمایت از شالیکاران شمالی، به‌صورت توافقی و با قیمتی بالاتر از قیمت تضمینی، برنج‌های کشاورزان را خریداری می‌کند که این وظیفه را بر دوش سازمان تعاون روستایی نهاده است. البته هنوز مسئله اختلاف‌نظر کارشناسان و مسئولان این حوزه، بر سر میزان مصرف سرانه در کشور حل نشده است. جمعی از کارشناسان اعداد متناقض اعلامی را دستاویزی برای توجیه واردات بی‌رویه برنج می‌دانند. دبیر انجمن برنج ایران به‌واسطه مسئولیتی که دارد، همواره می‌گوید از نزدیک به اوضاع و احوال شالیکاران آشناست و بهتر می‌تواند در این رابطه نظر بدهد. اخبار ضد و نقیض برنج، ما را بر آن داشت تا نظرات جمیل علیزاده‌شایق را جویا شویم.

نظر شما درخصوص سرانه مصرف برنج چیست؟

در مورد مصرف سرانه برنج درکشور آمار متناقضی وجود دارد. وزارت جهاد کشاورزی تا تیرماه امسال به عدد ۳۶ تا ۳۸ کیلوگرم باور داشت، ولی از مرداد ماه به بعد سرانه مصرف ۴۲ کیلوگرم اعلام شد. این چرخش دیدگاه سبب شد تا مقدار نیاز به واردات از ۷۰۰ هزار تن به یک‌میلیون و ۲۰۰ هزار تن افزایش یابد. جالب است که وزارت صنعت، معدن و تجارت سرانه مصرف برنج را ۴۴ تا ۴۵ کیلوگرم و وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی این رقم را ۳۶ کیلوگرم اعلام کرده است.

ارزیابی انجمن برنج ایران درخصوص عدد سرانه مصرف چیست؟

انجمن برنج ایران از ۶ سال پیش پیشنهاد داده است توسط هیاتی مرکب از مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، وزارت جهاد کشاورزی و وزارت صنعت، معدن و تجارت با همراهی وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی و انجمن برنج ایران، بررسی دقیقی در این خصوص به عمل آید. شاید کلید حل این معما، در جواب این تحقیقات نهفته است.

این خرید توافقی تا چه میزان می‌تواند از مشکلات شالیکاران بکاهد؟

روش صحیح مکانیزم خرید تضمینی ارقام پرمحصول برنج و پی بردن به عمق کلمه توافقی درصورت اعمال، مورد تایید است. شرط اصلی انطباق گفته‌ها و کرده‌هاست.

میزان تولید امسال برنج و میزان واردات در سال ۹۳ چقدر بوده است؟

متاسفانه در فاصله سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۳ تولید برنج در کشور بدون افزایش معناداری از ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار تن تا ۲ میلیون و ۳۰۰ هزار تن ثابت بوده است. میزان واردات برنج در سال ۱۳۹۲ معادل یک میلیون و ۹۶۵ هزار تن بوده و در پنج ماه اول سال ۱۳۹۳ حدود ۶۶۱ هزار تن برآورده شده است.

مقادیری نیز قطعا به‌صورت قاچاق وارد می‌شود که آمار دقیقی از آن در دست نیست. علیزاده شایق در پایان در پاسخ به سوالی مبنی‌بر چرایی تهاتر برنج‌های هندی با طلب‌های نفتی ایران گفت: بهتر است این سوال را از مسئولان وزارت صنعت، معدن و تجارت بپرسید!

دیدگاه

فرصت‌ها و تهدیدهای سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی

علیرضا نصرآبادی
کارشناس ارشد آبخیزداری

موضوع سرمایه‌گذاری در راستای فعالیت اقتصادی موفق، دارای شرایط، اصول و پیش‌فرض‌هایی است. طبیعی است در بسترهای متفاوت و متنوعی که برای سرمایه‌گذاری وجود دارد تعیین بیلان صحیح و دقیق هزینه‌ها و درآمدها، شرط اولیه انتخاب بستر و موضوع سرمایه‌گذاری است.

هزینه موردنیاز اولیه، بازار مصرف تولیدات، ریسک‌پذیری، میزان وابستگی به بخش‌های داخلی و به‌ویژه فرامرزی، قیمت و دسترسی نهاده‌های اولیه تولید و غیره از مواردی هستند که باید به آنها توجه کرد. بخش کشاورزی با توجه به اهمیت و جایگاه خود در تامین امنیت غذایی و توسعه پایدار اقتصادی و اجتماعی از بسترهای بسیار مهم و ضروری سرمایه‌گذاری است. جایگاه به هم پیوسته فعالیت‌های این بخش از مرحله آماده‌سازی تا فرآوری و بسته‌بندی محصولات، گستره جغرافیایی و تنوع فعالیت‌ها و تولیدات هرکدام به تنهایی ضرورت سرمایه‌گذاری در بخش و اهمیت آن را آشکار می‌کند.

فرصت‌ها و چالش‌ها

بخش کشاورزی کشور ما دارای فرصت‌ها و شرایط طبیعی مناسب برای سرمایه‌گذاری است. گستره جغرافیایی و تنوع توپوگرافی، تنوع اقلیمی (ایران از معدود کشورهایی است که چهارفصل دارد)، وجود محصولات متنوع و با حجم تولید بالا و تولید محصولات با جایگاه مزیت مطلق و نسبی درسطح منطقه‌ای و جهانی از محصولات دام و شیلات گرفته تا محصولات زراعی و باغی و گیاهان صنعتی و دارویی، تمامی اینها مزیت‌هایی است که سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی را اقتصادی می‌کند، البته در این میان محدودیت‌ها و چالش‌هایی نیز برای سرمایه‌گذاری در این بخش وجود دارد و درکنار فرصت‌های موجود تهدیدها و چالش‌هایی به‌صورت طبیعی و غیرطبیعی در مسیر سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی قرار گرفته است. مهم‌ترین چالش‌ها و تهدیدها در این زمینه، نبود مدیریت در ساماندهی بازار محصولات و تولیدات، بی‌توجهی به برندهای معتبر در چرخه تولید و فرآوری، بلایای طبیعی و اقلیمی به‌ویژه خشکسالی، سرمازدگی و تگرگ، توفان و ریزگردها و بادهای موسمی و مورد آخر کمبود منابع آب و روند نزولی کمیت و کیفیت آب‌هاست.

معیارهای موفقیت در سرمایه‌گذاری

پیش‌فرض‌ها و معیارهایی برای سرمایه‌گذاری موفق با توجه به موقعیت آن در بخش کشاورزی ایران می‌توان ترسیم کرد. به این ترتیب برای دستیابی به نتیجه مناسب و انجام یک سرمایه‌گذاری موفق، داشتن بازار مصرف یا مصرف‌کننده کافی برای تولیدات نخستین پیش‌شرط است و بخش کشاورزی از این نظر در بهترین جایگاه قرار دارد زیرا مایحتاج اولیه و به‌عبارتی نیازهای غذایی مردم را تامین می‌کند. شرط دیگر دسترسی به مواد خام و اولیه متنوع و کافی است که این شرط نیز به‌خوبی در این بخش وجود دارد.

همچنین پایین بودن میزان وابستگی سرمایه‌گذاری به خارج ازکشور، پیش‌نیاز دیگر برای سرمایه‌گذاری است و بخش کشاورزی به واسطه کمترین وابستگی نسبی در مقایسه با سایر بخش‌های صنعتی و خدماتی از اولویت برای فعالیت برخوردار است.

وجود مواد اولیه متنوع برای تولید انواع محصول که باعث سازگاری و کاهش خطر ریسک سرمایه‌گذاری می‌شود، شرط خوبی در سرمایه‌گذاری بخش کشاورزی است و با وجود محصولات و مواد اولیه گوناگون می‌توان روی خطوط تولید و فرآوری بسیار گسترده در کشور برنامه‌ریزی کرد.

فناوری ساده‌تر در چرخه تولید و فرآوری محصول نسبت با سایر بخش‌های صنعتی و تولیدی و هزینه پایین‌تر برای سرمایه‌گذاری نیز از شاخص‌های سرمایه‌گذاری مناسب و موفق است که به‌طور نسبی در بخش کشاورزی این شرایط وجود دارد.

باتوجه به تنوع و حجم بالای مواد خام و محصولات تولیدی در این بخش (دام، طیور، شیلات، آبزیان، زراعت و باغبانی، گیاهان صنعتی و دارویی) و معضل خام‌فروشی و فله‌فروشی بسیاری از محصولات که مزیت نسبی و حتی مطلق را درکشور دارند، اولویت نخست سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی ایران، چرخه فرآوری و بسته‌بندی محصولات است تا ضمن برخورداری از ارزش افزوده بسیار بالا، مانع از دست رفتن بازار خارجی و بین‌المللی تعداد زیادی از تولیدات ناب و منحصربه‌فرد ایرانی نیز شود.

راهکارها

اما راهکارهایی نیز برای موفقیت بیشتر در سرمایه‌گذاری بخش کشاورزی ایران با توجه به شرایط موجود، پیش‌رو قرار دارد؛ ایجاد برندهای معتبر محصولات با رعایت استاندارد در چرخه تولید، توجه ویژه به تولید مواد اولیه و محصولات ارگانیک، توسعه کشاورزی حفاظتی برای کاهش مصرف نهاده‌های تولید و وابستگی به خارج، اولویت دادن به صنایع کوچک و متوسط برای کاهش ریسک‌پذیری و امکان سرمایه‌گذاری توسعه و توانمندسازی جوامع محلی، می‌تواند در این زمینه راهگشا باشد.

توسعه صنعت بیمه و استفاده از آن در تمام چرخه‌های تولید محصولات کشاورزی، فرآوری و سرمایه‌گذاری در این بخش برای کاهش و رفع خسارت ناشی از تهدیدهای طبیعی، تشکیل و توسعه تعاونی‌ها برای افزایش قدرت سرمایه‌گذاری در بخش و در آخر، بهینه‌سازی مصرف آب در تمامی مراحل تولید محصولات کشاورزی، راهکارهای دیگری برای دستیابی به سرمایه‌گذاری‌های موفق در بخش کشاورزی است.

خرید تضمینی بیش از ۷ هزار میلیارد تومان گندم از کشاورزان

فصل خرید تضمینی گندم آخرین روزهای خود را سپری می‌کند و تاکنون ۶میلیون و ۶۵۳ هزار تن گندم از کشاورزان به ارزش ۷۰۵۶ میلیارد تومان خریداری و به مراکز ذخیره‌سازی انتقال داده شده است.

به گزارش ایسنا، این میزان خرید در قالب یک‌میلیون و ۱۰۰ هزار محموله به مراکز خرید استان‌ها تحویل داده شده است.

بر پایه این گزارش، بهای کل گندم‌های خریداری شده تاکنون ۷۰ هزار و ۵۶۵ میلیارد ریال معادل ۷۰۵۶ میلیارد تومان است که مبلغ سه هزار میلیارد تومان نسبت به کل وجوه گندم‌های خریداری‌شده در سال گذشته بیشتر است. طبق اعلام شرکت بازرگانی دولتی، استان‌های خوزستان، فارس، گلستان، کرمانشاه و کردستان پنج استان نخست کشور در زمینه خرید گندم هستند و کمترین میزان خرید گندم در استان‌های گیلان، یزد، البرز، خراسان‌جنوبی و قم بوده است. همچنین وزن افت مفید از مجموع ۶میلیون و ۶۵۳ هزار تن گندم، ۶۶ هزار و ۴۰۹ تن و وزن افت غیرمفید ۶۱ هزار و ۶۱۵ تن (حدود یک‌درصد) و وزن سن‌زدگی گندم‌ها نیز ۱۹۰۵۰ تن است.

توقف آبیاری با فاضلاب در برخی زمین‌های کشاورزی جنوب تهران

یک عضو مجمع نمایندگان استان تهران گفت: با پیگیری‌های انجام شده از سوی نمایندگان استان، آبیاری برخی زمین‌های کشاورزی جنوب تهران با فاضلاب متوقف شده است. اسماعیل کوثری اظهار کرد: نمایندگان استان تهران موضوع آبیاری زمین‌های کشاورزی جنوب پایتخت با فاضلاب را پیگیری کردند و در همین زمینه جلساتی را با فرمانداری، مدیرکل آب وزارت نیرو و مسئولان مربوط داشتند. در پی این پیگیری‌ها جلوی بسیاری از این موارد گرفته شد، اگرچه ممکن است به‌صورت جزئی و موردی هنوز چنین مسئله‌ای وجود داشته باشد. به گزارش ایسنا، وی افزود: نمایندگان تهران استفاده از استخوان‌های دام برای استخراج روغن در بخش قلعه‌نو در جنوب شرقی تهران را نیز پیگیری کردند.

در مواردی این استخوان‌ها را می‌جوشاندند و از آنها روغن می‌گرفتند که از این روغن برای کارهای صنعتی استفاده می‌شد، اما با توجه به اینکه اقدامات انجام‌شده با بهداشت و سلامت همخوانی نداشت و این احتمال وجود داشت که از این روغن به‌عنوان روغن خوراکی هم استفاده شود موضوع از طریق فرمانداری، وزارت بهداشت و مسئولان مربوطه پیگیری و مدت زمانی برای جمع‌آوری این کارگاه‌ها مشخص شد.

مجلس

هشدار نماینده مجلس نسبت به نابودی باغ‌های بناب بر اثر بی‌آبی

فرصت امروز- نماینده بناب در مجلس در خصوص نابودی باغ‌های این شهر بر اثر بی‌آبی در آینده هشدار داد.

حجت‌الاسلام محمد باقری بنابی، در نشست کارگروه آب، کشاورزی و منابع طبیعی این شهرستان گفت: اگر بحران کم‌آبی ادامه پیدا کند تا ۱۰ سال آینده تمام باغ‌های بناب نابود می‌شود و حتی یک درخت هم باقی نخواهد ماند.

وی هشدار داد: در صورتی که وضعیت فعلی کمبود آب به همین‌گونه پیش برود، در آینده نزدیک اتفاقی که برای دریاچه ارومیه افتاده برای دشت بناب هم خواهد افتاد.

عضو کمیسیون اقتصادی مجلس اظهار کرد: اگر می‌خواهیم دشت بناب مانند دریاچه ارومیه خشک نشود، باید شبانه‌روز کار کنیم و بتن‌ریزی کانال‌های آبرسانی یکی از راهکارهای جلوگیری از هدر روی آب است.

باقری بنابی همچنین نسبت به تداوم تشکیل کلاس‌های ترویجی برای کشاورزان سراسر کشور تاکید کرد و خواستار جدی گرفتن آن شد.

شیلات

رییس اتحادیه صیادان بوشهر:

اکتشافات نفتی معاش صیادان را تهدید می‌کند

رییس اتحادیه صیادان بوشهر گفت: فعالیت‌های اکتشافی شرکت ملی نفت در لایه‌های زیرزمینی خلیج‌فارس، موجب کاهش ۵۰ درصدی صید میگو شده است.

محمد کارگر، اظهار کرد: انفجار در لایه‌های زیرزمینی درصد بالایی از ذخایر دریایی که دوران نوزادی‌شان را در نوزادگاه‌های ساحلی می‌گذرانند، تخریب کرده و در نتیجه کاهش ذخایر آبزیان را به‌همراه داشته است.

وی افزود: در فصل صید امسال که از مرداد آغاز شد و تا شهریورماه ادامه داشت، به دلیل اکتشافات نفتی و لرزه‌نگاری‌های پی‌درپی شرکت ملی نفت ایران، موجب کاهش شدید ذخایر آبزیان به‌ویژه میگو شده است.

وی با بیان اینکه گستره عملیات اکتشافی شرکت ملی نفت ایران از نوار ساحلی خلیج فارس (خوزستان تا چابهار) متغیر است، در تشریح گوشه‌ای از این آسیب‌ها، گفت: در روش لرزه‌نگاری، امواج لرزه‌ای در اثر انفجار به‌صورت موج‌های مکانیکی در لایه‌های درون زمین منتشر می‌شود.

این مقام مسئول که ۳۵هزار صیاد بوشهری را نمایندگی می‌کند، ادامه داد: از شرکت ملی نفت ایران خواستاریم تا خسارت‌هایی که به صیادان وارد کرده است را از راه بازسازی ذخایر و آماده‌سازی لاروها جبران کند تا زیان‌های وارده به صیادان بوشهری به‌نحوی جبران شود.

کارگر افزود: به دنبال کاهش صید میگو هم‌اکنون بهای هر کیلو میگو به‌صورت غیرمتعارف در بازار مصرف داخلی افزایش یافته که این مسئله نیز موجب کسادی بازار خرید این محصول شده است.

مدیر اتحادیه صیادان کشور در بخش دیگری از سخنانش صیدهای بی‌رویه، پساب‌های صنعتی و خانگی وارد شده به دریا و بالارفتن بهای ادوات صیادی را نیز در کاهش صید و به‌تبع آن به مخاطره افتادن شغل صیادی بی‌تاثیر ندانست.

کارگر ادامه داد: وام‌های با بهره‌های بالا و مهلت بازپرداخت کم نیز بر نارضایتی صیادان دامن زده است. مدیرعامل اتحادیه صیادان کشور با بیان اینکه صیادان خواستار بیمه محصول و سرنشین کشتی‌های ویژه صید هستند، گفت: کارگران صید خواستار آنچه «امنیت در سرمایه‌گذاری» نامیده می‌شود از دولت هستند تا بتوانند در چنین شرایطی دوام بیاورند. وی افزود: صیادان توقع دارند همانند کشاورزان، دامداران، مرغداران و غیره از حمایت دولت برخوردار شوند.

چای

باغ‌های سبز چای گیلان گرفتار خشکسالی و بی‌آبی

رییس سازمان جهاد کشاورزی گیلان با اشاره به وضعیت نامناسب آبیاری باغ‌های چای در استان گیلان گفت: باغ‌های چای به دلیل آبیاری نامناسب وضعیت خوبی ندارد. علیرضا شعبان‌نژاد درخصوص وضعیت آبرسانی به باغ‌های چای در استان گیلان اظهار کرد: بیشتر باغ‌های چای آبیاری مناسب ندارند و با آب باران (دیم)، آبیاری می‌شوند.

وی افزود: شرایط باغ‌ها به دلیل خشکسالی در سال جاری مناسب نبوده و میزان تولید چای را تحت‌تاثیر قرار داده و نرسیدن آب کافی به باغ‌ها و پایین آمدن میزان برداشت چای از باغ‌ها زندگی باغداران را سخت کرده است. به گزارش ایلنا، رییس سازمان جهاد کشاورزی گیلان، در آخر به افزایش تولید برنج گیلان در سال جاری اشاره کرد و افزود: با توجه به میزان افزایش تولید برنج، امید است که با برنامه‌ریزی‌های مناسب، بازارخریدوفروش برنج از رکود خارج شود.

فرصت امروز

روزنامه اقتصادی-مدیریتی

صاحب امتیاز: **مهدی صیافی**

مدیر مسئول: **محمدرضا قدیمی**

شورای سردبیری:

محمدرضا قدیمی،حمیدرضا اسلامی، شهریار شمس مستوفی

چاپ: شرکت رواق روشن مهر توزیع: نشر گستر امروز

دفتر مرکزی: **۸۸۸۹۵۴۳۳**(خط ویژه)

روابط عمومی: **۸۸۸۹۵۴۳۳**

سازمان آگهی ها: **۶۲ و ۸۸۹۲۸۵۳۹**

سامانه پیامکی: **۵۰۰۰۱۲۴۳**

ایمیل: **INFO@FORSATNET.IR**

سایت: **WWW.FORSATNET.IR**

میرزای شیرازی، نبش چهارم پلاک ۶۸، طبقه سوم

نارضایتی، ناآگاهی زناشویی فقر و اعتیاد عامل طلاق

براساس آمار سازمان ثبت احوال کشور، در سه ماهه نخست امسال ۱۲ هزار و ۴۴۲ مورد واقعه طلاق در کل کشور به ثبت رسیده که در این میان، تهران با ۲هزار و ۱۹۲ مورد طلاق رکوردار این واقعه است.

به‌عنوان شاهد مثال این پدیده در کشور، استان ایلام به‌عنوان یک جامعه سنتی در حال حرکت به سمت صنعتی شدن می‌تواند نمونه آماری قابل تاملی باشد. سیدمالک صادقیان، معاون فرهنگی ورزش و جوانان این استان در این خصوص با اشاره به اینکه به‌ازای هر ۱۰۰ ازدواج در استان، شش طلاق روی داده و این آمار بسیار نگران‌کننده است، اظهار کرد: این میزان رشد طلاق در استان طی پنج سال گذشته به هشت درصد رسیده که این آمار نصف آمار رشد طلاق در کشور است. میانگین سن ازدواج پسران ۳۳ و دختران ۲۸ سال است که این آمار نگران‌کننده است. در ۶۰ درصد موارد طول عمر زندگی‌های مشترک کمتر از چهار سال است و به طلاق منجر می‌شود، همچنین ۲۵ درصد از ازدواج‌های منجر به طلاق استان هم بین چهار تا ۱۰ سال زندگی زوجین رخ می‌دهد. مشکلات اجتماعی، تغییرات الگوهای اجتماعی، آداب و رسوم دست‌وپاگیر و تغییر ملاک‌ها برای گزینش همسر از علل مهم بالا رفتن سن ازدواج و طلاق است.

از سوی دیگر عبدالوهاب بخشنده، رییس دادگاه خانواده ایلام با اشاره به اینکه گسترش مواد مخدر، فیس‌بوک و سایت‌های همسریابی در استان ایلام موجب شکل‌گیری پدیده طلاق است افزود: هنوز تاثیر منفی برخی برنامه‌های شبکه‌های ماهواره‌ای به‌خوبی برای جامعه تبیین نشده است. رییس دادگاه خانواده استان با اشاره به اینکه در استان می‌توان در کمتر از ۲۰ دقیقه مواد مخدر تهیه کرد، خاطرنشان کرد: اعتیاد دلیل بخش عظیمی از طلاق‌هاست. عدم تناسب فرهنگی خانواده‌ها و نوع نشست و برخاست‌ها در شکل‌گیری طلاق بسیار تاثیرگذار است. بخشنده عدم تناسب سن زوجین و مسائل جنسی و زناشویی را از دیگر عوامل طلاق بیان کرد و گفت: متاسفانه در بحث مسائل جنسی هیچ توجهی جهت آگاهی‌بخشی به زوجین نمی‌شود و این مسئله مسکوت مانده که در حال حاضر دلیل تعداد بسیار زیادی از طلاق‌ها را نیز به خود اختصاص داده و باعث معضلات زیادتری شده است. وی با بیان اینکه امروزه فقر نقش بسیار تاثیرگذاری در امر طلاق ایفا می‌کند، بیان کرد: بعضی از زوجین، طلاق صوری می‌گیرند تا تحت پوشش و حمایت دستگاه‌هایی مانند بهزیستی و کمیته امداد درآیند و پرونده‌های بسیار زیادی داشته‌ایم که قبل از رسیدگی کامل به پرونده مراجعه‌کنندگان برگه مورد حمایت قرار گرفتن آنها توسط دستگاه‌های حمایتی را ارائه داده‌اند که بعد از آن دیگر به سوی طلاق نیامده‌اند و پرونده بدون جدایی زوج مختومه شده است.

همچنین نسرین شهبازی، معاون اجتماعی بهزیستی ایلام در این زمینه با بیان اینکه «اعتیاد»، مهم‌ترین علت طلاق در استان است، به ایسنا گفت: نارضایتی جنسی، مسائل اقتصادی، نداشتن مهارت زندگی و آشنا نبودن با مسئله ازدواج از دیگر علل شکل‌گیری طلاق است. وی با بیان اینکه نارضایتی جنسی در بین زوجین استان دومین علت اختلافات خانوادگی و در نتیجه طلاق است، افزود: نارضایتی جنسی بیشترین علت مراجعه به مراکز مشاوه بهزیستی بوده و عدم آگاهی از نحوه ارضای جنسی طرف مقابل در بین زوجین مهم‌ترین علت در این زمینه است. شهبازی با تاکید بر اینکه اگر آموزش کافی در زمینه رابطه جنسی سالم و درست به زوجین قبل از ازدواج و حین ازدواج داده شود، قطعا مشکلات این حوزه کاهش چشمگیری پیدا می‌کند، تصریح کرد: رابطه سالم جنسی موجب پایبندی زندگی و رضایت زوجین می‌شود.

واکنش بهروز غریب پور در دادگاه به شکایت آقای بازیگر

انتظامی را به قیامت حواله می‌دهم

بهروز غریب‌پور، کارگردان و نویسنده پیشکسوت تئاتر و اپرا در پی شکایت عزت‌الله انتظامی درباره طراحی خانه موزه‌اش، صبح روز یکشنبه در دادسرای فرهنگ و رسانه حاضر شد. در این دادگاه عزت‌الله انتظامی و وکیلش حضور نداشتند و رییس شعبه چهار دادسرای فرهنگ و رسانه نیز اعلام کرد که تمام مستندات غریب‌پور را به وکیل عزت‌الله انتظامی ارائه می‌کند. غریب‌پور در این باره گفت: تمام مستندات خود را در این دادگاه ارائه کردم و هیچ قراری صادر نشد چون اگر این اتفاق می‌افتاد الان باید بازداشت می‌بودم.

غریب‌پور با اشاره به تصویربرداری از تمام مراحل طراحی و ساخت خانه موزه انتظامی یادآور شد: در تمام این مراحل یک فرد حرفه‌ای تصویربرداری کرد و امروز نیز براساس همین تصاویر نشان دادم آقای انتظامی از بدو امر تا افتتاح پروژه در جریان تمام مراحل بوده و همواره یا به‌صورت بیان زبانی یا از طریق چهره‌اش رضایت‌خاطر خود را اعلام کرده است. سعی کردم در تمام مراحل احترام آقای انتظامی را داشته باشم اما وقتی ایشان عنوان کرد که این خانه، خانه من نیست باید به ایشان جواب می‌دادم. پاسخ من هم به ایشان این است که بله این خانه دیگر خانه شما نیست. چون آن را فروخته‌اید ضمن اینکه حالا هم که به‌عنوان موزه ساخته شده است، لحظه‌به‌لحظه در مراحل ساخت تحت نظر شما بوده است.

غریب‌پور با اظهار تاسف از اختلافاتی که میان او و انتظامی پیش آمده است، اظهار کرد: ایشان باید به‌عنوان الگوی بازیگری و اخلاق نوع دیگری رفتار می‌کرد اما نشان داد نسبت به کسی که عاشقانه موزه را ساخته جفا کرده است. با این حال قیامتی هست و کسی ما را فراتر از هر محکمه‌ای داوری خواهد کرد. آقای انتظامی را به قیامت حواله می‌دهم و دیگر درباره این موضوع صحبتی نمی‌کنم اما متاسفم که ایشان ناسپاسی کرد. جفایی که ایشان به من کرد، دشمنانم نکردند اما ایرادی ندارد ایشان روزگاری در دادگاه عالی محشر باید پاسخگو باشد.

اختصاص اعتبار ویژه برای کنترل خودکشی

مدیرکل دفتر امور آسیب‌های اجتماعی وزارت کار، تعاون و رفاه اجتماعی ضمن تحلیل آماری از وضعیت خودکشی در ایران و مقایسه آن با سایر کشورها، از کاهش ۲۸ درصدی خودکشی در کشورمان خبر داد و گفت: نرخ خودکشی در ایران کمتر از نصف میانگین جهانی است و برای نخستین‌بار در سال جاری وزارت کار اعتباری ویژه برای کاهش و کنترل مرگ‌ومیر ناشی از خودکشی اختصاص داده است.

روزبه کردونی در ادامه گفت: مقوله خودکشی از جمله مواردی است که باید نگاه واقع‌بینانه به آن داشته باشیم. مسئله خودکشی مانند سایر نقاط جهان در کشور ما هم وجود دارد. آمار پزشکی قانونی کشور بیان می‌کند که بین سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۱ بیش از ۳۰هزار نفر بر اثر خودکشی جان خود را از دست داده‌اند. در برخی مناطق کشور نرخ خودکشی بالاست و باید برای آن چاره‌ای اندیشید اما ادعای اینکه خودکشی در کشور رشد فزاینده دارد یا بیان این موضوع که ما در کشور با بحران خودکشی مواجه هستیم با واقعیت اجتماعی همخوانی ندارد.

مدیر کل امور آسیب‌های اجتماعی وزارت رفاه با بیان اینکه در ایران هم مانند سایر کشورها خودکشی به‌عنوان یک مسئله اجتماعی وجود دارد و بعضا در برخی مناطق کشور وضعیت آن مطلوب نیست و باید برای آن تدبیری اندیشید، عنوان کرد: امسال برای نخستین‌بار با تاکید وزیر کار، تعاون و رفاه اجتماعی و پیگیری‌های معاون رفاه ردیف بودجه مستقل برای کنترل و کاهش خودکشی در نظر گرفته شد و مبلغ ۱۰ میلیارد ریال برای مناطق آسیب‌خیز اعتبار تخصیص یافت که البته این رقم احتمالا افزایش نیز خواهد یافت.

رابطه سبک شهرسازی و بزهکاری

رییس کل دادگستری استان یزد گفت: بافت شهر و سبک‌های معماری در شکل‌گیری جرائم موثر است. محمدرضا حبیبی در دیدار با شهردار و رییس شورای شهر یزد اظهار کرد: در بافت‌های سنتی به‌طور معمول حاکمیت ارزش‌ها بیشتر بوده و جرائم به‌مراتب کمتر شکل می‌گیرد. اگرچه به لحاظ ارائه خدمات شهری، سبک شهرسازی مدرن و آپارتمان‌نشینی مطلوب‌تر به نظر می‌رسد، اما تشویق مردم به سمت زندگی در منازل حیاط‌دار، از تراکم جمعیت خواهد کاست و آرامش بیشتر حکمفرما خواهد کرد.

رییس کل دادگستری استان یزد، دقت نظر در توسعه قطب‌های صنعتی شهر را خواستار شد و بیان کرد: باید قبل از توسعه کامل شهرک‌های صنعتی بررسی کامل صورت گیرد تا آلودگی‌های این مراکز به سمت شهر و محل زندگی مردم سرازیر نشود. در همه حال پیشگیری بهتر از درمان است و بهتر است از ابتدا بر ساخت‌وسازها نظارت دقیق صورت گیرد، زیرا تخریب یک سازه به واسطه تخلف آثار بسیار بد اجتماعی، روانی و اقتصادی را به دنبال خواهد داشت.

مسابقه‌ای که برای قلب ضرر داشت

پس از شکست سه بر دو مقابل لهستان، اسلوبودان کواچ مربی تیم ملی والیبال ایران اظهار کرد: این مسابقه فشار زیادی را به هر دو تیم وارد کرد. در آغاز مسابقه، لهستان عالی بازی می‌کرد و خوب سرویس می‌زد. لازلی سرویس‌هایی با سرعت ۱۲۶ کیلومتر می‌زد. به طبع اعتماد به نفس بازیکنان ما پایین می‌آمد.

مربی تیم والیبال ایران ادامه داد: دریافت چنین سرویس‌هایی در تمام امتیازهای یک مسابقه سخت و دشوار است. ما شکست خوردیم، درحالی‌که بعد از ست سوم بار دیگر مبارزه را آغاز کرده بودیم. ما چیزی از دست ندادیم. ما در مسیر پیشرفت هستیم و این موضوع مهم است. بازی‌هایی مثل این به سبب فشارهای عصبی زیادی که به آدم وارد می‌شود، برای قلب ضرر دارد. امیدوارم کسی از دیدن این بازی آسیب ندیده باشد.

فرهنگ

جواد هاشمی، کارگردان فیلم سینمایی «پنگول» از احتمال فیلمبرداری بخش‌هایی از کار در جزیره موریس خبر داد

کلونی و خانم فعال حقوق بشر

شایعات در طول هفته گذشته درباره جورج کلونی و امل علم‌الدین، وکیل حقوق بشری مبنی بر ازدواج این دو در یک دفتر ازدواج در لندن در یک جمع کوچک خانوادگی بسیار جدی شده است. به نقل از هالیوودریپورتر، این شایعه به دنبال حضور کلونی در لندن مطرح شد، هر چند او دوباره راهی ایتالیا شد. رسانه‌ها با توجه به حضور علم‌الدین در یک دفترخانه رسمی، این گمان‌ها را مطرح کردند و این در حالی است که وی راهی دفتر الکساندر مک‌کویین طراح مدی که لباس عروسی کیت میدلتون را در سال ۲۰۱۲ طراحی کرده بود، شد. نشریه دیلی‌استار بریتانیا حتی پنجشنبه اعلام کرد این زوج قرار است روز جمعه ازدواج کنند، اما روز جمعه در دفترخانه مورد نظر علایمی از حضور این زوج مشهور مشاهده نشد. کلونی و علم‌الدین در ماه آوریل امسال (اردیبهشت) با هم نامزد کردند. امل علم‌الدین یک وکیل ۳۶ ساله عرب‌تبار، از آن زمان حلقه ازدواج جورج کلونی را در دست دارد. این خانم فعال حقوق بشر بریتانیایی و متولد بیروت است و قرار است به‌زودی با بازیگر ۵۲ ساله امریکایی ازدواج کند.

پنج‌هزار شهرستان بی‌سینما

رسول صدرعاملی، شامگاه شنبه در اداره کل فرهنگ و ارشاد اسلامی استان تهران افزود: سرزمین ما روزگاری به سرزمین شعر و شاعری معروف بود که حالا جایش را به فیلمسازی داده است، اما این حرفه که برخاسته از عشق و علاقه افراد است سازوکار مشخص و مناسبی در کشور ندارد. وی با بیان اینکه متولی اصلی فیلمسازی دولت و شهرداری است، خاطرنشان کرد: در سراسر دنیا حمایت از هنر و حمایت از استعدادها از وظایف شهرداران است. در حال حاضر، پنج هزار شهرستان در کشور وجود دارد که از وجود سینما بی‌بهره هستند. وی با ابراز خرسندی از ایجاد سالن‌های سینمایی در کشور یادآور شد: در این ۳۳ سال فعالیت، همیشه سعی کردم وارد عرصه‌ای شوم که با توجه به تعریف سینما در جمهوری اسلامی فیلم بسازم و همه شاهد هستند که فیلم‌های خوبی هم ساخته شد. درباره هر موضوعی می‌توان حرف زد، اما باید دید که یک اثر با چه نیت و نگاهی ساخته می‌شود.

- **رییس سازمان صداوسیما گفت: باید تمامی برنامه‌ها و گزارش‌های رادیویی و تلویزیونی بازی‌های آسیایی اینچوئان در راستای تقویت تیم‌های ملی باشد.**
- **فیلم ایرانی «راه آبی ابریشم» شمشیر نقره‌ای جشنواره بین‌المللی فیلم‌های نظامی و تاریخی ورشو در لهستان را به خود اختصاص داد.**
- **مدیر کل پیش‌دبستانی وزارت آموزش‌وپرورش گفت: امسال پیش‌دبستانی در مناطق محروم رایگان می‌شود.**

ورزش

فرزند غلامحسین مظلومی می‌گوید، هیچ کمکی از سوی مسئولان جهت پرداخت هزینه‌های درمانی پدرش صورت نگرفته است

شماره هشت پرسپولیس باز می‌گردد؟

سرمربی جدید پرسپولیس در یکی از نخستین اظهارنظرهایش اعلام کرد، می‌خواهد هافبک پیشین این تیم که از فوتبال خداحافظی کرده را برای نیم‌فصل دوم به میدان بازگرداند. هرچند ممکن است این اظهارنظر برای به دست آوردن دل هواداران باشد، اما علی کریمی نشان داده سابقه بازگشت به میدان را دارد و ممکن است از تصمیمش پشیمان شود. اختلافات موجود میان علی‌دایی و علی کریمی موجب شده بود که ستاره شماره ۸ فوتبال ایران و پرسپولیس طی سال‌های اخیر، از باشگاه متبوعش دور بماند، اما خروج دایی از دایره پرسپولیس حالا درهای این باشگاه را روی کریمی که دوست داشت با پیراهن پرسپولیس از فوتبال خداحافظی کند، باز کرده است.

در این سوی میدان حالا پرسپولیس هم برای ایجاد وحدت روی سکوها بیش از همیشه به کریمی نیازمند است. اگرچه پاسخ اولیه کریمی به دعوت درخشان منفی بود اما سرخ‌ها هنوز به بازگرداندن کریمی به نیمکت و حتی زمین سبز چمن امیدوارند. تلاش فراوانی از سوی مسئولان باشگاه پرسپولیس به راه افتاده تا بتوانند علی کریمی را به نیمکت پرسپولیس نزدیک کنند و با بازگرداندن او سکوها را با توجه به علاقه شدید هواداران این تیم به جادوگر فوتبال ایران، آرام کنند. البته علی کریمی تاکنون به مدیران این باشگاه پاسخ مثبت نداده و اعلام کرده که قصد ورود به فوتبال را در شرایط کنونی ندارد و سعی دارد به کارهای شخصی و عقب‌افتاده‌اش رسیدگی کند.

سومین پیروزی سوریان در مسابقات جهانی

حمید سوریان با کسب سومین پیروزی در مسابقات جهانی کشتی فرنگی، به مرحله یک‌چهارم نهایی وزن ۵۹ کیلوگرم رسید. در مرحله یک‌هشتم نهایی وزن ۵۹ کیلوگرم مسابقات جهانی کشتی فرنگی، حمید سوریان موفق شد اسماعیل بوررو از کوبا را هفت بر صفر مغلوب کند و به مرحله یک‌چهارم نهایی راه یابد. سوریان پیش از این حریفانی از رومانی و مصر را شکست داده بود. همچنین در وزن ۹۸ کیلوگرم قاسم رضایی با برتری مقابل کشتی‌گیران سوئد، روسیه و نروژ به مرحله نیمه‌نهایی صعود کرده است اما افشین بیابانگرد، در یک‌چهارم نهایی وزن ۷۱ کیلوگرم مغلوب چنگیز لابازانوف از روسیه شد.

- **تیم فوتبال اتلتیکومادرید، در ورزشگاه سانتیاگو برنابئو میزبان نامدار خود رئال مادرید را ۲ بر ۱ شکست داد.**
- **سرمربی تیم فوتبال تراکتورسازی تبریز گفت: درخشش و عملکرد مناسب بازیکنان جوان این تیم محصول صبر و حوصله و حمایت هواداران از مجموعه تیم است.**
- **باشگاه ذوب‌آهن اصفهان انجام مذاکره با علی دایی سرمربی سابق پرسپولیس را برای هدایت تیم فوتبال این باشگاه تکذیب کرد.**

جامعه

مدیرکل دفتر آب و خاک سازمان حفاظت محیط‌زیست گفت: سیستم‌های تصفیه فاضلاب شهری کارا نیستند

وام ازدواج کاهش نمی‌یابد

دکتر محمود گلزاری، معاون ساماندهی امور جوانان وزارت ورزش و جوانان با اشاره به نادرست بودن خبر کاهش سقف وام ازدواج از سه به دو میلیون تومان، گفت: سقف وام ازدواج کاهش نمی‌یابد و همچنان به هر یک از زوجین سه میلیون تومان پرداخت می‌شود. من در هیچ برنامه‌ای نگفته‌ام که قرار است سقف وام ازدواج کاهش یابد. از سوی دیگر، موضوع پرداخت وام در اختیار وزارت ورزش و جوانان نیست؛ بلکه بانک مرکزی عهده‌دار این کار است.

وی با اشاره به صحبت‌های خود در زمینه نقش خیرین حوزه ازدواج در رفع موانع ازدواج، گفت: خیرین حوزه ازدواج می‌توانند در کنار دولت به این حوزه کمک کنند و از مشکلات آن بکاهند. معاون ساماندهی امور جوانان وزارت ورزش و جوانان درباره اخباری مبنی‌بر احتمال اتمام مهلت پرداخت وام ازدواج تا پایان شهریورماه جاری گفت: طبق صحبتی که با علی طیب‌نیا، وزیر امور اقتصاد و دارایی داشته‌ام، او گفته که مرحله اول اعطای وام ازدواج شهریورماه پایان می‌یابد و مرحله دوم بدون وقفه از مهرماه همچنان با همان مبلغ سابق آغاز می‌شود.

سمینار خون‌های نادر

سمینار بین‌المللی خون‌های نادر با حضور کارشناسان ۱۰ کشور منطقه در تهران برگزار می‌شود. این سمینار به کوشش معاونت سازمان فنی و فناوری‌های نوین و مرکز تحقیقات آن، موسسه عالی آموزشی و پژوهشی طب انتقال خون و حمایت انجمن بین‌المللی انتقال خون، با حضور سه سخنران خارجی برگزار می‌شود. هدف این سمینار ارائه گزارش چگونگی استقرار موفق برنامه خون نادر در ایران، تبادل تجربه‌ها و چالش‌های کشورهای دارای برنامه خون‌های نادر، آگاهی از انواع گروه‌های خونی نادر گزارش شده از سوی کشورهای مختلف و غیره است. سمینار بین‌المللی خون‌های نادر در هتل پارسیان آزادی، بیست و ششم شهریور ماه سال‌جاری ۸ صبح تا ۵ بعدازظهر به زبان انگلیسی برگزار می‌شود و کارشناسان ۱۰ کشور منطقه به منظور آموزش و آشنایی با تجربه آماده‌سازی خون نادر برای بیماران نیازمند در آن شرکت می‌کنند.

- **مشاور انجمن علمی جراحان عمومی ایران با تاکید بر ضرورت غربالگری سرطان پستان در زنان، گفت: با غربالگری و شناخت فاکتورهای خطر با دید بهتری می‌توان به مبارزه با این سرطان رفت.**
- **معاون پرستاری وزارت بهداشت، با اشاره به اقداماتی که برای رفع کمبود پرستار انجام شده است، اظهارداشت: دانشجویان پرستاری ترم شش به بالا می‌توانند برای کار در بالین بیماران ثبت‌نام کنند.**
- **رییس پلیس مبارزه با قاچاق کالا و ارز از کنترل و رصد فعالیت قاچاقچیان سابقه‌دار خبر داد.**

سیاست

آیت‌الله هاشمی رفسنجانی و علی لاریجانی میهمان آیت‌الله واعظ طبسی تولیت آستان مقدس حضرت رضا (ع) شدند

روحانی و ظریف به نیویورک می‌روند

محمدجواد ظریف، وزیر امور خارجه کشورمان به همراه معاونان خود سیدعباس عراقچی و مجید تخت روانچی روز سه‌شنبه عازم نیویورک خواهند شد. براساس این گزارش، ظریف روز چهارشنبه ناهار کاری مشترک با کاترین اشتون خواهد داشت، عصر چهارشنبه و پنجشنبه جلسات دوجانبه بین ایران و کشورهای ۱+۵ برگزار می‌شود و روز پنجشنبه نیز یک دور مذاکرات ایران و ۱+۵ در سطح کاترین اشتون و محمدجواد ظریف برگزار خواهد شد.

همچنین رییس جمهور نیز برای سخنرانی در مجمع عمومی سازمان ملل به نیویورک سفر می‌کند. دکتر حسن روحانی ۳۱ شهریورماه برای سخنرانی در مجمع عمومی سازمان ملل به نیویورک سفر خواهد کرد.

انتخابات میان‌دوره‌ای مجلس برگزار نمی‌شود

سخنگو و قائم‌مقام وزیر کشور گفت: انتخابات میان‌دوره‌ای مجلس شورای اسلامی در حوزه‌های نهاوند و تفت و میبد مانند انتخابات میان‌دوره‌ای مجلس خبرگان رهبری برگزار نمی‌شود. به‌گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی وزارت کشور، حسینعلی امیری افزود: طبق روال، برای برگزاری انتخابات بین وزارت کشور و شورای نگهبان همکاری و توافق برسر برگزاری و تاریخ انتخابات انجام می‌شود.

قائم‌مقام وزیر کشور اظهار داشت: با شورای نگهبان توافق کردیم تا زمان برگزاری انتخابات اصلی مجلس و تایید اعتبارنامه‌ها و آشنایی منتخبان احتمالی با امور پارلمانی و قانون‌گذاری، انتخاباتی برگزار نشود.

امیری ادامه داد: این امر علاوه بر صرف بودجه قابل توجه و هزینه‌های انسانی عملا سود زیادی به‌دنبال نخواهد داشت؛ بنابراین با هماهنگی شورای نگهبان قرار شد در دو حوزه انتخابیه نهاوند و تفت و میبد انتخابات میان‌دوره‌ای مجلس برگزار نشود.

- **اعضای هیات‌منصفه دادگاه مطبوعات مدیران مسئول روزنامه‌های بهار و ابتکار را مجرم ندانستند.**
- **بان کی مون دبیرکل سازمان ملل متحد، هم زمان با گرامیداشت روز جهانی مردم‌سالاری گفت: به‌نظر می‌رسد جهان آشفته‌تر از همیشه شده است.**
- **یک عضو انجمن اسلامی مدرسان دانشگاه‌ها با اشاره به اینکه رقبای دولت تلاش می‌کنند تا پویایی و امید به دانشگاه‌ها باز نگردد، گفت: هنگامی که دانشگاه پویا و بانشاط نباشد جامعه نیز گرفتار رکود و سکون می‌شود.**

فرصت امروز
دوم

گزارش «فرصت امروز» درباره فوت‌وفن‌های مدیریت ساعت‌فروشی

خرید زمان، فروش زمان‌سنج

صفحه ۱۴

بررسی مهم‌ترین مشکلات صنعت چینی، بلور و کریستال ایران

یک روز درشوش...

گاهی لازم نیست در مورد اهمیت مسئله‌ای توضیح دهیم و به قول معروف اظهر من الشمس است.

۱۰

گفت‌وگوی اختصاصی «فرصت امروز» با رییس هیات‌مدیره انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرتی هوایی ایران

سرمایه‌گذاری در گردشگری فقط آژانس هواپیمایی نیست

شاید چندسالی است همه جا سخن از گردشگری و سرمایه‌گذاری عمده دولتی‌ها و بخش خصوصی در این صنف به میان آمده و...

۱۱

حاشیه‌نگاری همایش حرفه‌ای‌گرایی در روابط عمومی

روابط عمومی؛ پل ارتباطی مستقیم با مخاطب

حرفه روابط عمومی در ایران چندسالی است که در جریان تغییرات و همسو شدن با اصول و قواعد جهانی قرار گرفته است.

۱۲

تبلیغات جایزه‌دار زیر ذره‌بین

مشاهده اعداد با صفرهای غیرقابل‌شمارش در آگهی‌های مختلف، معمولا رویای پولدار شدن و متمول زیستن را...

۱۳

اصول و فنون مذاکره

مذاکره، قدرت رسیدن به توافق

مذاکره مهم‌ترین و رایج‌ترین وسیله برقراری ارتباط بین انسان‌هاست.

۱۵

گزارش میدانی «فرصت امروز» از بازار پرواسطه سوغاتی‌های خراسان

مشهد؛ هر سال گران‌تر از پارسال

استان خراسان رضوی و مشهد مقدس دیگر تنها مامنی برای زیارت نیست. بلکه حضور میلیون‌ها زائر ایرانی و خارجی در طول سال موجب شده بحث گردشگری و تجارت سوغاتی‌های این شهر هم از اهمیت زیادی برخوردار باشد. حجم بالای تجارت کالاهایی که در مدت زمان حضور زائران خریدوفروش می‌شود، بهانه خوبی برای پرداختن به کمبودها، کاستی‌ها و نقاط قوت و ضعف این بازار است. به هر حال پذیرایی سالانه از بیش از ۲۰ میلیون زائر داخلی و خارجی، داشتن جایگاه فرهنگی و معنوی برجسته به دلیل وجود حرم مطهر رضوی (ع)، آرامگاه حکیم و فرزانه توس فردوسی و وجود مراکز فرهنگی و علمی مهم از جمله حوزه‌های علمیه، دانشگاه‌ها و میراث تاریخی فراوان و وجود واحدهای صنعتی، معدنی، کشاورزی، خدماتی و غیره در این شهر، آن را به یک بازار بزرگ فرهنگی-اقتصادی در خاورمیانه تبدیل کرده است.

صفحه ۱۰

سرنخ
همکاری با روزنامه و سرمایه‌گذاری در ساخت بالنی که آب می‌سازد! ۱۱

کافه بازاریابی
۱۰ نکته آموزشی هنگام طراحی لوگو ۱۲

کلینیک کسب‌وکار
تهیه بانک اطلاعاتی ۱۴

داستان زندگی محمود خلیلی
از نگاه دیگر ۱۶

فرصت امروز

فرم اشتراک

ویژه تهران

فرصت امروز، روزنامه‌ای اقتصادی مدیریتی است. از این جهت می‌توان آن را نخستین در نوع خود دانست. زیرا هرچند روزنامه اقتصادی در فضای رسانه‌ای کشور وجود دارد، اما روزنامه‌ای که در عین پرداختن به مباحث اقتصادی به حوزه مدیریت کسب و کار هم بپردازد، به‌طور مستقل، وجود ندارد.

انتخاب این دو حوزه که در عین تنوع و وسعت موضوعات و اخبار و اطلاعات، بسیار به هم مربوطند و در واقع مکمل یکدیگر در اداره کسب و کارهای گوناگون هستند، به مطالب روزنامه غنا و ویژگی خاصی می‌بخشند و در ضمن طیف خوانندگان آن را بسیار وسیع‌تر می‌کنند.

روزنامه «فرصت امروز» با تدارک صفحات ویژه و خواندنی و منحصربه‌فرد، انتظار دارد که طیف وسیعی از مخاطبان را به خود جلب کند.

هزینه و چگونگی اشتراک روزنامه

۱) وجه مربوط به مدت اشتراک انتخابی خود را به حساب شماره ۶۹۳۶۸۱ بانک سپه کد شعبه ۱۳۷۸ به نام روزنامه فرصت امروز یا از طریق کارت شماره ۵۰۲۲۲۹۱۰۲۹۲۴۹۶۵۱ به نام محمدرضا قدیمی واریز کنید و سپس با شماره تلفن: ۸۸۸۹۵۴۳۳-۰۲۱ (بخش اشتراک) تماس بگیرید.

۲) فرم پرشده را به روزنامه ایمیل کنید. در صورت عدم دسترسی به ایمیل می‌توانید فرم را به همراه کپی واریز به آدرس روزنامه پست کنید. همچنین می توانید از همکاران ما در بخش مشترکین بخواهید به صورت تلفنی فرم اشتراک را برای شما تکمیل کنند.

۳) اشتراک شما حداکثر یک هفته بعد از تایید واریز وجه آغاز می‌شود.

۴) لطفا در صورت تغییر نشانی، امور مشترکین را مطلع فرمایید.

۵) رسید پرداختی را تا پایان مدت اشتراک نزد خود نگه دارید.

نام و نام‌خانوادگی:.....کدملی:..... شرکت/ سازمان: .....

شماره فیش بانکی/ شماره پیگیری:..... مورخ:.....

به مبلغ:..... ریال بابت اخذ اشتراک یا تمدید اشتراک ارسال می‌شود.

مدت درخواست اشتراک: ☐ سه ماهه ☐ شش ماهه ☐ یکساله

نشانی:.....

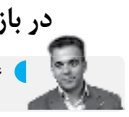
کدپستی:..... تلفن:..... فکس:.....

تلفن همراه:.....

مدت اشتراک	سه ماهه	شش ماهه	یکساله
روزنامه فرصت امروز	۶۰۰/۰۰۰ریال	۱/۱۰۰/۰۰۰ ریال	۲/۰۰۰/۰۰۰ ریال

دیدگاه

دلایل بی‌ثباتی قیمت در بازار سوغات مشهد



علیرضا ارزانی
رییس اتحادیه آجیل و خشکبار مشهد

۹۰ درصد واحدهای صنفی اطراف حرم امام رضا(ع) مستاجر هستند، اساسا طبق قانون اجاره‌بهای مستاجر باید سالانه فقط ۱۵ تا ۲۰ درصد افزایش پیدا کند اما اجاره واحدهای صنفی اطراف حرم سالانه حدود ۵۰درصد افزایش قیمت پیدا می‌کند.

علیرضا ارزانی، رییس اتحادیه آجیل و خشکبار مشهد در گفت‌وگو با «فرصت امروز» درتشریح علت عدم ثبات قیمت در بازار سوغات مشهد، گفت: درتمام دنیا اتحادیه‌ها و سندیکاها در تنظیم بازار بسیار قدرتمند هستند اما در کشور ما اتحادیه‌ها فرمالیته و خلع سلاح‌اند، به‌طوری‌که وقتی یک واحد صنفی تخلف می‌کند، تا نامه‌نگاری صورت گیرد و به دست تعزیرات حکومتی برسد حدود شش الی هفت ماه زمان می‌گذرد که این امر باعث عدم توجه واحدهای صنفی به رعایت قوانین شده است.

در حال حاضر بیشترین مصرف آجیل و خشکبار کشور در شهر مشهد است به‌طوری‌که زائران، خشکباری چون نخودچی و کشمش را به‌عنوان سوغات می‌برند، مقداری خشکبار نیز برای مدت‌زمان سفر خود خریداری می‌کنند.

قیمت پرفروش‌ترین نوع نخودچی ۴۵۰۰ تومان است

انحصار تولید کشمش شهرستان کاشمر و نخودچی شهرستان مراغه در نزدیکی شهر تبریز است اما به‌عنوان سوغات مشهد معروف هستند، به همین علت میانگین قیمت نخودچی در اطراف حرم ۳۰۰۰ تا ۵۰۰۰ تومان و قیمت پرفروش‌ترین نوع نخودچی ۴۵۰۰ تومان است. اینکه چرا مغازه‌دار نخودچی خام را کیلویی ۸۰۰۰ تومان می‌فروشد جای سوال دارد.

واحدهای صنفی اطراف حرم باید سالی ۵۰۰ میلیون اجاره بپردازند

اگر تعزیرات حکومتی نظارت بر عرضه کالا، قیمت اجناس در بازار و سود قانونی فروش کالا از سوی واحدهای صنفی دارد، آیا نظارتی بر اجاره‌بهای واحدهای صنفی هم دارد؟ در حال حاضر یک واحد صنفی در اطراف حرم باید سالی ۴۰۰ تا ۵۰۰ میلیون اجاره بدهد اما همان مغازه در نقطه‌ای دیگر از شهر سالی فقط ۲۰ میلیون اجاره می‌پردازد به‌طوری‌که یک واحد صنفی در اطراف حرم باید ۳۰۰ میلیون به‌عنوان اجاره در ابتدا بپردازد و بعد وارد مغازه برای کسب‌وکار شود و پس از ۳۶۵ روز تخلیه یا باید اجاره‌نامه خود را تمدید کند.

۹۰ درصد واحدهای صنفی اطراف حرم مستاجر هستند

درحال حاضر ۹۰ درصد واحدهای صنفی اطراف حرم مستاجر هستند به همین جهت براساس قانون اجاره بهای مستاجر باید سالانه فقط ۱۵ تا ۲۰ درصد افزایش پیدا کند اما اجاره واحدهای صنفی اطراف حرم سالانه حدود ۵۰ درصد افزایش قیمت پیدا می‌کند که این مهم مستلزم نظارت جدی تعزیرات حکومتی و سازمان امور مالیاتی است.

گوش زوار امام رضا(ع) را می‌برند

درحال حاضر برخی از کاسبان اطراف حرم مطهر امام رضا(ع) با کسب سودهای غیرقانونی از فروش اجناس خود گوش زوار را می‌برند به‌طوری‌که اکنون متاسفانه فرهنگ تکریم زائر برعکس شده است.

کم‌فروشی هم در میان کاسبان رایج شده است

در حال حاضر علاوه بر گران‌فروشی، کم‌فروشی هم در میان برخی کاسبان بسیار رواج پیدا کرده به‌طوری‌که فروشنده چهار گرم زعفران را تحت عنوان یک مثقال زعفران به زوار می‌فروشد.

سود قانونی فروش خشکبار ۱۲ درصد است

قیمت اجاره مغازه‌ای که اطراف حرم است به هیچ عنوان ۳۰۰ میلیون نیست اما به علت همسایگی با حرم مطهر امام رضا(ع) بیش از ۴۰۰ میلیون اجاره‌بهای آن باید پرداخته شود، به همین علت دولت باید هر چه سریع‌تر با متعادل کردن اجاره‌بها و تنظیم سود قانونی فروش خشکبار که ۱۲ درصد است از فروشندگان و مصرف‌کنندگان حمایت عملیاتی کند.

ضرورت درجه‌بندی سود فروش خشکبار به منظور کوتاهی دست متخلفان

دولت باید با اصلاح قانون به منظور کوتاهی دست متخلفان سود قانونی انواع خشکبار را درجه‌بندی کند به‌طوری‌که سود قانونی از فروش خشکبار درجه یک باید ۲۰ درصد، خشکبار درجه دو ۱۶درصد و خشکبار درجه سه ۱۲ درصد شود.

آمار دقیقی از حجم مبادلات سوغات و کالا در فصل تابستان در دست نداریم اما آجیل و خشکبار محصولی فصلی است که از ماه ششم تا ماه دوازدهم در کشور کشت و تولید می‌شود اما در شهر مشهد به علت وجود زوار ۱۲ ماه سال آجیل و خشکبار مصرف می‌شود.

اطراف حرم تبدیل به بازار مکاره شده است

میزان درآمدها با توجه به افزایش تعداد پاساژها، واحدهای تجاری و صنفی در اطراف حرم بسیار افزایش پیدا کرده است اما این افزایش تعداد واحدهای تجاری و صنفی باعث شده که اطراف حرم تبدیل به بازار مکاره شود به‌طوری‌که در گذشته در یک زمین هزار متری فقط ۲۰ مغازه ساخته می‌شد اما در حال حاضر در این میزان زمین ۲۵۰ مغازه ساخته می‌شود که معمولا از نظر بهداشت با مشکل مواجه هستند به‌طوری‌که بسیاری از این واحدهای صنفی از امکانات بهداشتی چون آب برای شست‌وشو بهره‌مند نیستند.

درخصوص عدم رعایت بهداشت از سوی واحدهای صنفی تا به امروز جلسات متعددی با سازمان بهداشت مشهد تشکیل داده‌ایم، به‌طوری‌که در زمان ساخت واحد صنفی به امکانات بهداشتی واحدهای تجاری چون وجود آب برای شست‌وشو توجهی نشده است به همین جهت در زمان تخصیص مجوز پروانه کسب از سوی اتحادیه، سازمان بهداشت مشهد اجازه صدور پروانه کسب از سوی اتحادیه را به علت عدم رعایت بهداشت نمی‌دهد که این امر باعث تضرر واحدهای صنفی شده که مستلزم توجه جدی مسئولان ذی‌ربط است.

عکس: سمیه سهیلی | فرصت امروز

بررسی مهم‌ترین مشکلات صنعت چینی، بلور و کریستال ایران

یک روز در شوش...

علی رمضانیان

گاهی لازم نیست در مورد اهمیت مسئله‌ای توضیح دهیم و به‌قول معروف اظهر من الشمس است. داستان چینی، بلور و کریستال هم همین است. کدام خانواده را می‌توان بدون این وسایل تصور کرد. بیش از ۲۰میلیون خانوار ایرانی مشتریان پروپا قرص این بازار هستند؛ بازاری که بدون هیچ تعارفی در اختیار چینی‌ها قرار گرفته تا هر جور دلشان می‌خواهد در آن جولان بدهند. تولیدکننده داخلی هم هنوز با تجهیزات چندین دهه پیش به همان کاری می‌پردازد که نتیجه‌اش می‌شود عدم اعتماد مشتری به جنس ایرانی و توجه به کالاهای وارداتی.

«فرصت امروز» در همین رابطه با فروشندگان، واردکنندگان و رییس اتحادیه این صنف گفت‌وگوهایی داشته است که در این گزارش می‌خوانید.

تفاوت حرف فروشنده و واردکننده

فروشندگان بلور در بازار خیابان صابونیان در میدان شوش چنان کالاهای داخلی را تبلیغ می‌کنند که گویی بهترین نمونه جهان هستند. این موضوع خیلی خوشحال‌کننده است. آنها مدعی هستند که کالاهای داخلی توان رقابت با کالاهای وارداتی را دارند و این کالاها از خارجی‌ها باکیفیت‌تر هستند و برای توجیه این مسئله قیمت کالاهای ایرانی را مثال می‌زنند. اما وقتی با واردکنندگان این کالاها صحبت می‌شود که چرا قیمت کالاهای ایرانی خیلی از نمونه‌های خارجی ارزان‌تر نیست آنها مشکلات را به‌گونه‌ای دیگر می‌بینند.

سروش فرد، از فروشندگان بلورجات در خیابان صابونیان میدان شوش که خود از واردکنندگان بلور هم هست در همین ارتباط به «فرصت امروز» می‌گوید: در چند سال گذشته که در کشور مشکلات تحریم و واردات و مشکلات بانکی وجود داشت و کالاهای خارجی کمتر وارد کشور می‌شدند، کالاهای داخلی وضعیت خوبی پیدا کردند و در آن شرایط قیمت افزایش یافت ولی وقتی دوباره واردات بیشتر شد، تولیدکنندگان داخلی به اصلاح قیمت‌ها اقدام نکردند، بنابراین قیمت‌ها همچنان بالاست.

وی در مورد انتخاب مشتریان توضیح داد: در مغازه‌هایی که هم کالاهای ایرانی و هم کارهای خارجی وجود دارد، فروش با تبلیغ فروشنده مساوی است ولی مشتریان همواره به دنبال کالاهای وارداتی هستند.

حسنی، فروشنده دیگر بلور و کریستال در میدان شوش در مورد تناسب کیفیت با قیمت کالاهای داخلی به «فرصت امروز» گفت: نمونه‌های خارجی دارای شرایط بهتری از لحاظ جنس کالا و طرح‌ها هستند ولی قیمت‌های داخلی و خارجی تقریبا ۱۰ تا ۱۵درصد تفاوت دارند. البته کالاهای ایرانی دارای کیفیت مطلوبی هستند

وی دلیل بالاتر بودن کیفیت بلور وارداتی را این‌گونه شرح داد: در کشورهای صاحب‌نام، بلور به روش تزریقی تولید می‌شود ولی در داخل به روش پرسی و ضربه‌ای، بنابراین دارای کیفیت پایین‌تری است، هرچند کارخانه‌های قدیمی و برندهای معتبری در ایران هستند مانند بلور اصفهان و بلور کاوه ولی هنوز در جایگاه مناسبی قرار ندارند. تولید کالاهای کریستال با نمونه‌های خارجی از قبیل کریستال‌های تولید کشور چک که در دنیا مطرح است برابری می‌کند اما تولید بلور در ایران در حد چینی و کریستال و لوستر نیست. حسنی در زمینه اینکه مشتریان معمولا چه کالاهایی را انتخاب می‌کنند می‌گوید: مشتریان دو موضوع را مدنظر دارند. یکی نشکن بودن بلور و دومی طرح‌های زیبا. مشتریان تصور می‌کنند که فقط جنس‌های وارداتی این شرایط را دارند و کمتر می‌پذیرند که نمونه‌های داخلی هم نشکن هستند و هم طراحی زیبایی دارند. یعنی این ویژگی را در مورد اجناس ایرانی قبول ندارند.

> **تولید کالاهای کریستال با نمونه‌های خارجی از قبیل کریستال‌های تولید کشور چک که در دنیا مطرح است برابری می‌کند اما تولید بلور در ایران در حد کریستال و لوستر نیست**

سرشکنی قیمت برای تصاحب بازارها

احمد رحمانی، رییس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان ظروف بلور چینی و لوستر در مورد قیمت کالاهای ایرانی در برابر کالاهای وارداتی و اوضاع کلی این صنعت در ایران به «فرصت امروز» گفت: بسیاری از کشورها سعی می‌کنند که بازارهای کشورهای دیگر را قبضه کنند و برای این کار قیمت‌ها را می‌شکنند تا کالاهای ارزان را وارد بازار کشورهای هدف کنند و با این کار اولا کارخانه‌های داخلی را از پا درمی‌آورند و ثانیا کالاهای خود را در بازارها نهادینه می‌کنند.

وی در مورد قیمت بالای کالاهای داخلی می‌گوید: درواقع کالاهای داخلی گران نیستند، بلکه هزینه‌های تولید در ایران بالاست و تا یک کالا به مرحله فروش برسد، پروسه طولانی و هزینه‌بری را طی می‌کند. در ضمن باید تجهیزات مدرن وارد این صنعت شود. در ایران تکنولوژی مناسبی برای این کار نداریم. دستگاه‌های موجود به دلیل فرسوده و قدیمی بودن بعد از ۲۰۰هزار قطعه تولید، باید بازبینی شوند که وقفه‌ای طولانی در فرآیند تولید ایجاد می‌کند. ورود تجهیزات مدرن به این صنعت یک الزام اساسی است زیرا بازاری با مشتریانی به تعداد خانواده‌های ایرانی دارد. دستگاه‌های ما تلفیقی است یعنی بخش‌هایی از این دستگاه‌ها در داخل تولید می‌شود و بخش‌هایی وارداتی است. دستگاه‌های موجود در کارخانه‌ها فرسوده‌اند، یکی دو شرکت در ایران دارای تجهیزات مناسبی هستند و بقیه شرایط خوبی ندارند. در آینده اگر این موضوع پیگیری نشود تولیدات داخلی با مشکل اساسی روبه‌رو خواهد شد. رحمانی درخصوص تولید داخلی افزود: در بخش تولید چینی در ایران وضعیت خوبی داریم مثلا کارخانجاتی چون چینی مقصود، زرین و تقدیس در سطح کیفیت جهانی کالا تولید می‌کنند و به‌عنوان نمونه در آلمان نمایشگاه دایر کردند و موفق بودند. مهندسان و طراحان این شرکت‌ها در آلمان آموزش دیده و تحصیل کرده‌اند. بنابراین اینها می‌توانند بهترین کار را تولید کنند ولی در بلور و کریستال این کار صورت نگرفته و این حرکت تازه شروع شده است. کسانی که موقعیت مناسب‌تری دارند اقدام به ورود دستگاه‌ها و تکنولوژی مناسب کرده‌اند و تولید خود را ارتقا داده‌اند ولی هنوز در ابتدای راه هستند و به جایگاه خوبی نرسیده‌اند.

۴۰۰تولیدکننده داخلی بدون حمایت دولتی

وی درخصوص قیمت‌گذاری کالاها با دخیل دانستن وزارت صنعت، معدن و تجارت اظهار کرد: قیمت‌گذاری بلورجات در وزارت صنعت، معدن و تجارت انجام می‌گیرد و آنها تمام جوانب هزینه‌ها، مالیات و غیره را در نظر می‌گیرند. رحمانی یکی از مشکلات مهم در صنعت بلور ایران را وضعیت نمایشگاهی اعلام کرد: در ایران ۴۰۰تولیدکننده بزرگ و کوچک بلور، لوستر و کریستال به غیراز چینی هستند که می‌توانند شرایط بهتری از اینکه هست داشته باشند. مثلا یکی از موضوعات برگزاری نمایشگاه است که سازمان نمایشگاه‌ها هیچ همکاری‌ای نمی‌کند. چندین‌بار نامه زدیم که این صنعت باید جایگاه خوبی داشته باشد و از آن حمایت شود. مثلا چرا نمایشگاه بلور، چینی، کریستال و لوستر در مصلی برگزار شود که شرایطش مناسب این صنعت نیست و چرا نباید در نمایشگاه بین‌المللی برگزار شود. ولی سازمان نمایشگاه‌ها هیچ اعتنایی به این امر نکرده و همچنان این نمایشگاه در محیط نامناسب برگزار می‌شود. درصورتی‌که اگر نمایشگاه‌های خوب با مشارکت شرکت‌های معتبر خارجی برگزار شود این صنعت پویا شده و با طرح‌ها و تکنولوژی‌های جدید آشنا می‌شود. در این صورت تعامل‌هایی هم میان ایرانی‌ها و خارجی‌ها ایجاد می‌شود. جذب سرمایه‌گذار خارجی مهم‌ترین اتفاقی است که یک نمایشگاه می‌تواند موجب آن شود. اما فلسفه برگزاری نمایشگاه در ایران رعایت نمی‌شود. رییس اتحادیه تولیدکنندگان و فروشندگان ظروف بلور، چینی و لوستر همچنین درخصوص وضعیت مواد اولیه در داخل گفت: در بخش مواد اولیه درصد کمی از کالاهای مورد نیاز این صنعت از خارج وارد می‌شود و بیشتر کالاها در ایران موجود است. ولی این کالاهای کم نیز دارای مشکلاتی هستند. بهترین مواد اولیه از انگلیس و بی‌کیفیت‌ترین آنها از چین وارد می‌شود.

کف بازار

گزارش میدانی «فرصت امروز» از بازار پرواسطه سوغاتی‌های خراسان

مشهد؛ هر سال گران‌تر از پارسال

سوگند چاوشی

استان خراسان رضوی و مشهد مقدس دیگر تنها مامنی برای زیارت نیست. بلکه حضور میلیون‌ها زائر ایرانی و خارجی در طول سال موجب شده بحث گردشگری و تجارت سوغاتی‌های این شهر هم از اهمیت زیادی برخوردار باشد. حجم بالای تجارت کالاهایی که در مدت زمان حضور زائران خریدوفروش می‌شود، بهانه خوبی برای پرداختن به کمبودها، کاستی‌ها و نقاط قوت و ضعف این بازار است. به هر حال پذیرایی سالانه از بیش از ۲۰میلیون زائر داخلی و خارجی، داشتن جایگاه فرهنگی و معنوی برجسته به دلیل وجود حرم مطهر رضوی (ع)، آرامگاه حکیم و فرزانه توس فردوسی و وجود مراکز فرهنگی و علمی مهم از جمله حوزه‌های علمیه، دانشگاه‌ها و میراث تاریخی فراوان و وجود واحدهای صنعتی، معدنی، کشاورزی، خدماتی و غیره در این شهر، آن را به یک بازار بزرگ فرهنگی- اقتصادی در خاورمیانه تبدیل کرده است.

شهری محبوب خارجی‌ها

خراسان رضوی پذیرای بیشترین گردشگر خارجی یعنی زائران حرم مطهر امام‌رضا(ع) است به همین جهت از جایگاه ویژه‌ای نسبت به سایر شهرهای کشور برخوردار است. معمولا سوغات شهر مشهد تسبیح، مهر و جانماز، خشکباری چون نخودچی و کشمش و اقلامی چون زرشک، نبات و زعفران است. به همین جهت زائر پس از چند بار زیارت به بازار سوغات مشهد رفته و برای دوستان و اقوام خود هدیه‌ای به‌عنوان تبرک و سوغات خریداری می‌کند.

به همین منظور سری به بازار سوغات مشهد واقع در خیابان امام‌رضا(ع) زدیم. در این میان یکی از مغازه‌داران واقع در میدان بسیج خیابان امام‌رضا(ع) گفت: با توجه به فصل تابستان بازار سوغات مشهد از شرایط مطلوب‌تری نسبت به فصل زمستان برخوردار است.

مشهد؛ هر سال گران‌تر از پارسال

با توجه به بودجه مردم فروش نخودچی خام یا گل، کشمش آفتابی و زرشک به علت ارزان قیمت بودن رونق بیشتری دارد. امسال فروش سوغاتی به علت کاهش قدرت خرید مردم نسبت به سال گذشته بسیار ضعیف‌تر بوده است، زیرا قیمت هر کیلو نخودچی خام یا گل که تا سه تا چهار سال پیش حدود ۳هزار تومان بوده، در حال حاضر به ۸۰۰۰تومان رسیده و همچنین قیمت هر کیلو کشمش آفتابی حدود ۵۰۰۰ تومان بوده که اکنون به کیلویی ۱۵هزار تومان و کشمش معمولی به ۱۲هزار تومان رسیده است.

این امر بیانگر وجود واسطه‌ها در بازار سوغات مشهد است. تا زمانی که کشمش به دست فروشنده برسد سه تا چهار دست می‌چرخد به‌گونه‌ای که انگور کیلویی ۳۰۰۰تومان از کشاور خریداری شده، اما کشمش کیلویی ۱۵ هزار تومان به دست مصرف‌کننده می‌رسد.

بی ثباتی قیمت در بازار سوغات مشهد بیداد می‌کند

حتی با وجود نظارت مداوم ستاد تنظیم بازار و تعزیرات شهر مشهد، قیمت ثابتی برای هر کیلو نخودچی و کشمش در نظر گرفته نشده است. به طوری که هر مغازه‌داری با توجه به بهای اجاره مغازه خود با قیمت دلخواهش به فروش اجناس می‌پردازد. به طوری که هر چقدر نرخ اجاره مغازه بیشتر شود، کیفیت محصول پایین‌تر می‌آید، اما قیمت فروش بالاتر می‌رود. در حال حاضر قیمت نخودچی دو آتشه و کشمش بسته‌بندی شده در وزن‌های ۵۰۰ گرمی در اطراف حرم مطهر بسته‌ای ۵۰۰۰ تومان است، قیمت نیم گرم زعفران حدود ۳۵۰۰ تومان، قیمت یک گرم زعفران حدود ۶۰۰۰ تومان، قیمت زرشک بسته‌ای حدود ۴۵۰۰ تومان است و همچنین قیمت نبات زعفرانی شاخه‌ای بسته‌بندی شده کوچک حدود ۲۰۰۰ تومان است، اما در مغازه‌های دور از حرم مطهر رضوی قیمت نبات زعفرانی شاخه‌ای با بسته‌بندی متوسط حدود ۲۰۰۰ تومان است. در حال حاضر عدم ثبات قیمت در بازار سوغات مشهد با وجود تعزیرات، مهم‌ترین مشکل فروشندگان است که به منظور فروش بیشتر باید مغازه‌داران خشکبار را با کیفیت بالاتر، اما قیمت پایین‌تر به دست مصرف‌کنندگان و زائران حرم مطهر رضوی برسانند.

خبر

آخرین خبرهای دارویی برای نیمه دوم سال

۲۰۶ قلم داروی وارداتی ارزان می‌شود

مدیرکل نظارت بر دارو و مواد مخدر وزارت بهداشت جزییات کاهش قیمت داروهای وارداتی در نیمه دوم سال را تشریح کرد.

دکتر مهدی پیرصالحی در گفت‌وگو با ایسنا، ضمن اشاره به اقدامات انجام شده در جهت کاهش قیمت داروهای وارداتی، گفت: از گذشته این مبحث جزو ضوابط وزارتخانه بوده که چند کشور به‌عنوان کشورهای مرجع اعلام شده و لازم بود قیمت‌های شرکت‌های دارویی با این کشورهای مرجع برابری کند، اما متاسفانه به مرور زمان به این ضوابط اهمیتی داده نشد و شرکت‌های مادر قیمت گذاری‌شان در ایران را با ضوابط خودشان انجام دادند.

وی در این باره افزود: با استقرارمان در سازمان، متوجه شدیم بسیاری از قیمت‌ها در بازار دارویی ایران از قیمت آن داروها در کشورهای مرجع، بالاتر است. بر این اساس جلساتی را به این منظور با شرکت‌های واردکننده داشتیم. شرکت‌ها نیز قول همکاری دادند و مقرر شد جهت کاهش قیمت‌ها با شرکت‌های تولیدکننده‌شان هماهنگی‌های لازم را انجام دهند.

پیرصالحی ادامه داد: در این میان، بحثی نیز تحت عنوان واردات موازی مطرح شد تا بتوانیم از این طریق هم قیمت‌ها را کاهش دهیم. بر این اساس داروهایی که بیشترین مصرف ریالی را در کشور داشتند، یعنی حدود ۲۰۶ قلم دارو را انتخاب کرده و به فراخوان عمومی گذاشتیم تا به این ترتیب شرکت‌هایی که می‌توانند از کشورهای همسایه این داروها را تامین کنند، قیمت را به ما اعلام کنند. در نهایت قیمت‌ها اعلام شد و پس از بررسی قیمت‌ها، درعمده موارد خود شرکت‌های نماینده توانستند کاهش قیمت را لحاظ کنند.

وی گفت: به دنبال انجام این اقدامات ۱۰۵ میلیون یورو صرفه‌جویی برای این ۲۰۶ قلم دارو در یک دوره شش ماهه انجام شد. مذاکرات در این زمینه ادامه می‌یابد و از مهرماه واردات این محصولات آغاز می‌شود. در مجموع در اقلامی خاص از این ۲۰۶ قلم دارو از ۱۰ درصد تا ۷۰ الی ۸۰ درصد کاهش قیمت خواهیم داشت. به عبارت دیگر می‌توان گفت این ۲۰۶ قلم دارو به طور متوسط حدود ۲۸ درصد کاهش قیمت خواهند داشت. روند واردات این داروها با قیمت‌های جدید از مهرماه آغاز شده و امیدواریم بیماران از آبان ماه این کاهش قیمت را احساس کنند.

پیرصالحی در پاسخ به سوال ایسنا مبنی بر آنکه این کاهش قیمت در مورد چه داروهایی اعمال می‌شود؟ گفت: این موضوع مربوط به داروهایی است که از لحاظ ریالی بیشترین مصرف را داشته‌اند. در این زمینه سقفی تعیین کرده‌ایم که از سقف مورد نظر به بالا، مشمول واردات موازی می‌شود. در برنامه داریم قیمت آن دسته از داروهایی را هم که کمتر از سال قبل فروش داشتند در مذاکرات با شرکت‌ها کاهش دهیم.

وی گفت: قطعا از نیمه دوم امسال در داروهای وارداتی، این ۲۰۶ قلم کاهش محسوس قیمت خواهند داشت.

ترین ها

گران‌ترین خیابان‌های دنیا

این خیابان‌ها گران‌ترین خانه‌ها و با ارزش‌ترین و استثنایی‌ترین مغازه‌های جهان را در اختیار دارند. ارزش املاک و مستغلات واقع در این خیابان‌ها فارغ از نوسانات قیمت‌های جهانی، همواره در حال افزایش و رونق است.

خیابان وال‌استریت نیویورک رتبه نخست را در فهرست گران‌ترین خیابان‌های جهان در اختیار دارد. اجاره هر فوت مربع از زمین‌های این خیابان بیش از ۱۵۰۰ دلار است. هزینه اجاره املاک و مستغلات در این خیابان رکوردهای جدیدی را بر جای گذاشته است. خیابان بوند لندن دومین خیابان گران جهان به شمار می‌رود. هزینه اجاره هر فوت مربع از زمین‌های این خیابان بیش از ۸۶۰ دلار است. این خیابان متشکل از دو خیابان نیو بوند و اولد بوند است.

اولد بوند از قرن ۱۸ مکانی برای زندگی قشر ثروتمند و مرفه لندن بوده است، ولی امروز تقریبا از تمامی نقاط انگلیس در این خیابان زندگی می‌کنند. قیمت اجاره در این خیابان طی چهار سال اخیر ۵۰ درصد افزایش داشته است. خیابان مونتیژه پاریس جایگاه سوم را در این فهرست به خود اختصاص داده است. هزینه اجاره هر فوت مربع از زمین‌های آن به بیش از ۶۶۰ دلار می‌رسد.

خیابان ردئو درایو لس‌آنجلس نیز چهارمین خیابان گران قیمت جهان به شمار می‌رود. هزینه اجاره هر فوت مربع از زمین‌های این خیابان به بیش از ۵۴۰ تا ۸۵۰ دلار می‌رسد. روسیه و به عبارت بهتر شهر مسکو نیز جایگاهی در این رتبه‌بندی دارد. خیابان تورسکایای مسکو پنجمین خیابان گران جهان است. قیمت اجاره هر فوت مربع از زمین‌های این خیابان نیز به بیش از ۵۰۰ دلار می‌رسد و اکثر فروشگاه‌های لوکس و مجلل مسکو در این خیابان واقع است. شرکت‌های معتبر ایتالیایی مثل اسکادا و ویچینی در این خیابان به عرضه محصولات خود مشغول هستند. فروشگاه طلا و جواهرات کارا وای کارا نیز هر فوت مربع از زمین‌های این خیابان را بیش از ۶۵۰ دلار اجاره کرده است. ششمین خیابان گران قیمت جهان در این فهرست، خیابان چو در شهر توکیوی ژاپن است. هزینه اجاره هر فوت مربع از زمین‌های این خیابان بیش از ۶۰۰ دلار است. نرخ اجاره بهای زمین در این خیابان طی پنج سال اخیر روندی تصاعدی داشته است.

گزارش

دبیر انجمن صنفی کارفرمایان مازندران:

فضای کسب‌وکار در دولت جدید مطلوب است

دبیر انجمن صنفی کارفرمایان استان مازندران با اشاره به سفر وزیر صنعت، معدن و تجارت به مازندران، گفت: در این سفر ۲۰ ساعت بازدید از کارخانه‌ها، صنایع و شهرک‌های صنعتی صورت گرفت که موجب حل بسیاری از مشکلات صنعت استان شد.

به گزارش ایسنا، نعمت نعمتی تصریح کرد: فضای کسب‌وکار در دولت جدید بسیار مطلوب‌تر از پیش شده و مدیران پرتلاش و فنی در حال خدمات‌رسانی به مردم هستند.

وی با اشاره به وجود ۳ هزار و ۳۷۵ واحد صنعتی در مازندران افزود: از این تعداد ۳۰۰ واحد اشتغال بالای ۵۰ نفر دارند. دبیر انجمن صنفی کارفرمایان استان مازندران یادآور شد: ۸۷۶ واحد از تعداد فوق‌الذکر در شهرک‌های صنعتی و ۲هزار و ۴۹۹ واحد در خارج از شهرک‌های صنعتی مستقر هستند.

نعمتی همچنین با اشاره به رشد سرمایه‌گذاری در استان نسبت به سال گذشته، گفت: ۱۲۶ مورد پروانه بهره‌برداری سال گذشته به ۱۳۳ مورد در سال جدید افزایش یافته است.

وی اذعان داشت: در دولت جدید مقابله با رانت‌خواری در شهرک‌های صنعتی را نیز شاهد بوده‌ایم و این مشکل نسبت به دولت قبل مرتفع شده است. نعمتی تصریح کرد: اتفاقات خوبی در صنعت استان رخ داده و تعامل بین مسئولان، مدیران مرتبط و واحدهای صنعتی نسبت به گذشته بسیار مطلوب‌تر شده است.

مدیرعامل شرکت خدماتی شهرک‌های صنعتی ۲ ساری، خاطرنشان کرد: برنامه عملیاتی شرکت شهرک‌های صنعتی استان در سال ۹۳ به همراه اولویت‌بندی همه پروژه‌های عمرانی و زیرساختی در نواحی و شهرک‌های صنعتی استان تدوین شده است. نعمتی در ادامه گفت: برنامه آموزشی مراجع حل اختلاف برای ۲۹۰ نفر از نمایندگان کارگران، کارفرمایان و تشکل‌ها به مدت ۳۴ هزار ساعت برگزار و قوانین کار آموزش داده شده است. وی همچنین با بیان این مطلب که ۲ هزار و ۱۱۹میلیارد ریال حجم سرمایه‌گذاری استان مازندران در سال گذشته، امسال به ۳ هزار و ۹۴۸ میلیارد ریال افزایش یافته است، افزود: نگرش به بحث سرمایه‌گذاری تغییر کرده و ۸۶ درصد رشد سرمایه‌گذاری را شاهد بوده‌ایم.

«اسلام جمشیدی»، نایب رییس کانون کارفرمایان مازندران نیز در این نشست اظهار کرد: در هر جامعه‌ای تولید به‌عنوان اصل اساسی بقای دولت است که با دریافت مالیات و عوارض، زیرساخت‌های موردنیاز جامعه را تامین می‌کند.

وی با یادآوری این مطلب که نفت بلای جان تولید شده است و دولت‌ها هیچ‌گاه پاسخگوی نیاز بخش تولید نبوده و نیستند، ادامه داد: در کشور ما سال‌های سال برای رفع مشکل عدم‌صنعتی بودن تلاش شده که متاسفانه حل این مشکل هیچ‌گاه به نتیجه نرسیده است.

جمشیدی با بیان این مطلب که قیمت مواد اولیه نسبت به سال‌های گذشته با افزایش چشمگیری مواجه بوده است، افزود: بانک‌ها هم با سیاست انقباضی و پول‌فروشی در قالب فعالیت‌هایی چون بورس، سکه، طلا و مواردی از این قبیل به سمت سود بیشتر رفته‌اند.

وی اشتغال را داروی بسیاری از ناهنجاری‌های جامعه دانست و با اشاره به این مطلب که مشکلاتی از قبیل اعتیاد و سرقت ناشی از بیکاری است، گفت: رتبه سوم تعطیلات کاری در دنیا به ایران اختصاص دارد که بسیار خطرناک است و کشور از این حیث بسیار متضرر می‌شود.

نایب رییس کانون کارفرمایان مازندران با بیان اینکه تولیدکننده امنیت می‌خواهد، خاطرنشان کرد: امروز بهره بانکی بخش تولید به ۲۴درصد رسیده است.

وی اذعان داشت: در شرایطی که رشد منفی ۷/۵درصدی داشته‌ایم کارفرمایان هنوز سرپا ایستاده‌اند و این در حالی است به‌رغم انجام کمک‌های بلاعوض در خشکسالی و سیل و مواردی از این قبیل، توجهی به بخش صنعت نمی‌شود.

جمشیدی همچنین با انتقاد از نمایندگان مجلس گفت: لایحه حمایت از تولید سه بار به مجلس رفته و بی‌نتیجه بازگشته است، چراکه گفته‌اند این بحث بار مالی دارد.

محمدتقی جوادی، رییس انجمن صنفی کارفرمایان آمل و عضو هیات‌مدیره کانون کارفرمایان استان نیز در این نشست، تغییر رسالت بانک‌ها در راستای حمایت از اقتصاد را از مشکلات اساسی این حوزه عنوان کرد و گفت: بانک‌ها امروز برای انتفاع فعالیت می‌کنند و با خرید سکه، ارز و شرکت‌های تولیدکننده، رقیب اقتصاد کشور هستند.

وی نوع نگاه نسبت به کارفرما و عدم تعامل بانک‌ها با بنگاه‌های تولیدی را از مشکلات اصلی حوزه اقتصاد برشمرد. جوادی همچنین با بیان این مطلب که دخالت دولت در کنترل قیمت محصولات از دیگر مشکلات بخش تولید است، افزود: دولت قیمت تولیدات خود را افزایش می‌دهد و این در حالی است که وقتی کارفرما بخواهد قیمت تولیدات واحد خود را افزایش دهد با مقابله دولت مواجه خواهد شد. وی خاطرنشان کرد: دومین مرحله هدفمندی یارانه‌ها نیز آغاز شده ولی با توجه به اینکه قرار بود ۳۰ درصد هدفمندی یارانه‌ها به تولید اختصاص یابد تاکنون این مسئله محقق نشده است.

گفت‌وگوی اختصاصی «فرصت امروز» با رییس هیات‌مدیره انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرتی هوایی ایران

سرمایه‌گذاری در گردشگری فقط آژانس هواپیمایی نیست

عماد عزتی

شاید چند سالی است همه‌جا سخن از گردشگری و سرمایه‌گذاری عمده دولتی‌ها و بخش‌خصوصی در این صنف به میان آمده و همه از جایگزینی درآمد حاصل از این صنعت به جای صنعت نفت کشورمان می‌گویند، به همین دلیل درخواست‌های متعددی درباره سرمایه‌گذاری صنعت گردشگری ایجاد شد، اما اکثر این تقاضاها مربوط به دفاتر خدمات مسافرتی یا همان آژانس‌های خدمات گردشگری بود. دفاتری که قرار است جریان گردشگران ورودی و خروجی کشورمان را کنترل کنند، اما به ظاهر تعدد آنها هم اکنون نه تنها باعث نگرانی مسئولان شده، بلکه برخی از این سرمایه‌گذاری‌ها نتیجه لازم را برای صاحبان‌شان نداشته است.

از این رو «فرصت امروز» سری به انجمن صنفی دفاتر خدمات‌مسافرت‌هوایی‌ایران زده تا با مدیرعامل این انجمن گفت‌وگویی داشته باشد و از چندوچون‌ماجرا برای آنهایی که به سرمایه‌گذاری در این زمینه‌فکرمی‌کنند،بگوید.

رشد قارچ‌گونه دفاتر خدمات گردشگری

محمدحسن کرمانی با توجه به فعالیت بیش از دو دهه‌ای خود در صنعت گردشگری درباره تعداد آژانس‌های هواپیمایی در ایران به خبرنگار «فرصت امروز» می‌گوید: اوایل دهه ۷۰ شمسی که کم‌کم سخن از رونق گردشگری به میان آمد در سراسر کشور شاید کمتر از یکصد آژانس هواپیمایی فعال و معتبر داشتیم، چون تقریبا بحث گردشگری با توجه به شرایط کشورمان به حال خود رها شده بود و منحصر به سفرهای نوروزی و تابستانی داخل کشور شده بود، اما با درنظر گرفتن توجه دولت و مسئولان وقت به توسعه گردشگری برای ارزآوری به داخل کشور به یکباره سیل عظیمی از تقاضاهای تاسیس دفاتر خدمات گردشگری و هتل روانه ارگان‌های مربوطه شد که اکثر آنها نیز بدون در نظر گرفتن ظرفیت‌های موجود تایید و اجرایی شد، طوری که کمتر از یک دهه بعد از این اتفاق تعداد آژانس‌های گردشگری کشورمان بیش از ۱۸۰۰ دفتر شد و امروز هم حساب از دست مسئولان امر خارج شده است چون علاوه بر دنیای واقعی آژانس‌های گردشگری مجازی هم وارد عمل شده‌اند.

کرمانی با تاکید بر نابرابری قوانین و موضوعات سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری به‌خصوص صنف موردنظرش می‌افزاید: شاید امروز بسیاری از قوانین و شرایط تاسیس دفاتر خدمات گردشگری نیازمند بازنگری کامل و تغییر باشد، چون تا همین چندی پیش برای دریافت مجوز بند «ب» دفاتر خدمات گردشگری کافی بود فرد متقاضی چند آیتم مشخص مثل سابقه کار، مدیر فنی، محل کار و وثیقه مورد نیاز را فراهم کند و با هزاران امید و آرزو وارد بازار گردشگری شود، حال آنکه واقعیت امر چیز دیگری غیراز رویاهای این سرمایه‌گذار است.

این فعال بخش‌خصوصی گردشگری با اشاره به اینکه سرمایه‌گذاری در صنعت گردشگری صرفا در آژانس خدمات گردشگری خلاصه نمی‌شود، ادامه داد: با این سابقه در صنعت گردشگری، تقریبا اکثر تقاضاهای سرمایه‌گذاری یا در آژانس بود یا هتلداری، حال آنکه صادرات نامرئی ایران نیازمند طرح‌ها و خدمات زیربنایی و البته طرح‌های نوین است تا بتواند در گردشگری خود موفق عمل کند.

وی می‌افزاید: همین اتفاق باعث شد بسیاری از آژانس‌ها با توجه به سیاست‌های اشتباه برخی مسئولان سازمان میراث فرهنگی در گذشته ورشکست شده یا به دنبال یافتن راهکاری برای جبران هزینه‌های خود باشند.

کانترهای اجاره‌ای، زاییده سیاست‌های اشتباه

محمدحسن کرمانی درباره مشکلات ایجاد شده برای آژانس‌های مسافرتی به دلیل ورود افراد غیرمتخصص به این صنف می‌افزاید: سیاست‌های اشتباه مسئولان گردشگری درکنار ورود افراد ناآگاه به صنف گردشگری به‌خصوص حرفه آژانس گردشگری باعث شد بسیاری با زیان‌های عمده مجبور به ترک بازار شوند یا اینکه با استفاده از خلأهای قانونی در این صنف به راهکارهایی چون اجاره کانتر یا دنیای مجازی روی آورند که این امر علاوه بر ایجاد مشکلات عمده در گردشگری، زیان مستقیم را متوجه گردشگران کرد.

کرمانی با تاکید بر غیرقانونی بودن اجاره کانتر در صنف خود می‌گوید: بارها از طریق صنف یا مسئولان گردشگری ایران

با کمی دقت به اخبار مبنی بر افزایش قیمت هتل‌ها یا نبود جا برای رزرو گردشگران درمی‌یابیم هنوز از لحاظ زیرساخت‌های موردنیاز آماده گسترش ورود گردشگران نیستیم

اعلام شده که اجاره کانتر در آژانس‌ها غیرقانونی است و با متخلفان برخورد می‌شود، اما از آنجا که مسئولان نتوانسته‌اند کنترل دقیقی بر فعالیت این مراکز داشته باشند هنوز هم شاهد این اتفاق ناخرسند در صنف یاد شده هستیم که این امر باعث ایجاد مشکلات متعددی برای گردشگران شده است بنابراین لازم است با استفاده از ظرفیت‌های قانونی نسبت به بازنگری فعالیت آژانس‌های مسافرتی اقدام کرد و برای صدور مجوزهای جدید نیز سختگیری‌های بیشتری داشته‌باشیم.

جای خالی هلدینگ‌ها

رییس هیات‌مدیره انجمن صنفی دفاتر خدمات مسافرت هوایی ایران با اشاره به اهمیت سرمایه و قدرت مالی در صنف خود می‌گوید: بسیاری از همکاران بنده در جریان هستند که در کشورهای موفق و پیشرفته در صادرات نامرئی یا همان گردشگری، این هلدینگ‌های بزرگ هستند که باعث ایجاد جریان‌های متعدد گردشگران از نقطه‌ای به نقطه دیگر می‌شوند، ولی متاسفانه به دلیل نبود توانایی مالی در بسیاری از آژانس‌های خدمات گردشگری ایران این موضوع باعث ایجاد ضعف شده به‌طوری که هم اکنون به گفته مسئولان گردشگری اکثر آژانس‌های خدمات گردشگری صرفا مسیر یکطرفه ارسال گردشگر را برعهده دارند. این فعال بخش‌خصوصی گردشگری به حضور گسترده هلدینگ‌های بزرگ در کشورهای گردشگرپذیر جهان اشاره می‌کند و می‌افزاید: در کشورمان تعداد آژانس‌های قدرتمند یا هلدینگ‌های موفق در صنعت گردشگری که می‌توانند باعث ایجاد جریان حرکت گردشگران باشد از تعداد انگشتان دست هم کمتر است، به همین دلیل نمی‌توانیم حتی با ظرفیت‌های بالای گردشگری ایران انتظار موفقیت داشته باشیم، چون جریان‌سازی دقیق و هدفمند از سوی این هلدینگ‌ها صورت نگرفته‌است.

کرمانی با تاکید بر کمبود نقدینگی در این صنف یعنی آژانس خدمات گردشگری تصریح می‌کند: همان‌طور که می‌دانیم وجود نقدینگی برای برگزارکننده تورها می‌تواند قراردادهای مناسبی را به ارمغان بیاورد، چون این مهم قدرت چانه‌زنی را برای عقد قراردادهای بلندمدت میان برگزارکننده تور با مراکز اقامتی و سیاحتی کشور هدف ایجاد می‌کند درحالی که امروز مشکل نقدینگی باعث شده کمتر آژانسی بتواند قراردادی قابل‌قبول منعقد کند و همین امر باعث افزایش قیمت برای گردشگران داخلی و خارجی شده‌است.

وی درباره ناهمگونی زیرساخت‌های گردشگری ایران نیز می‌افزاید: اگرچه جای خرسندی است که با رشد حدود ۲۰۰ درصدی ورود گردشگران خارجی به کشورمان روبه‌رو شده‌ایم، اما با کمی دقت به دیگر اخبار مبنی بر افزایش قیمت هتل‌ها یا نبود جا برای رزرو گردشگران درمی‌یابیم هنوز از لحاظ زیرساخت‌های موردنیاز آماده گسترش ورود گردشگران نیستیم، بنابراین باید همزمان با توسعه زیرساخت‌ها منتظر پذیرایی از گردشگران خارجی یا داخلی کشورمان باشیم.

سرمایه‌گذاری در دنیای مجازی

محمدحسن کرمانی به گسترش صنعت گردشگری در دنیای مجازی اشاره می‌کند و می‌افزاید: هم‌اکنون ایران در زمینه گسترش تجارت الکترونیک گردشگری از بسیاری از کشورهای منطقه عقب‌تر است و نیازمند سرمایه‌گذاری در این زمینه هستیم بنابراین اگر مسئولان سازمان بتوانند درخواست‌های سرمایه‌گذاری داخلی یا خارجی را به این سمت هدایت کنند بدون تردید می‌توان به آینده کارامیدوار بود.

کرمانی به سفرهای انفرادی گردشگران خارجی به ایران تاکید دارد و می‌گوید: بهتر است صرفا روی تورهای گردشگران خارجی که وارد خاک ایران می‌شوند حساب باز نکنیم، چون گروه زیادی هم امروز در سراسر جهان به‌صورت انفرادی سفر می‌کنند که باید برای آنها نیز بسته‌های پیشنهادی مناسب داشته باشیم درحالی که هنوز کشورمان آماده ارائه خدمات به این افراد در دنیای مجازی نیست و اطلاعات کاملا محدودی درباره جاذبه‌های ایران در فضای مجازی برای‌شان درنظر گرفته شده است. به‌عنوان مثال، گردشگری مجازی در مناطق باستانی نداریم یا اطلاعات مراکز اقامتی و بین راهی کاملا قدیمی است و گردشگران انفرادی یا بک‌پکرها نمی‌توانند به آنها تکیه کنند و بار سفر ببندند، در حالی که برخی مجلات و وب‌سایت‌های خارجی هم‌اکنون به ارائه اطلاعات مربوط به گردشگری ایران پرداخته‌اند و این در شرایطی است که مسئولان و سرمایه‌گذاران ایرانی باید بتوانند نیاز گردشگران خارجی را در این زمینه تامین کنند.

از سوی دیگر، کرمانی به کنترل فضای مجازی از طریق مسئولان و مدیران سازمان گردشگری تاکید دارد و می‌افزاید: باید با استفاده از ظرفیت‌های قانونی بتوانیم جلوی فعالیت افراد غیرمتخصص و غیرمجاز را در فضای مجازی بگیریم تا با این کار بتوانیم علاوه ایجاد فضایی امن برای تعیین مقصد سفر و دریافت خدمات گردشگری از سوی متقاضیان، اطلاعات مناسب و کارآمدی را برای گردشگران داخلی و خارجی مهیا کنیم.

ایجاد مشاغل خانگی کمک به حل بیکاری است

مدیرکل تعاون، کار و رفاه و اجتماعی مازندران گفت: ایجاد مشاغل خانگی کمک بسیاری به حل معضل اشتغال می‌کند و طی نامه‌ای به وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی این موضوع از سوی شورای عالی اشتغال پیگیری خواهد شد.

به گزارش ایسنا، علی بابایی کارنامی در کارگروه اشتغال و سرمایه‌گذاری استان مازندران که در معاونت برنامه‌ریزی برگزار شد در خصوص صدور مجوز مشاغل خانگی از سوی جهاد کشاورزی استان گفت: در گذشته از سوی وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی و وزارت جهاد کشاورزی اقدام به صدور مجوز جهت ایجاد مشاغل خانگی شد که در حال‌حاضر وزارت جهاد کشاورزی، سازمان جهاد کشاورزی استان‌ها را از صدور مجوز به این بخش‌ها منع کرده است که این امر سد راهی برای مشاغل خرد و خانگی در استان است. وی با بیان اینکه جهت‌گیری استان به‌عنوان قطب کشاورزی بودن مطرح است، ادامه داد: ایجاد مشاغل خانگی کمک بسیاری به حل معضل اشتغال می‌کند و طی نامه‌ای به وزارت تعاون، کار و رفاه‌اجتماعی این موضوع از سوی شورای‌عالی اشتغال پیگیری خواهد شد.

مدیرکل تعاون، کار و رفاه و اجتماعی مازندران اظهار کرد: دستگاه‌های اجرایی براساس سند توسعه متعهد شدند میزان سرمایه‌گذاری استان را پایش کنند تا بتوانیم کمیته پایش و راهوری را در استان راه‌اندازی کنیم. بابایی تصریح کرد: ۲۰میلیارد تومان در قالب ۱۶ طرح به بانک‌های عامل فرستاده شده که متاسفانه پرداختی‌ها صفر است.

سرمایه‌گذاری در صنایع تبدیلی ضروری است

نایب رییس کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس شورای اسلامی بر ضرورت توسعه صنایع تبدیلی و بسته‌بندی محصولات کشاورزی تاکید کرد.

به گزارش ایسنا، غلامرضا نوری با تاکید بر ضرورت حضور بخش‌خصوصی در افزایش صادرات غیرنفتی گفت: تولیدکنندگان باید به‌عنوان یک صادرکننده با کیفیت، از فرصت‌های پیش‌آمده برای تثبیت صادرات و تصاحب سایر بازارها استفاده کنند.

وی افزود: صادرات محصولات غذایی ارزآوری مناسبی برای تولیدکنندگان داخلی و دولت به همراه خواهد داشت، البته به شرطی که بتوان محصولات را با توجه به خواسته کشورهای مقصد تولید کرد.

نوری با بیان اینکه اغلب محصولات غذایی تولید شده در ایران دارای کیفیت بالا هستند، ادامه داد: مشکل اصلی، بحث حمل‌ونقل و بسته‌بندی‌های شکیل است که باید به آن توجه ویژه داشت.

نایب رییس کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس تشریح کرد: در این مسیر باید صنایع تبدیلی و بسته‌بندی را هم تقویت کرد تا علاوه بر سودآوری از طریق صادرات محصول، از صدور خدمات نیز بهره‌مند شویم.

وی در رابطه با نقش بخش‌خصوصی در افزایش صادرات غیرنفتی افزود: حضور بخش‌خصوصی تا حد بسیاری در این بخش ضروری است، چرا که این قشر انگیزه بیشتری برای کسب سود و حضور در بازارهای بین‌المللی دارد و باید به آن توجه کرد.

سرنخ

همکاری با روزنامه و سرمایه‌گذاری در ساخت بالنی که آب می‌سازد!

کلاف اول:

اگر با روزنامه و به‌خصوص این صفحه آشنایی داشته باشید، حتما می‌دانید که ما تقریبا به‌صورت روزانه یک فرصت (یا تهدید) سرمایه‌گذاری را معرفی می‌کنیم. سعی می‌شود در این معرفی‌ها تا آنجا که امکان دارد شغل و کسب‌وکار موردنظر را از زوایای مختلف بررسی کنیم و نظر فعالان آن را جویا شویم. یعنی در هنگام گردآوری اطلاعات از ارزیابی بازار گرفته تا نحوه تقسیم سرمایه در بخش‌های مختلف، همه را زیر نظر داریم. از آن طرف در مورد بهترین مکان و زمان برای سرمایه‌گذاری و همچنین آینده آن شغل و تهدیدهایی که وجود دارد، صحبت می‌کنیم. داشتم به این فکر می‌کردم که این روش، خود می‌تواند یکی از راه‌های سرمایه‌گذاری برای شما باشد. به این طریق که یک فایل صوتی حاوی اطلاعات و راهنمایی‌هایی درباره شغلی خاص به‌صورت ماهانه تهیه کنید. این شغل می‌تواند سوپرمارکت، آرایشگری، کتاب‌فروشی یا هر چیز دیگری باشد. فایل صوتی را در اینترنت یا روی CD بفروشید. آیا سرراست‌تر از این راهنمایی دیده بودید؟ راستی چرا این فکر به ذهن خودمان نرسیده بود؟!

کلاف دوم:

به‌جرات می‌توانم بگویم که خیلی از شما عاشق نوشتن هستید و شاید روزانه اخبار را دنبال می‌کنید. نظرتان در مورد کسب درآمد از همین طریق چیست؟ آیا نمی‌توان با نوشتن و تحلیل اخبار یا تهیه گزارش، برای روزنامه‌ها یا مجلات مختلف کسب درآمد کرد؟ درحال‌حاضر خیلی از افراد هستند که به‌صورت دورکار با نشریات مختلف همکاری دارند و اتفاقا پول خوبی هم به جیب می‌زنند. البته سرمایه اصلی شما در این کسب‌وکار، فکر و قلم شماست؛ درست مانند وقتی که ترانه‌سرایی می‌کنید.

شاید با خودتان بگویید که ای‌بابا عجب دل خوشی دارید؛ کدام نشریه حاضر است در مقابل مطلبی که ما می‌نویسیم، پول پرداخت کند؟ لازم است به شما بگویم که اگر مطلب شما بدون مشکل و مهم‌تر از آن نوشته خودتان باشد، نه کپی‌برداری از سایت یا دیگر نشریات، همین روزنامه خودمان هم بعد از چاپ، حق‌التحریر آن را پرداخت خواهد کرد. پس از همین الان با دفتر روزنامه تماس بگیرید و درباره سوژه مورد نظر با ما هماهنگ شوید!

کلاف سوم:

بد نیست برای عوض شدن حال و هوا و تنوع، خبری را برای‌تان بازگو کنیم که ایسنا آن را منتشر کرده است. در این خبر آمده: محققان روس در حال طراحی روشی برای استخراج مستقیم آب از ابرها با استفاده از بالن هستند که نیاز به انتظار برای بارش باران را برطرف می‌کند.

هدف از اجرای این پروژه که Cloud Power نام دارد، استخراج مستقیم آب از ابرها و انتقال آن به زمین برای تولید انرژی هیدروالکتریک و تامین آب آشامیدنی سالم برای افراد گرفتار در مناطق محاصره شده است.

این سیستم یک نیروگاه برق‌آبی هوایی (Air HES) است و ورقه جمع‌کننده آب از درون ابرها، به‌صورت عمودی زیر یک بالن هواشناسی مخصوص نصب می‌شود.

با حرکت بالن در آسمان و عبور از میان ابرها، رطوبت جذب فیبرهای ورق جمع‌کننده شده و آب در یک خط لوله مخصوص ذخیره می‌شود؛ این خط لوله متصل به یک توربین است که با استفاده از فشار آب، انرژی تولید می‌کند.

فکرش را بکنید؛ در این بحران آب که نزدیک است جهان را با وضعیت خطرناکی مواجه کند، سرمایه‌گذاری روی چنین دستگاهی چقدر می‌تواند سودآور باشد!

خبر

همایش «توسعه صادرات با تاکید بر بازار عراق» برگزار می‌شود

رییس اداره بازاریابی خارجی چهارمحال و بختیاری از برگزاری همایش علمی تخصصی «توسعه صادرات با تاکید بر بازار عراق» در شهرکرد خبر داد.

سیاوش نظری در گفت‌وگو با ایسنا اظهار کرد: از آنجا که تحریم کالاهای عربستانی در عراق سبب افزایش خرید کالاهای ایرانی در این کشور شده است، بنابراین باید راهکارهای ورود به این بازار به‌منظور افزایش فروش کالاهای ایرانی بررسی شود.

وی افزود: این نشست با حضور رایزن بازرگانی ایران در بغداد و با هدف بررسی راهکارهای نفوذ صادرکنندگان ایران به بازارهای عراق برگزار می‌شود.

نظری خاطرنشان کرد: این همایش علمی تخصصی با مشارکت اتاق بازرگانی صنایع، معادن و کشاورزی شهرکرد و دفتر آموزش و پژوهش استانداری چهارمحال و بختیاری برگزار می‌شود.

هفتمین نشست علمی- تخصصی با موضوع همایش «توسعه صادرات با تاکید بر بازار عراق» در تاریخ ۲۴ شهریور ماه امسال در محل سازمان صنعت، معدن و تجارت چهارمحال و بختیاری برگزار می‌شود.

بازاریابی مجانی

خبرنامه هدفمند؛ ابزاری برای بازاریابی

جیم کوکروم
ترجمه: حامد تقوی

یکی از آسان‌ترین روش‌هایی که می‌توان با استفاده از آن همیشه در دسترس مشتریان بود، خبرنامه‌هایی است که به طور مرتب منتشر می‌شود. در چند سال اخیر خبرنامه من یکی از پردرآمدترین و تاثیرگذارترین منابع درآمدم بود.

درست است که برخی از کسب‌وکارها ممکن است از طریق چاپ و پست خبرنامه‌ها مزایایی کسب کنند، اما من معتقدم که تقریبا تمامی کسب‌وکارها می‌توانند و باید خبرنامه‌ها را از طریق ایمیل ارسال کنند. خبرنامه من یک ایمیل ساده و تنها متنی است که به مشتریان احتمالی و نیز مشتریان سابق ارسال می‌شود و از آنها تقاضا می‌کنیم که به لیست فهرست پستی من ملحق شوند.

پس از چندین سال، صدها هزار نفر به این فهرست ملحق شدند. همه این افراد برای همیشه در این لیست باقی نماندند، اما کسانی که مدت طولانی در این فهرست حضور یافتند، ارتباط عمیق و تنگاتنگی را میان کسب‌وکارم و نیز خود من برقرار کردند.

هنگامی که به مراجعان و نیز شاگردان خود توصیه می‌کردم تا در کسب‌وکار خود از خبرنامه‌ها استفاده کنند، توجیهات و مسائلی را مطرح می‌کردند که در زیر چند نمونه از آنها را می‌خوانیم:

آیا خبرنامه‌ها باعث اتلاف وقت نمی‌شود؟

یکی از بدترین اتفاقاتی که در مورد خبرنامه می‌تواند روی دهد، این است که به حال خود رها یا صرفا برای رفع تکلیف انجام شود. این موضوع مرا یاد خبرنامه‌های قدیمی یک شرکت می‌اندازد.

هنگامی که برای یک شرکت رسمی کار می‌کردم، این خبرنامه را دریافت می‌کردم. هر ماه این خبرنامه روی میز من قرار می‌گرفت و من هم مثل بقیه با بی‌تفاوتی آن را مشاهده می‌کردم و در نهایت به سطل زباله می‌انداختم؛ مگر چه اتفاقی می‌افتاد که نام یا بخش آنها به نحوی در این خبرنامه‌ها قرار می‌گرفت که آنگاه آن مقاله خاص را مطالعه می‌کردند. این خبرنامه فقط برای رفع تکلیف بود و ارزش خاصی نداشت. خبرنامه‌هایی که تهیه می‌کنید، نباید اینچنین باشد. اگر خبرنامه‌های شما نیز به این شکل است، یا آنها را حذف کنید یا تغییر دهید.

موفقیت خبرنامه را می‌توان به راحتی با پرسیدن دو سوال مورد ارزیابی قرار داد:

-۱ آیا خوانندگان شما از دریافت این خبرنامه خرسند هستند و سپس با اشتیاق آن را در اختیار دیگران قرار می‌دهند؟

-۲ آیا leadهای با ارزشی در اختیار شما قرار می‌دهد و همچنین باعث افزایش فروش و درآمد شما خواهد شد؟

اگر اینطور نیست، پس کار شما ایراد دارد.

درآمد من از محل خبرنامه‌ها بسیار چشمگیر است. در برخی موارد، ظرف ۱۵ تا ۲۰ دقیقه یک مقاله کوتاه و جذاب آماده می‌کنم؛ مقاله‌ای که مفاهیم جدید را آموزش می‌دهد و در ضمن یک محصول مرتبط و مورد نیاز به مخاطبان خود می‌فروشم. پس از چند ساعت هزاران دلار درآمد کسب می‌کنم و کسب درآمد من همچنان با ورود آخرین خوانندگان به وب سایت ادامه خواهد داشت.

مقاله موجود در خبرنامه‌ها راز پیروزی و کسب چنین نتایجی نبود، بلکه ارتباط عمیق و صادقانه با مخاطبان و نیز تعداد فراوان آنها عامل اصلی این موفقیت بود.

نتیجه می‌گیریم که باید ارتباطی پیوسته با مخاطبان برقرار کنید؛ مخاطبانی که مدام در حال افزایش هستند. اگر خبرنامه به شما کمک کند تا این کار را انجام دهید، بنابراین تلاش در این راه بسیار ارزشمند خواهد بود و تقریبا در تمامی کسب‌وکارها با نتایج مطلوبی همراه خواهد شد.

در شماره بعدی بخوانید:
ویژگی‌های یک خبرنامه خوب

آیا می‌دانستید

۴ استراتژی برای تخفیف

آیا می‌دانستید در اعمال تخفیف در قیمت‌گذاری‌ها می‌توان از چهار استراتژی مختلف بهره برد؟

تخفیف نقدی: در صورتی که مشتری نقدا مبالغ خرید را پرداخت کند، درصدی را به‌عنوان تخفیف دریافت می‌کند. این استراتژی معمولا در پرداخت قبوض مالیاتی، عوارض نوسازی و غیره دیده می‌شود.

تخفیف برای خریدهای عمده: در صورتی که میزان خرید مشتری از مبلغ معینی تجاوز کند، به وی تخفیف داده می‌شود. این تخفیف می‌تواند برای کل محصول یا تنها برای مقداری از خرید که بیشتر از سقف مورد نظر صورت گرفته است اعمال شود.

تخفیف فصلی: برای ایجاد تقاضا در فصل‌هایی که مصرف کالا موضوعیت ندارد، برای کالا تخفیف در نظر گرفته می‌شود. مثالی از این مورد تخفیف مهمانخانه‌ها و هتل‌ها در فصل‌های کم سفر است.

تخفیف ویژه: برخی از برندها در صورت مرجوع کردن کالای قدیمی با همان برند، درصدی تخفیف را برای خرید کالای نو اعمال می‌کنند. این کار به منظور ایجاد احساس وفاداری در مشتریان قدیمی است.

حاشیه‌نگاری همایش حرفه‌ای‌گرایی در روابط عمومی

روابط عمومی؛ پل ارتباطی مستقیم با مخاطب

شکوفه میرزایی

حرفه روابط عمومی در ایران چندسالی است که در جریان تغییرات و همسو شدن با اصول و قواعد جهانی قرار گرفته است. تا پیش از این عموما مدیران شرکت‌ها وقتی برای کارمند یا فرد معرفی شده، شغلی در سازمان یا شرکت خود نمی‌یافتند، او را روانه واحد روابط عمومی می‌کردند. به موجب همین سهل‌انگاری‌ها، در یک برهه زمانی غالب افرادی که در این حوزه فعالیت می‌کردند از علم و اطلاعات و همچنین مهارت‌ها و شایستگی‌های لازم برخوردار نبودند و ناکارایی و شاید بهتر باشد بگوییم خرابکاری‌های این بخش در سازمان‌ها موجب شد نقش و تاثیرگذاری این حوزه برای مدیران و مسئولان آشکار شود. طی چند سال اخیر کارشناسان و متخصصان این حوزه در صدد برآمده‌اند اهمیت و جایگاه روابط عمومی را برای مدیران روشن کرده و افراد فعال در این حوزه را به سمت حرفه‌ای عمل کردن سوق دهند. یکی از کارهایی که در این راستا انجام شده، برگزاری همایش‌های تخصصی است که کنفرانس «حرفه‌ای‌گرایی در روابط عمومی» نیز یکی از آنهاست. این کنفرانس که با هدف آموختن یا بازآموزی برخی مفاهیم اساسی مورد نیاز در کار روابط عمومی برگزار می‌شود، هفته گذشته دومین سال برگزاری را پشت سر گذاشت. این همایش مجموعه‌ای از چهار کارگاه «روابط‌عمومی حرفه‌ای و استانداردسازی هویت سازمانی»، «روابط‌عمومی حرفه‌ای و اجرای پروتکل‌های تشریفات»، «روابط‌عمومی حرفه‌ای و برنامه‌ریزی ارتباط با رسانه‌ها» و در نهایت «روابط‌عمومی حرفه‌ای و روزنامه‌نگاری نوین» بود که به ترتیب توسط محسن بنی‌هاشم از استادان چندوجهی ارتباطات ایران، محمد بیدارمغز از دیپلمات‌های باسابقه که در خصوص لزوم تشریفات در زندگی و روابط عمومی چندین کتاب نگاشته است، داوود زارعیان، مدیر روابط عمومی مخابرات و علیرضا کتابدار روزنامه‌نگار اداره می‌شد.

نقش فعال مخاطب در گرفتن پیام سازمان‌ها

اغلب روابط عمومی‌ها به‌ویژه در شرکت‌های خصوصی به دلیل عدم‌آگاهی و شناخت کافی از حرفه روزنامه‌نگاری، هنوز نمی‌توانند ارتباط و تعامل مناسبی با روزنامه‌نگاران برقرار کنند. شاید دانستن اندکی از دانش روزنامه‌نگاری به روابط عمومی‌ها کمک کند خودشان تولیدکننده محتوا باشند. به دلیل این ارتباط نزدیک روابط عمومی و رسانه‌ها، «فرصت امروز» بر آن برآمده تا بخشی از صحبت‌های علیرضا کتابدار در خصوص روابط عمومی و ارتباطش با روزنامه‌نگاری نوین را که در این کارگاه ۸ساعته بیان شد، شرح دهد.

کتابدار در ابتدای سخنانش در خصوص اینکه مخاطبان عمده روابط عمومی‌ها اکنون چه کسانی هستند، بیان می‌کند: با توجه به تغییرات گسترده‌ای که در نحوه اطلاع‌رسانی به وجود آمده است، ارتباط سازمان‌ها و نهادهای مختلف با مردم ضرورتا از طریق وسایل ارتباط جمعی انجام نمی‌شود، بلکه خود مخاطب نقشی فعال در گرفتن پیام و حتی تولید محتوا بازی می‌کند. تغییر مخاطبان اقتضائات جدیدی ایجاد کرده و باعث ایجاد طیف متنوع‌تر و گسترده‌تری از مخاطبان شده است. شاید مهم‌ترین هدف از برقراری ارتباط، انتقال «معنی» باشد و البته به‌خوبی می‌دانیم «معنی» در پیام نیست؛ «معنی» در «مخاطبی» است که پیام را درک می‌کند.

> **مخاطب امروزی کم‌حوصله است. باید پیام را در کمترین زمان به او رساند اگرنه، از خیر خواندن صفحه شلوغ روزنامه می‌گذرد، رادیو و تلویزیون را خاموش یا کانال را عوض می‌کند و صفحات شلوغ سایت‌ها را برنمی‌تابد**

روابط عمومی الکترونیک

او در ادامه در تعریف روابط عمومی الکترونیک می‌گوید: روابط عمومی الکترونیک به نوعی از روابط عمومی اطلاق می‌شود که در آن به جای بهره‌گیری از شیوه‌های سنتی مواجهه با مشتریان یا مخاطبان، از تکنولوژی‌های الکترونیکی به منظور سهولت، سرعت و فراگیری بیشتر استفاده می‌شود. این گونه روابط عمومی‌ها ویژگی‌هایی دارند که از جمله آنها می‌توان به ارتباط تعاملی و دوسویه، شکستن مرزهای زمان و مکان، پیگیری امور در فضای وب، تحول در نظرسنجی و ظرفیت بالای انباشت و بازیابی اطلاعات اشاره کرد.

وی در ادامه توضیحاتش به مخاطبان عصر دیجیتال می‌پردازد و توضیح می‌دهد که عمده مخاطبان امروز علاوه بر اینکه شهروند یا Citizen هستند، شبکه‌وند یا Neti-zen نیز محسوب می‌شوند. تغییرات تکنولوژی، انسان امروز را متحول کرده است و شکاف بین نسل‌ها را افزایش داده است. مخاطب امروزی کم‌حوصله است.

باید پیام را در کمترین زمان به او رساند اگرنه، از خیر خواندن صفحه شلوغ روزنامه می‌گذرد، رادیو و تلویزیون را خاموش یا کانال را عوض می‌کند، صفحات شلوغ سایت‌ها را برنمی‌تابد و با زدن علامت ضربدر کوچک قرمز بالای صفحه خودش را خلاص می‌کند. مخاطب عصر دیجیتال، تنوع سیری‌ناپذیری دارد و برای اقناع او، نیازمند درگیر کردن تمام حواسش به موضوع هستیم. در عین حال بعضی از حواس یک فرد نسبت به سایر حواس او، در دریافت و درک پیام قوی‌تر است. مخاطب در کشور ما کمتر به متن تنها به معنای نوشته توجه می‌کند. برخی از مواردی که کتابدار در خصوص انتظاراتی که یک روزنامه‌نگار حرفه‌ای از یک کارگزار حرفه‌ای روابط عمومی دارد، به آن اشاره کرد به شرح زیر است:

۱- تعامل مناسب با خبرنگاران
۲- آشنایی کامل به فعالیت سازمان محل خدمت خود
۳- در دسترس بودن، به‌ویژه در مواقع بحرانی و حساس
۴- آشنایی نسبی با حرفه خبرنگاری
۵- آشنایی با وظایف روابط عمومی به‌صورت حرفه‌ای
۶- توانایی اقناع مدیران سازمان در چگونگی پاسخ به پرسش‌های خبرنگاران و انتقادات افکار عمومی
۷- آشنایی با اصول تبلیغ برای پیشبرد اهداف سازمان محل خدمت
۸- داشتن اطلاعات به‌روز از سازمان متبوع خود
۹- داشتن ابتکار عمل در جریان‌سازی خبری
۱۰- آشنایی با چگونگی مواجهه با انتقادات خبرنگاران و افکار عمومی
۱۱- تبعیض قائل نشدن بین خبرنگاران انواع رسانه‌ها
۱۲- با حوصله بودن در مقابل انتقادات خبرنگاران و افراد جامعه
۱۳- داشتن قدرت تصمیم‌گیری بالا در مواقع حساس
۱۴- منفعل نبودن در برابر اتفاقات حوزه سازمانی خود
۱۵- داشتن قدرت بالای تجزیه و تحلیل اطلاعات
۱۶- شناخت از فضای حاکم بر تک‌تک رسانه‌ها
۱۷- اقناع خبرنگاران به جای دور زدن آنها
۱۸ -آشنایی با شبکه‌های اجتماعی
۱۹- شناخت خطوط قرمز در مواجهه با خبرنگاران
۲۰- توانایی برقراری ارتباط مناسب میان مدیران سازمان و خبرنگاران.

کافه بازاریابی

۱۰ نکته آموزشی هنگام طراحی لوگو

ترجمه : مرضیه فروتن

یک طراح مشهور لوگو که در دوران حرفه‌ای خود چند اشتباه را مرتکب شده، اکنون قصد ارائه ۱۰ نکته آموزشی برای طراحی لوگو را دارد که در زیر به اختصار توضیح داده شده‌اند.

۱- لوگو حتما نباید کار و فعالیت یک شرکت را شرح دهد.

حتی لوگوی رستوران‌ها هم نباید لزوما غذا را نشان بدهد. البته لوگوی دندانپزشکی‌ها و مبل‌فروشی‌ها نیز از این قاعده مستثنا نیستند. مرتبط بودن یک لوگو با کار و فعالیت یک شرکت حتما به معنای بهتر بودن آن کمپانی نیست. به‌عنوان مثال، لوگوی مرسدس یک خودرو نبوده و لوگوی خطوط هواپیمایی Virgin Atlantic نیز یک هواپیما نیست. در لوگوی Apple نیز تصویر یک کامپیوتر مشاهده نمی‌شود.

۲- هر لوگویی نیاز به یک نماد ندارد.

گاهی اوقات یک مشتری فقط به یک wordmark (علامت متمایزکننده) حرفه‌ای برای متمایز کردن کسب و کار خود از دیگران احتیاج دارد. از پرسیدن درباره ایده و تفکر او ترس به دل راه ندهید.

۳- طراحی لوگو یک فرآیند دو طرفه است.

به یاد داشته باشید که شاید همه‌چیز به مذاق شما خوش نیامده و مطلوب شما واقع نشود. مشتریان‌تان شاید چیزی از شما بخواهند که با آن مخالف هستید. در این صورت، سعی کنید آنچه را آنها می‌خواهند برآورده کرده و سپس طرح اصلاحی خود را پیشنهاد دهید. در ادامه حتما دلیل آن را بیان کنید. به این ترتیب احتمال مقاومت آنها در مقابل پیشنهاد شما کمتر خواهد بود.

۴- لازم نیست پیکاسو باشید.

برای درک فواید طراحی آرم حتما نباید هنرمند باشید. ایده‌ها سریع‌تر از مانیتور می‌توانند روی کاغذ جاری شوند و فرآیند صحیح و خطا را تجربه کنند.

۵- وعده بی‌اساس ندهید.

اگر مطمئن نیستید که انجام یک کار چقدر طول می‌کشد، وعده طولانی‌تری را بدهید. پروژه‌های طراحی، قالبی شبیه به کار ساختمانی دارند و شما باید قطعات کوچک فراوانی را برای ارائه یک طرح بزرگ‌تر کنار همه بچینید. در نظر داشته باشید که موانع می‌توانند در هر زمان بر سر راه به وجود بیایند.

۶- تغییر رویکرد را به صنعت مد بسپارید.

گرایش‌ها همچنان در حال تغییر بوده و البته این روند در دنیای مد و لباس قابل قبول است، اما در رابطه با موضوع هویت برند، عمر طولانی، کلید رسیدن به موفقیت خواهد بود.

۷- ابتدا با رنگ مشکی شروع کنید.

با پرداختن به رنگ در مرحله آخر، شما روی ایده تمرکز می‌کنید. هیچ مقدار شیب یا هیچ نوع رنگی نجات‌بخش یک علامت با طراحی ضعیف نخواهد بود.

۸- کار خود را درست ادامه دهید.

اگر برای یک وکیل لوگو طراحی می‌کنید، رویکرد جالبی را پیش بگیرید. برای کودک هم شوخی را وارد کار کنید تا موفق شوید.

۹- یک لوگوی ساده به تشخیص و شناسایی کمک می‌کند.

حفظ سادگی طراحی یک لوگو اجازه انعطاف‌پذیری سایز را به آن می‌دهد. در حالت ایده‌آل، طراحی شما باید حداقل حدود یک اینچ فضا بدون در نظر گرفتن جزئیات را اشغال کند. با نگاهی به لوگوهای شرکت‌های بزرگ مثل میتسوبیشی، سامسونگ و Fedex درمی‌یابیم که لوگوهایشان ساده به نظر رسیده و به همین دلیل تشخیص آنها آسان‌تر از بقیه است.

۱۰- یک نکته را به یاد داشته باشید.

نکته مهم و پایانی این است که کاری کنید تا مشتری فقط با داشتن یک نکته درباره دیزاین در ذهن خود از شما جدا شود. همه لوگوهای قوی فقط یک ویژگی منحصر به فرد دارند که به برجسته‌شدنشان کمک می‌کند.

منبع: logodesignlove.com

بازاریابی به سبک ایرانی

درس‌های بازاریابی از دستفروش‌ها

اعتمادسازی از طریق پافشاری و اطمینان به محصول

نرگس فرجی

بسیاری از کارشناسان بازاریابی معتقدند زمانی باید در مورد معرفی محصول دست به کار شد که صاحب آن نسبت به آن اطمینان کامل داشته باشد. درواقع زمانی که شما به‌عنوان صاحب محصول، آن را به خوبی نشناسید و از تمام ابعاد آن مطلع نباشید، نمی‌توانید برای فروش آن تکنیک بازاریابی موثری را اجرا کنید. این همان اتفاقی است که در بازار داخلی به کرات شاهد آن هستیم.

در برخی موارد وقتی از فروشنده محصول که نماینده شرکت تولیدکننده است، از قابلیت‌های محصول می‌پرسید، جواب قانع‌کننده‌ای به شما نمی‌دهد و به نظر می‌رسد فقط هدف آن فروش محصول وکسب سود آنی است و به آینده کسب‌وکار و سود آتی آن توجه چندانی نمی‌شود.

کیسه خواب ضدحریق

چند روز پیش وقتی در محل کارم مشغول تایپ مطلبی بودم، یک دستفروش سرزده وارد دفتر شد؛ دستفروشی میانسال با لباسی ساده و راحت. موقع ورود با خود چند کیسه خواب داشت. کیسه‌های حجیمی که به نظر می‌رسید، قصد فروش آنها را دارد، اما با شیوه‌ای متفاوت و خارق‌العاده هر فردی را به سمت خود جلب می‌کرد.

دستفروش با کیسه خوابی به دست مستقیم به سراغم آمد. هنوز توجهم به صفحه لپ‌تاپ بود و آنچنان غرق در نوشتن بودم که حس نکردم دستفروش به سمتم نزدیک می‌شود. موقع نزدیک شدن، وقتی متوجه شد که به او نگاه نمی‌کنم به یکباره کیسه خواب را روی میز گذاشت، کیسه خواب حجیم بود و خواه ناخواه توجهم را به خود جلب کرد. هنوز زبان به گفت‌وگو باز نکرده بود که فورا گفتم: چیزی نمی‌خرم و نیازی به کیسه خواب ندارم. اما دستفروش سمج‌تر از اینها بود که بخواهد با این حرف، میدان را خالی کند. بی‌مقدمه گفت: اهل سفر هستی؟ با گفتن نه، می‌خواستم از سرم بازش کنم، ولی هنوز حرفی نزده بودم که به سرعت گفت: معلوم است که اهل سفری، مگر می‌شود کسی به سفر نرود.

شروع کرد از خواص مسافرت گفت. مسافرتی که اگر با خود کیسه خواب به همراه داشته باشید، چقدر می‌تواند لذت‌بخش باشد. فورا گفتم: موقع مسافرت هتل می‌روم و او درجواب از هیجان سفرهای طبیعت‌گردی و خوابیدن آرامش‌بخش درکیسه خواب گفت. آنقدر از مناظر طبیعی و نقاط مختلف کشور خوب صحبت می‌کرد که گمان کردم جغرافیدان است. کم‌کم زمان گفت‌وگوی من و دستفروش زیاد شد و بقیه همکاران نیز توجه‌شان به سمت ما جلب شده بود. به نظرم دستفروش تلاش می‌کرد با حرف زدن و بالا و پایین کردن صدایش نظر اطرافیان را به سمت خود جلب کند.

دیگر خسته شده بودم و به فروشنده گفتم: متوجه نیستی نمی‌خرم و او با آرامش گفت: این کیسه خواب ضد حریق و ضدآب است. خبرهای زلزله را نشنیده‌ای، می‌خواهد در تهران زلزله بیاید، این وسیله حتما آن زمان به درد می‌خورد.

در زمان زلزله امکان آتش‌سوزی و سیل وجود دارد و داشتن چنین وسیله‌ای حتما به درد شما می‌خورد. دوباره با بی‌توجهی به دستفروش نگاهی کردم که به یکباره گفت: باور نمی‌کنی که ضدحریق است؟ دراین لحظه کیسه خواب را به راحتی وسط دفتر پهن کرد و روی قسمتی از آن الکل ریخت. اینجا بود که تمام همکاران دور دستفروش جمع شدند. همین لحظه دستفروش کبریتی را روشن کرد و روی قسمتی که الکل ریخته بود، انداخت. آتشی کوچک شعله‌ور شد.

دستفروش با سرعت و با دست آتش را خاموش کرد و کیسه خواب را به سمتم گرفت و گفت: متوجه شدید که ضدحریق است، آثاری از سوختگی روی آن می‌بینید؟ دستفروش آنچنان به محصول خود اعتماد داشت که حاضر بود آن را به آتش بکشد. استفاده از تکنیکی به این شکل هر مصرف‌کننده‌ای را به سمت خرید جلب می‌کند.

به محصولات خود اعتماد داشته باشید

کارشناسی دراین‌باره به «فرصت امروز» می‌گوید: تولیدکنندگان ایرانی در برخی موارد از محصولات تولیدی خودشان استفاده نمی‌کنند و به سراغ محصولات دیگر شرکت‌ها یا برندهای خارجی می‌روند. وقتی مدیرعامل و کارکنان یک سازمان به خدمات و محصولات خود ایمان نداشته باشند، دیگر نمی‌توان از مصرف‌کننده انتظار اطمینان داشت.

اگر تمام کارکنان، نگاهی متعصبانه و با اطمینان نسبت به محصول داشته باشند، روند برندسازی نیز درکشور بهتر طی خواهد شد، ولی با توجه به اینکه مدیران ما امید به آینده ندارند و هرلحظه احساس می‌کنند، شاید دیگر درجای قبلی نباشند، در نتیجه وقت کافی را برای اعتمادسازی مشتری نسبت به محصول صرف نمی‌کنند. باید مدیران سازمان‌ها وقت بیشتری را برای ارتباط با نیروی انسانی خود بگذارند. از این طریق می‌توان اعتماد نیروی انسانی را به سمت خود جلب کرده و آنها نیز می‌توانند وقت بیشتری را برای معرفی محصول صرف کنند. البته این موضوع نیز به اطمینان مدیر سازمان به محصول بازمی‌گردد.

کافه تبلیغات

با دوندگان همراه باشید

نرگس فرجی

بازی‌های موبایلی این روزها پرطرفدارند. هرجا می‌روید افرادی گوشی موبایل به دست گرفته‌اند و مشغول بازی هستند. اگر بازی هیجانش بیشتر باشد، تمرکز روی آن بیشتر می‌شود. حال چند وقتی است برخی شرکت‌ها برای جلب‌نظر مخاطبان آنلاین خود شروع به تهیه و اجرای بازی‌های موبایلی کرده‌اند؛ بازی‌هایی که باعث شده ارتباط با مشتری جوان بهتر برقرار شود. شرکت یونیلیور که برند اکس یکی از زیرمجموعه‌های آن است به تازگی بازی موبایلی را برای گروه هدف خود طراحی کرده است.

اکس برندی است که طرفدارانی میان پسرها و مردان جوان دارد. به همین دلیل، این بازی هم برای پسرهای جوانی طراحی شده که علاقه زیادی به هیجان دارند. داستان بازی ماجرای پسرانی است که برای فستیوال پارکور دور هم جمع شده‌اند و تمام خیابان‌های شهر را زیر پا می‌گذارند تا برنده شوند. پارکور؛ بازی پرهیجانی است که این روزها میان پسرهای نوجوان باب شده است. دراین بازی باید ۱۵ مرحله را طی کرده و در مسیر نیز امتیازاتی را کسب کنید تا برنده شوید. در بازی امکانی فراهم شده که افراد می‌توانند دوستان خود را دعوت و از این طریق امتیاز خود را افزایش دهند و رتبه خود را در جدول بالا ببرند. اگر افراد پشتکار خوبی داشته باشند و در جدول در بالاترین رتبه قرار بگیرند، یک دستگاه PlayStation4 به همراه دو بازی برنده می‌شوند و نفر دوم یک PlayStation4 و یک بازی برنده و نفر سوم مسابقه دوندگان اکس یک دستگاه PlayStation3 جایزه خواهد برد. این بازی را بدون دسترسی به اینترنت نیز می‌توان انجام داد، ولی گهگاه برای ثبت امتیازات باید آنلاین شد.

این برند همیشه درپی ایجاد هیجان در مشتریان خود است. این برند جهانی که فعالیت‌های تبلیغاتی آن را شرکت مگنولیا در ایران انجام می‌دهد، قبل از این هم شیوه‌های متفاوتی را پیدا کرده است؛ شیوه‌هایی که در قالب کمپین‌های جهانی تعریف شده و با توجه به فرهنگ ایران بومی‌سازی شده است. کمپین‌های اینترنتی اکس‌میکس (مسابقه ساخت آهنگ با پیس پیس اسپری)، اکس‌هیرو (مسابقه ساخت سوژه‌های گرافیکی خنده‌دار) و مسابقه اینستاگرامی برای عکاسی از فضانورد اکس از کمپین‌های دیگری بود که توسط این برند اجرا شد.

مدل Dark Temptation اکس با رنگ شکلاتی یکی ازپرفروش‌ترین‌های محصولات این برند است و درکنار این محصول به تازگی Gold Temptation نیز وارد بازار شده است. به منظور معرفی این محصول تبلیغات محیطی گسترده‌ای در حال اجراست.

ایستگاه تبلیغات

آگهی تاکتیکی نیسان ۷ دقیقه پس از تولد دومین نوزاد سلطنتی

فقط هفت دقیقه پس از اعلام خبر تولد قریب‌الوقوع نوزاد جدید خانواده سلطنتی انگلستان، شرکت نیسان تصویری از فضای داخلی خودروی هفت نفره X-Trail را در توییتر منتشر کرد که روی هر صندلی یک تاج پادشاهی قرار داده شده است.

در این آگهی تبلیغاتی می‌خوانیم: «این بار احتمال به دنیا آمدن بچه‌های سه قلو وجود داشته و البته هنوز هم برای ملکه جای کافی هست.» در ادامه هشتگ‌های #SevenSeats، XTrail و #Roy-alBaby نیز مشاهده می‌شود.

تولد برادر بزرگ‌تر این نوزاد یعنی پرنس جورج در جولای سال ۲۰۱۳، منجر به ساخت آگهی‌های تبلیغاتی تاکتیکی فراوان از سوی برندهایی نظیر کوکاکولا و خطوط هوایی Ryanair شد که این برند موقتا اسم خود را به «Ryanheirheir» (به معنای وارث و جانشین است) تغییر داد.

برندهایی نظیر Marks & Spencer (تولیدکننده پوشاک)، Tesco و Jack Wills (فروشنده لباس) از جمله نخستین نام‌هایی بودند که از طریق توییتر تولد دومین نوزاد دوک و دوشس کمبریج را به آنها تبریک گفتند.

تبلیغات جایزه‌دار زیر ذره‌بین

حسن بنانج
کارشناس ارشد تبلیغات بازرگانی

مشاهده اعداد با صفرهای غیرقابل شمارش در آگهی‌های مختلف، معمولا رویای پولدار شدن و متمول زیستن را در عمق وجود انسان زنده می‌کند؛ رویایی که هر فرد می‌تواند شانس خود را برای تحقق بخشیدن به آن امتحان کند. این مضامین بیش از هرچیز دیگری انسان را یاد بلیت‌های بخت‌آزمایی و شرط‌بندی می‌اندازد. کسب وکاری که سال‌هاست در این مرز و بوم ممنوع شده است، اما اشکال جدید و زیرپوستی آن را در لباس و چهره‌ای متفاوت می‌توان دید. یکی از این اشکال تبلیغات جایزه‌دار است.

تبلیغات جایزه‌دار از جمله روش‌های ترویج است که برای افزایش فروش به کار می‌رود. این روزها اما رسانه‌های ملی و محلی پر شده‌اند از تبلیغات جایزه محور. اگر در گذشته این نوع ترویج بیشتر مختص بانک‌ها و موسسه‌های اعتباری بود، حالا دامنه مشتریانش وسعت‌یافته و از کالای بادوام و بی‌دوام گرفته تا مصرفی و غیرمصرفی را زیرسیطره خود درآورده است. با این روش هم رسانه‌های تصویری باکس‌های آگهی و ساعات آخر هفته خود را با برنامه‌های قرعه‌کشی پر می‌کنند، هم صاحب کالا محصولاتش را می‌فروشد و هم برندگان به نوایی می‌رسند، اما آیا این همه ماجراست؟

جایزه تبلیغاتی از کجا آمد؟

داستان تبلیغات جایزه‌دار از آنجا شروع شد که برخی از بانک‌های دولتی در اواخر دهه ۷۰ شمسی به منظور افزایش سرمایه خود، اقدام به برگزاری قرعه‌کشی در میان سپرده‌گذاران کردند. با توجه به اینکه در آن زمان پرداخت سود به سپرده‌گذاران قانونی نبود، این نوع قرعه‌کشی به‌عنوان روشی موثر برای جذب سرمایه پیشنهاد شد.

این تکنیک خوب جواب داد و رفته‌رفته در میان همه بانک‌ها رواج یافت. بعدها با ورود بانک‌های خصوصی به صنعت بانکداری کشور، این بانک‌ها نیز به مشتریان پروپاقرص تبلیغات جایزه‌دار تبدیل شدند و خیلی سریع در میان عامه نام‌شان بر سر زبان‌ها افتاد؛ این اتفاق همزمان بود با رشد تولید کالاهای وطنی.

در آن زمان تبلیغ محصولات تولیدی بی‌دوام در ایران بیشتر مبتنی‌بر معرفی کالا و کیفیت آن بود، اما با افزایش واردات کالاهای مختلف و همچنین بروز تورم و رکود افسارگسیخته در دهه ۸۰ رفته‌رفته وسوسه استفاده از تبلیغات جایزه‌دار به جان صاحبان برند داخلی این کالاها افتاد، تا جایی که حالا دیگر بخش عمده کمپین‌های تبلیغاتی جایزه‌محور شده‌اند و مشتری بیشتر از آنکه کالا را بشناسد، درصدد شناخت جایزه و ارزش آن است.

تحقق رویای پولدار شدن در صنعت تبلیغات

باید اذعان کرد تبلیغات جایزه‌دار در کشور ما با بافت اقتصادی و فرهنگی خاصش، بسیار موثر افتاده است. این نوع تبلیغات بیشتر از سوی قشر کم‌درآمد جامعه مورد استقبال قرار می‌گیرد. قشری که به دلیل عدم‌وجود ظرفیت برای رسیدن به سطح درآمدی بالاتر، با دیدن آگهی‌های پر زرق و برق یا سریال‌های تلویزیونی که بعضا مروج سبک‌زندگی مصرفی هستند، افسوس و حسرت چنین زندگی‌ای را می‌خورند. در نتیجه خانوارهای این قشر در آرزوی دستیابی به جایزه هر روز یکی از محصولات جایزه‌دار را فارغ از نیاز خود یا کیفیت آن محصولات می‌خرند و به تولیدکنندگان و برخی آژانس‌های تبلیغاتی در استفاده بیشتر و گسترده‌تر از این نوع تبلیغ انگیزه مضاعف می‌دهند.

این نوع تبلیغات اصولا یکی از تکنیک‌های رایج فروش محسوب می‌شود که معمولا هم با نتایج بسیار خوبی همراه است. بارزترین نتیجه این روش تبلیغ، فروش بیشتر و تصاحب سهم بیشتری از بازار است. افزون بر این، تبلیغات جایزه‌دار با توجه به اینکه بر اصلِ رویای پولدار شدن استوار

گاهی ممکن است یک محصول جدید در بازار مورد توجه قرار نگیرد، در این صورت برای اینکه مشتریان بالقوه با این محصول آشنا شده و توانایی‌های آن را بشناسند، می‌توان از تبلیغات جایزه‌دار به‌صورت دوره‌ای استفاده کرد

است، موجب جلب‌توجه بیشتر مخاطبان و در واقع دیده شدن بیشتر محصول یا برند است. همچنین تداوم استفاده از این تکنیک باعث تکرار خرید از سوی مشتریان شده و ترجیح برند را نزد آنان تقویت می‌کند.

محدودیت‌های قانونی

امروز انواع و اقسام قرعه‌کشی‌ها با جوایز نفیس از خودرو و شمش طلا گرفته تا خانه ویلایی و پول نقد را می‌توان مشاهده کرد که توسط برندهای تولید رب گوجه‌فرنگی و خمیردندان و انواع و اقسام شرکت‌های تولید موادغذایی این قرعه‌کشی‌های‌شان با آب و تاب به مخاطبان معرفی می‌شود.

در بسیاری از نقاط دنیا برای تبلیغات جایزه‌دار یا خرید کوپنی، محدودیت‌هایی از نظر قانونی وجود دارد که از لجام گسیختگی استفاده از چنین تبلیغاتی جلوگیری می‌کند. جالب است بدانید که طبق قوانین کشور ما استفاده از این نوع تبلیغ به طور کل ممنوع است.

طبق ماده ۱۲ و بند د قانون تبلیغات مصوب سال ۱۳۷۲ تعیین جایزه در مقابل تشویق به خرید و مصرف ممنوع است. با وجود صراحت قانون در به کارگیری این نوع تبلیغات، بسیاری از صاحبان کالا و رسانه‌ها، با اغماض با این موضوع برخورد می‌کنند. این ممنوعیت بیشتر در عدم‌اجرای فرآیندی سالم و قانونی در انجام قرعه‌کشی‌ها ریشه دارد.

اخیرا برخی از برندهایی که تبلیغات جایزه‌دار اجرا می‌کنند، تلاش کرده‌اند با برگزاری مراسم قرعه‌کشی به‌صورت زنده از تلویزیون به نوعی این نقیصه قانونی را برطرف کرده و به تبلیغات خود مشروعیت ببخشند.

تبلیغ به مثابه یک مخدر

صرف‌نظر از موانع قانونی تبلیغات جایزه‌دار، طبق نظر بسیاری از کارشناسان حوزه برند، باید گفت این روش تبلیغی به برند ضربه زده و ارزش آن را پایین می‌آورد.

همان‌طور که پیش‌تر آمد کسانی که در این نوع تبلیغات شرکت می‌کنند بیشتر مشتریانی هستند که بدون در نظر گرفتن کیفیت کالایی که تبلیغات جایزه‌دار در مورد آن اجرا می‌شود، اقدام به خرید آن کالا می‌کنند، بنابراین در واقع این نوع تبلیغ ارزشی را به برند نمی‌افزاید و فقط باعث فروش بیشتر کالای موردنظر آن هم در مقطعی کوتاه می‌شود.

افزایش فروش و ارتقای سهم بازار یکی از اهداف اصلی در شیوه‌های مختلف بازاریابی و تبلیغات است، اما آیا می‌توان به هر قیمتی به چنین هدفی دست یافت؟

در واقع تبلیغات جایزه‌دار به مثابه ماده‌مخدر برای محصول و برند عمل می‌کند. برند به این ماده معتاد می‌شود و بدون آن نمی‌تواند به زندگی عادی خود ادامه دهد. برند هر روز به تبلیغات جایزه‌دار بیشتر وابسته می‌شود، غافل از اینکه درونش تهی شده و ارزش خود را بدون این ماده از دست داده است.

تبلیغات جایزه‌دار همچنین به برند اجازه نمی‌دهد تصویر درستی از خود و میزان تمایل و وفاداری مشتریانش داشته باشد. تبلیغات جایزه‌دار باعث می‌شود این تصویر زیر استقبال از جایزه‌ها پنهان شود.

بنابراین از این نوع تبلیغات باید به طور مقطعی و به‌صورت تاکتیکی استفاده کرد. گاهی ممکن است یک محصول جدید در بازار مورد توجه قرار گرفته است. وقتی مصرف‌کننده خارج می‌شود، مانند انیمیشنی که در آن وسایل بعد از خواب صاحب خود شروع به حرکت می‌کردند، در آگهی نیز اشیای داخل حمام شروع به حرکت می‌کنند و به سمت اسپری موبر که یک شیء جدید است می‌روند. وقتی اسپری متوجه می‌شود برای مقاومت، بخشی از محتوای داخل خود را به سمت این وسایل می‌فرستد که خمیردندان و قیچی جای خالی می‌دهند و پاف اسپری به وسیله مورد نظر کارگردان می‌خورد. مسواک تنها شیئی است که در تصویر مو دارد و به یکباره تمام موهای مسواک می‌ریزد. این شیوه تبلیغ برای لحظه‌ای لبخندی بر لب بیننده می‌نشاند و او را متوجه منظور سازنده آگهی می‌کند. کارگردان با اینکه محدودیت داشته، باز توانسته پیام مورد نظر خود را به مصرف‌کننده برساند. درآخر گوینده متن تیرخلاص را می‌زند و می‌گوید که این محصول فلان خواص را دارد و آگهی هم به این ترتیب به پایان می‌رسد.

حضور مینیون‌ها در آگهی موبر

مینیون‌ها شخصیت‌های هالیوودی هستند که چندی است در کنار دیگر کاراکترهای معروف انیمیشنی جایگاه خوبی را میان کودکان باز کرده‌اند. این شخصیت‌های کارتونی دوست‌داشتنی معمولا در قسمت‌های مختلف کارتون در حال مبارزه و انجام کارهای عجیب هستند. مینیون‌ها در داخل آنقدر معروف شده‌اند که به هراسباب‌بازی‌فروشی که سر می‌زنید حتما از عروسک آن خواهید دید. چندی است یکی دیگر از شرکت‌های تولیدکننده لوازم بهداشتی شروع به پخش آگهی برای محصول موبر خود کرده است. این آگهی انیمیشنی است که در آن شخصیت‌هایی شبیه به مینیون‌ها را نمایش می‌دهد که کثیف و پر از مو هستند، اما به یکباره مینیون‌های واقعی با تیوپ‌های این کرم وارد صحنه شده و در صحنه مبارزه، مقداری از این کرم را به سمت شخصیت‌های پرمو شلیک می‌کنند. موقع برخورد تمام موها می‌رود و شخصیت‌های کثیف به یکباره تمیز و قشنگ می‌شوند. این آگهی از جذابیت بصری خاصی برخوردار نیست، ولی همین محدودیت و بازی با آن، هر بیننده‌ای را به تماشای آگهی تشویق می‌کند. هرچند باز در این آگهی به خاطر استفاده از شخصیت انیمشینی جالب، کودکان گروه سنی پایین‌تر بیشتر از بزرگ‌ترها به دیدن این آگهی اشتیاق نشان می‌دهند. این شیوه چندی است در آگهی‌های داخلی باب شده است، اما به نظر می‌رسد سازندگان آگهی در ابتدای دریافت بریف از طرف مشتری هیچ‌گاه از او نمی‌پرسند که گروه هدف این محصول کیست و باید برای چه گروه سنی این آگهی نوشته و ساخته شود.

فرصتی برای خلاقیت

در حال حاضر محدودیت در نمایش برخی محصولات باعث ایجاد تنوع در آگهی‌ها شده است. به نظر می‌رسد اگر حضور محصول در آگهی‌های ایرانی مانند بسیاری از آگهی‌های خارجی کمرنگ شود، این سازندگان با وجود تمام محدودیت‌ها هم بتوانند آگهی‌های بهتری را بسازند. در برخی از آگهی‌های خارجی با اینکه محصول دیده نمی‌شود وحرفی نیز از آن زده نشده، باز سازنده به خوبی پیام تبلیغاتی خود را به مشتری رسانده است. این در حالی است که این روزها با هر سازنده آگهی که صحبت می‌شود و از نبود خلاقیت کلامی به میان می‌آید، فورا از محدودیت در تبلیغ برخی محصولات حرف می‌زنند. محدودیت وجود دارد، درست، ولی این همه اصرار برای حضور محصول در آگهی‌های ایرانی سوالی بزرگ را در ذهن هر بیننده‌ای ایجاد کرده است. این سازندگان که از هر نوع آگهی خارجی الگوبرداری می‌کنند، پس چرا این تکنیک را از آن آگهی‌ها برداشت نمی‌کنند و نمی‌کوشند این محدودیت‌ها را تبدیل به فرصتی برای خلق خلاقیت‌های جذاب کنند؟

رسانه

محدودیتی که به خلاقیت منجر می‌شود

حسین محمدیان

شرکت‌های تبلیغاتی نمی‌توانند شامپو برای موهای رنگ‌شده، کرم موبر، بسته‌بندی چیپس و پفک و بسیاری محصول دیگر را در بسیاری از رسانه‌ها نمایش دهند، چون ممنوع است، اما می‌توانند مردی را در حمام برای تبلیغ شامپوی مخصوص موی رنگ شده یا مردی را برای تبلیغ شامپوی گردوی فلان شرکت در حالی نمایش دهند که با همان هیبت خیس و حوله‌ای برتن به سمت داروخانه می‌رود و خانم‌هایی که با دهان باز او را نگاه می‌کنند. آیا این دور زدن محدودیت‌ها ناشی از تبلیغ برخی محصولاتی است که با توجه به فرهنگ ما مناسب نمایش واضح‌تر نیستند؟ در برخی موارد شاهد این بودیم که همین محدویت‌ها باعث ایجاد خلاقیت از سوی سازنده آگهی شده و حداقل توجه مخاطب را هرچند کوتاه به سمت پیام تبلیغاتی جلب کرده است.

مسواکی که موهایش به هوا می‌رود!

این روزها شرکت‌ها اجازه یافته‌اند با رعایت قوانین و محدودیت‌های موجود، هر محصولی را در تلویزیون تبلیغ کنند. به گفته یک کارشناس، در ازای پرداخت پول، شرکت‌ها امکان پخش هر آگهی را دارند. چندی است که یک تولیدکننده کرم و اسپری موبر شروع به پخش آگهی در تلویزیون کرده است. در این آگهی سازنده چون محدودیت داشته، سعی کرده راه بهتری را انتخاب کند. آگهی فردی را نشان می‌دهد که بعد از دوش گرفتن و خروج از حمام اسپری موبر را جایی می‌گذارد که قیچی و مسواک و خمیردندان آنجا قرار گرفته است. وقتی مصرف‌کننده خارج می‌شود، مانند انیمیشنی که در آن وسایل بعد از خواب صاحب خود شروع به حرکت می‌کردند، در آگهی نیز اشیای داخل حمام شروع به حرکت می‌کنند و به سمت اسپری موبر که یک شیء جدید است می‌روند. وقتی اسپری متوجه می‌شود برای مقاومت، بخشی از محتوای داخل خود را به سمت این وسایل می‌فرستد که خمیردندان و قیچی جای خالی می‌دهند و پاف اسپری به وسیله مورد نظر کارگردان می‌خورد. مسواک تنها شیئی است که در تصویر مو دارد و به یکباره تمام موهای مسواک می‌ریزد. این شیوه تبلیغ برای لحظه‌ای لبخندی بر لب بیننده می‌نشاند و او را متوجه منظور سازنده آگهی می‌کند. کارگردان با اینکه محدودیت داشته، باز توانسته پیام مورد نظر خود را به مصرف‌کننده برساند. درآخر گوینده متن تیرخلاص را می‌زند و می‌گوید که این محصول فلان خواص را دارد و آگهی هم به این ترتیب به پایان می‌رسد.

حضور مینیون‌ها در آگهی موبر

مینیون‌ها شخصیت‌های هالیوودی هستند که چندی است در کنار دیگر کاراکترهای معروف انیمیشنی جایگاه خوبی را میان کودکان باز کرده‌اند. این شخصیت‌های کارتونی دوست‌داشتنی معمولا در قسمت‌های مختلف کارتون در حال مبارزه و انجام کارهای عجیب هستند. مینیون‌ها در داخل آنقدر معروف شده‌اند که به هراسباب‌بازی‌فروشی که سر می‌زنید حتما از عروسک آن خواهید دید. چندی است یکی دیگر از شرکت‌های تولیدکننده لوازم بهداشتی شروع به پخش آگهی برای محصول موبر خود کرده است. این آگهی انیمیشنی است که در آن شخصیت‌هایی شبیه به مینیون‌ها را نمایش می‌دهد که کثیف و پر از مو هستند، اما به یکباره مینیون‌های واقعی با تیوپ‌های این کرم وارد صحنه شده و در صحنه مبارزه، مقداری از این کرم را به سمت شخصیت‌های پرمو شلیک می‌کنند. موقع برخورد تمام موها می‌رود و شخصیت‌های کثیف به یکباره تمیز و قشنگ می‌شوند. این آگهی از جذابیت بصری خاصی برخوردار نیست، ولی همین محدودیت و بازی با آن، هر بیننده‌ای را به تماشای آگهی تشویق می‌کند. هرچند باز در این آگهی به خاطر استفاده از شخصیت انیمشینی جالب، کودکان گروه سنی پایین‌تر بیشتر از بزرگ‌ترها به دیدن این آگهی اشتیاق نشان می‌دهند. این شیوه چندی است در آگهی‌های داخلی باب شده است، اما به نظر می‌رسد سازندگان آگهی در ابتدای دریافت بریف از طرف مشتری هیچ‌گاه از او نمی‌پرسند که گروه هدف این محصول کیست و باید برای چه گروه سنی این آگهی نوشته و ساخته شود.

فرصتی برای خلاقیت

در حال حاضر محدودیت در نمایش برخی محصولات باعث ایجاد تنوع در آگهی‌ها شده است. به نظر می‌رسد اگر حضور محصول در آگهی‌های ایرانی مانند بسیاری از آگهی‌های خارجی کمرنگ شود، این سازندگان با وجود تمام محدودیت‌ها هم بتوانند آگهی‌های بهتری را بسازند. در برخی از آگهی‌های خارجی با اینکه محصول دیده نمی‌شود وحرفی نیز از آن زده نشده، باز سازنده به خوبی پیام تبلیغاتی خود را به مشتری رسانده است. این در حالی است که این روزها با هر سازنده آگهی که صحبت می‌شود و از نبود خلاقیت کلامی به میان می‌آید، فورا از محدودیت در تبلیغ برخی محصولات حرف می‌زنند. محدودیت وجود دارد، درست، ولی این همه اصرار برای حضور محصول در آگهی‌های ایرانی سوالی بزرگ را در ذهن هر بیننده‌ای ایجاد کرده است. این سازندگان که از هر نوع آگهی خارجی الگوبرداری می‌کنند، پس چرا این تکنیک را از آن آگهی‌ها برداشت نمی‌کنند و نمی‌کوشند این محدودیت‌ها را تبدیل به فرصتی برای خلق خلاقیت‌های جذاب کنند؟

تبلیغات خلاق

طراحان: مازیار علی‌یاری - محمد بنی‌حسن

حکایت برندها

موتورولا
از سفر به ماه تا ادغام در گوگل

شکوفه میرزایی

بازار گوشی‌های اندرویدی این روزها بسیار داغ است و برنده این میدان برندی خواهد بود که مزیتی رقابتی نسبت به سایرین برای مخاطبان داشته باشد. معیارهای سنجش برای خرید گوشی برای افراد متفاوت است، اما اغلب قدرت و سرعت کار کردن با اپ‌ها، ماندگاری باتری و ضدآب و ضدضربه بودن در گوشی‌ها در اولویت قرار دارد. در این بین شرکت موتورولا بر خلاف انتظارات، تمرکز خود را بر ویژگی‌های کاربر پسند و اجزای خوب گذاشته است. شرکت موتورولا همواره تلاش می‌کند بر شعار همیشگی‌اش- درستی و احترام به مردم- پایبند بوده و همواره معتقد است که هرچند با طول زمان، مشتریان، مردم و محصولات تغییر می‌کنند، اما باورهای اصلی موتورولا در زمینه مشتری‌مداری تغییر نخواهد کرد. برای شناخت هر چه بیشتر این برند بهتر است نگاهی به تاریخچه بلند و پرفراز و نشیب آن بیندازیم.

در سال ۱۹۲۸ پل وی گالوین و برادرش جوزف ای گالوین در کارخانه‌ای در ایلینویز شیکاگو سرمایه‌گذاری کردند. گفته شده که در آن زمان کارخانه گالوین تنها پنج کارمند داشت و نخستین محصول کارخانه حذف‌کننده باتری بود که مصرف‌کنندگان را قادر می‌ساخت از جریان برق خانگی در رادیو استفاده کنند.

با شروع دهه ۱۹۳۰ شرکت گالوین به تولید رادیوهای ماشین، رادیوهای خانگی و گیرنده‌هایی برای انتقال پیام در بین گروه‌های پلیس با نام تجاری موتورولا (Motorola) پرداخت. حدود یک دهه بعد، شرکت برای نخستین بار رادیوهایی با موج FM را وارد بازار کرد که نخستین سیستم FM در فیلادلفیا در ایالات‌متحده نصب شد، به علاوه یک آزمایشگاه تحقیقاتی برای بررسی الکترونیکی حالت جامد نیز در شرکت تاسیس شد.

نخستین سهام شرکت موتورولا در سال ۱۹۴۳ عرضه شد، این سهام متعلق به نوعی رادیوی دستی FM مدل SCR300 بود که به شکل کوله‌پشتی ساخته شده بود.

پس از گذشت ۴ سال شرکت گالوین قدم‌های تازه‌ای برداشت و نخستین تلویزیون موتورولا Golden view VT71 خود را وارد بازار کرد که توانست در طول یک سال بیش از ۱۰۰ هزار دستگاه از این تلویزیون را بفروشد، البته حرکت جالب شرکت گالوین این بود که نام شرکت خود را از گالوین به موتورولا تغییر داد و حدود ۸ سال بعد موتورولا حرف «M» را به‌عنوان سمبول محصولاتش اعلام کرد و در همین سال ترانزیستور ژرمانیوم که یکی از قوی‌ترین ترانزیستورها در محصولات تجاری به شمار می‌رفت، برای رادیوهای ماشین در نظر گرفته شد و به‌عنوان نخستین محصول نیمه‌رسانا به تولید انبوه رسید.

موتورولا به تنوع محصولات و خلاقیت‌های خود همچنان ادامه داد تا در سال ۱۹۵۶ نخستین رادیوی جیبی پیجر (Talkie - Handie) خود را تولید کرد. این پیجر قادر بود پیام ویژه‌ای را به شخص موردنظر برساند. از این رو خیلی زود وارد ساختار کاری بیمارستان‌ها و کارخانه‌ها شد.

پس از گذشت ۴ سال یعنی در سال ۱۹۵۹ پل وی گالوین درگذشت و پسرش روبرت وی گالوین مدیریت شرکت را به دست گرفت اما موتورولا از تلاش بازننشست و در ارتش، فضا و ارتباطات تجاری پیشرو بود و نخستین تاسیسات نیمه هادی در این سال ساخته شد.

«گامی کوچک برای یک مرد، اما جهشی عظیم برای بشریت»، این جمله‌ای بود که «نیل آرمسترانگ» در سال ۱۹۶۰ به‌عنوان نخستین انسانی که پا به ماه گذاشت، توسط دستگاه مخابره رادیویی که موتورولا طراحی کرده بود، بیان کرد. مدیریت جدید موتورولا توجه به الکترونیک مصرفی را کاهش داد و فعالیت شرکت را به سمت بازارهای جهانی ارتقا داد. در اواسط دهه ۱۹۷۰ فناوری تولید گیرنده‌های تلویزیون رنگی فروخته شد و برای شرکت امکان تمرکز روی باندهای HiTech در زمینه بازرگانی صنعتی و دولتی فراهم شد.

عنوان نخستین تهیه‌کننده تلفن‌های سلولیدر اواخر دهه ۱۹۸۰ به موتورولا داده شد و سپس در سال ۱۹۹۶ گوشی همراه TACTM Star تولید شد. سال ۲۰۰۳ نخستین گوشی تلفن همراه A۷۶۰ مرکب از سیستم لینوکس و فناوری جاوا روانه بازار شد و یک سال بعد نیز تلفن همراه با ضخامت ۱۳/۹ میلی‌متر با ویژگی‌های خاص مواد به کار رفته در آن عرضه شد.

در ۲۰۰۶، موتورولا مدال ملی فناوری ۲۰۰۴ را به پاس ۷۵ سال تلاش و رهبری توسعه فناوری الکترونیک در ارتباطات تلفن همراه دریافت کرد. درهمین سال موتورولا تلفن همراه صفحه لمسی را با الفبای چینی در آسیا عرضه کرد. در ابتدای سال ۲۰۰۷ نیز موتورولا با شرکت SYMBOL TECHNOLOGIES ادغام شد. اخیرا موتورولا در بین ۱۰۰ شرکت شهروند امریکایی در عملیات زیست محیطی و رسالت اجتماعی چهارم شد. این چهارمین باری بود که شرکت در جرگه ۱۰ شرکت برتر در این زمینه قرار می‌گرفت. خوب است بدانید شرکت موتورولا از سال تاسیس خود تاکنون موفق به دریافت ۵۱۳ جایزه گوناگون برای محصولات مختلف ارتباطی خود شده است و امروز موتورولا سهم گسترده‌ای در تولید تلفن‌های همراه در بازارهای مختلف به‌ویژه امریکا، به خود اختصاص داده است. موتورولا در سال ۲۰۱۰ بیش از ۱۴۴ میلیون دستگاه تلفن همراه فروخت که حدود ۷درصد از سهم بازار جهانی را شامل می‌شد. در نهایت شرکت گوگل در سال ۲۰۱۱ با پرداخت مبلغ ۱۲,۵ بیلیون دلار مالکیت شرکت موتورولا موبیلیتی را به‌دست آورد.

کلینیک کسب‌وکار(۵۸)

تهیه بانک اطلاعاتی

پرسش: صاحب یک شرکت خدماتی هستم که دو سال است فعالیت خود را آغاز کرده‌ام. در این مدت هنوز نتوانسته‌ام بانک اطلاعاتی قابل قبولی را از مشتریانم تهیه کنم. برای تهیه این بانک باید چه مراحلی را طی کنم؟

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.

پاسخ کارشناس: مدیریت ارتباط با مشتریان (CRM) یک تخصص است. برای اینکه شما بتوانید بانک اطلاعاتی از مشتریان خود جمع‌آوری و بعدها از این بانک به نحو احسن بهره‌برداری کنید، ضروری است که یک سیستم CRM مناسب در شرکت خود ایجاد کنید. پیشنهاد می‌کنیم در ابتدا یک کارشناس CRM باتجربه استخدام و با مشورت او یک نرم‌افزار CRM تهیه کنید.

وقتی این سیستم در یک شرکت راه‌اندازی می‌شود، راهکارهایی را در بخش‌های مختلف تثبیت می‌کند که در ابتدا منجر به ایجاد یک بانک اطلاعاتی جامع و کامل از مشتریان شما خواهد شد. علاوه بر این مشتریان را طبقه‌بندی می‌کند و شما می‌توانید مشتریان درجه یک و دو و سه خود را بشناسید و متناسب با این موضوع از آنها قدردانی کنید یا آنها را مورد بازاریابی پیامکی، ایمیلی یا تلفنی قرار دهید.

به یاد داشته باشید که صرف داشتن یک بانک ارزش چندانی ندارد. زمانی این بانک می‌تواند منجر به فروش بیشتر شما و پایداری بیشتر کسب‌وکارتان شود که بتوانید بهترین استفاده را از این بانک کنید و تنها راه‌حل آن ایجاد یک سیستم CRM است. بنابراین توصیه می‌کنیم راه اصولی را در پیش بگیرید و از جمع‌آوری سطحی شماره و آدرس از مشتریان خود صرف‌نظر کنید.

گزارش «فرصت امروز» درباره فوت‌وفن‌های مدیریت ساعت‌فروشی

خرید زمان، فروش زمان‌سنج

سهراب علی‌اکبری

تماشای ویترین ساعت‌فروشی‌ها برای همه ما جذاب است؛ نگاه کردن به ساعت‌های زیبایی که دوست داریم در دست داشته باشیم و بعضا به دلیل بالا بودن قیمت، از پس خرید آن برنمی‌آییم. چند سالی است که بسیاری از افراد به زیبایی ساعتی که در دست دارند و البته برند آن، بسیار اهمیت می‌دهند و همین علاقه جرقه استفاده از یک فرصت خوب را برای مدیریت یک کسب‌وکار عقلایی در ذهن فعالان کسب‌وکار ایجاد می‌کند. فعالیت در شغل ساعت‌فروشی یک شغل اقتصادی و مقرون به صرفه است. همین مسئله باعث شده که به تعداد فعالان این شغل بسیار افزوده شود و مدل‌های عرضه محصولات این حوزه هر روز تنوع بیشتری پیدا کند. برای اینکه بتوانیم یک کسب‌وکار خوب را مدیریت کنیم، خواندن این گزارش می‌تواند کمک و راهنمای کوچکی برای شما باشد. پس خواندن آن خالی از لطف نیست.

یک فروشگاه ساعت را در نظر بگیرید. یک ویترین پرزرق و برق که توجه همه را به خود جلب می‌کند، گاه حتی رهگذرانی را می‌بینیم که قصد خرید ساعت ندارند و بخشی از زمان خود را پشت ویترین ساعت‌فروشی صرف می‌کنند. اگر می‌خواهید در شغل فروش ساعت فعالیت کنید، باید در نظر داشته باشید که مشتریان شما همه خریدار نیستند. برخورد مناسب شما با این مسئله باعث می‌شود تا آنها وقتی قصد خرید دارند، دوباره به مغازه شما مراجعه کنند. زمانی که یک مشتری وارد فروشگاه شما می‌شود نباید حتما توقع داشته باشید که دست پر از مغازه بیرون برود، اما رفتار و نوع پاسخگویی شما می‌تواند فضا را برای دیداری مجدد مهیا کند.

از کجا بخریم که به صرفه بفروشیم؟

برخی از فروشگاه‌های ساعت نام یک برند را روی تابلوی مغازه‌شان حک و خود را به‌عنوان نمایندگی آن برند معرفی می‌کنند، اما در عین حال برندهای دیگر را هم به نمایش می‌گذارند تا بتوانند پاسخگوی نیاز مشتریان خود باشند. البته برخی فروشگاه‌ها نیز هستند که به‌عنوان نماینده برند معرفی می‌شوند و با آن شرکت قرارداد می‌بندند و فقط محصولات همان شرکت را عرضه می‌کنند. باید در نظر داشت که در پیش گرفتن روش دوم در جلب اعتماد مشتریان موثر است؛ البته تنوع محصول هم مزایای خود را دارد. برای تهیه ساعت باید واردکنندگانی را بشناسید که با قیمت مناسب ساعت را به دست شما می‌رسانند. معامله با این افراد هم می‌تواند به تعداد مشتری‌های شما اضافه کند، به این دلیل که فروشگاه شما همیشه پر از ساعت‌های روز دنیاست، هم برای‌تان سودبخش باشد. سعی کنید کالای خود را از واردکننده اصلی دریافت کنید و از خرید ساعت توسط واسطه‌هایی که کارشان دلالی است خودداری کنید. از سوی دیگر دقت داشته باشید که حذف واسطه‌ها باعث کاهش قیمت تمام شده و معتدل شدن قیمت‌ها می‌شود.

ویترین زیبا و نورپردازی متفاوت

ویترین ساعت‌فروشی هم مانند طلافروشی‌ها باید پرزرق‌وبرق باشد و به قول معروف به چشم بیاید تا مشتری‌ها را جذب ساعت‌های فروشگاه شما کند و به داخل مغازه بکشاند. ویترین شما باید دارای طبقات زیبا باشد. سعی کنید ساعت‌ها با برندهای گوناگون را در طبقات جدا یا در بخش مشخصی به نمایش بگذارید تا مشتریان به راحتی بتوانند از مدل‌های یک برند دیدن کنند. برندهای لوکس و گران‌قیمت را در یک ویترین جداگانه قرار دهید و ساعت‌های با قیمت مناسب‌تر را نیز در یک ویترین دیگر بگذارید. این کار باعث می‌شود تا مشتری‌های شما تفکیک شود. نور یکی از مواردی است که ساعت‌فروشان باید به آن توجه زیاد داشته باشند و در صورت بی‌توجهی به این موضوع نباید فکر فروش بالا و سود کلان را به سر خود راه بدهند. استفاده از نورهای متمرکز روی هرساعت جلوه‌ای خاص به آن می‌بخشد و دلیلی می‌شود تا مشتری را به داخل مغازه بکشاند. نور داخل ویترین باید ترکیبی از نور زرد و نور سفید باشد تا رنگ اصلی ساعت خودش را نشان دهد. برای مغازه خود باید یک گاو صندوق کوچک به همراه یک میز حسابداری تهیه کنید و بقیه مغازه نیز باید توسط ویترین طراحی شود تا مدل‌هایی را که نتوانسته‌اید در ویترین بیرونی قرار دهید در ویترین داخلی بگذارید تا مشتری‌هایی که وارد مغازه می‌شوند آنها را ببینند.

شاید در نگاه اول افراد از شنیدن قیمت‌های نجومی ساعت‌های دلخواه خود هراس داشته باشند، اما اگر شما افراد را برای نشان دادن مدل‌های گوناگون به داخل فروشگاه راهنمایی کنید، این ترس آنها برطرف می‌شود و به احتمال زیاد مشتری شما خواهند شد.

بخش تعمیرات تعریف کنید

حتما بخشی از مغازه خود را به تعمیرات اختصاص بدهید تا بتوانید به همه نیازهای مشتریان پاسخ دهید و اعتماد آنها را جلب کنید. این روزها بخش تعمیرات نیز مانند قسمت فروش از اهمیت بالایی برخوردار است، زیرا ساعت‌ها در چندسال اخیر قیمت چند برابری پیدا کرده‌اند و امکان خرید چند ساعت در یک بازه زمانی کوتاه برای همه فراهم نیست. ساعت وسیله‌ای نیست که هر زمانی که افراد هوس خرید داشته باشند به ساعت‌فروشی مراجعه کنند و آن را بخرند. در نتیجه شما به‌عنوان مدیر یک فروشگاه ساعت باید رفتاری داشته باشید که نه تنها افراد را برای خرید بعدی به مغازه بکشانید، بلکه به‌گونه‌ای رفتار کنید که آنها مشتری‌هایی از دوستان و آشنایان خود به شما معرفی کنند.

شما می‌توانید به‌عنوان فروشنده وسیله نشان دادن زمان، زمان تولد مشتری‌های خود را یادداشت کنید و به آنها روز تولدشان را تبریک بگویید. همچنین می‌توانید در زمان تولد مشتریان بن‌های تخفیفی برایشان در نظر بگیرید تا از مدل‌های جدید شما دیدن کنند و خریدشان را انجام دهند. ارائه تخفیف‌های جزیی هزینه چندانی به شما تحمیل نمی‌کند، اما مشتریان وفاداری را روانه کسب‌وکار شما می‌کند که می‌توانند آینده کاری درخشانی را برایتان رقم بزنند.

کتابخانه

غذای روح در محیط کار

کار، بخش مهمی از زندگی ما را تشکیل می‌دهد که سرشار از تجربیات گوناگون است. کار یکی از عوامل تولید است که تمام فعالیت‌های اقتصادی انسان، اعم از فکری و یدی، تخصصی و غیرتخصصی برای تولید ثروت را در برمی‌گیرد. ما هر روز صبح همانند روزهای دیگر از خواب برمی‌خیزیم، معمولا مدت کوتاهی را با خانواده خود که آنها هم مشغولیات خود را دارند، می‌گذرانیم و سپس به سر کار می‌رویم. اغلب روزی ۸ تا ۱۰ ساعت یا حتی گاهی ۱۲ ساعت از وقتمان در محل کار می‌گذرد.

همه روزه در محل کار با جابه‌جایی‌های بسیار و تغییرات عمیقی مواجهیم، ولی با این احوال، می‌بینیم هنوز نیازهای اساسی نظیر نیاز به ملاقات و ارتباط با دوستان، باور به ارزشمند بودن و گرامی داشتن، خلاقیت و باورِ اینکه کار ما ارزشمند است، در ما باقی است.

کتاب «غذای روح در محیط کار» رخدادهای شگفت‌انگیز در دنیای کار را در قالب داستان‌های متفاوت در ۹ سرفصل جداگانه مطرح کرده است. شما می‌توانید در بسیاری موارد از این داستان‌ها استفاده کنید. این داستان‌ها، به‌عنوان یک سوخت و غذا، می‌توانند شما را در بازتاب‌های روزمره یاری کنند و با خواندن این داستان‌ها شاید بتوانید مدت زیادی در موفقیت‌ها و شکست‌های خود جست‌وجو و تفحص کنید.

توماس آکوئیناس می‌گوید: «اگر از کار خود لذت نبرید، هیچ لذتی در زندگی احساس نخواهید کرد.» خواندن این داستان‌ها به شما خاطرنشان می‌کند که همیشه و همه جا، در کار، در عشق و در نمود دائمی خود این موضوع را آویزه گوش خود قرار دهید که «بهترین کاری را که می‌توانی انجام بده.»

از مهم‌ترین سرفصل‌های کتاب می‌توان به؛ عشق در کار، توجه داشتن، نیروی موجود در سپاسگزاری، خلاقیت در کار و شجاعت اشاره کرد. کتاب غذای روح در محیط کار شامل ۱۰۰داستان آموزنده و جالب است که با تلاش جک کانفیلد، ماریک ویکتور هانسن، مایدا راجرسون، مارتین روت و تیم کلاوس جمع‌آوری و نگاشته شده است، این کتاب توسط عباس چینی و نازیلا رفعتی ترجمه‌شده و نشر آسیم آن را در ۲۸۱ صفحه منتشر کرده است.

دیدگاه

تضمین موفقیت سازمان با برنامه‌ریزی استراتژیک

بدون برنامه‌ریزی استراتژیک نه!

عطیه عظیمی
کارشناس ارشد مدیریت

برنامه‌ریزی استراتژیک فرآیندی است که اکثر شرکت‌های موفق و صاحبنام دنیا از آن برای هدایت و پیشبرد برنامه‌ها و فعالیت‌های خود با افق دید بلندمدت و در جهت دستیابی به اهداف و تحقق ماموریت سازمانی بهره می‌گیرند. این نوع برنامه‌ریزی اگر به درستی تدوین شود، به انتخاب استراتژی‌هایی منجر می‌شود که درصورت اجرای صحیح و به‌موقع، تعالی و پیشتازی سازمان را به ارمغان می‌آورد. باتوجه به تغییرات و تحولات سرسام‌آور محیط و شدت زیاد رقابت در بازارهای جهانی، هر سازمانی در راستای تداوم حیات و کسب موفقیت بیشتر، نیازی مبرم به بهره‌مندی از برنامه‌ریزی استراتژیک دارد. برنامه‌ریزی استراتژیک، سطوح مختلف مدیریت سازمان را در تعیین اهداف، هدایت و راهنمایی می‌کند. شناسایی و پاسخگویی به موج تغییرات، فرصت‌های جدید و تهدیدات در حال ظهور را تسهیل می‌کند. مزایای فوق به سازمان‌ها توانایی آن را می‌بخشد که به جای آنکه صرفا پاسخگوی نیروهای رقابتی بوده و در مقابل شرایط متغیر حاکم بر خود واکنش نشان دهند، خود بر آنها تاثیر بگذارند. اعضای یک سازمان در بین کارهای وظیفه‌ای ثابت و چالش‌های روزانه سردرگم می‌شوند و ممکن است که جهت اهداف سازمان را گم کنند و بینش خود را نسبت به آن از دست بدهند. یک برنامه استراتژیک می‌تواند، نه‌تنها درک اعضا از اهداف را بیشتر کند، بلکه تفکر آینده‌گرا را بر مبنای درک مشترکی از رسالت سازمان تحریک و ایجاد کند. همکاری بین اعضای یک سازمان وقتی با مفروضات مشترکی نسبت به اهداف مشترک فعالیت کنند، بسیار موثر و اثربخش می‌شود. برنامه‌ریزی استراتژیک فرآیندی همگانی و مشارکتی است که کارکنان و مدیران نسبت به آن احساس مالکیت مشترک دارند. این برنامه‌ریزی مسئولیت سازمان در قبال جامعه را می‌پذیرد، نسبت به محیط خارجی سازمان حساس بوده و بر آن تمرکز دارد، بر مبنای داده‌های با کیفیت بالا طرح‌ریزی می‌شود و بخش کلیدی مدیریت اثربخش است. تعاریف گوناگونی از برنامه‌ریزی استراتژیک توسط صاحب‌نظران ارائه شده است که به خلاصه‌ای از آنها اشاره می‌شود: مدیریت استراتژیک عبارت است از فرآیند تضمین دستیابی سازمان به فواید ناشی از به‌کارگیری استراتژی‌های مناسب. طبق این بیان، یک استراتژی مناسب مطابق نیازمندی‌های یک سازمان در زمان مشخص تعریف می‌شود. فرآیند برنامه‌ریزی استراتژیک شامل شش گام متوالی و مستمر است: تجزیه و تحلیل محیطی، پایه‌گذاری جهت‌گیری سازمانی، هدف‌گذاری، تعیین و تدوین استراتژی‌ها، بسترسازی و اجرای استراتژی‌ها و کنترل استراتژی‌ها. تجزیه و تحلیل محیطی عبارت است از مطالعه محیط سازمان در راستای شناسایی عوامل محیطی که بر عملکرد سازمان تاثیر بسزایی دارند. اکنون مدیران با بهره‌گیری از نتایج تجزیه و تحلیل محیطی اقدام به تعیین جهت‌گیری‌های سازمانی می‌کنند. عناصر اساسی در این راستا، ماموریت سازمانی، چشم‌انداز سازمانی و ارزش‌های سازمانی است. این سه مفهوم به منزله اتصال‌دهنده عناصر سازمانی بوده و بیانگر ماهیت، چگونگی و نحوه جهت‌گیری‌های سازمانی هستند. ماموریت، معادل فلسفه وجودی، ارزش‌ها، به منزله اصول اعتقادی اساسی و چشم‌انداز، تصویر زنده سازمان در آینده‌ای تعریف شده، است. یک مدیر استراتژیست باید برای افراد شرایطی را فراهم آورد که افراد بتوانند عقیده‌ها و تصمیمات خود را در مورد ارزش‌ها، ماموریت و چشم‌انداز خود و سازمان با هم مبادله کنند. اهداف، بیان‌کننده منظور برنامه‌ریزی در طرح‌ها و برنامه‌ها هستند. اهداف در چارچوب فرآیند برنامه‌ریزی تدوین شده، ایده‌های مبهم و تجربی را به منظورها و نتایج مشخص تبدیل می‌کنند. هدف‌گذاری جزو لاینفک یک برنامه‌ریزی است، اگرچه ممکن است اهداف به‌صورت ناآگاهانه تعریف شده باشند. اهداف سازمانی مقاصدی هستند که سیستم مدیریت باز در جهت آنها حرکت می‌کند. ورودی‌ها، فرآیندها و خروجی‌های یک سازمان همگی در راستای رسیدن به اهداف عمل می‌کنند.

مدیران پس از تجزیه و تحلیل محیط، تعیین جهت‌گیری سازمانی و تعریف ماموریت، ارزش‌ها، چشم‌انداز و اهداف سازمانی آماده تعیین استراتژی‌های سازمانی هستند. تعیین استراتژی عبارت است از فرآیند تعیین زمینه‌های عملکرد مناسب جهت دستیابی به اهداف سازمانی در راستای ماموریت و فلسفه وجودی سازمان. به عبارت دیگر استراتژی‌ها باید تحلیل‌های محیطی را منعکس کرده و منتج به رسیدن به ماموریت و اهداف سازمانی شوند. روش‌ها و مدل‌های تعیین استراتژی به تبع مدیریت استراتژیک، از یک تکنیک و دستورالعمل خاص پیروی نکرده و هریک حاوی یک مفهوم و یک بینش هستند. در این راستا مدل‌های برنامه‌ریزی استراتژیک بسیاری موجود هستند که انتخاب آنها با توجه به ماهیت شرکت، وضعیت صنعت مربوط و شرایط محیطی صورت می‌پذیرد. بسترسازی و اجرای استراتژی‌ها، پنجمین مرحله از فرآیند مدیریت استراتژیک است که استراتژی‌های تدوین شده را به مرحله اجرا می‌گذارد، اما بسترهای کارآمدی که مدیران بنا نهاده‌اند، بدون یک اجرای منظم و برنامه‌ریزی شده عملا بی‌فایده است. کنترل استراتژی نیز به‌عنوان آخرین گام مدیریت استراتژیک، شامل نظارت و ارزیابی فرآیند مدیریت استراتژیک به‌عنوان یک کل بوده و نقش تضمین عملکرد مناسب این فرآیند را داراست. کنترل، تمام ابعاد تجزیه و تحلیل محیطی، پایه‌گذاری جهت‌گیری‌های سازمانی، تعیین و تدوین استراتژی‌ها، اجرای استراتژی‌ها، حتی نحوه کنترل استراتژی‌ها را در بردارد. شناسایی فرصت‌های کلیدی در برنامه‌ریزی استراتژیک شامل مواردی چون شناسایی بازار، بهبود روابط با مشتری و خریداران، پیدا کردن واسطه‌های جدید و نوآوری در محصول و گسترش نمایندگی‌های شرکت است. شناسایی تهدیدات کلیدی نیز مواردی چون وضعیت قوانین اقتصادی، مقررات عوارض و سود گمرک، سیاست‌های دولتی، اجتماعی و فرهنگی، نظام ارتباطی بین اعضای صنعت، کانال‌های توزیع شرکت و زنجیره تامین، رقبا و مصرف‌کنندگان را شامل می‌شود. در زمینه شناسایی ضعف‌های کلیدی نیز با بررسی ساختار سازمانی، بخشی‌نگری، ضعف دیدگاه مشتری‌مداری، کنترل و نظارت، نوآوری، عدم نگرش سیستماتیک، کار گروهی، تصمیم‌گیری، بالا بودن هزینه‌های سربار و عملیاتی، موجودی‌ها، پیچیدگی نظام‌ها و روش‌ها، بروکراسی، نظام انگیزشی، نظام تشویق و تنبیه، فرآیند بازاریابی، عدم اطلاع‌رسانی به بازار هدف و سفارش‌گذاری می‌توان در جهت برطرف کردن نقایص سازمان عمل کرد.

دریچه

نقش گوش دادن در مدیریت مذاکره
عوامل موثر در گوش دادن

حبیب‌الله شاهرکنی
مدرس دانشگاه

در هر فرآیند ارتباط گفتاری که یک گوینده وجود دارد و یک شنونده، چنانچه ما مخاطب باشیم، خوب است نکاتی را که در گوش دادن فعال مورد نیاز است بدانیم، مدنظر قرار دهیم و با رعایت آنها تلاش کنیم تا ارتباط مناسب‌تری با گوینده برقرار کنیم.

لازم است بدانیم، گوش دادن یک وجه عمده ارتباط کلامی است که به اندازه پاسخ گفتن به گوینده ارزش دارد. بنابراین، در ادامه روش‌های گوش دادن درست را بیان می‌کنیم. برای این منظور نخست ضروری است عوامل موثر در گوش دادن را بدانیم.

۱- گوش دادن جنبه انتخابی دارد، به‌طوری که از محرک‌های متعدد اطراف خود آنهایی را که با نیازها و اهداف ما سازگارتر هستند، برمی‌گزینیم.

۲- آنچه فردی انتظار دارد بشنود، ممکن است آنچه را که واقعا می‌شنود، تحت تاثیر قرار دهد. به عنوان مثال، شنونده‌ای که انتظار دارد تا فردی عصبانی باشد، وقتی آن شخص صحبت می‌کند، به احتمال زیاد هر چه می‌گوید به عنوان صحبتی از روی خشم تعبیر می‌کند، تاثیر چنین پیش‌فرض‌هایی بر عمل گوش دادن بسیار مهم است.

۳- هر گاه می‌خواهیم از دریافت اطلاعاتی اجتناب ورزیم، بالطبع از شنیدن آن اطلاعات طفره می‌رویم.

۴- هنگامی که هدف گوینده ارائه اطلاعاتی است که با هدف ما برای کسب اطلاعات ارتباط پیدا می‌کند، احتمال زیادی وجود دارد که پیام را دریافت داریم.

۵- با هر انگیزه‌ای، اگر توجه خود را به آنچه دیگری می‌گوید متمرکز نکنیم، نمی‌توانیم خوب گوش دهیم.

۶- گاه انسان انتظارات خود را قبلا مشخص کرده و همان‌طور که به سخنان گوینده گوش می‌دهد، به دنبال انواع سخنان موردانتظار خود می‌گردد.

۷- اگر اهداف گوینده برای شنونده آشنا باشد به احتمال تلاش زیادی برای گوش دادن به سخنان او نخواهد کرد، اما اگر به کسی گوش می‌دهد که فکر می‌کند سخنان تازه‌ای خواهد شنید که با نیازها و اهدافش ارتباط نزدیک دارد، بنابراین با دقت بیشتری به سخنان او گوش می‌دهد.

۸- اگر به طرز تفکر گوینده آگاه باشیم، سخنان او را بهتر می‌توانیم درک کنیم، بنابراین تمرکز حواس برای شنیدن آنچه می‌گوید بیشتر خواهد بود.

۹- گاه به دنبال اطلاعاتی می‌گردیم که به احتمال برای ما تازگی دارد یا مخالف عقایدمان است و فکر می‌کنیم گوینده این اطلاعات را به ما خواهد دادم. بنابراین، برای مقایسه با تصورات و ادراکات خودمان با دقت بیشتری به سخنان گوینده گوش می‌دهیم.

۱۰- از آنجا که گوش دادن، یک فرآیند انتخابی است، بنابراین فقط به آن پیام‌هایی گوش می‌دهیم که برای ما بیشترین معنا را دربردارند و از شنیدن سخنانی که برای ما مفهوم نیستند، خودداری می‌کنیم.

توصیه‌هایی برای خوب شنیدن

۱- با مسئولیت و انگیزه گوش دهید، به خودتان بقبولانید که شنیدن جریانی است که به تمرکز و صرف انرژی نیاز دارد.

۲- سعی کنید در چارچوب‌ها و معیارهای گوینده به حرف‌هایش گوش دهید، نه ارزش‌ها و معیارهای خودتان.

۳- حقایق را از اظهارنظرها تفکیک کنید.

۴- برای اینکه پیام گوینده را دریافت کنید، برای درک کردن گوش بدهید نه برای رد کردن، رد کردن امری است که پس از درک و فهمیدن پیام پیش می‌آید.

۵- به پیام‌های غیرکلامی گوینده که هنگام ارائه پیام می‌فرستد، توجه کنید.

۶- درباره موضوع و گوینده قبلا تا آنجا که مقدور است، مطالعه کنید.

۷- آزادمنشی را در خود به وجود بیاورید. با تعصب و پیش‌داوری گوش ندهید.

۸- به تفاوت‌های فردی بین انسان‌ها توجه داشته باشید.

۹- علاقه‌مندی خود را به گوینده گفتار، از طریق توجه داشتن، نگاه کردن، انجام حرکات مناسب، تکان دادن سر و لبخند زدن و سایر پیام‌های غیرکلامی نشان دهید.

۱۰- تا همه پیام را دریافت نکرده‌اید، قضاوت نکنید.

۱۱- فکر و نظر مخالف خود را کنترل کنید و با حالت پذیرا، بدون تعصب و طرز تفکری پیش‌ساخته گوش دهید.

۱۲- از ابراز احساسات مناسب، در لحظه مناسب، هراس نداشته باشید.

۱۳- آنچه را می‌شنوید با آنچه میل داشتید بشنوید، مخلوط نکنید.

۱۴- در برابر مطالب گوینده، به شدت به هیجان نیایید و عکس‌العمل‌های تند و افراطی از خود نشان ندهید.

۱۵- با کلمات و اصطلاحات گوینده درگیری پیدا نکنید و فکرتان را به آنها مشغول نسازید، زیرا بقیه گفته‌ها را از دست می‌دهید.

پیشخوان

طراحی محصول

طراحی محصول (روش‌های عملی برای توسعه نظام‌مند طراحی محصولات جدید) به قلم مایک بستر و ترجمه دکتر محمدرضا میگونپوری و محسن محمدی منتشر شد.

در دنیای امروز که رشد فناوری‌ها شتاب فزاینده‌ای داشته و توسعه کسب‌وکارهای دانش‌بنیان در فضای رقابتی با مشکلاتی مواجه است، سازمان‌ها برای بقا و توسعه خود نیازمند نوآوری متوالی و حساب‌شده در محصولات و خدمات خود برای کسب و حفظ مزیت رقابتی هستند تا بتوانند سهم مناسبی از بازار حوزه فعالیت خود را دارا باشند. یکی از راه‌های کسب مزیت رقابتی برای کسب‌وکارهای موجود، ارائه محصولات جدید به فراخور نیاز جامعه می‌باشد که برای موفقیت در آن و به حداکثر رساندن سود ناشی از آن لازم است براساس یک الگوی نظام‌مند و عملی، اقدام کرد.

طراحی محصول ابتدا از مرحله تولید و ارائه یک ایده آغاز می‌شود، سپس با توسعه مفهوم، آزمودن و در نهایت ساخت یا پیاده‌سازی نمونه‌ای از آن ادامه می‌یابد تا پس از گذراندن آزمون‌های دیگر به یک محصول یا خدمت قابل ارائه و دارای ارزش برای بازار تبدیل شود.

اصول و فنون مذاکره
مذاکره، قدرت رسیدن به توافق

ام‌البنین کرمانشاهیان
Modiriateemroz@gmail.com

مذاکره مهم‌ترین و رایج‌ترین وسیله برقراری ارتباط بین انسان‌هاست. انسان موجودی است اجتماعی. لازمه زندگی اجتماعی، داشتن ارتباط و زیستن با دیگران است. علت نیاز به ارتباط و زیستن با دیگران این است که تمام نیازها اعم از مادی و معنوی، خارج از وجود وی، برای بقای نسل، ادامه حیات، امنیت و تامین معاش وغیره به وسیله اشخاص دیگر تامین و برطرف می‌شود. این نوع زندگی از کوچک‌ترین واحد زندگی اجتماعی یعنی خانواده شروع می‌شود و به جامعه جهانی ختم می‌شود. انسان در بدو تولد با توجه به گستردگی ارتباطات سیاسی، اجتماعی، فرهنگی، علمی، صنعتی و غیره در واقع در یک جامعه جهانی چشم به دنیا می‌گشاید و در چنین جامعه‌ای باید زندگی کند.

اولین تجربه انسان برای مذاکره در خانواده شروع می‌شود و برای تامین خواسته‌های خود که ناشی از نیازهای محدودی است به گفت‌وگو و در حقیقت، اغلب اوقات به مذاکره ساده و ابتدایی با اعضای بزرگ‌تر خانواده خود می‌پردازد و این امر به تدریج ادامه و گسترش می‌یابد تا اینکه در بالاترین و پیشرفته‌ترین و در عین حال مشکل‌ترین وجه آن وارد مذاکرات بین‌المللی با دیگران می‌شود.

چرا انسان‌ها باید مذاکره کنند؟

انگیزه، هدف و رسالت هر نوع مذاکره از ابتدایی‌ترین سطح، یعنی در زندگی خانوادگی، تا بالاترین و پیشرفته‌ترین حد، یعنی مذاکرات بین‌المللی این است که با دیگران برای تامین نیازهای خود و به سخن دیگر منافع مشروع خود به توافق برسیم و در مراحل پیشرفته‌تر و مهم‌تر این توافق‌ها در قالب متونی تحت عنوان قرارداد، موافقت‌نامه، پیمان یا کنوانسیون و امثال آن درج و امضا شده و رسمیت می‌یابد.

هر قدر دامنه و گستره زندگی اجتماعی وسیع‌تر می‌شود ارتباطات متنوع‌تر و پیچیده‌تر و به تبع آن مذاکره درباره این ارتباطات متنوع و پیچیده، سخت‌تر و مشکل‌تر می‌شود. این جریان رشد و تنوع ارتباطات و پیچیدگی آن به تدریج ایجاب می‌کند که توانمندی و مهارت مذاکره‌کننده از میزان توان معمول انسان‌های عادی، که به هر حال برای رفع نیازهای روزمره زندگی، در تمام طول زندگی با دیگران مذاکره می‌کنند فراتر رود.

با ورود سازمان‌ها به زندگی اجتماعی انسان‌ها در سطح ملی، ارتباطات ویژگی پیچیده‌تری به خود گرفتند. این سازمان‌ها بسیار متنوع هستند، مانند شرکت‌ها، بانک‌ها، موسسات دولتی و سازمان‌های دولتی، وزارتخانه‌ها، نهادها و بنیادها، شهرداری‌ها، دادگاه‌ها، دانشگاه‌ها و موسسات آموزشی و امثال آن که همگی یا اغلب آنان به نحوی و در زمانی با زندگی اجتماعی انسان‌ها سروکار دارند. افراد باید با آنها یعنی با کارکنان، مسئولان، مدیران و نمایندگان آن سازمان‌ها مذاکره کنند تا بتوانند آن بخش از نیازها، خواسته‌ها و منافع خود را که در دامنه فعالیت آنهاست به نحو مشروع، رضایت‌بخش و منصفانه‌ای تامین کنند.

یکی از تعاریفی که در مورد انسان به کرات گفته می‌شود این است که انسان مخلوقی است ناطق و اجتماعی. لازمه زندگی اجتماعی، برقراری و حفظ ارتباط با دیگران است. همانطور که می‌دانیم دلیل علمی لزوم برقراری و حفظ ارتباط با دیگران این است که تمام نیازهای انسان، اعم از مادی و معنوی، برای ادامه حیات و بقای نسل، امنیت، تامین معاش، آسایش زندگی، رفاه اقتصادی، افزایش آگاهی، رفاه اجتماعی، بالا بردن سطح زندگی و برخورداری از دستاوردهای ناشی از کار، تخصص و پیشرفت‌های علمی و تکنولوژیکی دیگران به وسیله اشخاص دیگر، اعم از اشخاص حقیقی و حقوقی تامین و برطرف می‌شود.

از طرف دیگر در محیط کسب‌وکار، مذاکره ماهیتی علمی پیدا می‌کند به‌طوری که اکنون می‌توان اذعان کرد بیشتر مدیران حرفه‌ای به اهمیت مذاکره در زندگی کاری و حرفه‌ای کاملا واقفند، زیرا زمان قابل توجهی از زندگی حرفه‌ای خود را صرف مذاکره می‌کنند. به علاوه، زندگی شخصی‌شان هم با مذاکره همراه است. موفقیت و اثربخشی حرفه‌ای آنان به شدت متاثر از توانایی آنها در هنر و فن مذاکره است. این مهارت یا ناشیگری آنان در مذاکره است که نظر مدیران، همکاران، زیردستان، مشتریان، رقبا و سایرین را درباره موفقیت کاری‌شان شکل می‌دهد. مدیران، زمان و کوشش بسیاری را صرف مذاکره می‌کنند، اما معدودی از آنان هنر و دانش مذاکره را به درستی می‌دانند، از این‌رو بسیاری از مدیران حرفه‌ای نیازمند رویکرد بهینه در طرح‌ریزی و اجرای مذاکره‌ها هستند.

نکات مهم در مدیریت مذاکره

۱- تا آنجا که می‌توانید از ارائه اطلاعات اضافی و غیرضروری خودداری کنید.
۲- با روحیه‌ای شاد و مثبت و ظاهری آراسته در جلسات مذاکره شرکت کنید.
۳- از کلمات و عبارات به جا و مناسب استفاده کنید.
۴- در مذاکره شکیبایی و خونسردی خود را حفظ کرده و عجله نکنید.
۵- نکات متفرقه را به درستی و با دقت به هم پیوند دهید تا رشته مذاکره از هم نپاشد.
۶- به آداب و سنن و ارزش‌های مذاکره‌کنندگان احترام بگذارید.
۷- خوب گوش دهید، درست بیندیشید و سپس اقدام کنید.
۸- با اعضای دیگر گروه خود (در صورت مذاکره گروهی) قبلا هماهنگی به عمل آورید.
۹- تا در موضع قدرت هستید با شیوه‌ای مناسب مذاکره را قطع کنید.
۱۰- در صورت نیاز به اطلاعات اضافی تنفس اعلام کنید.
۱۱- زمان و مکان مناسبی برای مذاکره در نظر بگیرید.
۱۲- مذاکره را به عنوان وسیله‌ای ارتباطی برای روابط پایدار و سالم آینده بدانید.
۱۳- توقعات و انتظارت خود را محدود کنید و سعی در داد و ستد امتیازات داشته باشید.
۱۴- در مذاکره انعطاف‌پذیر باشید و از تاکید و پافشاری زیاد روی موضوعات خودداری کنید.

مفهوم مذاکره

مذاکره یک فرآیند بسیار پویا و نه یک جریان ایستاست. یعنی از زمان شروع تا پایان مذاکره، فرآیند مذاکره در معرض ارزیابی و تغییر است. حتی پیش از هر کنش و واکنشی، دو طرف، جداگانه به برآورد نیازها، علاقه‌ها و هدف‌ها می‌پردازند تا موقعیت خود و طرف مقابل را بسنجند. معمولا طی تعاملاتی که در مذاکره پیش می‌آید، این ارزیابی‌ها و برآوردها در معرض تغییر و تحولند. اطلاعات جدیدی که می‌رسند، باید ارزیابی و طبقه‌بندی شوند. این پویایی و ماهیت تغییرپذیر گفت‌وگو است که سبب پیچیدگی و دشواری می‌شود. توجه به مذاکره و دیدن آن به صورت فرآیندی پویا از تبادل کنترل شده اطلاعات، بر تاثیرهای مثبت مذاکره‌کننده می‌افزاید و مخاطره‌های ناشی از نقص و خلل در گردآوری، پنهان‌سازی، افشا یا توجه کامل به اطلاعات را به حداقل می‌رساند.

عناصر مذاکره

«هرب کوهن» در کتاب خود، موسوم به «می‌توان در مورد همه چیز مذاکره کرد» سه عنصر حیاتی هر مذاکره‌ای را اطلاعات، زمان و قدرت معرفی می‌کند. نقش هریک از این سه در مذاکره به اختصار به شکل زیر است:

۱- اطلاعات: طرفی که بهترین درک و شناخت را از آنچه باید انجام شود دارا باشد، قدرت بیشتری در مذاکره دارد.

۲- زمان: طرفی که از نظر وقت در تنگنا نباشد، کار خود را بهتر انجام می‌دهد. هیچ‌وقت در تنگنای وقت مذاکره نکنید و اجازه ندهید طرف مقابل احساس کند در تنگنای وقت هستید.

۳- قدرت: هیچ وقت قدرت را به طرف مقابل واگذار نکنید.

سبک‌های مذاکره (۶ سبک مذاکره):

برد- باخت: طرف الف به آنچه می‌خواهد می‌رسد و طرف ب نیز بازنده است. این سبک مذاکره شکل معمول مذاکره نوع یک است. این رویکرد فقط در یک دادوستد روی می‌دهد و هدف آن کسب بالاترین منفعت است. تمرکز روی ایجاد دوستی و روابط بلندمدت نیست و مهم نیست طرف مقابل از شرایط ناراحت و ناراضی باشد و هدف فقط برنده شدن است.

باخت- برد: عکس مذاکره برد- باخت است. طرف ب به آنچه می‌خواهد می‌رسد و الف بازنده است. نیازهای طرف ب تامین می‌شود. این رویکرد زمانی است که هریک از طرفین، فرد یا شرکت مقابل را به عنوان دشمن و مخالف خود می‌بیند و وظیفه خود می‌داند تا از هر شیوه‌ای برای شکست او استفاده کند.

باخت- باخت: دو طرف وارد معامله‌ای می‌شوند که هیچ‌یک از آنها راضی نمی‌کند، زیرا هیچ‌یک از طرفین به آنچه امید داشتند دست نمی‌یابند. این نوع مذاکره معمولا با جروبحث و آزردگی طرفین همراه است.

مذاکره برای سازش: طرفین به بخشی از منافع خود می‌رسند اما نتایج به دست‌آمده پاسخگوی همه نیازهای آنها نیست در پایان مذاکره هیچ‌یک از طرفین مذاکره چندان از نتیجه حاصله راضی نخواهند بود. البته نتایج به دست آمده بهتر از وضعیت پیش از مذاکره است ولی رضایت طرفین از نتایج به دست آمده چندان هم زیاد نیست.

مذاکره بدون رسیدن به توافق: دو طرف مذاکره، مواضع و نیازها و علایق خود را مطرح کرده و به این نتیجه می‌رسند که راهی برای رسیدن به توافق وجود ندارد. در واقع نیازها و علایق دو طرف فاصله زیادی از هم دارند و سرانجام هر دو به این نتیجه می‌رسند که راهی برای رسیدن به توافق وجود ندارند. دو طرف بدون حس دشمنی و ناراحتی از یکدیگر جدا می‌شوند و هر یک به مسیر خود می‌روند، البته درهای مذاکره در آینده روی هر دو باز می‌ماند تا شاید وقتی شرایط مساعد شد دوباره مذاکره از سر گرفته شود.

برد- برد: بهترین نوع از سبک‌های مذاکره است. این سبک از مذاکره هدف نهایی است. هر دو طرف در این مذاکره احساس برنده شدن دارند. هر دو طرف فکر می‌کنند وارد معامله ارزشمندی شده‌اند. هر دو طرف شاد و راضی هستند و برای عمل به تعهدات خود در قرارداد و نیز انجام معاملات بیشتر بر همان مبنا و مبنایی مشابه مشتاق خواهند بود. هر دو طرف با مجموعه‌ای از اهداف، منافع و مواضع از پیش تعیین شده وارد مذاکره می‌شوند اما در بسیاری از مواقع امکان رسیدن به توافق در میان این مواضع متفاوت وجود ندارد. البته در هر صورت به یک جایگزین سوم دست می‌یابند که در بسیاری از موارد با آنچه هر یک از طرفین در بدو ورود به جلسه مذاکره در ذهن داشتند، متفاوت است. مذاکره برد- برد زمانی روی می‌دهد که پیشنهاد جایگزین سوم بر آنچه هر یک از طرفین با خود به میز مذاکره آورده بودند، برتری یابد.

چگونه در مذاکرات قدرتمند وارد شویم و آن را مدیریت کنیم

قدرت واقعی شما معمولا بیش از چیزی است که فکر می‌کنید. حتی در مواردی که فکر می‌کنید طرف مقابل بر همه چیز تسلط دارد باز هم شاید چیزی داشته باشید که طرف مذاکره به آن نیازمند باشد. برای افزایش قدرت در مذاکره چندین راه وجود دارد که عبارتند از آمادگی، اختیار، آگاهی از طرف مقابل، همدلی، پاداش‌دهی/ تنبیه و سرمایه‌گذاری.

قدرتمندی نشأت گرفته از آمادگی: هر قدر با آمادگی و آگاهی بیشتر وارد مذاکره شوید، طی مذاکره قدرتمندتر خواهید بود. به همین دلیل پیش از آغاز مذاکره، خود را برای آن آماده کنید. رابرت رینگر (Robert ringer) که خودش مذاکره‌کننده‌ای حرفه‌ای است می‌گوید برای انجام مذاکره با مالک یک ساختمان باید حسابدار، وکیل و نیز مدیر تجاری را همراه خود به جلسه مذاکره برد. به این ترتیب این حس در طرف مقابل شکل می‌گیرد که این گروه شایستگی و آگاهی زیادی در مورد موضوع مورد مذاکره دارد.

قدرتمندی نشأت گرفته از اختیار: وقتی طرف مقابل در مذاکره بداند که شما از قدرت و اختیارات لازم برای خرید یا عدم خرید، یا تصمیم به خرید یا عدم خرید برخوردارید، خودبه‌خود قدرتمندتر جلوه می‌کنید. همچنین وقتی طرف مذاکره بداند شما از اطلاعات کافی در آن حوزه برخوردارید و در مورد قیمت و شرایط معمول این نوع قراردادها نیز اطلاعات کافی دارید به شما پیشنهادهای بهتری ارائه خواهد کرد.

قدرتمندی نشأت گرفته از آگاهی از نیازهای طرف مذاکره: هر قدر بیشتر در مورد شرایط طرف مذاکره بدانید، قدرت بیشتری در مذاکره خواهید یافت. اگر بدانید طرف مقابل نیاز شدیدی برای محصول خدمتی که شما ارائه می‌کنید دارد یا اینکه شرکت طرف مذاکره در بحران مالی گرفتار است و نیاز به نقدینگی یا اعتبار مالی دارد، در موقعیت برتری قرار می‌گیرید و می‌توانید پیشنهادهای بهتری ارائه کنید.

قدرتمندی نشأت گرفته از همدلی و احترام: این ویژگی از سوی مذاکره‌کنندگان بسیار حرفه‌ای در همه حوزه‌ها به کار گرفته می‌شود. هرقدر وقت بیشتری برای ایجاد رابطه گرم و دوستانه با طرف مقابل بگذارید بر آرامش او می‌افزایید به‌طوری که در شرایط بهتری با شما مذاکره می‌کند.

قدرتمندی نشأت گرفته از پاداش‌دهی / تنبیه: این از مهم‌ترین عوامل قدرت‌بخشی است که می‌تواند (و بهتر است) در مذاکره به‌کار ببندید. وقتی توانایی اعطای پاداش یا هر نوع مزایا به کسی را داشته باشید یا اینکه بتوانید جلوی برخی پاداش‌ها و مزایا را بگیرید، وی بیشتر به همکاری و نیز به مذاکره با شما تمایل خواهد داشت.

قدرتمندی نشأت گرفته از سرمایه‌گذاری: منظور از سرمایه‌گذاری در اینجا به میزان زمان و نیز تلاشی بستگی دارد که شما یا طرف مقابل برای مذاکره صرف می‌کنید. اگر تنها پنج دقیقه صرف مذاکره کنید، سرمایه‌گذاری اندکی روی نقش خود در مذاکره انجام داده‌اید اما اگر پنج روز، پنج هفته یا حتی پنج ماه را صرف رسیدن به توافق کنید، سرمایه‌گذاری ارزشمندی انجام داده‌اید و این امر، تاثیر شگفت‌انگیزی بر طرف مقابل خواهد داشت. هر قدر سرمایه‌گذاری شما با طرف مقابل بیشتر باشد، قدرتمندی‌تان در مذاکره نیز به همان نسبت افزایش می‌یابد.

ارکان مذاکره

مهم‌ترین ارکان مذاکره عبارتند از:

۱- افراد

نقش افراد در مذاکره بسیار مهم است. افراد با دانش، بینش و روش‌ها همراه با احساسات و عواطف گوناگون در مذاکره شرکت می‌کنند که هدف و انتظارات آنها متفاوت است.

۲- اهداف

هدف مذاکره نفعی است که در نتیجه مذاکره عاید هر یک از طرفین می‌شود. اهداف باید مطالعه شده، روشن و قابل دستیابی باشد.

۳- روش‌ها

مذاکره با شیوه‌های گوناگون و متعددی انجام می‌گیرد، مذاکره‌کننده باید روش خود را متناسب با شرایط برگزیند تا نتیجه مذاکره دلخواه باشد.

۴- معیارها

معیارهای مذاکره باید از پیش مشخص شده باشد تا در جریان مذاکره بتوان به موقع جهت‌گیری‌ها را اصلاح کرد. مهم‌ترین معیارهای مذاکره می‌تواند کسب کارآیی، تحقق منافع و موافقت معقول در مذاکره باشد.

موانع مذاکره

اگر چه موانع بسیاری در طول مذاکره به وجود می‌آید اما بعضی از موانع شناخته‌شده که باعث گم شدن هدف یا ضعف مذاکره می‌شود عبارت است از:

الف- تحمیل عقاید سیاسی و عقیدتی و تعصب در مذاکره

ب- چانه‌زدن زیاده از حد و اندازه برای رسیدن به نتیجه دلخواه

ج- حاشیه رفتن و گریز از موضوع اصلی مذاکره

د- قطع مکرر جریان مذاکره یا صحبت افراد دیگر

ه- خمودگی و خستگی و بی‌تفاوتی در موقع مذاکره

و- عدم آگاهی از موضوع مذاکره عدم مطالعه در مورد هیات مذاکره

ز- عدم آشنایی با فرهنگ و ارزش‌های مذاکره‌کنندگان

آزموده

آموزش مهارت‌های مذاکره و مدیریت تعارض به مدیران بین‌المللی

Novozymes یک شرکت شناخته‌شده بین‌المللی در زمینه پژوهش‌های آنزیمی است. این شرکت یک «مجموعه طلایی» از راهبردها را معین کرده که درباره توجه به نیازهای مشتریان و کارکنان هشدار داده است. نتیجه این هشدار این بود که بلندپایگان این شرکت متوجه شدند بعضی از معضلات نیاز به توجه زیادی دارند:

تعارض‌های بیرونی هنگام مذاکره برای قرارداد:

۱- تفاوت در دیدگاه‌ها
۲- توانایی ارزش‌دار کردن محصولات و به اشتراک‌گذاری آنها با کارکنان
۳- مدیریت توقعات (عرضه‌کننده/خریدار/توزیع‌کننده).

تعارض‌های داخلی:

۱- مدیریت تیپ‌های شخصیتی متفاوت
۲- تعارض‌های میان‌تیمی یا درون‌تیمی

تعارض‌های احتمالی هنگام به نتیجه رسیدن قرارداد (نیازمند پیش‌بینی):

۱- چگونگی کنار آمدن با قرارداد فسخ همکاری با نمایندگان یا توزیع‌کنندگان
۲- میانداری در تعارض‌های احتمالی

اراده Novozymes بر مشارکت فعال در حل و فصل معضلاتی بود که می‌توانست تعارض‌ها و چه بسا مشکلات حقوقی را در آینده رقم بزند. آنها با در نظر گرفتن این موضوع، راهنمای درخواست CEDR را به‌عنوان نقشه راه خود تعیین کردند. این برنامه قراردادی که تعامل در آن بسیار به چشم می‌خورد، تمرین‌های عملی، افزایش خودآگاهی، بالا بردن دانش درباره استراتژی‌های مذاکره و مدیریت مناسب تعارض را در کنار هم قرار داد و به این دلایل گسترش خوبی یافت.

این آموزش دو هدف را برای مدیران دنبال می‌کرد؛ یکی اطمینان از اینکه مدیران شرکت از احتمالات موجود آگاه هستند و دیگر اینکه همین مدیران به دنبال تقویت مهارت‌های مرتبط با مدیریت تعارض و مذاکره در خودشان هستند. این مدیران که از سراسر اروپا فراخوانده شدند یک دوره دو روزه آموزش و کار تیمی را سپری کنند.

با توجه به بافت کاری این مدیران برخی از اهداف مهم این نوع آموزش برای آنها به این شکل است:

گسترش آگاهی درباره ابزارهای گوناگون مدیریت تعارض

- شناساندن کاربرد و تاثیرگذاری عواملی چون میانداری، سنجش سریع و بی‌طرفانه، داوری و تشخیص کارشناسی
- تجزیه و تحلیل اولویت‌های خود افراد در مواجهه با تعارض
- بالا بردن درک افراد درباره استراتژی‌های تعارض جایگزین
- داشتن مدیریت یا ساختار تیمی مطمئن
- افزایش آگاهی از اثر ارزش‌های فرهنگی و سبک‌های ارتباطی گوناگون در تعارض

حاضران در این کار گروهی با دانشگاهیان و نمایندگان شرکت Novozymes ارتباط تنگاتنگی داشتند. این ارتباط کاری قوی منجر به ایجاد محتوای مناسب و پروزن شد، به‌طوری که هدف تعیین‌شده قابل دستیابی باشد. گذشته از این، ارتباط قوی با مدیران باعث شد نیازهای هریک از شرکت‌کنندگان در این دوره آموزشی مورد بررسی قرار گیرد. بازخوردی که بلافاصله بعد از اتمام دوره گرفته شد حکایت از نتایج مثبت داشت، اما آگاهی از نتایج طولانی‌مدت نیز اهمیت خاص خود را داشت. وقتی از آندریاس دیتریچ، یکی از مدیران Novozymes درباره این دوره آموزشی سوال شد، گفت که تیم مدیریتی فعلی «بهترین» هستند و «مثل ساعت» کار می‌کنند.

ترجمه: سارا گلچین
منبع: cedr.com

نهاد

انجمن بین‌المللی مدیران ایرانی

انجمن بین‌المللی مدیران ایرانی سازمانی غیرانتفاعی است که در کانادا با هدف ایجاد شبکه‌ای از مدیران و محققان مدیریت ایرانی تبار در داخل و خارج از کشور برای توسعه آموزش مدیریت در ایران تاسیس شده است. ظرفیت یک کشور در مدیریت و اقتصاد یکی از پایه‌های توسعه است.

متاسفانه این ظرفیت در ایران امروز کمتر از ده درصد استانداردهای جهانی است و به گلوگاهی در توسعه کشور انجامیده است. از سوی دیگر، تعداد قابل توجهی از متخصصان ایرانی مدیریت و اقتصاد در خارج از کشور به تحصیل و کار مشغولند.

انجمن بین‌المللی مدیران ایرانی با ایجاد شبکه‌ای از مدیران، سرمایه‌گذاران و محققان ایرانی تبار در داخل و خارج از کشور در راه توسعه آموزش مدیریت و رشد اقتصادی -علمی کشور و بالاخص اعضای خود گام بر می‌دارد.

از جمله مهم‌ترین اهداف انجمن بین‌المللی مدیران ایرانی عبارتند از:

- بهبود کیفیت آموزش مدیریت و فرصت‌ورزی در ایران و خاورمیانه با تاکید بر راهبران جوان در بخش خصوصی
- ایجاد راهکاری برای مدیران خارج از ایران برای تاثیرگذاری معنادار بر کیفیت مدیریت در ایران
- ایجاد فرصت برای تعاملات حرفه‌ای بین دانشگاهیان، مدیران و دانش‌جویان رشته مدیریت

از یکی از اهداف بلندمدت انجمن، پایه‌ریزی برای ایجاد دوره تحصیلات تکمیلی مدیریت است.

فعالیت‌های انجمن بین‌المللی مدیران ایرانی با ارزش‌های زیر سازگارند:

- تعالی و تخصص‌گرایی در مدیریت
- ایجاد شبکه‌های جهانی متخصصان مدیریت
- آموزش با کیفیت مدیریت
- تاکید بر وظایف اجتماعی سازمان‌ها، مسئولیت‌پذیری و شفافیت

آخر فرصت امروز

پروفایل

استخدام؛ ورود به سازمان کافی است؟

وفاعلی کمالیان | مدیرعامل پوینده دهکده جهانی |
hr@uvecoweb.com

نخستین آرزوی گروه بزرگی از کارجویان، در آمدن به استخدام یک سازمان است. آنها و باور عمومی جامعه، این گام را نقطه عطفی در زندگی فرد می‌دانند، اما همین کارجو، وقتی وارد سازمان شد، به سرعت نیازهای دیگری پیدا می‌کند. او امنیت شغلی، مسیر توسعه و رشد، اطلاع از آینده شغلی‌اش و... را می‌خواهد و این همه را از سازمان طلب می‌کند.

عدم‌توجه کارفرمایان و کارجویان به مفهوم «تناسب شغلی» در فاز استخدام، معمولا منجر به پیامدهای نامطلوب، از جمله موارد فوق، برای طرفین می‌شود. هر شغل مقتضیاتی دارد که اگر متصدی آن، قادر به تامین آنها باشد، تناسب شغلی برقرار است اگرنه، خیر.

اما مقتضیات هر شغل از کجا آمده است؟

به بیان ساده، در هر سازمان برای تحقق اهداف، عملکرد (Function)هایی تعریف می‌شود. گروه‌بندی این عملکردها، شغل را به وجود می‌آورد و برای هر شغل، براساس عملکرد مورد انتظار، دسته‌ای شایستگی (Competency) حاصل می‌شود. هر قدر داوطلب تصدی یک شغل بیشتر از این شایستگی‌ها برخوردار باشد، برای آن شغل مناسب‌تر است. آنچه من را برای شغلی نامناسب و شما را مناسب می‌کند، تفاوت طبیعی و غیرقابل انکار من و شما در برخورداری از این شایستگی‌هاست.

همین‌جا لازم به تاکید است که عمده این شایستگی‌ها، آموختنی هستند که مقوله آموزش خود بحثی مفصل طلب می‌کند.

کارجو در زمان مراجعه برای استخدام، خود را برخوردار از این شایستگی‌ها (و گاهی تمام شایستگی‌های ممکن) معرفی می‌کند. اگر به صحت و تطابق این شایستگی‌ها توجه بایسته نشود، فرد استخدام شده، تناسب شغلی نداشته و کارجو و سازمان، هر دو درگیر یک «استخدام بد» می‌شوند. عواقب این «استخدام بد» است که کارجو را در معرض عدم‌امنیت شغلی قرار می‌دهد، مانع سرمایه‌گذاری سازمان روی فرد تازه استخدام شده می‌شود، مسیر رشد و توسعه فرد را مسدود می‌کند و در نهایت به یک «اخراج بد» منتهی می‌شود.

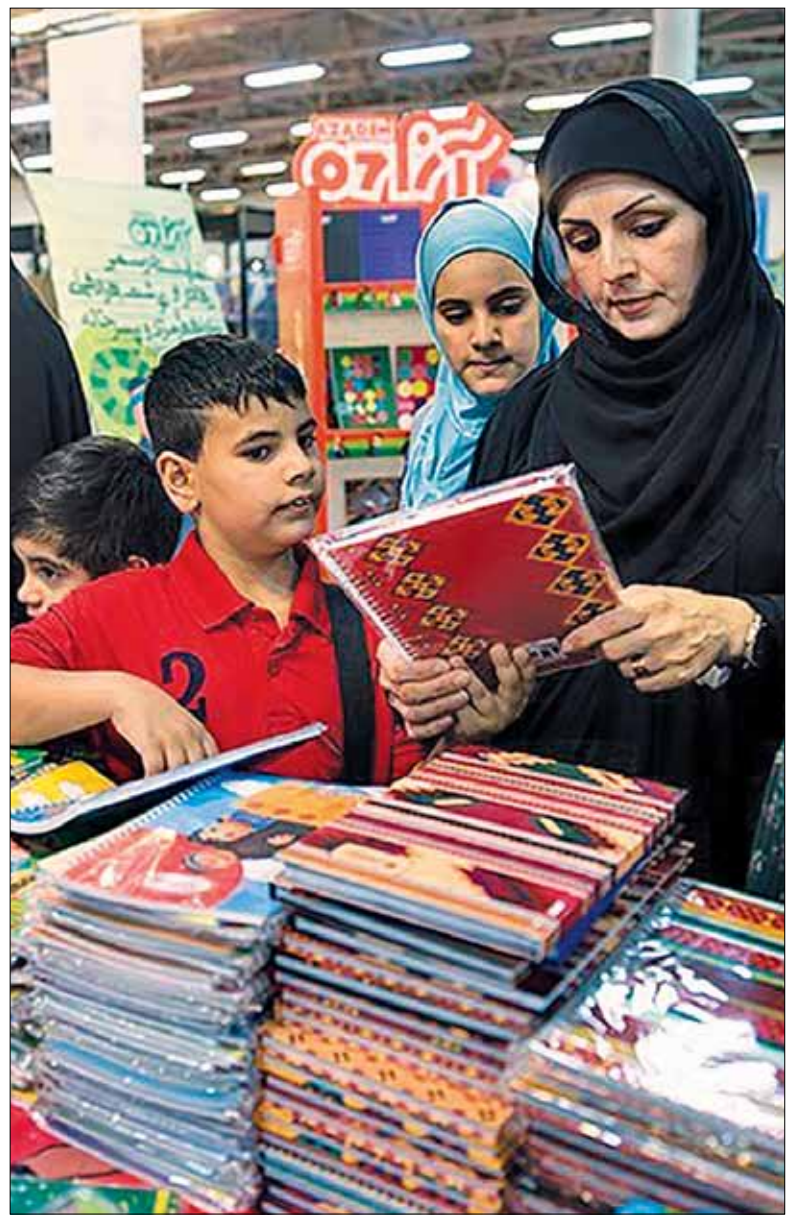
استخدام بد، انتخاب یک فرد برخوردار از دسته‌ای استعدادهای غیرمرتبط با نیازهای شغل است و اخراج بد زمانی است که سازمان عواقب تمام این عدم‌تناسب را برای مدتی تحمل کرده و در نهایت، با تحمل هزینه‌های پنهان و آشکار استخدام، حکم به جدایی فرد از سازمان می‌دهد. اما همین کارجو ممکن است استعدادهایی در حوزه‌های دیگر داشته باشد، اما نه خودش از این استعدادها و حوزه کاربرد و اثرگذاری آنها آگاه بوده (ضعف خودآگاهی کارجو) و نه سازمان توانسته با کشف آنها، او را در شغل مناسب به کار گیرد (ضعف کارفرما در شناسایی کارجو). تکرار این فرآیند کارجو را با رزومه‌ای مواجه می‌کند که نشان می‌دهد او کولی‌وار، هر روز از سازمانی به سازمان دیگر رفته، به امید آنکه سازمان و مدیر رویایی خود را در جایی بیابد. متاسفانه این رزومه به سرعت به شرایطی می‌رسد که دیگر برای هیچ سازمانی جذاب نیست.

خلاصه آنکه ورود به سازمان یک مقطع کلیدی است، اما فقط زمانی شروع یک موفقیت است که فرد و کارجو، هر دو با چشمان باز، انتخاب خود را انجام دهند. اگر شغلی مناسب شما نیست، یا اگر کارجویی برای اهداف شما مناسب نیست، اصرار بر ورود به سازمان، نه خدمت به سازمان است و نه کارجو.

*** این ستون دوشنبه ها منتشر می شود**

عکس

رییس اتحادیه فروشندگان نوشت‌افزار و لوازم مهندسی تهران اعلام کرد: حدود ۹۰درصد لوازم التحریر وارداتی و ۱۰درصد تولید داخل است.



کیوسک

پولدارترین نویسندگان

به گزارش فوربس، «جیمز پاترسون» با ۹۰میلیون دلار، «دن براون» با ۲۸میلیون دلار، «نورا رابرتز» با ۲۳میلیون دلار، «دانیل استیل» با ۲۲میلیون دلار، «ژانت ایوانوویچ» با ۲۰میلیون دلار، «جف کینی»، «ورونیکا راس» و «جان گریشام» و «استفان کینگ» با ۱۷میلیون دلار، «سوزان کالینز» با ۱۶میلیون دلار، «جی. کی. رولینگ» با ۱۴میلیون دلار، «جورج آرآر مارتین» با ۱۲میلیون دلار و «دیوید بالداچی» با ۱۱میلیون دلار درآمد، فهرست پولدارترین نویسندگان سال را تشکیل می‌دهند.

این آمار در حالی منتشر شده است که انجمن اسناد و آمار نویسندگان طی تحقیقاتی اعلام کرد که درآمد نسبی یک نویسنده حرفه‌ای در سال ۲۰۱۳ میلادی ۱۱ هزار پوند بوده است.

افزایش سرمایه‌داران چینی

به گزارش گاردین، طی سال‌های گذشته همزمان با رشد اقتصاد چین، تعداد ثروتمندان چینی هم افزایش یافته‌است، ولی همچنان روایت‌ها نشان می‌دهد سرمایه‌داران شاخص چینی که رقابتی سخت با ثروتمندان جهانی دارند، محدود باقی مانده‌اند. طی سال‌های گذشته اندازه طبقه متوسط چین افزایش یافته است و همین موضوع سبب شده تا جریان سرمایه‌داری مطلق قدری محدود شود. با این حال سرمایه‌داران چینی، مردم روستایی چین را وارد فضای اقتصاد جهانی کرده‌اند. در محل کسب‌وکار یکی از همین ثروتمندان بزرگ چینی شهرکی با جمعیت ۱۰۰ هزار زاغه‌نشین وجود دارد؛ زاغه‌نشینانی که امیدوارند اقتصاد چین آنها را از ادامه این زندگی نجات دهد، ولی حداقل طی ۱۰ سال گذشته آنها از اقتصاد چین تنها کار زیاد و پول کم به‌دست آورده‌اند. تاکنون بارها دولت چین تلاش کرده با تزریق پول به این بخش اجتماعی، مانع از شورش‌های آنها شود، ولی هنوز هم ثروتمندان بزرگ چینی نمی‌دانند تا چه زمانی می‌توانند در مقابل این زاغه‌نشینان ایستادگی کنند.

تحریم، تاثیر چندانی ندارد

به گزارش اکونومیست، تاریخ تحریم‌های اقتصادی علیه کشورهای مختلف به هیچ وجه درخشان نیست. ترکیبی از تحریم‌های مالی، نفتی و کشتیرانی از سوی امریکا علیه ایران اعمال شده است و سیاست تحریم امریکا در مورد ایران سیاستی موفق دانسته می‌شود، البته بیشتر توسط خود امریکایی‌ها اما تصمیم ایران برای آغاز مذاکرات هسته‌ای با توجه به ملاحظات داخلی بوده است که این ملاحظات قبل از تحمیل تحریم‌ها علیه این کشور در حال شکل‌گیری بود. به علاوه ایران اخیرا در مذاکرات مواضعش سخت‌تر شده است. این گزارش با بررسی تحریم‌های وضع شده از سوی قدرت‌های بزرگ در سازمان ملل علیه کشورهای مختلف طی سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۲ اعلام کرد در این مدت ۱۳ کشور در ۳۱ مقطع هدف تحریم‌های سازمان ملل قرار گرفته‌اند. اکونومیست میزان اثربخشی تحریم‌ها در این دوره را مورد ارزیابی قرار داده و نمره‌ای از یک تا پنج به هر تحریم داده است. نمره یک به تحریمی داده شده است که اثربخشی حداقلی و ناچیزی داشته و تحریمی که کاملا موفق بوده و اثربخشی حداکثری داشته است نمره پنج را به‌دست آورده است.

از سرگیری صادرات نفت یمن

به گزارش رویترز، پس از انفجار خط لوله صادرات نفت یمن در روز دوشنبه وزارت کشور یمن اعلام کرد: این کشور انتقال نفت با خط لوله اصلی صادرات نفت خود را پس از تکمیل تعمیر آن از سرگرفته است. خطوط لوله نفت و گاز یمن مدت‌هاست که هدف حمله قبایل مسلح یمنی قرار می‌گیرد، اما حمله به زیرساخت‌های نفت و گاز این کشور در جریان ناآرامی‌های سیاسی و اعتراض‌های ضد دولتی در اوایل سال ۲۰۱۱ افزایش داشته است. این وزارتخانه در وب‌سایت خود اعلام کرد: تیم‌های فنی توانستند این خط لوله نفت را با موفقیت تعمیر کنند و فعالیت برای شناسایی عاملان انفجار آن و دستگیری و دادگاهی کردن آنها ادامه دارد. درآمدهای یمن از صادرات نفت خام در ماه‌های ژانویه تا مه گذشته فقط ۷۱میلیون دلار بود که این رقم نسبت به مدت مشابه سال گذشته حدود ۴۰درصد کاهش داشته و دلیل آن نیز حمله‌های پیاپی به خط لوله صادرات نفت این کشور بوده است.

منطقه آزاد

جان تازه برای دوبله

ناصر طهماسب | دوبلور |

دوبله از روزهای طلایی خود بسیار فاصله گرفته است. تقریبا می‌توان گفت نسبت به گذشته دیگر چیزی به نام صنعت دوبله وجود ندارد. البته افراد زیادی هستند که با وجود همین وضعیت علاقه دارند در مسیر دوبله قدم بردارند. این افراد به کلاس‌های دوبله که وجود دارد می‌روند و فنون این حرفه را می‌آموزند. به این افراد نمی‌گویم در این مسیر وارد نشوند، چون بالاخره تمام کارهایی که یک فرد آشنا به فنون گویندگی انجام می‌دهد محدود به صنعت دوبله نیست. امروز دوبله به ساخت تیزرها و آگهی‌ها محدود شده است.

در زمان‌های گذشته کار در این صنعت بیشتر بود، رفاقت‌ها بهتر بود و فیلم هم بیشتر وارد می‌شد. حالا دیگر خبری از وارد شدن فیلم نیست. سالیان زیادی است که حجم ورود فیلم برای دوبله شدن نسبت به گذشته کاهش محسوسی داشته است. سالیان دور فیلم‌هایی وارد می‌شد که برای نمایش در سینما و صدا و سیما بود. طبیعتا با وجود حجم بالای این فیلم‌ها صنعت دوبله نیز رونق خاص خود را داشت.

حالا دیگر سینماداران کمتر فیلم‌های خارجی نمایش می‌دهند. شاید این امر محدود به یک یا دو سینما باشد، آن هم به صورت مستمر ادامه ندارد.

صدا و سیما هم که سال‌هاست فیلم‌های قبلاً دوبله‌شده را مجدداً پخش می‌کند. اگر ورود فیلم آزاد شود، حجم فیلم‌های محتاج به دوبله نیز بالا می‌رود و ناگزیر صنعت دوبله جان دوباره می‌گیرد. با این روند فیلم‌های خوب بهتر و جدیدتری نمایش داده می‌شود. تلویزیون و سینما هم ارتباط خود را با مخاطبان‌شان بهتر می‌کنند.

البته من به دیدن فیلم روی پرده بزرگ نقره‌ای بیشتر علاقه دارم. آرزو دارم فیلم‌های دوبله شده جدید را در سینما تماشا کنم. امیدوارم از طریق قانونی، مسئله ورود فیلم‌های جدید چارچوب بهتری پیدا کند تا صنعت دوبله نیز روزهای بهتری داشته باشد. در سالیانی که صنعت دوبله رونق روزهای قبل را ندارد من همواره در حوزه فرهنگ و هنر این کشور مانده‌ام.

گاهی کارهای دیگری نیز انجام داده‌ام. نظیر بازیگری، نویسندگی و غیره که البته همگی در همین حوزه هنر بوده است.

پاورقی ۳۶

از نگاه دیگر

محمود خلیلی | بنیانگذار صنایع بوتان |

برای توسعه برنامه‌های آبرسانی، آقای جلال شاه‌آبادی از خویشاوندان خود را هم دعوت به کار کردم و توانستیم با همان دستگاه‌های حفاری و پمپ‌های موجود در موسسه آبیار کشور، پیشنهادهای زیادی را بپذیریم. با ورود پمپ‌ها و لوله‌هایی که به کمپانی جانستون پمپ سفارش داده بودیم، سرعت کار بیشتر شد و توانستیم ظرف مدتی نسبتا کوتاه تعداد بسیار زیادی چاه در تهران و سایر نقاط کشور حفر کنیم.

خلیلی به روایت آقای جلال شاه‌آبادی

(توضیح آنکه آقای جلال شاه‌آبادی و کارگرانی که با او کار می‌کردند به زبان فرزندان خلیلی به وی «آقاجان» می‌گفتند) خیلی درس‌ها از او آموختم. یاد گرفتم چگونه عصبانی نشوم، چگونه بردبار باشم، چگونه با مردم رفتار کنم، چگونه با مشکلات مواجه شوم و دست و پای خود را گم نکنم. ورد زبانش این بود که: مشکلی نیست که آسان نشود / مرد باید که هراسان نشود. همیشه برای مشورت وقت داشت و گوش‌شنوا و برای حل هر مشکلی که به او مراجعه می‌کردم، با تأنی و صرف وقت، راهی برای آن پیدا می‌کرد و اینجا بود که هرگز و در هیچ مورد مشکلی لاینحل نمی‌ماند و من هم به این ترتیب همیشه مورد تشویق و تقدیر کارفرما قرار می‌گرفتم.

جرأتی که ایشان به من می‌داد موفقیت‌های خوبی را در پی داشت. با کارگرها بسیار مهربان بود و اجازه می‌داد مشکلاتشان را با او درمیان بگذارند و تا آنجا که می‌توانست از حل آنها کوتاهی نمی‌کرد.

کمپانی جانستون پمپ امریکا به شرکت الکساندز گیپز سفارش ماشین‌آلات اتوماتیک داده بود تا با کمک آنها لوله‌کشی شهر شیراز را انجام دهند. برای موسسه آبیار کشور نامه‌ای آمد که آیا این موسسه متخصصی برای کار با این دستگاه دارد یا نه؟ آقاجان فورا مرا مأمور رفتن به شیراز کرد و قرار بر این شد که شرکت الکساندز گیپز روزی ۱۰۰۰ تومان برای انجام کارهایشان به من بپردازند که البته این پول در آن زمان مبلغ قابل توجهی بود. برای انجام کار ۲۰ کارگر در اختیار داشتم. ظرف مدت ۴۰ روز کارها انجام شد.

کارها را آزمایش کردند و تحویل گرفتند و با رضایت کامل علاوه بر دستمزدی بسیار خوب، تقدیرنامه‌ای هم به من دادند. در زمان شهرداری آقای عبدالوهاب اقبال روانه مشهد شدم. در تعداد زیادی چاه حفرشده، پمپ‌های قوی نصب کردیم و به درخواست مرحوم حاج‌حسین آقا ملک در چناران خراسان، محلی که بی‌آبی مشکل بزرگی برای آنجا ایجاد کرده بود چاهی حفر شد و به آب بسیار خوبی رسیدیم و پمپ نصب کردیم.

مردم از خوشحالی گریه می‌کردند و به گونه‌ای در نوشیدن آب زیاده‌روی می‌کردند که ما نگران سلامتی آنها شدیم. مدت ۲۰ روز برای انجام این کار در چناران گذراندیم و با دریافت دستمزد خوب بازگشتیم.

ادامه دارد...

خودپرداز

پولدار و زرنگ

سعید هوشیار | طنز نویس |

یکی از کارهای روزمره من قبل از رفتن به صفوف خودپرداز رفتن به صفحات وب و بررسی اخبار اقتصادی روز است. یکی از اخباری که در این چند روز بسیار بر سر زبان‌ها افتاده و مدام از این وب به اون وب، وب به وب می‌چرخد؛ قضیه وام ۸۰ میلیونی مسکن است. عده‌ای از مسئولان حساب و کتابی کردند و متوجه شدند وام ۱۸ میلیونی برای خرید خانه ۴۰۰ میلیونی خیلی مناسب نیست و در همین راستا تصمیم گرفتند مبلغ وام مسکن را به ۸۰میلیون ارتقا دهند.

البته این موضوع هنوز قطعی نشده، ولی تا همین‌جا هم، حرف و حدیث‌های زیادی پیرامونش به وجود آمده است.

یکی از نظرات این است که با بالا رفتن مبلغ وام مسکن قیمت مسکن نیز افزایش می‌یابد. خلاصه اینکه به قصد بحث راجع به قیمت مسکن و وام مسکن، به سمت خودپرداز رفتم. یک نفر در صف خودپرداز ایستاده بود و مشغول کار با دستگاه بود. نزدیکش شدم و گفتم: «خوبید؟! چه خبر؟!»

گفت: «به تو و امثال تو هیچ ربطی نداره! سریع دردتو بگو مزاحمم نشو!»

گفتم: «آقا چرا ناراحت می‌شی؟ من از روزنامه «فرصت امروز» مزاحم می‌شم، مطلبم راجع به قیمت مسکن هست، می‌خواستم بدونم آیا شما دلیل بالارفتن قیمت مسکن رو می‌دونید؟»

گفت: «بله می‌دونم!»

گفتم: «خب چیه؟ می‌شه برامون توضیح بدید؟»

گفت: «دلایل مختلفی داره و یکی از دلایل عمدش همین مردمی‌اند که صاحبخونه هستند.»

گفتم: «می‌شه یک‌کم برامون توضیح بدید؟»

گفت: «روند افزایش قیمت می‌دونی چه جوریه؟»

گوششو گرفتم و پیچوندم.

گفتم: «مرتیکه منم می‌خوام همینو بدونم دیگه، بگو!»

گفت: «دو نفر رو در نظر بگیر؛ مثلا احمدآقا و آقا رضا، این دو نفر همسایه‌اند. احمدآقا می‌خواد آپارتمانش رو بفروشه، قیمتشو می‌ذاره متری ۴ میلیون! مشتری میاد و خونشو می‌فروشه. آقارضا که از این موضوع باخبر می‌شه به سراغ احمد آقا میره و قیمت فروش خونشو می‌پرسه! احمد آقا هم برای اینکه کلاس بذاره و بگه من خیلی الان پولدار و زرنگم، قیمت فروش خونشو ۴میلیون و نیم میگه! در نتیجه آقارضا اعصابش به هم می‌ریزه و تصمیم می‌گیره آپارتمانش رو بفروشه و مثل احمدآقا پولدار و زرنگ بشه، به همین خاطر آپارتمانش رو می‌ذاره برای فروش، متری ۵ میلیون تومان! عباس آقا و عمو سیروس، کامبیزخان و شهرام و باقی هم وقتی می‌بینند آقارضا قیمت خونشو گذاشته متری ۵ میلیون و از اون طرف هم احمد آقا، خونشو ۴ و نیم فروخته، فکر می‌کنن قیمت منطقشون افزایش پیدا کرده در نتیجه اونها هم قیمت خونه‌هاشونو افزایش میدن و می‌ذارن متری ۵ میلیون!»

گفتم: «خب! بالاخره کسی نیست بپرسه چرا قیمت خونتونو زیاد کردید؟»

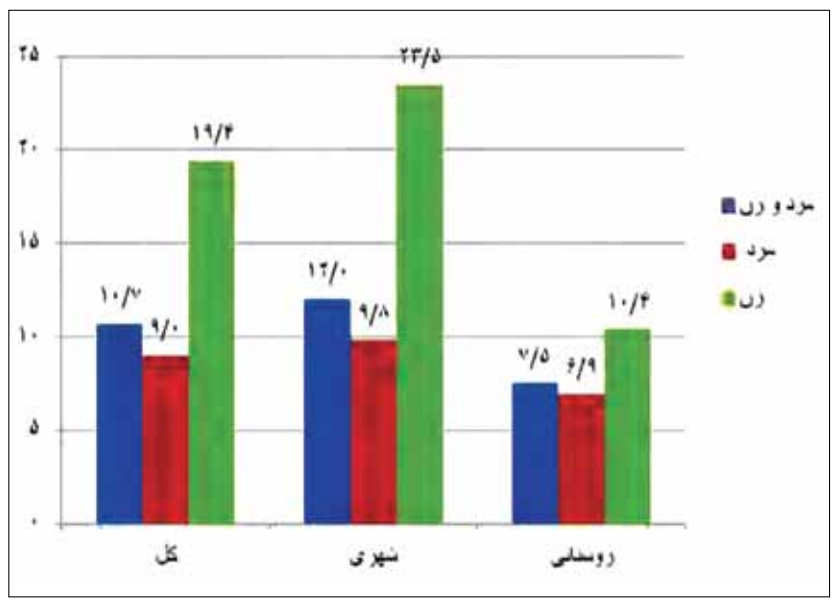
گفت: «چرا! خیلی‌ها می‌پرسند. منتها هر منطقه‌ای یک نکته‌ای برای افزایش قیمت خودش پیدا می‌کنه! مثلا یکجا می‌گن نزدیک مترو قرار داره، یکجا دیگه می‌گن نزدیک مترو نیست و به همین خاطر سروصداش کمتره! یکجا می‌گن اتوبان از کنارش رد شده و... اگر هم جایی هیچ نکته‌ای نداشت، می‌گن از مقامات رده بالای شهرداری خبر دارند که قراره از وسط محلشون اتوبان رد شه یا مترو زده شه!»

تشکر کردم و شروع به دویدن سمت افق کردم. تا به حال در زندگیم اینطور قانع نشده بودم.

نمودار امروز

نرخ بیکاری جمعیت بالای ۱۰سال به تفکیک جنس، نقاط شهری و روستایی

نرخ بیکاری کشور در بهار به عدد ۱۰/۷درصد رسیده است. این شاخص در بین مردان ۹درصد و در بین زنان ۱۹/۴درصد محاسبه شده است. همچنین بررسی‌های مرکز آمار ایران نشان می‌دهد نرخ بیکاری در نقاط شهری بیش از نقاط روستایی است، به‌طوری که نرخ بیکاری در نقاط شهری ۱۲درصد و در نقاط روستایی ۷/۵درصد است. چنانچه جمعیت فعال ۱۵ ساله و بیشتر در نظر گرفته شود، نرخ بیکاری همان جمعیت ۱۰/۷درصد به دست می‌آید.



سودوکو

وزیر کار در تازه‌ترین گزارش خود به مجلس تعداد بیکاران فعلی کشور را ۶میلیون نفر اعلام کرد و هشدار داد اگر کاری نکنیم تعداد بیکاران در سال ۱۴۰۰ به ۱۰میلیون نفر خواهد رسید. بیکاری در بازار کار ایران در حال‌حاضر به یکی از چالش‌برانگیزترین مسائل کشور تبدیل شده و دولت‌ها در سال‌های گذشته تلاش کرده‌اند برای خروج از وضعیت نامناسب اشتغال جویندگان شغل، چاره‌ای بیندیشند. ربیعی در کمیسیون برنامه، بودجه و محاسبات مجلس گزارش داد که در حال حاضر ۶میلیون نیروی انسانی بیکار در کشور وجود دارد که ۷میلیون نفر دیگر نیز به آن اضافه خواهد شد. اضافه شدن این ۷میلیون نفر به معنی نیاز کشور به هزار و ۱۲۰میلیارد تومان برای ایجاد اشتغال است. این عدد براساس نظر کارشناسان، یعنی ۱۶۰میلیون تومان برای ایجاد یک شغل، به دست آمده است.

در سنوات قبل رشد اقتصادی کشور منفی بود و در حال حاضر به صفر رسیده و به سمت مثبت حرکت می‌کند و هرچه کمتر از ۷درصد باشد، از مهار اشتغال عاجز خواهیم بود.

اگر کاری صورت نپذیرد، در افق ۱۴۰۰ تعداد بیکاران به ۱۰میلیون نفر می‌رسد و این عدد خوبی نیست و بسیار خطرناک است، عمده واجدان شرایط کار، فارغ‌التحصیلان دانشگاهی‌اند که ۴۰درصد آنها خانم هستند.