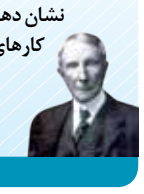
روزنـامه اقتصـــادی - مدیریتـی

فرصت امروز

۱۶ ذی الحجه ۱۴۳۵ - سـال اول — شنبه ۱۹ مهرماه ۱۳۹۳ — شماره ۷۵ - ۱۶ صفحه - ۱۰۰۰ تومان

Sat. 11 Oct 2014 www.forsatnet.ir

مدیریت خوب به معنای آن است که به افراد با توانایی های متوسط نشان دهیم چگونه می توانند کارهای بزرگ انجام دهند.



جان دی راکفلر

سقوط، سرنوشتی که دلالان برای مسافران رقم می زنند

زور نظارت کارشناسی به تصمیم دلالان نمی رسد

از سال ۱۳۰۲، پرنده‌های آهنی مهمان آسمان ایران شدند، مهمانانی که در طول ۹۰ سال گذشته در رفت‌وآمدهایشان بارها خون به پا کرده‌اند. نگاهی به عملکرد چندین دهه‌ای ناوگان هوایی در ایران نشان می‌دهد که سقوط پای ثابت بسیاری از پروازها بوده، حوادثی که جدا از ضربه‌های فنی، اقتصادی و اعتباری به مرگ تعداد زیادی از ایرانی‌ها ختم شده است.

۶

تکنیک‌های برندینگ در حوزه ورزش

چطور «یوفا» به یک برند جهانی قدرتمند تبدیل شد

۱۲

مصوبه شورای پول و اعتبار، بانک ها را به تکاپو انداخت

بخش خصوصی دلواپس بانک‌های غیردولتی

اساسنامه جدید بانک‌های غیردولتی که به تازگی از طریق شورای پول و اعتبار تصویب شده، نگرانی‌هایی را برای فعالان بخش خصوصی به وجود آورده است. این اساسنامه بیش از همه در مورد اجبار بانک‌های غیردولتی در تصویب اساسنامه در مجمع عمومی عادی فوق العاده، انتقاداتی را متوجه مسئولان بانک مرکزی کرده است تاجایی که مدیران برخی از بانک‌ها، سهامداران بانک‌ها و مسئولان بورس و بانک مرکزی پیرامون این مسئله تشکیل جلسه دادند تا براساس آن بانک مرکزی ضمن هماهنگی با متخصصان بانکی و حقوقدانان ایرادات مطرح شده مربوط به اساسنامه جدید را اصلاح کند. در این نشست فعالان بخش خصوصی نسبت به اینکه بانک مرکزی از طریق مجوزهایی که انحصارا در اختیار دارد، بانک‌های غیردولتی را برای اجرای مصوبات خود تحت فشار قرار می‌دهد ابراز نگرانی کردند و ادامه این روند را منجر به خدشه بر ارائه خدمات بانکی دانستند.

۴

ایران به دنبال افزایش ورود گردشگران خارجی

خودروی مخصوص، یکی از ده ها مشکل

۵

صادرات گاز به اروپا رویایی که می‌تواند محقق شود

۲

بخش خصوصی و مدیریت بازار مسکن

۱۵

سرمقاله

به انگیزه دریافت نوبل ادبی ۲۰۱۴ توسط مودیانوی فرانسوی

نوبل و تاثیر آن بر بازار فروش کتاب ایران

سیدابوالحسن مختاباد — روزنامه نگار

اول: «موتور هر کتاب در خودش وجود دارد» که باعث می‌شود تا به حرکت درآید و برای خود مخاطب جلب کرده و به فروش و شهرتش کمک کند، اما بخشی از فضای اقتصاد نشر سراسر جهان، با جوایزی که کتاب‌ها در شاخه‌های مختلف نصیب خود می‌کنند، رونق می‌گیرد. در این میان جایزه نوبل جایگاهی ویژه دارد. تبلیغات آن متفاوت و از اعتباری برخوردار است که بی‌هیچ گفت وگویی مردم سراسر جهان با آن آشنایند و سامانه برگزاری آن در یک‌صدواندی سال نیز نشان می‌دهد، از مدیریتی استثنایی بهره‌مند است که ضمن حفظ جایگاه این جایزه هر ساله شهرت و اعتبار آن افزون‌تر می‌شود.

اگر در خارج از ایران جوایز دیگری، اسباب فروش کتابی را فراهم می‌کنند، در ایران این‌گونه نیست و جایزه نوبل شاید تنها جایزه‌ای باشد که مترجمان و ناشران این کتاب‌ها (به خصوص نوبل ادبی) می‌توانند، امیدوار باشند که حداقل ۵۰ تا ۱۰۰ درصد نسبت به قبل از بردن جایزه، کتاب مورد اقبال و توجه قرار گیرد و کتاب‌های نویسنده برنده نوبل بلافاصله وارد جرگه کتاب‌های پرفروش شوند.

دوم: اما با تمامی این تفاصیل اگر کتابی از نوبلیستی با مذاق و روحیه ایرانی سازگار نباشد، همانند تب تندی که زود عرق کند، فروش آن نیز چنین وضعیتی خواهد داشت. نگاهی به جایزه‌های نوبلی که در یک و نیم دهه گذشته نصیب برندگان شده‌است و نوع اقبال به این نویسندگان، از تفاوت‌های آنها در بازار کتاب ایران خبر می‌دهد. اینکه نویسنده‌ای قبلا از او رمانی ترجمه شده باشد یا بعد از برگزیده شدن این کار اتفاق بیفتد، چندان ملاک خوبی برای ارزیابی فضای اقتصادی آن کتاب نیست. برای نمونه رمان «سرزمین گوجه‌های سبز» هرتا مولر، چند سالی قبل از آنکه نویسنده کتاب برنده نوبل شود با ترجمه غلامحسین میرزاصالح و از سوی انتشارات مازیار به بازار کتاب آمد.خبر برگزیده شدن خانم مولر سبب شد که کتاب چند مدتی بر زبان‌ها بچرخد، اما آن توفیقی را که انتظار می‌رفت در حوزه اقتصاد و فروش کتاب نداشت. همین ماجرا بر سر یکی دو نویسنده زن دیگری که جایزه نوبل را به دست آوردند، آمد. در مقابل اما برخی رمان‌ها با اقبالی شگفت‌انگیز روبه‌رو شدند.

برای نمونه رمان کوری ژوزه ساراماگو هنگامی ترجمه شد که این نویسنده جایزه ادبی نوبل را درسال ۱۹۹۸ به دست آورد و ناشران ایرانی به تکاپو افتادند که آن را برگردان فارسی کنند. نخستین برگردان فارسی را خانم مینو مشیری توسط نشر علم و با ویراستاری محمدرضا جعفری به بازار کتاب عرضه کرد. ترجمه‌ای روان و خوشخوان که به دلیل متفاوت بودن این رمان، به سرعت مقبول ذائقه خواننده ایرانی قرارگرفت و اکنون ۲۰ چاپ از همین مترجم در طی این مدت منتشر شده و به فروش رفته است. اما این پایان ماجرا نبود. قاعده این است که چند ناشر و مترجم همزمان به سراغ آثار نوبلیست‌ها می‌روند و سفارش ترجمه می‌دهند. برای رمان کوری چنین اتفاقی افتاد و علاوه بر نشر علم، دو انتشاراتی مرکز (با ترجمه مهدی غبرایی) و مروارید (با ترجمه اسدالله امرایی) نیز سفارش ترجمه این رمان را به مترجمان دادند که اتفاقا این دو کتاب نیز چاپ‌های متعددی داشتند و به گمانم در مجموع شاید ۴۰ چاپ از تنها همین رمان در بازار کتاب ایران عرضه شد. همین عطش سبب شد تا ناشران دیگر به سراغ رمان‌ها وآثار دیگر این نویسنده بروند و نزدیک به ۱۱ کتاب از این ناشر توسط مترجمان مختلف برگردان فارسی و به بازار کتاب ایران عرضه شد.اگر چه هیچ یک از آن ۱۰ کتاب نتوانستند حتی یک بیستم توفیقاتی را که نصیب رمان کوری در بازار کتاب ایران شد، حاصل کنند.

سوم: در مقابل بودند نویسندگانی که پیش از جایزه نوبل در ایران شهرت و اعتباری داشتند و نوبلی شدن آنها کمکی جدی کرد برای نگاه عمومی‌تر به کتابشان و بازار آنها را رونقی دوباره بخشید. ماریو بارگاس یوسا از جمله این نویسندگان بود که آثارش به دلایل فرهنگی واجتماعی و البته ترجمه‌های روان و خواندنی عبدالله کوثری به سرعت در میان مخاطبان ایرانی جا باز کرد. نزدیک به ۱۷ اثر یوسا (تقریبا تمامی آثارش)، پیش از آنکه او برنده نوبل ادبی شود، با برگردان فارسی به بازار ایران عرضه شده بود و یوسا از این بابت چهره‌ای شناخته شده در میان گروه رمان‌خوانان ایرانی بود. این شهرت سبب شده بود که برخی از مقالات سیاسی، اجتماعی و فلسفی این نویسنده شهیر، که در مجموعه‌هایی گرد آمده و ترجمه شده بودند نیز روانه بازار نشر شوند.

چهارم: با برنده شدن پاتریک مودیانوی فرانسوی (جایزه نوبل ادبی ۲۰۱۴)، قطعا ناشران و مترجمان به تکاپو خواهند افتاد. البته در ایران، مودیانو نویسنده نسبتا شناخته‌شده‌ای محسوب می‌شود. بیش از هفت کتاب او توسط ناشران و مترجمان مختلف برگردان فارسی شده است.حتی یکی از کتاب‌های او با عنوان «افق» (نشر چشمه) با رعایت قوانین حمایت از حقوق مولفان و مصنفان (کپی رایت) و در هماهنگی با نویسنده و ناشر خارجی برگردان فارسی شده‌است. یک مترجم تقریبا اختصاصی هم دارد (حسین سیلمانی‌نژاد) که تاکنون پنج کتاب او را به فارسی برگردانده و نشر چشمه همگی آنها را منتشر کرده است. اما نگاهی به میزان فروش کتاب‌های مودیانو نشان می‌دهد که هنوز موتور فروش آثارش در ایران گرم نیفتاده‌است. شاید جایزه نوبل بتواند سرعت این موتور را افزون کند و آن را به موجی تازه در فضای رخوت‌زده اقتصاد نشر ایران تبدیل کند.

عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام:

قرار نیست که مشکلات اقتصادی ما از طریق دولت به تنهایی حل شود

عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام تاکید کرد: قرار نیست که مشکلات اقتصادی ما از طریق دولت به تنهایی حل شود.

به گزارش ایسنا، علی آقامحمدی در کارگاه یک روزه علمی - آموزشی اقتصاد مقاومتی در دانشگاه ایلام اظهار کرد: اقتصاد مقاومتی برنامه‌ای است که از آن برای رسیدن به اهداف خود بهره خواهیم گرفت.

آقامحمدی، بر سرمایه‌گذاری براساس ظرفیت‌های هر منطقه تاکید و تصریح کرد: معرفی دقیق ظرفیت‌های استان و تکیه نکردن صرف بر بیان مشکلات می‌تواند به توسعه استان کمک کند.

عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام درون‌زا بودن را از ویژگی‌های اساسی اقتصاد مقاومتی عنوان و تصریح کرد: برای دستیابی به این مهم باید به قابلیت‌های کشور تکیه کنیم که دستیابی به این مهم تدوین نقشه راه را می‌خواهد. به این معنا که متناسب با ظرفیت‌های هر منطقه نسبت به سرمایه‌گذاری اقدام شود. جانشین کمیسیون اقتصادکلان، بازرگانی و اداری مجمع تشخیص مصلحت نظام تصریح کرد: ما مدیران باید به این درک برسیم که خود را زیر پای مردم قرار دهیم تا مردم بلند شوند یا حسین‌گویان علم مردم را بر دوش خود بگذاریم چون اگر قرار است مردم در صف مراجعه به ما بمانند فایده‌ای ندارد. عضو مجمع تشخیص مصلحت نظام تاکید کرد: مسئولیت چیزی نیست که با آن شوخی کرد. چون مردم در قیامت یقه ما را خواهند گرفت، هر چند امروز ندانند که چقدر بدهکار آنان هستیم.

وی با بیان اینکه در شرایط کنونی وظیفه ما سخت‌تر از زمان جنگ تحمیلی است، تاکید کرد: وظیفه کنونی ما باید کمک به یکدیگر و کمک به مردم برای حل مشکلات باشد و به همه افراد، فعالان اقتصادی و واحدهای صنعتی به یک چشم نگاه کنیم و وای به حالمان اگر یک واحد تولیدی در حوزه مسئولیت ما مشکل داشته باشد و ما مثل سیر و سرکه نجوشیم.

عضو کمیسیون مشترک بررسی لایحه مطرح کرد

آخرین وضعیت بررسی لایحه خروج از رکود

عضو کمیسیون مشترک بررسی لایحه خروج از رکود، آخرین وضعیت رسیدگی به این لایحه مهم را تشریح کرد و گفت: قرار است وضعیت بدهکاران ارزی در کارگروه‌های استانی مورد به مورد بررسی شده و برای همه بدهکاران نسخه واحد پیچیده نشود.

محمد حسین میرمحمدی تصریح کرد: اگر اشخاص ارز را به نرخ ۱۲۲۶تومان گرفته و کالای خود را با نرخ ارز آزاد فروخته‌اند باید به یک گونه مورد حسابرسی قرار گیرند و به افرادی که ارز را ۱۲۲۶ تومان دریافت کرده و به دلیل تحریم نتوانسته‌اند کالای خود را صادرکرده یا بفروشند و به تعهداتشان عمل کنند به‌گونه دیگری نگاه شود.

وی تاکید کرد: بر این اساس اختلاف قیمت ارز این بدهکاران بر حسب فعالیت دسته‌بندی شده و برای هر کدام یک نسخه مجزا ارائه خواهد شد.

محمد حسین میرمحمدی در گفت‌وگو با فارس در خصوص مواد بحث‌برانگیز آن اظهار داشت: برای ماده مربوط به کاهش سهم صندوق توسعه ملی از درآمدهای نفت در کمیسیون پیشنهاد حذف مطرح شد، اما به تصویب نهایی نرسید.

وی ادامه داد: همچنین پیشنهاد تهاتر ۴۰ هزار میلیارد تومانی بدهی‌های سه جانبه بانک‌ها، دولت و بانک مرکزی بررسی شد و کمیسیون این تهاتر را تا حدی که مربوط به پرداخت تعهدات بانک‌هاست پذیرفته است.

وی درخصوص کاهش پیشنهاد ۴۰ هزار میلیارد تومانی دولت به ۱۰ هزار میلیارد در کمیسیون مشترک گفت: عددی در همین حدود مطرح است، اما هیچ یک از این موضوعات هنوز به تصمیم‌گیری نهایی نرسیده است.

عضو کمیسیون اقتصادی مجلس در پاسخ به این سوال که آیا این تغییرات لایحه دولت را دستخوش تغییرات اساسی نخواهد کرد، گفت: ما قطعا باید در سیاست‌گذاری‌هایمان انضباط مالی داشته باشیم. شورای پول و اعتبار هم‌اکنون در حال بررسی بدهی‌های ناشی از نوسانات نرخ ارزی است و به همین دلیل کمیسیون رسیدگی به این بدهی‌ها را مراعا گذاشته است.

وی با اشاره به اینکه بدهی‌های دولت، بانک‌ها و بانک مرکزی هر یک باید به‌صورت مجزا مورد بررسی قرار گیرد، افزود: وضعیت دستگاه‌های بدهکار و بستانکار متفاوت است و بعضا بخشی که بدهکار است، بستانکار نیز هست.

ابلاغ اصلاح قانون تشکیل شورای عالی اشتغال

قانون الحاق سه بند به مواد (۲) و (۴) و اصلاح ماده (۶) قانون تشکیل شورای‌عالی اشتغال از سوی رییس‌جمهور برای اجرا ابلاغ شد.

با اصلاح این قانون سرپرست کمیته امداد و رییس بنیاد شهید و امور ایثارگران به ترکیب شورای عالی اشتغال و مدیرکل کمیته امداد امام به کمیته هماهنگی اشتغال استان‌ها افزوده می‌شوند.

همچنین با اصلاح ماده (۶) این قانون عبارت «و با تایید رییس‌جمهور قابل اجرا است» جایگزین عبارت «معتبر خواهد بود» می‌شود. پیش‌تر این ماده به این صورت بود: شورای عالی اشتغال حداقل هر شش ماه یکبار تشکیل جلسه خواهد داد و جلسات آن با حضور دو سوم اعضاء رسمیت یافته و تصمیمات شورا با اکثریت آرای اعضای حاضر معتبر خواهد بود.

فرصت امروز در دستان شما

سازمان آگهی ها

۸۸۸۹۶۰۷۴ و ۸۸۸۹۵۴۳۴

منابع آب

نظام اقتصاد آب کشور تاکنون ناکارآمد بوده است

مدیرکل دفتر بررسی‌های اقتصادی و خصوصی‌سازی شرکت مدیریت منابع آب ایران گفت: نظام اقتصاد آب کشور تاکنون ناکارآمد بوده و نتوانسته است هزینه‌ها و سرمایه‌گذاری‌های موردنیاز خود را پوشش دهد.

«علی‌اکبر قبادی»، در گفت‌وگو با پاون، با اشاره به ابلاغ سیاست‌های اقتصاد مقاومتی در حوزه وزارت نیرو، اظهار داشت: در این سیاست‌ها اصلاح نظام اقتصاد صنعت آب و برق در قالب بنگاه‌های اقتصادی به‌عنوان ضرورت‌های پیاده‌سازی اقتصاد مقاومتی دیده شده و این رویکرد سازنده‌ای برای آینده صنعت آب و برق است.

وی با بیان اینکه نظام تعرفه فقط هزینه تمام‌شده یا درآمد نیست، گفت: تعرفه‌های موجود در نظام آب کشور برای تامین مصارف شرب و صنعت و کشاورزی به‌دلیل ناکارآمدی موثر و بازدارنده نبوده است؛ درحالی که بیشتر کشورها سیاست‌های مدیریت منابع آب خود را با نظام تعرفه تنظیم می‌کنند، به‌طوری که مصرف‌کننده وزن قیمت آب را در مصارف خود حس کند و درصورت داشتن نیاز به آب بیشتر با فناوری‌های جدید مصرف خود را کنترل کند.

قبادی به فاصله زیاد بین قیمت تمام‌شده و تعرفه‌های تکلیفی اشاره کرد و ادامه داد: محدودیت‌های قانونی در آب‌بهای زراعی یعنی اختصاص یک درصد برای سنتی‌ها و دو درصد برای تلفیقی‌ها و سه درصد برای شبکه پیشرفته عملا رقمی نیست که بتواند هزینه‌ها را جوابگو باشد.

وی با تاکید بر لزوم استفاده از تجربه‌های جهانی در زمینه آب و پساب، گفت: در قانون هدفمندی یارانه‌ها قیمت پساب طوری تعریف شده است که کمتر از قیمت آب باشد؛ درحالی که در کشورهای اروپایی تعرفه آب شرب حدود ۱,۵ یورو است، اما تعرفه‌های فاضلاب به‌دلیل پرهزینه بودن فرآیند جمع‌آوری و دفع تا ۹ یورو نیز قابل دریافت است و بسته به نوع خدمات از مشترک دریافت می‌شود.

قبادی با اشاره به اهمیت پساب حاصل از تصفیه فاضلاب برای جبران کمبودهای منابع آب کشور، ادامه داد: در زمان حاضر، دو نگاه به مقوله پساب وجود دارد؛ برخی پساب را یک آب جدید به حساب می‌آورند که این آب به‌وسیله شرکت‌های آب منطقه‌ای یا آب و فاضلاب با تعرفه‌های موجود یا توافقی به فروش می‌رسد. در این نگاه سرمایه‌گذاران در بخش فاضلاب نیز باید در این طیف قرار بگیرند و با تعرفه‌های موجود قابل تخصیص است.

وی ادامه داد: نگاه دیگر پساب را بخشی از آب موجود در چرخه تولید و توزیع و مصرف می‌دانند که آب جدیدی نیست و باید با توجه به شرایط خشک‌سالی و کم‌آبی به‌عنوان جایگزین بخشی از آب‌های سطحی و زیرزمینی به این چرخه بازگردد. این نظریه با توجه به اینکه با افت شدید سطح آب در دشت‌ها و بحران آب مواجه هستیم، غالب است.

خبرهای استانی

دستیابی به ترکیب جدید سیمان حفاری چاه‌های نفت در کشور

با حمایت شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب پروژه پژوهشی دستیابی به ترکیب جدید سیمان حفاری چاه‌های نفت با موفقیت انجام شد.

رییس پژوهش و فناوری شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب در این باره اظهار کرد: با توجه به اینکه افزایش استحکام تراکمی پوشش سیمانی پشت لوله‌های جداری چاه‌های نفت از اهمیت بالایی برخوردار است باید فضای خالی بین ذرات سیمان را کاهش داد که یکی از روش‌های دستیابی به این هدف، عدم دانه‌بندی یکنواخت ذرات سیمان است تا فضای خالی بین ذرات توسط دانه‌های غیریکنواخت پر شود. باقر پورقاسم افزود: به منظور دستیابی به ترکیب جدید سیمان حفاری با اهداف فوق پروژه‌ای با عنوان «مطالعه و پژوهش درخصوص سیمان‌های حفاری با دانه‌بندی غیریکنواخت به منظور دستیابی به خواص مطلوب‌تر سنگ سیمان» تعریف شد که توسط پژوهشگاه صنعت نفت و زیر نظر گروه حفاری پژوهش و فناوری و نظارت معاونت حفاری مناطق نفت‌خیز جنوب اجرا شد. وی گفت: در این پروژه با استفاده از پودر کلینکر یکی از تولیدکنندگان سیمان حفاری، سیمان با دانه‌بندی غیریکنواخت جهت دستیابی به استحکام تراکمی بیشتر و کاهش نفوذپذیری سنگ سیمان، تولید و مورد بررسی آزمایشگاهی قرار گرفت و با سیمان‌های فعلی مقایسه شد. همچنین همخوانی افزایه‌های مورد استفاده با دانه‌بندی مطلوب نیز بررسی شد. پورقاسم هزینه صرف شده برای اجرای این پروژه را ۴۲۵ میلیون ریال عنوان کرد و افزود: با اجرای موفقیت‌آمیز این پروژه و با بهبود توزیع دانه‌بندی سیمان حفاری، میزان آب آزاد آن کاهش و استحکام تراکمی آن افزایش یافت که این امر موجب بهبود خواص رئولوژیکی و بندش سیمان شده است.

برگزاری نخستین جلسه بازنگری مدیریت کیفیت گاز استان گلستان

در راستای اجرای سیستم مدیریت کیفیت یکپارچه (ISO 9001) نخستین جلسه بازنگری مدیریت شرکت گاز استان گلستان در سال جاری با حضور مدیرعامل، اعضای هیات‌مدیره، اعضای تضمین کیفیت در محل سالن اجتماعات این شرکت برگزار شد.

مدیرعامل گاز گلستان درخصوص اهداف و نتایج این نشست گفت: از جمله ابزارهای بهبود مستمر و اثربخش سیستم مدیریت کیفیت، انجام بازنگری‌های مدیریت است که در این زمینه این شرکت همه‌ساله جلسات بازنگری مدیریت را جهت حصول اطمینان از عملکرد بهینه این سیستم برگزار می‌کند.

صفرعلی جمال لیوانی افزود: از دغدغه‌های اصلی سازمان‌ها دستیابی به اهداف عالی کیفی و رضایت‌مندی مشتریان است و عمده تلاش شرکت در جهت رسیدن به این مهم معطوف شده است.

وی ادامه داد: درهمین راستا سعی می‌کنیم با بازنگری‌های متعدد مدیریتی و شناسایی و برطرف‌سازی مشکلات موجود، عملکردها را به استانداردهای موجود نزدیک کنیم.

صادرات گاز به اروپا رویایی که می‌تواند محقق شود

الهه ابراهیمی

صادرات گاز طبیعی به اروپا با وجود نیاز کشورهای اروپایی و توان انتقال در هاله‌ای از ابهام مانده است و آینده‌ای برای آن وجود ندارد، اما بااین حال رویای صادرات گاز به قاره سبز برای ایران دور از دسترس نمی‌تواند باشد. رویایی که تحقق آن حداقل سه سال زمان می‌برد.

رویای صادرات گاز به اروپا حدود ۶۰ سال پیش در برنامه‌های بلندمدت اقتصادی ایران به زبان آمد و نخستین برنامه صادرات گاز ایران به شوروی عملیاتی شد و گاز «ایرانی» برای نخستین بار به شوروی رسید و از آن کشور به بلوک شرق اروپا ارسال شد. دلالی شوروی برای صادرات گاز ایران در ازای احداث ذوب‌آهن در ایران برای دولتمردان قابل هضم بود؛ شوروی بازار گاز اروپا را در ابتدا با گاز ایران در اختیار گرفت و به‌صورت تدریجی، خطوط لوله گاز خود را به مرزهای بلوک غرب رساند. با پیروزی انقلاب اسلامی ایران، صادرات گاز به شوروی متوقف شد تا نخستین برنامه صادراتی گاز ایران به کما برود.

انحصارطلبی روس‌ها درقاره سبز

با کشف منابع عظیم گازی ایران در غرب، جنوب غرب و جنوب کشور، رویای ناتمام صادرات گاز به اروپا مجددا زنده شد، ولی با یک مسئله بزرگ مواجه بود: «انحصار طلبی روس‌ها در قاره سبز.»

از آن روز موضوع صادرات گاز، ژستی بیش نبود و روسیه نیز با سیاست‌های همیشگی خود ایران را از اروپا دور نگه داشت و با این وعده که بازار شرق آسیا برای ایران است، ایران را برای حضور در اروپا منصرف کرد. روس‌ها اما در اوج بدقولی و بی‌تعهدی، بازار شرق آسیا را نشانه گرفتند و تمامی برنامه‌ریزی‌های ایران را برای بازاریابی دگرگون کردند. به هر شکل، مسئله انتقال گاز به اروپا موضوعی است که با اما و اگرهای متعدد همراه است، به طوری که از نظر کارشناسان این کار شدنی و حتی نشدنی است اما در هر صورت عقیده‌ها بر این است که در صورت اجرایی شدن از نظر اقتصادی کاری مقرون به صرفه برای کشور ایران و حتی کشورهای اروپایی است.

در حقیقت، براساس استدلالات موجود لوله‌گذاری برای صادرات گاز تا مسافت ۴ هزار کیلومتری اقتصادی است و برای فاصله‌های دورتر انتقال به شیوه LNG و حمل با کشتی مقرون به صرفه‌تر است. نکته اصلی در صادرات گاز طبیعی به اروپا تولید به قدر کفایت و ایجاد زیرساخت‌های لازم است تا این امر انجام شود. پیش از این سناریوهای متعددی برای انتقال خط لوله گاز به اروپا مطرح شده است که از سوی کشور ما و حتی کشورهای اروپایی مورد مطالعه دقیق قرار گرفته است، بدون شک در صورت عملیاتی شدن آنچه حائز اهمیت است، صرفه اقتصادی پروژه است. مسیر عبور خط لوله از کشورهای عراق و سوریه و انتقال به اروپا و مسیر بازرگان و کشور ترکیه و یونان و در نهایت اروپا از جمله این مسیرها است.

انتقال گاز طبیعی موضوعی سیاسی

در هر صورت مسیرهای زیادی برای انتقال خط لوله گاز به اروپا وجود دارد که در صورت نهایی شدن می‌تواند شکل اجرایی داشته باشد اما در این میان آنچه اهمیت بیشتری دارد، مسئله سیاسی انتقال گاز طبیعی ایران به اروپا است که هنوز حل نشده است.

سیدرضا کسایی‌زاده، معاون اسبق وزیرنفت در امور گاز و مدیرعامل اسبق شرکت ملی گاز ایران در این باره به «فرصت‌امروز» می‌گوید: «این موضوع هنوز حل نشده است و انتقال گاز به اروپا موضوعی سیاسی است. اروپایی‌ها به گاز طبیعی ایران نیاز دارند، اما مسائل سیاسی مانع از آن شده است که کشورهای اروپایی به‌صورت جدی برای مذاکره به میدان بیایند نکته اصلی اینجاست که قطعا برای اروپا خرید گاز طبیعی با خط لوله بسیار ارزان‌تر از LNG است.»

هم‌اکنون در تولید و صادرات گاز چهار کشور ایران، روسیه، ترکمنستان و قطر حرف برای گفتن دارند. در این میان بیشتر بازارهای همجوار و اروپا در دست کشور روسیه است و ترکمنستان نیز تلاش دارد که بازار اروپا را داشته باشد، اما هنوز موفق نشده است. کشور قطر نیز از طریق LNG بازارهای کشورهای آسیایی به‌ویژه جنوب شرقی و اروپا را دارد. ایران نیز صادرات گاز به کشورهای همسایه را دارد و با توجه به توسعه میادین در پارس جنوبی به دنبال صادرات به کشورهای همجوار و حتی کشورهای اروپایی است. اما واقعیت اینجاست که ایران از نظر ذخایر زیرزمینی مشکلی ندارد و تنها به دلیل تحریم است که تاکنون در صادرات مشکل داشته است.

هزینه‌های میلیاردی لوله‌گذاری گاز

وی درباره این مسئله که در صورت حل مشکل سیاسی باروسیه آیا مشکلی در لوله‌گذاری برای انتقال گاز به اروپا وجود ندارد، می‌افزاید: «شرکت ملی گاز در گذشته خط لوله سراسری نهم را برای این منظور در دستور کار دارد که بخشی از آن یعنی از عسلویه تا اهواز اجرایی شده است همچنین از اهواز تا میاندوآب نیز در دست اجرا است و به‌زودی به اتمام خواهد رسید. اما نکته مهم، هزینه بالا در لوله‌گذاری است به طوری که برای هر هزار کیلومتر دو میلیارد دلار سرمایه‌گذاری لازم است اما از آنجا که سرمایه‌گذاری قابل برگشت است جای نگرانی وجود ندارد.» اما مسئله دیگر زمان برای لوله‌گذاری خط لوله گاز برای انتقال است که کسایی‌زاده در این باره معتقد است که «از مرز کشور ما تا اروپا ۱۸۰۰ کیلومتر مسافت است و حداقل سه سال زمان لازم است. دراین مدت ما باید در کنار لوله‌گذاری به توسعه میادین پارس جنوبی بپردازیم و تلاش کنیم سه ضلع اساسی یعنی کشور تولید کننده، کشورهایی که این گاز از خاک آنها ترانزیت خواهد شد و کشور مصرف‌کننده را کنار هم حفظ کنیم.»

استفاده از ظرفیت بخش خصوصی در لوله‌گذاری گاز

خوشبختانه شرایط سوق‌الجیشی کشور به‌گونه‌ای است که در صورت توسعه میادین و حل مشکلات سیاسی می‌توان به انتقال گاز طبیعی فکر کرد، اما در این میان این سوال مطرح است، در فضای کنونی چقدر می‌توان از ظرفیت بخش خصوصی برای لوله‌گذاری استفاده کرد؟ کسایی‌زاده در این باره نیز می‌گوید: «دولت سرمایه لازم را برای سرمایه‌گذاری به منظور تکمیل خطوط لوله‌گذاری گاز ندارد و سیاست‌های کنونی وزارت نفت نیز بر این است که از توان بخش خصوصی استفاده مطلوب شود اما از سویی بخش خصوصی که توانایی این را داشته باشد که به تنهایی بتواند وارد این حوزه شود نیز وجود ندارد از این رو لازم است کنسرسیومی از بخش خصوصی برای اجرای این پروژه ایجاد شود. خوشبختانه در کشور ما زیرساخت‌های صفر تا صد کار برای لوله‌گذاری ایجاد شده است و از سویی ظرفیت توان فنی و مهندسی برای این کار به روش BOT نیز وجود دارد اما متاسفانه هنوز فرهنگ‌سازی برای ورود بخش خصوصی ایجاد نشده است تا این بخش وارد این حوزه شود و بتواند بهره‌بردار کار باشد و به دولت خدمات ارائه دهد گرچه افکار مجموعه وزارت نفت این فکر را دنبال می‌کند.»

اما دراین میان شرایط برای واگذاری بخشی از کار برای ورود بخش خصوصی در صورت تحقق یافتن رویای انتقال گاز به اروپا باید سنجیده شود. اینکه سیاست کلان وزارت نفت و مسئولان در حوزه گاز برای این امر چگونه است. از این رو از علیرضا غریبی، مدیرعامل شرکت مهندسی و توسعه گاز ایران خواسته شد در این باره اظهار نظر کند که متاسفانه این گفت و گو انجام نشد.

اما نکته مهم در این خصوص اینجاست که خطوط لوله‌گذاری داخلی گاز در کشور هنوز تکمیل نشده و نیاز است در تکمیل این زیرساخت و حتی ایجاد ایستگاه‌های تقویت فشار از ظرفیت بخش خصوصی استفاده شود؛ موضوعی که در سنوات گذشته با کندی انجام شده است.

گزارش ۲

در جریان سفر وزیر نفت به مناطق نفتی ایلام

واحد نمکزدایی دهلران به بهره‌برداری رسید

واحد نمکزدایی دهلران با ظرفیت فرآورش روزانه ۵۵هزار بشکه نفت با حضور وزیر نفت و هیات همراه، به بهره‌برداری رسید. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی شرکت ملی نفت ایران، بیژن زنگنه در آیین افتتاح واحد نمکزدایی دهلران به شرایط ویژه این مناطق از نظر مرزی اشاره و تصریح کرد: اقدام‌های ارزنده‌ای در غرب کشور و بهره‌برداری از میادین نفت و گاز این مناطق انجام شده که امید است این روند با شدت و حساسیت بیشتری تداوم داشته باشد. وی بر لزوم جمع‌آوری گازهای همراه نفت در این مناطق تاکید و تصریح کرد: جمع‌آوری و استفاده از این گازها علاوه بر پیامدهای مثبت زیست‌محیطی می‌تواند سبب رشد و شکوفایی صنعتی و اقتصادی در این مناطق که بیشتر جزو مناطق محروم هستند، شود. وزیر نفت با بیان اینکه با اجرای این طرح‌های بزرگ، آینده خوبی برای کارهای صنعتی و فنی استان ایلام پیش‌بینی می‌شود، اظهار کرد: اجرای این طرح‌ها سبب تحول بزرگی در این استان خواهد شد. براساس این گزارش، واحد نمکزدایی دهلران با هدف حذف نمک همراه نفت میدان‌های دهلران و دانان تا میزان ۲۵ گرم بر متر مکعب و رساندن میزان آب‌های همراه نفت خروجی به ۰,۱ درصد و کاهش میزان H_2S آن تا حداکثر 15 ppm وزنی احداث شده است. این واحد جزو مناطق عملیاتی شرکت بهره‌برداری نفت و گاز غرب و در استان ایلام واقع شده است. میزان نفت تولیدی برای ارسال به واحد نمکزدایی دهلران روزانه ۱۵هزار بشکه از چاه‌های دانان و ۴۰هزار بشکه از چاه‌های میدان دهلران پیش‌بینی شده است. زنگنه به صادرات مواد پتروشیمی در مناطق غرب کشور اشاره کرد و یادآور شد: با توجه به مرزی بودن و همسایگی استان ایلام با کشور عراق، با ایجاد صنایع پایین دستی، توان صادرات محصولات پتروشیمی از این استان به کشور عراق وجود دارد.

ساخت پالایشگاه گاز دهلران

وزیر نفت از ساخت یک واحد پتروشیمی (NGS) در دهلران خبر داد و گفت: پالایشگاه گاز دهلران (NGL۳۱۰۰) با اختصاص ۱,۵ میلیارد دلار اعتبار ساخته می‌شود. زنگنه با اشاره به اینکه خوراک این واحد پتروشیمی از پالایشگاه گاز دهلران تامین می‌شود، گفت: این کارخانه پتروشیمی از بزرگ‌ترین واحدهای پتروشیمی کشور است و با احداث و بهره‌برداری از این کارخانه، تحول بزرگ فنی و صنعتی در جنوب استان ایلام ایجاد خواهد شد. وی با اشاره به منابع نفت و گاز استان ایلام گفت: با اجرای طرح‌های ساخت پالایشگاه و پتروشیمی در مناطق نفت‌خیز این استان، در آینده ایلام به استان بزرگ تولید محصولات پتروشیمی در کشور تبدیل می‌شود. به گفته وزیر نفت، با اجرای این طرح‌های بزرگ، آینده خوبی برای کارهای صنعتی و فنی استان ایلام پیش‌بینی می‌شود که موجب تحول بزرگی در این استان خواهد شد.

آغاز تولید زودهنگام نفت از میدان آذر در سال ۹۴

وزیر نفت از آغاز تولید زودهنگام ۳۰ تا ۳۵هزار بشکه نفت در روز از میدان آذر واقع در شهرستان مرزی مهران از نیمه دوم سال ۹۴ خبر داد. وی تصریح کرد: با توسعه میدان آذر ظرفیت تولید نفت خام ۶۵هزار بشکه در روز افزایش می‌یابد. زنگنه اظهار کرد: این طرح به‌صورت بیع متقابل با شرکت‌های ایرانی و سرمایه‌گذاری بیش از یک‌میلیارد دلار در حال اجراست. وزیر نفت ادامه داد: پنج دکل اکنون در این میدان در حال کار است که تاکنون پنج حلقه چاه حفر شده بقیه هم به مرور حفر می‌شود. زنگنه افزود: برداشت نفت از میدان آذر برای انجام کارهای آماده‌سازی با هدف صادرات به استان خوزستان و گاز حاصل شده از چاه‌های نفت این منطقه نیز برای تامین خوراک پتروشیمی به جنوب دهلران منتقل می‌شود. وزیر نفت درباره طرح کمک به عمران مناطق نفت‌خیز گفت: طرحی به نام کمک به مناطق نفت‌خیز در استان ایلام اجرا خواهد شد تا به شهرهایی که در نزدیکی پروژه‌های نفتی و مرتبط با مناطق نفت‌خیز هستند، کمک شود. زنگنه بیان کرد: در این طرح، پروژه عام‌المنفعه در مناطق نفت‌خیز اجرا می‌شود که در توسعه این مناطق بسیار موثر است. وی درباره مکان دفتر نفت مناطق مرکزی که ویژه استان ایلام بوده ولی در کرمانشاه مستقر است نیز گفت: باید بررسی شود که چه کاری می‌توانیم در این زمینه انجام دهیم، زیرا علاوه بر رفاه کارکنان، موضوع انتقال برای استان ایلام نیز اهمیت دارد.

تکمیل برق‌رسانی به روستاهای ۲۰ استان کشور

حدود ۶۰۰ روستا که دارای کد روستایی هستند، در برنامه برق‌رسانی به روستاهای کشور قرار گرفته است که از این تعداد ۴۵ روستا از طریق انرژی‌های نو برق‌رسانی می‌شوند. «ولی‌الدین مصلحتی‌شربیانی» در گفت‌وگو با پاون، اظهار کرد: از ابتدای سال جاری تا مهرماه تعداد ۶۵ روستای کشور با ۱۰۹۵ خانوار با احداث ۱۲۸ کیلومتر شبکه فشار متوسط و ۴۶ کیلومتر شبکه فشار ضعیف و نصب ۷۶ دستگاه ترانسفورماتور به ظرفیت ۳۴۵۰ کیلوولت آمپر از نعمت برق برخوردار شده‌اند. وی افزود: کل روستاهای برق‌دار شده در کشور تاکنون ۵۵ هزار و ۲۵۶ روستا با چهار میلیون و ۲۷۸ هزار و ۹۸۹ خانوار است که ۴۱هزار و ۸۵۸ روستا بالای ۲۰ خانوار و ۱۳ هزار و ۳۹۸ روستا زیر ۲۰ خانوار جمعیت دارند.

به‌گفته وی، برای برق‌رسانی به این روستاها ۱۸۷ هزار و ۷۱۷ کیلومتر شبکه فشار متوسط و ۹۹ هزار و ۲۲۴ کیلومتر شبکه فشار ضعیف احداث و تعداد ۷۳هزار و ۶۹۰ دستگاه ترانسفورماتور با ظرفیت هفت میلیون و ۳۶۳ هزار و ۱۴۱ کیلوولت آمپر نصب شده است. مصلحتی با بیان اینکه روستاهایی که در مناطق بسیار سخت‌گذر یا دورافتاده یا بدون مجوز احداث شبکه برق قرار دارند، ازطریق انرژی‌های نو برق‌رسانی خواهند شد، گفت: تاکنون ۱۳۸ روستا با ۱۳۸۶ خانوار و هزینه ۱۶۰ میلیارد ریال ازطریق انرژی‌های نو برق‌دار شده‌اند.

وی گفت: در سال جاری ۱۰۷۰ روستای فاقد برق بالای ۱۰ خانوار سکنه ازطرف شرکت‌های توزیع نیروی برق جهت برق‌رسانی پیشنهاد شد اما تعدادی از آنها به‌دلیل نداشتن کد روستایی و مجوزهای لازم از منابع طبیعی واجد شرایط نیستند.

وی خاطرنشان کرد: حدود ۶۰۰ روستا که دارای کد روستایی هستند، در برنامه برق‌رسانی به روستاهای کشور قرار گرفته است که از این تعداد ۴۵ روستا ازطریق انرژی‌های نو برق‌رسانی می‌شوند.

پتروشیمی

طی یک‌سال گذشته

مدیریت سهام عدالت در مجتمع‌های پتروشیمی پس گرفته شد

معاون وزیر نفت با انتقاد از نحوه خصوصی‌سازی در سال‌های گذشته گفت: مدیریت سهام عدالت در مجتمع‌های پتروشیمی واگذار شده به بخش خصوصی در یک‌سال گذشته بازپس گرفته شده است.

منصور معظمی در گفت‌وگو با شانا با اشاره به اینکه وزارت نفت با مدیریت بهینه سهام عدالت در شرکت‌های پتروشیمی و پالایشی تلاش می‌کند سود بیشتری نصیب سهامداران شود، گفت: هم‌اکنون مسئولیت سهام عدالت بر عهده وزارت نفت است، در حالی که اختیار آن برای جای دیگری است؛ که درست نیست.

وی با بیان اینکه اسامی نمایندگان وزارت نفت در شرکت‌های پالایشی که دارای سهام عدالت بودند به ثبت رسیده است، تصریح کرد: هم‌اکنون این نمایندگان در تصمیم‌گیری‌های هیات‌مدیره این شرکت‌ها مشارکت دارند، از این رو لازم است هر چه زودتر شرکت ان پی‌سی (NPC) نیز نمایندگان خود را در شرکت‌ها و مجتمع‌های دارای سهام عدالت به ثبت برساند.

معاون وزیر نفت، با بیان اینکه شرکت ملی صنایع پتروشیمی طبق قانون یک سازمان توسعه‌ای به شمار می‌آید و مسئولیت توسعه این صنعت را بر عهده دارد، افزود: باید نقش حاکمیتی و توسعه‌ای این شرکت که هم‌اکنون به دست دیگران (برخی سازمان‌ها و نهادهای دولتی و نیمه خصوصی) است گرفته شود و به دست این شرکت سپرده شوند.

معظمی با تاکید بر اینکه نمایندگی وزارت نفت در صنعت پتروشیمی بر عهده شرکت ان پی سی (NPC) است، گفت: در این صنعت نباید پراکندگی مدیریت وجود داشته باشد و باید توسط یک مدیریت واحد اداره شود.

معاون برنامه‌ریزی ونظارت بر منابع هیدروکربوری وزارت نفت با اشاره به اینکه بنگاه‌های تخصصی در صنعت پتروشیمی و پالایشی در راستای اصل ۴۴ به مجموعه‌های غیرتخصصی واگذار شده است، اظهار کرد: به‌عنوان مثال هم‌اکنون وزارت دفاع سهام پالایشگاه، پتروشیمی و نیروگاه در اختیار دارد.

به گفته معاون وزیر نفت، طی چند سال اخیر در راستای اصل ۴۴ بدون هماهنگی وزارت نفت سهام پالایشگاه‌ها و پتروشیمی‌ها به نیروهای مسلح واگذار شد.

معظمی با یادآوری مشخص شدن فرمول تعیین قیمت گاز در مجتمع‌های پتروشیمی گفت: تاکنون در زمینه تعیین این فرمول برای خوراک مایع پتروشیمی‌ها به جمع‌بندی و فکر منسجمی نرسیده‌ایم.

نفت

گمرک تخصصی نفت در تهران راه‌اندازی شد

مسعود کرباسیان، رییس کل گمرک درباره راه‌اندازی گمرک تخصصی نفت گفت: از آنجایی که گمرک مجوز انبارهای اختصاصی را صادر می‌کند، بنابراین هر تولیدکننده می‌تواند در صورت دارا بودن مشخصات به‌جای پرداخت هزینه‌های انبار، دارای یک گمرک اختصاصی زیر کلید گمرک باشد.

معاون وزیر امور اقتصاد و دارایی از راه‌اندازی گمرک اختصاصی نفت در تهران خبر داد و گفت: اگر درخواست‌های دیگری در این خصوص دریافت شود، طبق روال بررسی و در صورت مطابقت با ضوابط گمرک مجوز فعالیت آن زیر کلید گمرک صادر می‌شود.

وی درباره سایر گمرکات تخصصی نیز اظهار داشت: گمرک تخصصی گمرکی است که دستگاه‌هایی که باید مجوز صادر کنند می‌توانند آن را دارا باشند، به‌عنوان مثال، کانون پرورش فکری کودکان اعلام می‌کند، در مناطق و گمرکات خاص امکان ارزیابی اسباب بازی را دارد، بنابراین اسباب بازی از طریق همان گمرکات وارد می‌شود. بنابراین گمرک تخصصی گمرکی است که توان ارزیابی در آن وجود داشته باشد.

کرباسیان با بیان اینکه واردات خودرو از هر گمرکی امکان‌پذیر نیست، گفت: از آنجایی که خودرو باید از نظر سی‌سی موتور یا موارد دیگر ارزیابی شود، از برخی از گمرکات وارد می‌شود.

معاون وزیر اقتصاد با اشاره به وجود گمرکات اختصاصی در کشور اظهار داشت: به‌عنوان مثال، برخی از کارخانه‌های تولیدی همانند ایران خودرو اعلام می‌کنند واردات خود را به‌جای اینکه در بنادر با هزینه بالا نگهداری کنند فضایی را برای آن فراهم کرده که زیر نظر گمرک پلمپ شود.

وی گفت: ۱۲۶ کارخانه هم‌اکنون دارای گمرکات اختصاصی هستند که البته این امر منجر به کاهش هزینه‌های انبارداری آنها می‌شود، ضمن آنکه با حداقل تضمین فعالیت خود را انجام می‌دهند.

پالایشگاه

«آناهیتا» تنها پالایشگاه اولویت‌دار وزارت نفت

وزیر نفت در کرمانشاه گفت: پالایشگاه آناهیتا در استان کرمانشاه به‌عنوان تنها پالایشگاه نفت‌خام کشور در اولویت وزارت نفت قرار دارد. به گزارش پترونت، بیژن نامدار زنگنه در گفت‌وگو با خبرنگاران کرمانشاهی اظهار کرد: سرمایه‌گذاران اصلی طرح پالایشگاه آناهیتا کرمانشاه سازمان تامین اجتماعی و وزارت رفاه هستند که وزارت نفت نیز در کنار مجموعه سرمایه‌گذاران حمایت‌های لازم را به عمل می‌آورد. وزیر نفت با اشاره به میزان سرمایه‌گذاری پالایشگاه آناهیتا بیان کرد: این طرح با سرمایه‌گذاری سنگین ۲,۵میلیارد دلاری تنها پالایشگاه نفت خام کشور است که در اولویت کاری وزارت نفت قرار دارد. زنگنه با تاکید بر اینکه در حال حاضر پالایشگاه آناهیتا به‌عنوان تنها پالایشگاه در داخل کشور که در حال حاضر حمایت می‌شود، افزود: تمام تلاش ما برای راه‌اندازی سریع این طرح بوده و اصلی‌ترین موضوع آن فاینانس است. وی با اشاره به وجود برخی تحریم‌ها در صنعت نفت گفت: برای انجام فعالیت‌های پژوهشی و توسعه فناوری و بازیافت نفت در ۵۸ میدان نفتی با ۸ دانشگاه عقد قرارداد بسته شده است.

اقتصاد

نسخه اصلاح شده «برنامه جامع بهره‌وری کشور» تصویب شد

نسخه اصلاح شده «برنامه جامع بهره‌وری کشور» بر مبنای نظر کمیسیون تخصصی کمیسیون اقتصاد هیأت دولت در نشستی با حضور نمایندگان تام‌الاختیار سازمان‌ها و دستگاه‌های اجرایی کشور مورد بحث و بررسی قرار گرفت و کلیات آن با ۲۸ ماده با اعمال اصلاحات لازم تصویب شد.

رویا طباطبایی یزدی، رییس سازمان ملی بهره‌وری ایران با اشاره به فرآیند طی شده برای تدوین برنامه جامع بهره‌وری کشور گفت: از آذرماه سال گذشته و با استقرار مدیریت جدید این سازمان تدوین این برنامه در دستور کار قرار گرفت که از تکالیف معطل‌مانده ماده ۷۹ قانون برنامه پنجم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی کشور است. در این مسیر از دیدگاه‌ها و نظرات اساتید دانشگاهی، صاحب‌نظران، متخصصان، کارشناسان و همچنین مسئولان مرتبط حوزه بهره‌وری در سازمان‌ها و دستگاه‌های اجرایی کشور استفاده شده است.

به گزارش روابط عمومی سازمان ملی بهره‌وری ایران وی ادامه داد: طی ماه گذشته، این برنامه به هیأت محترم وزیران ارسال و در کمیسیون تخصصی کمیسیون اقتصاد هیأت دولت مورد بررسی قرار گرفت و نقطه‌نظراتی درخصوص اصلاح برنامه مطرح شد که جلسه حاضر در این باره و به منظور تبادل نظر و دریافت نظرات برگزار شده است.

«رضا شفیعی ثابت»، عضو شورای راهبری سازمان ملی بهره‌وری ایران با اشاره به بندهای مختلف برنامه جامع بهره‌وری کشور تاکید کرد: این برنامه براساس اسناد بالادستی تدوین و استخراج شده از سند پشتیبان این برنامه است که بیش از ۴۰۰ صفحه است.

به گفته وی، در برنامه جامع بهره‌وری کشور هیچ تکلیفی فراتر از تکالیف قانونی مندرج در آیین‌نامه اجرایی ماده ۷۹ قانون برنامه پنجم توسعه بر دوش سازمان‌ها و دستگاه‌های اجرایی کشور گذاشته نشده است.

نمایندگان سازمان‌ها و دستگاه‌های اجرایی کشور شامل وزارتخانه‌های «آموزش و پرورش»، «تعاون، کار و رفاه اجتماعی»، «جهاد کشاورزی»، «صنعت، معدن و تجارت»، «دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح»، «علوم، تحقیقات و فناوری»، «ارتباطات و فناوری اطلاعات»، «بهداشت، درمان و آموزش پزشکی کشور»، «فرهنگ و ارشاد اسلامی»، «امور خارجه»، «نفت» و «ورزش و جوانان»، نهاد ریاست جمهوری، سازمان صداوسیمای ج.ا.ا، سازمان حفاظت محیط زیست و سازمان انرژی اتمی ایران در اصلاح برنامه جامع بهره‌وری کشور شرکت داشتند.

معدن

تعطیلی ۲۳ معدن سنگ‌آهن درنیمه شمالی کشور

عضو هیات‌مدیره انجمن تولیدکنندگان و صادرکنندگان سنگ‌آهن ایران معتقد است که دولت یازدهم راهبرد خود را مبتنی بر توسعه معدنی کشور تدوین کند، زیرا این مهم می‌تواند نقشه راه در چارچوب سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ باشد.

به گزارش «فولاد نیوز»، سجاد غرقی اظهار کرد: آمارهای منتشر شده نشان می‌دهد که میزان ذخایر اکتشافی سنگ‌آهن کشور بیش از پنج میلیارد تن است که از این رقم نزدیک به سه میلیارد تن آن ذخیره قطعی است و باید از این مزیت خدادادی به شکل مطلوب بهره‌برداری شود.

وی گفت: حدود ۱۵۰ معدن بخش خصوصی سنگ‌آهن در کشور فعالیت دارند و در سال گذشته از این معادن بالغ بر ۱۴ میلیون تن سنگ‌آهن استخراج که ۸۵ درصد آن صادر شد و در سال جاری با روند کاهش قیمت این ماده معدنی در بازار جهانی، ۲۳ معدن در نیمه شمالی کشور به حال تعطیل یا نیمه تعطیل درآمدند.

غرقی افزود: انتظار می‌رود، افت شدیدتر قیمت سنگ‌آهن در بازار جهانی تداوم داشته باشد، بنابراین فعالان این بخش چشم به سیاست‌های حمایتی دولت یازدهم دارند. وی یادآور شد: معادن سنگ‌آهن بخش خصوصی در شرایط فعلی با حداقل ظرفیت فعالیت می‌کنند و در واقع بسیاری از معدنکاران این بخش در مرحله زیان قرار دارند. به اعتقاد غرقی، شرایط رکودی موجب شده تا بهره‌برداران معادن سنگ‌آهن با رشد ۲۵ درصدی هزینه‌ها در اقلام مصرفی مواجه شوند و از سوی دیگر، کاهش سهمیه سوخت ماشین‌آلات معدنی و افزایش قیمت حامل‌های انرژی به‌شدت بار مالی این بخش را افزایش داده است. وی اضافه کرد: افزایش ناگهانی حقوق دولتی معادن، به‌شدت معدنکاران را نگران کرده و نحوه محاسبه آن اعتراض فعالان معدنی در حوزه‌های مختلف را به دنبال داشته و لازم است وزارت صنعت، معدن و تجارت نسبت به این موضوع تجدیدنظر کند.سال گذشته از پنج هزار و ۴۰۰ معدن فعال کشور ۴۲۰ میلیون تن مواد معدنی استخراج شد.

صادرات

صادرات ماشین‌سازی تبریز به ۵/۵ میلیون دلار رسید

شرکت ماشین‌سازی تبریز در نیمه نخست امسال موفق شد ۵/۵ میلیون دلار محصولات خود را به کشورهای همسایه، آلمان، ترکیه و کشورهای آفریقایی صادر کند.

به گزارش روابط عمومی شرکت ماشین‌سازی تبریز، این شرکت موفق شده انواع ماشین افزارهای تولیدی از جمله ماشین‌های TN50، TN71، CNC، VMC، انیورسال و ماشین‌های فرز را در شش‌ماه نخست سال جاری به ترکیه، کشورهای عربی منطقه و بازارهای آفریقایی و آسیایی صادر کند. بنا بر این گزارش، شرکت ماشین‌سازی تبریز باوجود تحریم‌های موجود، موفق شده سهم مناسبی از بازارهای کشورهای همسایه را از آن خود سازد که صادرات چهار میلیون دلاری ماشین‌افزار به یکی از کشورهای عربی، یکی از این موفقیت‌ها به‌شمار می‌رود. گفتنی است رقم صادرات شرکت ماشین‌سازی تبریز نسبت به مدت مشابه سال قبل رشد داشته و پیش‌بینی می‌شود این شرکت تا پایان سال به رکورد بالاتری در حوزه صادرات نائل آید.

مدیرعامل سازمان صنایع کوچک

بانک‌ها به یاری دولت بیایند

عسل داداشلو

مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتی ایران درخواست کرده تا سیستم بانکی برای رفع مشکل نقدینگی واحدهای صنعتی، به یاری صنعتگران بشتابد. درخواست کمک کردن از بانک‌ها از سوی تولیدکنندگان حرف تازه‌ای نیست، فقط این‌بار گوینده‌اش تفاوت کرده و سمتی دولتی دارد. اکنون در حالی سیدمحمدعلی سیدابریشمی، از بانک‌ها یاری می‌طلبد که بارها این موضوع از سوی تولیدکنندگان مطرح شده و حتی در مراسم روز صنعت نیز، در حضور شخص رییس‌جمهور این درخواست مطرح شده است. گرچه رییس‌جمهور همان روز به بنگاه‌داری بانک‌ها انتقاد کرد و اصلاح روش بانک‌ها را یکی از برنامه‌های دولت دانست، اما تاکنون که چهار ماه از صحبت‌های او می‌گذرد، هیچ گامی در این زمینه برداشته نشده است. حالا اما معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت در قامت یک مقام دولتی بار دیگر از بانک‌ها برای یاری رساندن به تولیدکنندگان و صنعتگران کمک می‌خواهد.

ابریشمی در این‌باره گفته است: «بخشی از مشکلات صنایع کوچک مربوط به تسهیلات بانکی مورد نیاز صنایع است که متاسفانه در سال‌های اخیر افرادی غیرصنعتی از این تسهیلات به نام صنعت استفاده کرده و صنعتگران واقعی از این تسهیلات محروم شده‌اند؛ البته در دولت تدبیر و امید در جهت حل این مشکلات فعالیت‌های زیادی انجام شده است.»

او حالا از اقدام جدی دولت درباره کمک رساندن از طریق بانک‌ها به صنعتگران خبر داده و افزوده است: «در جهت رفع مشکلات واحدهای صنعتی به یاری سیستم بانکی امیدواریم. طی جلسه‌ای با وزیر، قرار شد استان‌ها درخواست‌هایشان را از طریق شرکت شهرک‌های صنعتی و سازمان صنعت، معدن و تجارت استان ارائه کنند. معاون اول رییس‌جمهور نیز در این‌باره نامه‌ای به رییس کل بانک مرکزی نوشت تا مشکل اختصاص تسهیلات مرتفع شود.» در همان روز صنعت رییس‌جمهور وعده داد که سال‌های ۸۴ تا ۹۲ دیگر برای تولیدکنندگان تکرار نخواهد شد. سخنی که امید را به دل صنعتگران بازگرداند. اما نکته‌ای که درباره صنایع کوچک به روشنی می‌توان فهمید این است که در طول سال‌های ذکر شده از سوی رییس‌جمهور، بیشترین فشار در بخش تولید روی این واحدها بوده تا آنجا که ۱۵ هزار واحد تولیدی در طول این سال‌ها تعطیل شد و اکنون به غیراز بدهکاری و جریمه ثبت شده به نام آنها در بانک‌ها، نام دیگری از آنها مطرح نیست. بسیاری از کارشناسان بانک‌ها را یکی از عوامل تعطیلی این واحدها در طول سالیان گذشته می‌دانند. محمود جام‌ساز، اقتصاددان، در این‌باره به «فرصت امروز» می‌گوید: «شرکت‌های کوچک که بیشتر در قالب بنگاه‌های تولیدی مشاهده می‌شوند، از اعتبارات بانکی محروم هستند، زیرا نظام بانکی ما بسیار ناکارآمد است و در طول این سال‌ها خود بانک‌ها بنگاه‌دار شده‌اند و تسهیلات را بیشتر به بخش‌هایی می‌دهند که یا در دل بانک‌ها رشد کرده یا دولتی هستند.» او می‌افزاید: «در حال حاضر بخش خصوصی از کمبود تنخواه گردان رنج می‌برد. از سوی دیگر، بانک‌ها روی اعتباراتی کار می‌کنند که براساس عقود مشارکتی باشد، زیرا عقود مبادله‌ای برای آنها صرف ندارد. واضح است که بانک‌ها هیچ‌گاه در زیان شرکت‌ها سهیم نبوده‌اند. برای ارائه تسهیلات به بخش خصوصی و اعتلای تولید نیاز است که به ابزارهای نوین بانکداری و فاقد فساد دسترسی داشته باشیم.» با این وجود، معاون وزیر صنعت گفته که در این زمینه در تلاش هستیم تا راهکارهای قانونی و مناسبی ارائه شود و صنعتگران واقعی بتوانند به حق خود برسند.

این در شرایطی است که بخش عمده‌ای از صنایع کوچک در طول سال‌های گذشته از گرفتن تسهیلات از سوی بانک‌ها دستشان کوتاه بوده و از سوی دیگر بانک‌ها نیز به دلیل مطالبات معوق ثبت شده‌ای که به آنها برگشت داده نشده از منابع تهی شده‌اند؛ بنابراین همواره اولویت را به بخش‌های بزرگ‌تر داده‌اند. جام‌ساز در این‌باره بیان می‌کند: «ارائه تسهیلات به بخش خصوصی با مشکل فساد گسترده در سیستم پولی کشور مواجه است. این فساد سبب شده که بسیاری از منابع بانک‌ها به آنها برگشت داده نشود و مجموع مطالبات معوق بیش از ۱۶۰ هزار میلیارد تومان باشد. در چنین شرایطی بانک‌ها برای ارائه تسهیلات بخش‌های بزرگ را که مستقیم تحت مالکیت دولتی هستند، مورد توجه خود قرار داده‌اند.» حالا وقتی صحبت از ارائه تسهیلات از سوی بانک‌ها به این واحدها می‌شود، این پرسش به وجود می‌آید که آیا این تسهیلات هم قرار است با سود بالای ۲۲ درصد ارائه شود؟

سودی که تولیدکنندگان صنایع کوچک قطعا از پس آن برنخواهند آمد. بنابراین، با توجه به اینکه قطعا دولت به خوبی این موضوع را می‌داند، در چه شرایطی می‌توان از ارائه تسهیلات برای زنده نگه داشتن این واحدها سخن گفت؟ آیا منظور از اصلاح روش در ارائه تسهیلات سیستم بانکی این است که روزی بانک‌ها در زیان تولیدکنندگان شریک می‌شوند؟

گزارش۲

بررسی آمارهای منتشر شده از سوی مرکز آمار ایران

آیا نرخ بیکاری کشور کاهش یافته است؟

مینا شهنی

مرکز آمار پریروز نرخ بیکاری کشور را برای جمعیت ۱۰ ساله و بیشتر ۹,۵درصد اعلام کرده؛ این نرخ در میان جمعیت ۱۵ سال و بالاتر هم تغییر محسوسی ندارد، اما آمار جوانان بیکار دربازه سنی ۱۵ تا ۲۴ سال ناگهان صعود کرده و به ۲۲,۹ می‌رسد که جمعیتی بیش از ۷۰۰ هزار نفر را در برمی‌گیرد. صعود نرخ بیکاری تا رده سنی ۱۵ تا ۲۴ سال ادامه دارد و پس از آن با شیبی ملایم در رده سنی ۱۵ تا ۲۹ نرخ بیکاری به ۲۰,۲ می‌رسد، اما تعداد بیکاران این رده سنی نزدیک به یک میلیون و ۵۰۰ هزار نفر را شامل می‌شود. افزایش تعداد بیکاران به‌رغم کاهش درصد نرخ بیکاری نشان می‌دهد که جمعیت بیکار بین ۲۴ تا ۲۹ سال با رشد ناگهانی افزایش می‌یابد.

این مرکز در گزارش آورده است که بررسی نرخ بیکاری جمعیت ۱۰ ساله و بیشتر نشان می‌دهد که ۹,۵درصد از جمعیت فعال کشور بیکارند. جمعیت فعال اقتصادی به تمامی افراد بالای ۱۰ سالی گفته می‌شود که در تولید خدمات مشارکت داشته (شاغل) یا از قابلیت مشارکت برخوردار بوده‌اند (بیکار).

براساس نتایج استخراج شده از سوی مرکز آمار نرخ بیکاری در بین زنان نسبت به مردان و در نقاط شهری نسبت به نقاط روستایی بیشتر بوده است. همچنین بررسی روند تغییرات نرخ بیکاری کل نشان می‌دهد که این شاخص نسبت به فصل مشابه در سال قبل (تابستان ۱۳۹۲) ۰,۹درصد و نسبت به فصل گذشته (بهار ۱۳۹۳) ۱,۲درصد کاهش داشته است.

همچنین نرخ بیکاری جمعیت ۱۵ ساله و بیشتر نشان می‌دهد که ۹,۵درصد از جمعیت فعال، بیکار بوده‌اند. براساس این نتایج، نرخ بیکاری در بین زنان نسبت به مردان و در نقاط شهری نسبت به نقاط روستایی بیشتر بوده است.

بخش خدمات با ۴۷,۴درصد بیشترین سهم اشتغال را به خود اختصاص داده و در مراتب بعدی بخش‌های صنعت با ۳۳,۶ و کشاورزی با ۱۹درصد قرار دارند.

نرخ بیکاری جوانان ۱۵ تا ۲۴ ساله کل کشور نسبت به فصل مشابه در سال گذشته یک‌درصد و نسبت به فصل قبل ۱,۹درصد کاهش داشته است. بیکاری جوانان بین ۱۵ تا ۲۹ ساله نسبت به فصل مشابه سال قبل ۰,۹درصد و نسبت به فصل قبل دو درصد کاهش داشته است.

کار بیشتر از استاندارد

بررسی‌های مرکز آمار نشان می‌دهد که بیش از ۴۰درصد شاغلان کشور به طور معمول در هفته بیش از ۴۹ ساعت کار می‌کنند. این شاخص نشان می‌دهد که سهم زیادی از شاغلان کشور بیش از استاندارد تعیین شده کار می‌کنند. براساس قوانین حاکم بر کشور هر فرد شاغل باید در هفته ۴۴ ساعت کار کند، البته در برخی مشاغل که به مشاغل سخت و زیان‌آور مشهورند، این ساعت کاهش می‌یابد.

بیشترین آمار بیکاری

نرخ بیکاری در استان خراسان شمالی ۱۶,۲درصد است که که نسبت به میانگین کشوری ۹,۵درصد بسیار بیشتر است. پس از آن با کمی اختلاف استان کهگیلویه و بویراحمد با ۱۶درصد قرار گرفته است. استان‌های بوشهر و چهارمحال و بختیاری با ۱۴درصد به‌صورت مشترک سومین نرخ بیکاری کشور را دارند و اصفهان با ۱۳,۶درصد پس از این چهار استان قرار گرفته است.

تهران در صدر

کمترین نرخ بیکاری به استان تهران با ۵,۱درصد است و پس از آن استان مرکزی با ۶,۲ استان کرمان با ۶,۳ و همدان با ۶,۷درصد قرار دارند.

توزیع پول اشتغال نمی‌آورد

علی ربیعی، وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی چهار روز قبل درباره اشتغال گفته بود: «با توزیع پول اشتغال در کشور ایجاد نمی‌شود، زمانی برای آزمون و خطا نداریم و باید برای هر ریالی که در حوزه اشتغال سرمایه‌گذاری می‌کنیم، برنامه‌ریزی منسجمی داشته باشیم.»

او معتقد است که ذهنیت افراد باید نسبت به شغل تغییر کند و توضیح داده است: لازم است ذهنیت خود را به شغل تغییر دهیم و به دنبال این نباشیم که فقط شغل را در استخدام یک کارفرما بدانیم. متاسفانه بسیاری از افراد شغل را فقط در استخدام‌بودن یک کارفرما می‌دانند در صورتی که می‌توان با ایجاد واحدهای خرد، کار را در خانه یا کارگاه‌های کوچک یا متوسط راه‌اندازی کرد. سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های اقتصادی خرد و متوسط می‌تواند علاوه بر درآمد بالایی که این استان به خود تخصیص می‌دهد، بازار خوبی برای فروش کالاهای تولیدی باشد.

گزارش به نمایندگان

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی ۱۰ روز پیش نیز در مجلس حاضر شد تا درباره وضعیت بیکاری به نمایندگان گزارش بدهد. البته این جلسه غیرعلنی بود و اطلاعاتی نیز درباره آن منتشر نشد و فقط بهروز نعمتی، سخنگوی هیات رییسه گفته بود که «ربیعی در این نشست گزارشی را درباره وضعیت بیکاری و صندوق‌های بازنشستگی در کشور ارائه کرد.»

مهم‌ترین دغدغه

اسحاق جهانگیری، معاون اول رییس‌جمهور نیز پیش از این در جلسه شورای عالی اشتغال به تاکید گفته بود: «مردم در بخش اشتغال مطالبه‌ای جدی از دولت دارند و انتظار دارند دولت در سال جاری گام‌هایی موثر در ایجاد فرصت‌های شغلی بردارد و دولت نیز مصمم است منابع مالی و بسترهای لازم را برای اشتغالزایی فراهم کند. برخی دستگاه‌ها در موضوع اشتغالزایی نقشی اساسی دارند و باید نسبت به سایر دستگاه‌ها تمرکز بیشتری را بر موضوع اشتغال معطوف سازند. وزارتخانه‌های صنعت، معدن و تجارت، جهاد کشاورزی و راه‌وشهرسازی که سهم عمده‌ای در ایجاد فرصت‌های شغلی دارند باید با برنامه‌ریزی و تجهیز منابع مالی زمینه‌های اشتغالزایی را فراهم کنند.»

رییس‌جمهور نیز در فروردین امسال در چهارمین جلسه شورای عالی اشتغال برطرف شدن ریشه‌ای مشکل اشتغال را در گرو رونق واقعی در عرصه اقتصاد عنوان کرده و گفته بود: «معضل اشتغال که با توجه به منفی شدن نرخ رشد اقتصادی در سال‌های اخیر تشدید نیز شده است، در صورت مهار نشدن تبدیل به یک معضل اجتماعی و اخلاقی خواهد شد که تبعات فراوان و سنگینی برای جامعه خواهد داشت. البته همچنان که با معضل تورم شدید مقابله شد و نرخ تورم بیش از ۱۱درصد کاهش یافت، باید از طریق ایجاد رونق در کسب‌وکار و افزایش سرمایه‌گذاری با این معضل نیز به‌صورت جدی مقابله شود.»

تشکیل شورای عالی اشتغال در سال ۷۷ از سوی نمایندگان مجلس تصویب شد، هدف از تشکیل این شورا بررسی عرضه و تقاضای بازار کار و چگونگی ایجاد تعادل بین عرضه و تقاضا و همچنین ایجاد هماهنگی بین دستگاه‌هایی که تصمیمات آنها موثر بر عرضه و تقاضای بازار کار و اشتغال و بیکاری است و نظارت و پیگیری بر چگونگی تحقق اهداف کمی و کیفی اشتغال دربرنامه‌های مصوب اعلام شده است.

گمرک

خودروهای ۲۵۰۰ سی سی موجود در گمرکات مرجوع می‌شود

پرشین خودرو: رییس کل گمرک ایران از وجود تعدادی از خودروهای ۲۵۰۰ سی سی در گمرکات کشور به‌صورت متروکه خبر داد و گفت: تمام این خودروها مرجوع می‌شود.

به گزارش «پرشین خودرو»، مسعود کرباسیان در جمع خبرنگاران، افزود: صاحبان این خودروها افراد حقیقی و حقوقی هستند، البته تعداد افراد حقوقی کمتر است.

وی با تاکید بر اینکه گمرک مسئول ارائه مجوز واردات این خودروها نیست، تصریح کرد: هرچند برخی اعلام کردند، خودروها قبل از اعلام ممنوعیت واردات، مجوز دریافت کرده‌اند، اما مصوبه دولت برای ممنوعیت واردات این خودروها از صراحت لازم برخوردار است.

کرباسیان در ادامه با بیان اینکه واردات خودرو از هر گمرکی امکان‌پذیر نیست، گفت: از آنجا که خودرو باید از نظر سی سی موتور یا موارد دیگر مورد ارزیابی قرار گیرد تنها باید از برخی گمرکات وارد شود.

معاون وزیر اقتصاد با اشاره به وجود گمرکات اختصاصی در کشور، افزود: به‌عنوان مثال، برخی از کارخانه‌های تولیدی همانند ایران خودرو اعلام می‌کنند واردات خود را به جای آنکه در بنادر با هزینه بالا نگهداری کنند، فضایی برای آنها ایجاد کنند تا زیر نظر گمرک پلمپ شود.

وی گفت: ۱۲۶ کارخانه هم‌اکنون دارای گمرکات اختصاصی هستند که این امر منجر به کاهش هزینه‌های انبارداری آنها می‌شود، ضمن آنکه با حداقل تضمین فعالیت خود را انجام می‌دهند.

خودرو

اجباری شدن نصب کپسول آتش‌نشانی روی خودروهای سواری

سخنگوی شورای سیاست‌گذاری خودرو گفت: استفاده از کپسول آتش‌نشانی در خودروهای سواری از ابتدای سال ۱۳۹۴ به‌صورت اجباری خواهد بود.

به گزارش شاتا؛ «ساسان قربانی» با اشاره به نشست شورای سیاست‌گذاری خودرو که با حضور وزیر صنعت، معدن و تجارت، مدیران عامل گروه‌های خودروسازی، قطعه‌ساز و انجمن‌های خودروساز و قطعه‌ساز برگزار شد، با بیان اینکه از ابتدای سال آینده خودروسازان موظف به نصب کپسول‌های آتش‌نشانی در خودروهای تولیدی خود هستند، افزود: این مهم به اطلاع تمامی خودروسازان رسیده است تا اقدامات و برنامه‌ریزی‌های لازم را در این راستا اعمال کنند.

وی در ادامه به دیگر موضوعات مطرح شده در این نشست اشاره کرد و گفت: اجرای بند ق تبصره ۲ قانون بودجه مبنی بر جایگزینی اتوبوس‌های درون شهری و مینی‌بوس و تاکسی‌ها از مواردی بود که مورد بررسی قرار گرفت.

قربانی اضافه کرد: بر این اساس چند نکته مورد توجه قرار گرفت، از جمله اینکه تمامی خودروها باید براساس پایه گازسوز ارائه شوند و مشخصات فنی خودروهای ارائه شده از سوی خودروسازان با نظر اعلامی از سوی کارفرمایان مطابق و به بیان دیگر کیفیت تاکسی‌ها نباید از خودروهای سواری کمتر باشد.

وی در ادامه با اشاره به جایگزینی ۱۴۰ هزار تاکسی و ون و ۱۷ هزار اتوبوس طبق برنامه‌ریزی انجام شده اظهار کرد: براین اساس نصب GPS و تاکسی متر در این خودروها نیز باید توسط شرکت‌های خودروسازی صورت بگیرد، از این رو از خودروسازان خواسته شده تا در زمینه تامین این نیازها سریعا اقدام کنند.

عضو شورای سیاست‌گذاری خودرو در ادامه به ارائه گزارش شش ماهه تولید خودرو اشاره کرد و گفت: بنابر آمارها، تولید محقق شده در این مدت بیش از ۹۵درصد برنامه بوده و تولید خودرو نسبت به مدت مشابه سال گذشته از رشد ۷۴درصدی اتفاق افتاده است.

قربانی ضمن اشاره به تاکید وزیر صنعت، معدن و تجارت مبنی بر تحقق وعده تولید یک میلیون و ۲۰۰هزار دستگاه خودرو در سال جاری افزود: باید تلاش‌ها در رسیدن به این مهم مضاعف شود و در کنار تولید، توجه به کیفیت از اساسی‌ترین محورهایی است که همواره باید مدنظر قرار گیرد.

وی همچنین یادآور شد: در این جلسه گزارشی از نحوه اقدامات انجام شده در خصوص برگزاری همایش بین‌المللی صنعت خودرو که قرار است دهم آذرماه مصادف با اول دسامبر در محل برج میلاد تهران برگزار شود، ارائه شد.

قربانی همچنین از برپایی نمایشگاه قطعات خودرو در تاریخ هشتم و نهم آذرماه خبرداد و گفت: برپایی این نمایشگاه که با برگزاری دومین همایش بین‌المللی صنعت خودرو کامل خواهد شد، فرصت لازم را برای علاقه‌مندان و شرکت‌های داخلی و خارجی فراهم می‌کند تا هر چه بیشتر با توانمندی‌ها و ظرفیت‌های صنعت قطعه‌سازی کشور آشنا شوند.

سخنگوی شورای سیاست‌گذاری خودرو در بخش دیگری از سخنان خود به معرفی، طراحی و پیاده‌سازی سامانه ارتباطات هوشمند خودرویی توسط سازمان گسترش نوسازی و صنایع ایران اشاره کرد و گفت: با راه‌اندازی این سامانه که ارتباط بین خودروها با یکدیگر و ارتباط بین خودرو و مسیر را برقرار می‌کند می‌توان شاهد دستاورد مهمی در ارتقای ایمنی حمل ونقل در کشور بود.

وی نقش مهم این سامانه را در کنترل خودرو حائز اهمیت دانست و افزود: این طرح که در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته در حال اجراست توسط ایدرو و با همکاری جهاد دانشگاهی دانشگاه صنعتی شریف در مرحله تجاری‌سازی قرار دارد و می‌تواند تاثیر بسزایی در کاهش تصادفات و ایمن‌سازی در جابه‌جایی‌ها به دنبال داشته باشد.

قربانی همچنین گفت: مقرر شد برای تجاری‌سازی این طرح از توانمندی و سرمایه‌گذاری بخش خصوصی استفاده شود.

وی ادامه اظهار کرد: توجه به مباحث ایمنی پیشرفته از ضروریاتی است که دراین جلسه تاکید شد تا سازمان گسترش و نوسازی صنایع ایران بیش از پیش به آن بپردازد، چرا که بنابر تاکید مهندس نعمت‌زاده باید با تکنولوژی به روز همراه شویم و تلاش کنیم تا از تکنولوژی روز فاصله نگیریم.

یادداشت

ضرورت حل کژروی‌های نظام بانکی

اصغر قاسمی

شورای پول و اعتبار اخیرا مصوبه‌ای را برای تغییر اساسنامه بانک‌های غیردولتی از تصویب گذرانده که سوالی جدی را به وجود آورده است که این مصوبه و مصوبه‌های مشابه، برای حل کدام یک از مشکلات نظام بانکی کشور از تصویب شورا گذشته است؟

آیا این تغییرات خواهند توانست بانک‌ها را در برابر وظایف قانونی‌شان پاسخگوتر کنند؟ نگاهی بیندازیم به زوایای مختلف مشکلات بانک‌ها (اعم از دولتی و غیردولتی) مشکلاتی که هر کدام از آنها نسخه‌های فوری و عاجل نهادهای تصمیم‌گیر را می‌طلبد و در صورت معطل ماندن در سال‌های آینده، خسارت جدی را به بخش‌های مختلف اقتصاد کشور وارد می‌کنند.

۱- در حال حاضر یکی از مهم‌ترین معضلات کشور مسئله تخصیص تسهیلات به بخش صنعت است. براساس قانون، بانک‌های کشور موظف هستند که ۳۹ درصد منابع خود را به بخش صنعت و معدن اختصاص دهند اما بانک‌ها اعلام کرده‌اند که تنها ۲۹درصد منابع خود را به این بخش اختصاص داده‌اند. این در حالی است که برخی از اعضای کمیسیون صنایع مجلس معترضند که این آمار درست نبوده و بانک‌ها تنها ۱۵ درصد از منابع را اختصاص داده‌اند! به‌راستی اگر شورای پول و اعتبار فقط این مشکل نظام بانکی را حل کند، چقدر بر رشد اقتصادی کشور و میزان اشتغال و رشد GDP کشور تاثیر خواهد داشت؟

۲- با وجود رشد و توسعه شعب بانکی با ارقام حیرت‌آوری که سرانه ما را فراتر از استانداردهای جهانی برده است (و البته خود گویای پولساز بودن صنعت بانکداری در ایران است!)بانک‌ها یا از دادن تسهیلات به مشتریان خود خودداری می‌کنند یا با تراشیدن موانع بسیار در بوروکراسی اداری، دریافت تسهیلات را برای مشتریان خود دست‌نایافتنی می‌کنند. بر طرف کردن این معضل تا چه اندازه بر رفاه عموم لایه‌های اجتماعی که در مشکلات معیشتی دست و پا می‌زنند تاثیر خواهد داشت؟

۳- یکی از مواردی که رییس‌جمهور به‌درستی بر آن انگشت گذاشته موضوع بانک‌محور بودن اقتصاد کشور است. بانک‌ها در حالی از تخصیص منابع خود براساس ظرفیت‌های قانونی خودداری می‌کنند که خود تبدیل به بنگاه‌دارانی کلان شده‌اند. جدای از اینکه آیا بانک، بنگاه‌دار خوبی است یا نه، جای این سوال وجود دارد که کدام خلأ قانونی بانک‌ها را به بنگاه‌دارانی فربه که توان رقابت بخش تولید را سلب کرده‌اند بدل کرده است؟ چرا بانک مرکزی که قانونا موظف به نظارت بر فعالیت بانک‌ها است تا پیش از انتقاد آقای روحانی، هیچ اطلاعات متقنی از آمار بنگاه‌های بانک‌ها نداشته است؟ آیا اشکال از عملکرد بانک مرکزی است یا قوانینی که بانک‌ها را به جزایری دور از دسترس و مستقل بدل کرده‌اند؟

۴- موضوع ارقام کلان مطالبات معوقه نشان از وجود روابطی ناسالم در نظام بانکی کشور دارد که گاه این روابط ناسالم در بانک‌های دولتی پا را از زد و بندهای فراقانونی هم آنسوتر گذاشته و با وقوع اختلاس‌های سنگین نظام بانکی کشور را دچار شوک کرده است. سوال جدی‌ای که در برابر شورای پول و اعتبار وجود دارد این است که این نهاد برای واکسینه کردن نظام بانکی از این آفات چرا به اقدام عاجلی دست نمی‌زند؟ بر طرف کردن ظرفیت‌های رشد ویروس‌های فساد در کشور، چه میزان ظرفیت رشد را در مسیر توسعه اقتصادی و اجتماعی کشور آزاد خواهد کرد؟

بانک

رییس کل بانک مرکزی ایران عازم واشنگتن شد

رییس کل بانک مرکزی در رأس هیاتی بلندپایه متشکل از قائم‌مقام، معاون ارزی و معاون اقتصادی این بانک، برای شرکت در اجلاس پاییزه صندوق بین‌المللی پول و بانک جهانی به امریکا سفر کرد. نشست مشترک صندوق بین‌المللی پول (IMF) و گروه بانک جهانی (World Bank Group) همه ساله در دو نوبت با حضور رؤسای کل بانک‌های مرکزی و وزرای اقتصادی و دارایی کشورهای عضو برگزار می‌شود.

تبلیغات رفع سوءاثر چک غیرقانونی است

تبلیغات غیرقانونی رفع سوءاثر چک در برخی رسانه‌ها مورد تایید بانک مرکزی نیست. بانک مرکزی اعلام کرد: درحالی‌که مکرر اطلاع‌رسانی شفاف درخصوص راهنمای رفع سوءاثر از سوابق چک‌های برگشتی اشخاص صورت گرفته است اما مشاهده می‌شود برخی رسانه‌ها کماکان با تبلیغات غیرقانونی درخصوص روش‌های رفع سوءاثر چک، زمینه سوءاستفاده افراد متقلب و متخلف را فراهم می‌آورند. بانک مرکزی به اطلاع می‌رساند اینگونه فعالیت‌های غیرقانونی مورد تایید این بانک نیست.

بانک دی سایر بانک‌های خصوصی را به حمایت از صادرات دعوت کرد

احمد شفیع‌زاده، مدیرعامل بانک دی خواستار ورود بانک‌های خصوصی به حوزه صادرات غیرنفتی و ارائه تسهیلات به صادرکنندگان شد. وی در همایش بانکداری جامع رویکردی نوین در تامین مالی صادرکنندگان، گفت: بانک دی از سال ۹۲ ارائه تسهیلات به صادرکنندگان را آغاز کرده است. شفیع‌زاده با انتقاد از اینکه در حوزه اقتصاد گام بلندی برنداشتیم، افزود: بانک‌ها بنگاه‌های بسیار تاثیرگذاری هستند که می‌توانند چرخه تولید را به گردش درآورند و در راستای توسعه صادرات غیرنفتی حرکت کنند. در این مراسم رییس کل سازمان توسعه تجارت از بسته اعتباری ویژه بانک دی برای حمایت از صادرکنندگان کشور رونمایی کرد. صادرکنندگان در صورت استفاده از این بسته اعتباری ویژه بانک دی، می‌توانند خدمات ویژه‌ای از قبیل اخذ تسهیلات ارزی، پذیرش ال.سی (گشایش اعتبار)، اوراق معاوضه کالا و خدماتی از این دست استفاده کنند.

مصوبه شورای پول و اعتبار بانک ها را به تکاپو انداخت

بخش خصوصی دلواپس بانک‌های غیردولتی

بهزاد پاشو | فرصت امروز

سیدمحمد صدرالغروی

اساسنامه جدید بانک‌های غیردولتی که به تازگی از طریق شورای پول و اعتبار تصویب شده، نگرانی‌هایی را برای فعالان بخش خصوصی به وجود آورده است. این اساسنامه بیش از همه در مورد اجبار بانک‌های غیردولتی در تصویب اساسنامه در مجمع عمومی عادی فوق العاده، انتقاداتی را متوجه مسئولان بانک مرکزی کرده است تا جایی که مدیران برخی از بانک‌ها، سهامداران بانک‌ها و مسئولان بورس و بانک مرکزی پیرامون این مسئله تشکیل جلسه دادند تا براساس آن بانک مرکزی ضمن هماهنگی با متخصصان بانکی و حقوقدانان ایرادات مطرح شده مربوط به اساسنامه جدید را اصلاح کند. در این نشست فعالان بخش خصوصی نسبت به اینکه بانک مرکزی از طریق مجوزهایی که انحصارا در اختیار دارد، بانک‌های غیردولتی را برای اجرای مصوبات خود تحت فشار قرار می‌دهد ابراز نگرانی کردند و ادامه این روند را منجر به خدشه بر ارائه خدمات بانکی دانستند.

اساسنامه ناقض قانون تجارت

منتقدان می گویند: اساسنامه نمونه مصوب شورای پول و اعتبار از منظر حقوقی با ماده ۱۱۰ قانون تجارت که در آن می‌توان برای هیات‌مدیره شخص حقوقی تعیین کرد و این شخص حقوقی می‌تواند نماینده خود را که یک شخص حقوقی است معرفی کند، مغایرت داشته و بانک‌ها ملزم به معرفی اشخاص حقیقی شده‌اند. همچنین چنان که در اساسنامه پیش‌بینی شده است، اگر مهلت تصویب اساسنامه تمام شود و دو ماه از اتمام آن بگذرد، بانک مرکزی می‌تواند سرپرست تعیین کند که در قانون تجارت عنوانی به نام سرپرست وجود ندارد. در عین حال از جمله موارد انحصاری بانک مرکزی که انتقاد فعالان بخش خصوصی را به همراه داشته آنکه در اساسنامه پیش‌بینی شده است مدیر را بانک مرکزی می‌تواند منفصل کند و حکم انفصال دهد که این کلمه در ارتباط با کلمه انتصاب بوده در صورتی که در قانون تجارت واژه‌های انتخاب و تغییر و عزل آمده است.

مخالفت سهامداران بانکی با اساسنامه تنظیمی

در اساسنامه تمامی موسسات اعتباری غیربانکی موظف شده‌اند حداکثر تا پایان دی‌ماه سال جاری نسبت به برگزاری مجمع عمومی فوق‌العاده و اصلاح اساسنامه خود مطابق با اساسنامه نمونه ابلاغی اقدام کنند. در حال حاضر سه بانک دولتی خصوصی شده تجارت، ملت و صادرات هنوز اساسنامه جدیدی را در مجامع به تصویب نرسانده‌اند و با وجود تشکیل مجامع آنها هیات‌مدیره اساسنامه جدید را امضا نکردند. سهامداران اصلی در مجامع حاضر نشدند و بدین ترتیب مخالفت خود را با اساسنامه تنظیمی بانک مرکزی اعلام کردند. بانک‌های دیگری نیز که مجمع برگزار کرده‌اند ولی اساسنامه در مجامع آنها مصوب نشد، اما مسئولان این بانک‌ها مطرح می کنند که بانک مرکزی آنها را به‌شدت تحت فشار قرارداده است و به دلیل اینکه این بانک باید مدیران این بانک‌ها را تایید صلاحیت کند، آنها را وادار به برگزاری مجمعی دیگر کرده و به‌عنوان نمونه بانک ملت قرار است در هفته آتی و بانک تجارت در چند روز آینده دومین مجامع خود را برگزار کنند. در کل مجامع فوق‌العاده بانک‌های مزبور به علت عدم حضور اکثریت سهامداران به حدنصاب رسمی نرسید یا بعضا بعد از رسمیت یافتن جلسه، سهامداران حاضر با توجه به اشکالات حقوقی، قانونی و محتوایی که نسبت به اساسنامه نمونه داشتند، از تصویب آن خودداری کردند.

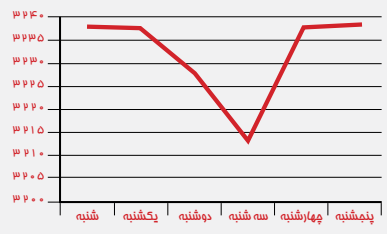
تصویب اساسنامه نوعی مصادره سهام بانک‌ها

در این زمینه علیرضا عسکری مارانی، کارشناس ارشد مسائل پولی ضمن تاکید بر مغایرت اساسنامه با قانون تجارت تاکید کرد: براساس اساسنامه جدید اعضای هیات‌مدیره نمی‌توانند موظف باشند که این خلاف قانون تجارت است. وی خاطرنشان کرد: در جلسه شورای پول و اعتبار، بانک مرکزی حقی برای سهامدار قائل نبوده و می گوید که وقتی من نماینده سپرده‌گذار و اختیاردار هستم، باید مدیران را تعیین تکلیف کنم، اما مسئولان بانک مرکزی فراموش کرده‌اند که تمام مسئولیت شرکت بر عهده سهامداران و مدیران است. به گفته وی، به عبارت دیگر معتقدیم که بانک مرکزی با تحمیل اساسنامه جدید، به بانک‌ها اجازه نمی‌دهد که حقوق عادی خود را داشته باشند و به‌عنوان نمونه، اگر این اساسنامه را در مجامع به تصویب نرسانده باشند، به بانک‌ها اجازه نمی‌دهد که گواهی سپرده منتشر کنند و جلوی صدور مجوزهایی که لازم است بانک مرکزی به‌عنوان یک نهاد ناظر برای بانک‌ها صادر کند را گرفته است و می گوید که تا اساسنامه را تایید نکنید، مجوزها را نمی‌دهم. این کارشناس بانکی در گفت‌وگو با مهر با تاکید بر اینکه تصویب این اساسنامه به نوعی مصادره سهام بانک‌ها توسط بانک مرکزی است، گفت: با این اساسنامه سهامداران مالکیت و اختیار مدیران خود را از دست می‌دهند و به‌عنوان سهامدار اختیاری نخواهند داشت، در حالی که بانک‌هایی هم که در گذشته تخلف کرده بودند مدیرانشان توسط گزینش بانک مرکزی منصوب شده بودند و این نکته‌ای جالب توجه است.

بازارهای مالی در هفته گذشته

شنبه	یکشنبه	دوشنبه	سه شنبه	چهارشنبه	پنجشنبه
دلار: ۳۲۳۸	دلار: ۳۲۳۸	دلار: ۳۲۲۸	دلار: ۳۲۱۳	دلار: ۳۲۳۷	دلار: ۳۲۳۸
یورو: ۴۱۲۶	یورو: ۴۱۲۶	یورو: ۴۱۰۰	یورو: ۴۱۹۷	یورو: ۴۱۱۱	یورو: ۴۱۲۴
پوند: ۵۲۸۶	پوند: ۵۲۸۶	پوند: ۵۱۸۵	پوند: ۵۱۵۰	پوند: ۵۲۶۰	پوند: ۵۲۹۴
درهم: ۸۸۵	درهم: ۸۸۵	درهم: ۸۸۳	درهم: ۸۸۳	درهم: ۸۷۸	درهم: ۸۸۸

دلار در بازار آزاد



دلار در مرز ۳۲۴۰ تومان
سکه در مرز ۹۴۶ هزار تومان
هر گرم طلا در مرز ۹۷ هزار تومان
هر اونس طلای جهانی در مرز ۱۲۳۰ دلار

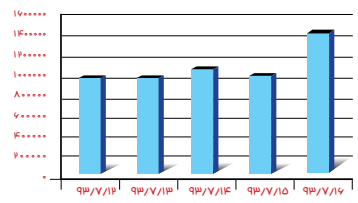
شاخص های مهم بورس تهران در هفته گذشته

تاریخ	شاخص‌کل	شاخص۵۰شرکت‌برتر	شاخص‌شناور آزاد
۹۳/۷/۱۲	۷۱,۶۷۰	۲,۹۹۵	۸۰,۶۸۰
۹۳/۷/۱۳	۷۱,۶۷۰	۲,۹۹۵	۸۰,۶۸۰
۹۳/۷/۱۴	۷۱,۸۲۱	۳,۰۰۱	۸۰,۸۶۷
۹۳/۷/۱۵	۷۱,۷۱۸	۲,۹۹۶	۸۰,۷۳۵
۹۳/۷/۱۶	۷۱,۷۸۳	۲,۹۹۹	۸۰,۷۷۸

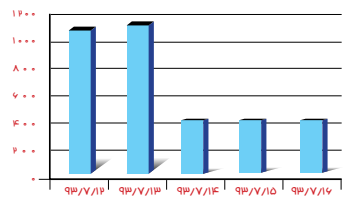
جدول معاملات هفته گذشته در بورس تهران

تاریخ	حجم‌معاملات‌به‌میلیون	ارزش‌معاملات(میلیون‌ریال)	تعدادمعاملات
۹۳/۷/۱۲	۱۱۰۶	۱۰۱۵۸۰۰	۶۵۷۹۱
۹۳/۷/۱۳	۱۱۰۶	۱۰۱۵۸۰۰	۶۵۷۹۱
۹۳/۷/۱۴	۴۴۲	۱۱۰۶۶۴۱	۴۱۲۸۷
۹۳/۷/۱۵	۴۱۷	۱۰۴۴۹۹۳	۴۵۶۵۶
۹۳/۷/۱۶	۴۳۲	۱۴۵۹۰۴۹	۴۴۶۴۷
جمع	۳,۵۰۳	۵,۶۴۲,۲۸۳	۲۶۳,۱۷۲

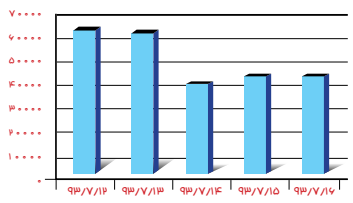
ارزش معاملات به میلیون



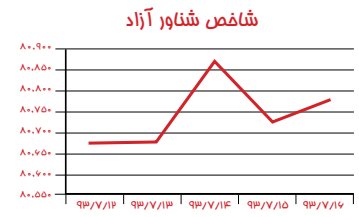
حجم معاملات به میلیون



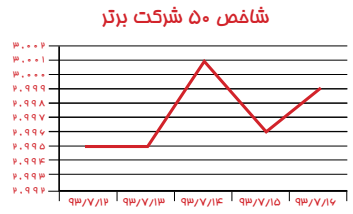
تعداد معاملات



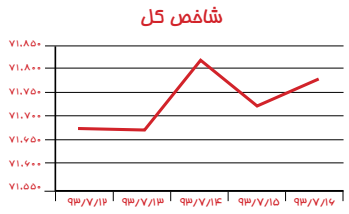
شاخص شناور آزاد



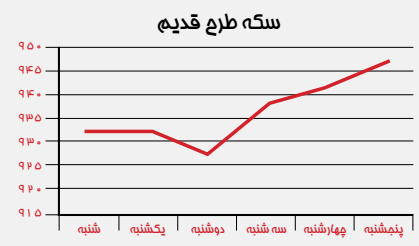
شاخص ۵۰ شرکت برتر



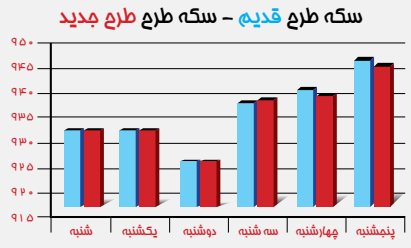
شاخص کل



سکه طرح قدیم



سکه طرح قدیم - سکه طرح جدید



قیمت طلا در ایران و جهان

روزهای‌هفته	قیمت هر اونس طلای جهانی(دلار)	هر مثقال طلای ۱۷ عیار(ریال)	هر گرم طلای ۱۸ عیار (ریال)
شنبه	۱۱۹۱,۷۰	۴,۱۱۰,۰۰۰	۹۴۸,۸۰۰
یکشنبه	۱۱۸۱,۷۰	۴,۱۱۰,۰۰۰	۹۴۸,۳۴۰
دوشنبه	۱۱۸۹,۸۰	۴,۱۲۰,۰۰۰	۹۵۱,۸۰۰
سه شنبه	۱۱۸۶,۹۲	۴,۱۴۳,۰۰۰	۹۵۷,۷۲۰
چهارشنبه	۱۲۱۳	۴,۱۶۵,۰۰۰	۹۶۱,۴۹۰
پنجشنبه	۱۲۲۵,۷۰	۴,۱۹۵,۰۰۰	۹۶۸,۴۲۰

قیمت سکه در هفته گذشته (هزار تومان)

روزهای‌هفته	سکه طرح قدیم	سکه طرح جدید	نیم سکه	ربع سکه	سکه ۱ گرمی
شنبه	۹۳۳	۹۳۳	۴۷۵	۲۷۰	۱۷۳
یکشنبه	۹۳۳	۹۳۳	۴۷۵	۲۷۰	۱۷۳
دوشنبه	۹۲۷	۹۲۷	۴۷۰	۲۶۷	۱۷۲
سه شنبه	۹۳۸	۹۳۸	۴۷۵	۲۷۲	۱۷۴
چهارشنبه	۹۴۱	۹۴۰	۴۷۵	۲۷۱	۱۷۳
پنجشنبه	۹۴۷	۹۴۶	۴۷۰	۲۶۹	۱۷۲

نرخنامه

افزایش قیمت دلار، طلا و ارز

در بازار ارز شاهد افزایش قیمت بودیم چنانکه نرخ هر دلار با هشت تومان، یورو با ۲۷ تومان و پوند با ۴۴ تومان افزایش قیمت‌گذاری شدند. در بازار طلا و سکه نیز افزایش قیمت رخ داد و سکه یک‌گرمی با چهارهزار تومان، سکه ربع با هزار تومان، سکه نیم با پنج‌هزار تومان، سکه قدیم ۹هزار تومان، سکه تمام بهار آزادی با ۸هزار و ۵۰۰ تومان و طلای ۱۸ عیار با ۷۰۰ تومان افزایش قیمت‌گذاری شدند.

نرخ سکه و طلا

عنوان	خرید	فروش
سکه یک گرمی	۱۶۹,۰۰۰	۱۷۵,۰۰۰
سکه ربع	۲۶۶,۰۰۰	۲۷۳,۰۰۰
سکه نیم	۴۷۱,۰۰۰	۴۷۸,۰۰۰
سکه طرح جدید	۹۳۹,۰۰۰	۹۴۶,۰۰۰
سکه بهار آزادی	۹۳۷,۰۰۰	۹۴۴,۰۰۰
طلای ۱۸ عیار گرمی	۹۴,۷۵۰	۹۶,۶۰۰

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	خرید	فروش
دلار امریکا	۳۲۴۲۰	۳۲۴۸۰
یورو	۴۱۴۶۰	۴۱۵۶۰
پوند انگلیس	۵۲۴۰۰	۵۲۵۰۰
درهم امارات	۸۸۴۰	۸۸۹۰
لیر ترکیه	۱۴۴۷۰	۱۴۵۳۰
رینگت مالزی	۹۹۰۰	۱۰۱۰۰
یوآن چین	۵۲۰۰	۵۴۵۰
روپیه هند	۴۵۰	۶۰۰
دینار عراق	۲۳	۲۶

نماگر بورس

بازگشت آرام بورس به روند مثبت

شاخص کل بورس اوراق بهادار در هفته‌ای که گذشت با افزایش ۰.۲۰درصدی به ۷۱هزار و ۷۸۳ واحد رسید. در عین حال شاخص صنعت در آخر هفته، روی عدد ۶۰هزار و ۹۲۱ واحد ایستاد که در قیاس با هفته قبل، ۰.۱۵درصد افزایش را نشان می‌داد. شاخص بازار اول در هفته گذشته با ۰.۳۶درصد افزایش به ۵۲هزار و ۶۸۷ واحد و شاخص بازار دوم با ۰.۱۶درصد کاهش به ۱۴۲هزار و ۴۳۶ واحد رسید.

بازار نقدی بورس در یک نگاه

شاخص کل	۷۱,۷۸۳,۷۰
میزان تغییر	۶۴,۸۳
ارزش بازار	۳,۲۲۷,۸۵۷,۰۴۸ B
ارزش معاملات	۱,۴۷۸,۴۰۹ B
حجم معاملات	۴۳۲,۹۴۷ M

تاثیر در شاخص

نماد	قیمت پایانی	تاثیر
سرمایه گذاری امید	۳,۸۱۷	۶۳,۴۳
ارتباطات سیار	۳۱,۴۹۳	(۵۰,۸۳)

برترین تقاضا

نام کامل شرکت	خرید	ارزش
توسعه صنایع بهشهر	۲,۹۴۴	۱۱,۳۹۰
عمران‌وتوسعه‌فارس	۴,۰۰۸	۶,۳۲۲

برترین عرضه

نام کامل شرکت	فروش	ارزش
سیمان‌مازندران	۱۹,۱۹۲	۹,۸۱۱
کاغذسازی‌کاوه	۲۸,۶۱۰	۵,۶۱۳

بیشترین افزایش قیمت

نام کامل شرکت	قیمت	درصد
ح . سرمایه‌گذاری‌نیرو	۵۲۲	۶.۷۵
داملران	۱۰,۶۹۴	۴

بیشترین کاهش قیمت

نام کامل شرکت	قیمت	درصد
بین المللی پارس	۴,۳۴۱	(۳.۹۲)
نیروترانس	۵,۷۸۹	(۳.۸۷)

بیشترین حجم معامله

نام کامل شرکت	حجم	ارزش
سرمایه گذاری امید	۳۹,۱۰۳ M	۱۴۹,۲۴۴ B
بانک تجارت	۲۰,۷۲۷ M	۲۰,۷۷۲ B

بیشترین ارزش معامله

نام کامل شرکت	حجم	ارزش
سرمایه گذاری امید	۳۹,۱۰۳ M	۱۴۹,۲۴۴ B
نفت و گاز پارسیان	۱۳,۳۱۰ M	۱۰۲,۱۱۲ B

بیشترین سهام معامله شده

نام کامل شرکت	قیمت	تعداد
بانک تجارت	۱۰۰۲	۱۸۶۹
صنایع آذرآب	۲۱۵۲	۱۶۹۰

بالاترین نسبت P/E

نام کامل شرکت	قیمت	P/E
محورسازان	۲۲۶۶	۲۲۶۶
سایپا شیشه	۳۲۶۷	۱۶۳۳

کمترین نسبت P/E

نام کامل شرکت	قیمت	P/E
سرمایه گذاری پردیس	۱۱۰۰	۱.۵۴
ص.بازنشستگی بانک ها	۱۱۹۶	۱.۶۶

ایران به دنبال افزایش ورود گردشگران خارجی

خودروی مخصوص؛ یکی از ده‌ها مشکل

مینو گله

براساس گزارش‌هایی که سازمان میراث فرهنگی در ماه‌های اخیر داده است، همچنین به استناد یکی از گفته‌های اخیر ریاست این سازمان مبنی بر افزایش دو برابری ورود گردشگران خارجی در نیمه اول امسال نسبت به زمان مشابهش در سال گذشته و خبر از ظرفیت در حال تکمیل هتل‌ها در سال ۲۰۱۵ گواه این است که گردشگری که شاید هنوز نمی‌توان نام صنعت را بر آن گذاشت در سال جاری با یک هجمه روبه‌رو شد. اگرچه در این هجمه، اختلال در ارائه خدمات و سرویس اجتناب‌ناپذیر به نظر می‌رسد، اما می‌تواند گردشگری را با سوالات جدی‌تری روبه‌رو و نیازهای اصلی آن نمود بیشتری پیدا کند. اگر تا دیروز با رویکرد داخلی و در اندازه‌های کوچکی به مشکلات این حوزه پرداخته می‌شد، امروز صحبت از خودروی مخصوص گردشگری مطابق با استانداردهای جهانی است، این اتفاق گویای آن است خواسته‌هایی که تا پیش از این از سوی برخی فعالان بخش‌خصوصی و کارشناسانی مطرح می‌شد که گردشگری دغدغه اصلی زندگی‌شان بود کم‌کم راهش را به سطوح مدیریتی سازمان باز کرده است.

چالشی که به‌تازگی سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری در آن پیش‌قدم شده و سعید شیرکوند، معاون برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری سازمان با ارائه پیشنهادی، ایجاد تسهیلات لازم برای خرید این خودروها را از دولت خواستار شده است.

معاون پژوهشکده گردشگری معتقد است گردشگری مشکلات و در کنارش نیازهای زیادی برای صنعت شدن دارد، علی رحیم‌پور که نزدیک به دو دهه تجربه فعالیت، مدیریت و تالیف در حوزه گردشگری را در کارنامه دارد در این‌باره به فرصت امروز می‌گوید: ما در این زمینه مشکلات زیادی داریم، برای تردد در مرکز شهر و منطقه طرح و حتی برای توقف مقابل هتل‌ها چالش داریم. اتوبوس‌ها و اتومبیل‌های ویژه برای گردشگران نداریم. مثلا همه هتل‌های پنج ستاره دنیا اتومبیل‌های VIP دارند که نوع و رنگ آنها کاملا مشخص و متمایز است اما در کشور ما اینطور نیست. این خودروها برای مقامات عالی، بازرگانان، هنرمندان، دیپلمات‌ها و افراد خاص استفاده می‌شود و مبلمان خاصی دارند. این اتومبیل‌ها می‌تواند در بسیاری از مراسم‌ها و اجلاس به کار رود و لازم است معافیت‌های مالیاتی برای ورود این خودروها فراهم شود.

عضو هیات علمی پژوهشگاه سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری می‌افزاید: جامعه تورگردانان ایران باید آمار دقیقی از نیاز داخلی خودرو برای گردشگران اعلام کند و سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری، وزارت بازرگانی و دولت باید کمک کنند تا این خودروها با عوارض گمرکی پایین وارد شود.

صنعت گردشگری خودرو ندارد

پیشنهاد علی رحیم‌پور، معاون پژوهشکده گردشگری را به گوش رییس جامعه تورگردانان ایران رسانیدم، ابراهیم‌پور فرج که به‌تازگی این آمار را به سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری داده است، حمل‌ونقل را از بزرگ‌ترین مشکلات و موانع بر سر راه صنعتی شدن گردشگری عنوان کرده و توضیح می‌دهد: واقعیت این است که ما خودروی مناسب برای گردشگران نداریم، وقتی به آنها درباره همه قوانین و مقررات و آداب و فرهنگ اینجا توضیح می‌دهیم، همه را می‌پذیرند و خوشبختانه در این زمینه مشکلی نداریم اما از ما می‌پرسند آیا این اتومبیل‌ها با این امکانات کم هم جزو قوانین و مقررات کشور شماست.

پورفرج می‌افزاید: کشور ما پر از آثار فرهنگی است و گردشگری هم که به ایران می‌آید برای تفریح و ساحل دریا رفتن نمی‌آید، گردشگران ما فرهنگی یا طبیعت‌گرد هستند، به همین دلیل ممکن است در یک مسیر که تعدد اثر طبیعی یا تاریخی وجود دارد هشت تا ۱۰ ساعت در اتوبوس باشند، اتوبوسی که کولرش مشکل دارد، میکروفن برای راهنما که قرار است چند ساعت درباره ایران برای گردشگران حرف بزند، ندارد، فاقد سیستم بهداشتی است، یخچال مناسب ندارد و غیره، ما باید مشکل حمل‌ونقل زمینی را برای گردشگران حل کنیم چون به هر حال آنها به استانداردهای هوایی ما اطمینان ندارند. همه این مشکلات را داریم اما می‌خواهیم ایران را به بهترین نحو معرفی کنیم.

رییس جامعه تورگردانان حمل‌ونقل مطلوب را در گردشگری جزو ضرورت‌ها می‌داند و معتقد است موجب بالا رفتن کیفیت سفر و افزایش رضایت شده و استقبال گردشگران را بالا می‌برد. وی ادامه می‌دهد: در حال حاضر اگر تعداد گردشگر ۹ نفرباشد باید از اتوبوس استفاده کنیم چون در ون به دلیل نداشتن صندوق بار از صندلی‌های عقب برای بار مسافران استفاده می‌شود و استاندارد آن پنج نفر است. برای هر نفر در ون روزی ۲۰۰ هزار تومان هزینه و در اتوبوس هر نفر ۶۵۰ هزار تومان هزینه می‌شود. حالا فکر کنید این اختلاف قیمت بین ون و اتوبوس و تعداد گردشگر چقدر می‌تواند برای توریست ابهام ایجاد کند.

پورفرج از پروژه‌ای حرف می‌زند که جامعه تورگردانان در آن تعداد خودروهای مورد نیاز گردشگری را به سازمان میراث فرهنگی و سازمان توسعه تجارت ارائه کرده است، او توضیح می‌دهد: ما به اتوبوس، ون، خودروی مینی‌بوس یعنی خودرویی بین اتوبوس و ون و خودروی آفرود که گردشگران برای دشت و صحرا از آن استفاده می‌کنند، نیاز داریم. ما می‌خواهیم دولت تسهیلاتی ایجاد کند که این خودروها که مخصوص گردشگری است، در یک مقطع به ایران وارد شود چون امکان ساخت آنها در داخل کشور وجود ندارد.

رییس جامعه تورگردانان ایران در تشریح آمار موردنیاز می‌گوید: در حال حاضر ۳۰۰ دستگاه اتوبوس، ۴۰۰ دستگاه مینی‌بوس (ظرفیت ۱۵ تا ۲۰ نفر) هزار دستگاه ون و ۱۵۰ دستگاه آفرود نیاز داریم.

این مقام مسئول ادامه می‌دهد: هتل‌های ما در حال حاضر برای جابه‌جایی مسافر در تعداد هفت تا هشت نفر ون ندارند و مجبورند برای این‌کار از دو یا سه خودروی سواری استفاده کنند.

پورفرج می‌گوید: این نیاز تقریبا برای سه سال در کشور ما پاسخگوست و بعد از آن باید به فکر تجدید آنها باشیم.

آموزش راننده‌های حرفه‌ای

رییس جامعه تورگردانان ایران پروژه دیگری را در برنامه دارد. او می‌گوید: ما در حال برنامه‌ریزی برای آموزش راننده‌ها هستیم که بتوانند به زبان خارجی، مهارت‌های اجتماعی، معاشرت با استانداردهای بین‌المللی مسلط شوند زیرا در واقع نماینده ایران در تورهای گردشگری هستند.

یک فعال گردشگری نیز رفع مشکلات حمل‌ونقل را در گردشگری ضروری عنوان کرده و به فرصت امروز می‌گوید: در بسیاری از شهرهای توریستی در جهان اتوبوس‌های دوطبقه‌ای، گردشگران را در شهر جابه‌جا می‌کنند و طبقه بالا که روباز است چشم‌انداز قابل‌توجهی به گردشگر می‌دهد، اما متاسفانه این اتوبوس‌ها در کشور ما وجود ندارد در حالی که شهرهایی مانند تهران، اصفهان و چند شهر دیگر ما برای ارائه تعریف واقعی و کامل‌تری از شهر به گردشگر، به این اتوبوس‌ها نیاز دارند.

وی که در یکی از شرکت‌های خدمات جهانگردی نیز مشغول به کار است از یکی دیگر از مشکلا ت عمده اتوبوس‌های گردشگری نیز صحبت می‌کند، او می‌گوید: نبود سیستم بهداشتی در اتوبوس‌ها از دیگر مشکلات گردشگران است. او ادامه می‌دهد: از آنجایی که تخلیه سیستم بهداشتی این اتوبوس‌ها در کشورهای دیگر عموما در ایستگاه پمپ بنزین انجام می‌شود و در کشور ما چنین سیستمی در این ایستگاه‌ها تعبیه نشده است، اتوبوس‌ها همچنان بدون سیستم بهداشتی هستند و این نیاز احساس می‌شود که سازمان میراث فرهنگی با همکاری سازمان‌های دیگر امکان ایجاد سیستم تخلیه سرویس بهداشتی اتوبوس‌ها را در ایستگاه‌های پمپ بنزین فراهم کند. این فعال گرشگردی که خواست نامی از او نبریم، از ایجاد تسهیلاتی برای تردد اتوبوس‌های گردشگران در منطقه طرح‌دار شهرها و توقف آنها در مقابل هتل‌ها به‌عنوان یک ضرورت نام برد.

گردشگری شاید تا تبدیل شدن به یک صنعت راه زیادی در پیش داشته باشد، اما به نظر می‌رسد، حضور و تداوم تردد گردشگران بتواند این راه را کوتاه‌تر کند، این حضور چقدر تداوم خواهد داشت و رشد امکانات گردشگری در این مسیر چقدر سهم دارد، باید منتظر بمانیم.

گزارش خبری

پانزدهمین نمایشگاه تجهیزات مخابراتی پایان یافت

تلکام ۲۰۱۴، جولانگاه اپراتورهای موبایل

محمد ممتاز پور

بزرگ‌ترین نمایشگاه صنایع مخابراتی و اطلاع‌رسانی کشور که با هدف ارائه جدیدترین تکنولوژی‌های مخابراتی برگزار شده بود، پنجشنبه گذشته پس از چهار روز فعالیت به کار خود پایان داد.

به گزارش «فرصت امروز» در تلکام امسال بیش از ۲۱۰ شرکت و واحد تولیدی داخلی و ۶۸ شرکت خارجی یا نمایندگی‌های آنان از ۱۴ کشور جهان حضور داشتند که آخرین دستاوردهای خود را در زمینه ارتباطات، مخابرات و فناوری اطلاعات در معرض دید علاقه‌مندان گذاشتند. اما طبق عادت هر ساله حضور پررنگ اپراتورهای تلفن همراه و شرکت مخابرات ایران چشم‌نوازی می‌کرد و کمتر بازدیدکننده‌ای بود که یکی از محصولات تبلیغاتی آنها را همراه خود به این‌طرف و آن‌طرف نبرد. شرکت مخابرات با برگزاری رایگان بازی پینت‌بال در غرفه خود بازار گرمی خاص خود را انجام می‌داد و طبق عادت سال‌های گذشته خودروهایی که برخی اپراتورها برای مسابقات یا قرعه‌کشی‌های خود در نظر گرفته بودند، توجه بسیاری از بازدیدکنندگان نمایشگاه را به خود جلب می‌کرد. به‌ویژه مازراتی مشکی‌رنگی که یکی از اپراتورها آن را به نمایش گذاشته بود تا با برگزاری مراسمی آن را به قید قرعه واگذار کند. اپراتور دیگری که برای مسابقات تلویزیونی رقابت‌های ورزشی وعده داده بود سه خودروی ام.وی.ام جایزه می‌دهد نیز در آخرین روز نمایشگاه مراسم اعطای این خودروها را برگزار کرد. ارائه سیم‌کارت های رایگان نیز از سوی اپراتورهای موبایل از جمله دلایلی بود که بسیاری از مردم را به این نمایشگاه تخصصی کشانده بود. این اپراتورها علاوه بر ارائه سیم‌کارت‌های رایگان، همه روزه مسابقات قرعه‌کشی هم برگزار می‌کردند که این موضوع باعث ایجاد صف‌های طویل و چند کیلومتری در نمایشگاه تلکام شده بود. در این نمایشگاه یکی از اپراتورهای موبایل یک خودرو میلیاردی از برندی مشهور را برای برنده یکی از مسابقاتش به نمایش عموم گذاشته بود. در تلکام ۲۰۱۴ گروه شرکت‌های مخابرات، در سالن اختصاصی خود برای نخستین بار بخشی را به رسانه‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات اختصاص دادند. این عملکرد حمایتی مخابرات باعث شد رسانه‌ها و سایت‌های تخصصی این بخش به‌صورت منسجم فعالیت‌های خود را عرضه کنند.

بخش خصوصی فعال‌تر از دولتی‌ها

در این نمایشگاه که گفته می‌شود، هر سال بیش از ۱۵۰ هزار بازدیدکننده دارد غرفه‌های مربوط به بخش دولتی کمترین فعالیت را از خود نشان می‌دادند و آن تعداد از مسئولانی که قرار بود پاسخگوی سوالات خبرنگاران در غرفه‌های خود باشند، از این کار اجتناب می‌کردند.

این درحالی بود که در روز اول برگزاری این نمایشگاه وزیر ارتباطات به بازدید از بخش‌های مختلف از نمایشگاه پرداخت و تلاش کرد که به اکثر غرفه‌ها سر زده باشد؛ بازدیدی که در نهایت بیش از سه ساعت طول کشید و در تمام مدت علاوه بر وزیر، معاونان مختلف وی از جمله رییس سازمان تنظیم مقررات و مدیر عامل شرکت ارتباطات زیرساخت وی را همراهی می‌کردند. اما پس از آن غرفه‌های دولتی‌ها کمترین فعالیت را از خود نشان می‌دادند. در حالی که نمایشگاه امسال میزبان کشورهای خارجی همچون ایتالیا، اسلوونی، اتریش، امارات‌متحده عربی، آلمان، تایوان، ترکیه، جمهوری چک، چین، ژاپن، کره‌جنوبی، کانادا، لهستان، مالزی و هند بود، اما حضور این کشورها نیز آنچنان پررنگ به نظر نمی‌آمد و تنها چینی‌ها بودند که در این نمایشگاه به چشم می‌آمدند.

اپلیکیشن‌های بومی تسخیرکنندگان نمایشگاه

اما بعد از اپراتورهای مخابراتی طراحان و تولیدکنندگان اپلیکیشن‌های موبایل پیشرفت قابل‌توجهی نسبت به سال‌های گذشته از خود نشان دادند و توانستند بازدیدکنندگان فراوانی را جذب غرفه‌های خود کنند. در نمایشگاه امسال از چندین اپلیکیشن ساخت داخل رونمایی شد که از مهم‌ترین آنها می‌توان به «سایننا» و «بیسفون» اشاره کرد که عملکردی مانند اپلیکیشن‌های اجتماعی وایبر و واتس‌آپ دارند. در تلکام امسال شبکه اجتماعی هنرمندان و ورزشکاران نیز به‌صورت رسمی راه‌اندازی شد و به همین دلیل تلکام ۲۰۱۴ شاهد پیوند هنرمندان و ورزشکاران با ارتباطات و فناوری بود. در این شبکه هنرمندانی مانند رضا عطاران، نیوشا ضیغمی، لیندا کیانی، تینا آخوندتبار و ورزشکارانی چون مهدی زرینچه به عضویت شبکه‌های اجتماعی داخلی درآمدند و برخی از آنها با حضور در نمایشگاه روح تازه‌ای به نمایشگاه بخشیدند.

۵۰۶

شرکت ملی پالایش و پخش فرآورده های نفتی ایران
شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت ایران

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله ای به شماره (۹۳/۶۵۰/۱۱۰۳)

نوبت اول — شماره مجوز : ۳۰۶۲۶۱

مناقصه گزار: شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت ایران - منطقه لرستان
موضوع مناقصه : پیمان تعویض پوشش ۷۰۰۰ متر از خط لوله ۱۰ اینچ فرآورده اهواز ری حد فاصل مراکز انتقال نفت پل بابا حسین و رازان
مبلغ برآوردمناقصه: ۳/۹۷۶/۰۲۸/۴۶۲ ریال
نوع و مبلغ تضمین شرکت در مناقصه: مبلغ ۱۸/۰۰۰/۰۰۰ ریال بصورت ضمانت نامه بانکی یاواریز وجه نقد
اسناد و مدارک مورد نیاز: ۱- دارا بودن حداقل رتبه ۵ تاسیسات و تجهیزات یا نفت و گاز از معاونت برنامه ریزی و نظارت راهبردی ریاست جمهوری ، معتبر برای سال جاری ۲- ارائه مدارک و سوابق کاری انجام شده یا در حال انجام شرکت در زمینه تعویض پوشش خطوط لوله نفت با تاییدات مربوطه (گواهی پایان کار، مفاصا حساب و...)
زمان و مهلت دریافت اسنادمناقصه: ظرف ۵۰ روز پس از چاپ آگهی نوبت دوم به استثناء روزهای پنج شنبه و جمعه
زمان و مهلت تکمیل و تحویل اسناد مناقصه: ۱۰ روز پس از آخرین مهلت دریافت اسناد
محل دریافت و تحویل اسناد مناقصه: لرستان - خرم آباد- کیلومتر۲۵ جاده خرم آباد / پلدختر- شرکت خطوط لوله و مخابرات نفت ایران - منطقه لرستان - امور حقوقی و پیمان ها
زمان و محل گشایش پاکات : پیشنهادهای واصله در محل کمیسیون مناقصات و در زمان مندرج در اسناد مناقصه با ارسال دعوتنامه قبلی جهت حضور بازگشایی خواهد شد.
جهت کسب اطلاعات بیشتر با شماره های ۳۳۴۰۴۱۲۵-۰۶۶ داخلی ۹۵۰۴۸ و ۹۵۰۱۶ و یا ۳۳۳۰۵۰۲۲-۰۶۶ تماس حاصل فرمائید.

روابط عمومی — www.shana.ir — www.ioptc.ir

۱۴۱

شرکت ملی نفت ایران
شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب

فراخوان مناقصه عمومی

نوبت اول — شماره مجوز ۳۳۰۰۳۸

مناقصه عمومی یک مرحله ای شماره م م /۹۳/۰۲۳۲

مربوط به مرمت و بهسازی جاده و محوطه چاه ۱۶۵ آغاجاری

الف - شرح مختصر خدمات :
جام عملیات خاکبرداری و خاکریزی، احداث جوی خاکی، تسطیح و شیب بندی، اجرای مصالح قشر اساس زیر اساس و آسفالت ، شن ریزی شکسته کا رخانه ای، انجام عملیات پی کنی وبنایی با سنگ ، لوله کشی آب و گاز، ساخت و نصب مهارهای لوله سوخت، احداث آبرو بتنی مسلح، کارهای فولادی، سنگ کاری دیوارهای حائل جاده، احداث حوضچه فاضلاب، علایم و تجهیزات ایمنی
ب - برآورد کارفرما/ محل ومدت انجام خدمات:
محل اجرای خدمات در ۵۰ کیلومتری آغاجاری و مدت انجام آن ۴ ماه می باشد وهمچنین برآورد کارفرما جهت انجام خدمات ۶/۶۶۲/۷۷۵/۷۱۱ ریال و تعدیل پذیر می باشد.
ج - شرایط مناقصه گران متقاضی
مناقصه گران دارای حداقل پایه ۵ راه و ترابری
توانایی ارائه تضمین شرکت در مناقصه به مبلغ ۲۷/۰۰۰/۰۰۰ ریال و همچنین ۵درصد مبلغ پیمان (در صورت برنده شدن) بعنوان تضمین انجام تعهدات می باشد.
د- محل، زمان و مهلت دریافت مدارک مناقصه گران
از کلیه متقاضیان واجد شرایط دعوت میشود حداکثر ظرف ۱۰ روز پس از انتشار آگهی نوبت دوم، آمادگی خود را بصورت کتبی به یکی از آدرس های ذیل الذکر اعلام نمایند.
ضمنا محل، زمان تحویل و گشایش پیشنهادها در اسناد مناقصه قید می گردد.
نشانی محل اعلام آمادگی و دریافت اسناد: اهواز، کوی فدائیان اسلام، ساختمان پنج طبقه، بلوک یک ، طبقه اول، امور حقوقی و قراردادها، اتاق ج ۱۴۱ و یا تهران، میدان آرژانتین، ابتدای خیابان بیهقی، پلاک ۲۸، ساختمان مرکزی یازدهم، شرکت ملی نفت ایران، طبقه دوم، دفتر هماهنگی امور حقوقی و قراردادهای مناطق نفتخیز جنوب.

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۳/۷/۱۹ تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۳/۷/۲۰

روابط عمومی شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب
WWW.NISOC.IR — WWW.SHANA.IR — HTTP://IETS.MPORG.IR

مجتمع فولاد مبارکه

آگهی فراخوان
شرکت فولادمبارکه اصفهان

ردیف	نوع فراخوان	شماره	موضوع	مهلت ارسال مدارک
۱	مناقصه	۴۸۳۷۹۱۱۳ ۴۸۳۵۲۹۰۳	طراحی، خرید، ساخت، حمل، نصب، تست و راه اندازی سیستم جمع آوری دود و غبارگیر در سالن تعمیرات پاتیل و تاندیش در واحد فولاد سازی مدول A بصورت Epc	۱۳۹۳/۰۷/۳۰
۲	مناقصه	-----	خرید کاربید کلسیم	۱۳۹۳/۰۷/۳۰
۳	مناقصه	۴۸۳۸۰۸۴۶	انجام عملیات تهیه ، تامین مواد و مصالح و تعویض خط لوله آتش نشانی واحد ۲۸ ناحیه فولاد سازی و ریخته گری مداوم شرکت فولاد مبارکه	۱۳۹۳/۰۷/۳۰
۴	مناقصه	۴۸۳۸۰۸۴۷	انجام عملیات تهیه ، تامین مواد و مصالح و تعویض خط لوله آتش نشانی ناحیه فولاد سازی و نورد پیوسته سبا شرکت فولاد مبارکه	۱۳۹۳/۰۷/۳۰

جهت دریافت اسناد و کسب اطلاعات بیشتر به نشانی www.msc.ir مراجعه فرمایید.
روابط عمومی شرکت فولاد مبارکه اصفهان
(کد آگهی: ر- ۹۳۰۹۷)

فرصت امروز در دستان شما
سازمان آگهی‌ها
۸۸۸۹۶۰۷۴ و ۸۸۸۹۵۴۳۴

بین‌الملل

ناوگان اوکراین هم آنتونف ندارد

اوکراین صنعت هواپیماسازی خود را از اتحاد جماهیر شوروی سابق به ارث برده و تمامی کارخانه‌ها و دفتر طراحی این صنعت در اوکراین واقع است. صنعت هواپیماسازی به‌عنوان یک تکنولوژی برتر و پیچیده نقش بسیار مهمی در بازسازی صنعت این کشور به شمار می‌آید. افت اقتصادی پس از سال‌های فروپاشی شوروی سابق به کاهش قابل توجهی در تولیدات این صنعت در ۱۰سال گذشته در اوکراین منجر شده است، از این رو شرکت آنتونف اوکراین تصمیم به ساخت و توسعه هواپیمای آنتونف- ۱۴۰ گرفته و قصد دارد همچنان هواپیمای ترابری نظامی آنتونف - ۷۰ را توسعه و بهبود بخشد.

گفتنی است با وجود علاقه اوکراین به همکاری با اتحادیه اروپا در زمینه توسعه صنعت هوانوردی خود این کشور با روسیه نیز همکاری داشته و در زمینه صنعت هواپیماسازی روی توسعه و ساخت پیشرانه هواپیما متمرکز بوده است.

این دو کشور در چارچوب همکاری در زمینه صنعت هوانوردی در موارد متعددی همکاری داشته و محصولات مشترکی نظیر هواپیمای آنتونف - ۱۴۰ که در ایالت خارکیف و با همکاری شریک روس این شرکت یعنی شرکت سامارا ساخته می‌شود را به بازار عرضه کرده‌اند. همکاری‌های روسیه و اوکراین در این زمینه به همین‌جا ختم نشده و دو کشور روی توسعه هواپیمای نظامی ترابری متوسط آنتونف- ۷۰ نیز با یکدیگر مشارکت دارند.

در چارچوب همکاری با شرکت توپولف و رؤسا ویا کاسموس روسیه شرکت دولتی آنتونف در حال کامل کردن نمونه آزمایشی هواپیمای تی یو – ۳۳۴ است. همچنین در این میان طرفین در حال همکاری با یکدیگر جهت ساخت و ارائه مدل توسعه‌یافته و پیشرفته هواپیمای آنتونف ۱۴۸ هستند.

با وجود ظرفیت‌های تولید هواپیماهای تجاری مسافربری و ترابری، اوکراین تصمیم گرفت تا هواپیماهای قدیمی به جا مانده از دوران شوروی سابق نظیر یاکولف و آنتونف و توپولف‌های خود را با هواپیماهای غربی جایگزین کند. در حال حاضر بوئینگ اصلی‌ترین تامین‌کننده هواپیمای مسافربری برای خطوط هوایی اوکراین است و این کشور تاکنون ۱۹ هواپیمای بوئینگ ۷۳۷ و پنج هواپیمای بوئینگ ام‌دی در اختیار دارد. در این بین ایرباس نیز با کسب مجوز هواپیماهای ۳۲۰ و ۳۱۹ خود در ماه اکتبر جدیدترین تامین‌کننده هواپیمای مسافری برای ناوگان هوایی اوکراین است. ایرلاین‌های داخلی اوکراین که پیش از این اغلب از هواپیماهای ساخت داخل یا محصولات شرکت توپولف روسیه استفاده می‌کردند به تدریج جایگزین کردن ناوگانشان را با هواپیماهای غربی آغاز کردند و نخستین ایرلاین شرکت اروسویت بود که در سال ۱۹۹۴ اقدام به اجاره کردن یک فروند هواپیمای بوئینگ ۷۳۷ کرد.

تا سال ۲۰۰۳ میلادی شرکت اروسویت اوکراین هفت فروند هواپیمای متوسط بوئینگ ۷۳۷ در اختیار داشت که هشت فروند دیگر از این نوع هواپیمای مسافربری و دو هواپیمای مسافری بزرگ از نوع بوئینگ ۷۶۷ در سال ۲۰۰۴ به ناوگان هوایی این شرکت اضافه شد. این شرکت هم‌اکنون ۱۳ هواپیما برای پروازهای بین‌قاره‌ای در اختیار دارد که ۱۱ فروند بوئینگ ۷۳۷ و دو فروند بوئینگ ۷۶۷ هستند. این شرکت طبق برنامه‌ای که اعلام کرده قصد دارد تا سال ۲۰۱۱ میلادی تعداد ناوگان خود را به میزان ۳/۵ برابر افزایش داده و از هواپیماهای مدرن و نسل جدید متوسط و بزرگ غربی استفاده کند.

حال باید دید با وجود علاقه ایرلاین‌های دولتی و خصوصی اوکراین به استفاده از محصولات شرکت‌های هواپیماسازی غربی نظیر بوئینگ و ایرباس و مناقشات اخیر این کشور با روسیه تکلیف صنایع هوایی آنتونف و محصولات در دست تولید این شرکت چه خواهد بود و در صورت قطع همکاری روسیه، اوکراین چه برنامه‌ای برای حفظ این صنعت حساس در دست اقدام خواهد داشت؛ صنعتی که با وجود درگیری‌های سیاسی و نظامی اوکراین با روسیه به‌عنوان مهم‌ترین شریک این کشور در توسعه صنعت هوایی‌اش و مهم‌تر از همه رویگردانی ایرلاین‌های داخلی اوکراین از محصولاتش آینده چندان روشنی برای آن متصور نیست.

ترجمه: معراج آگاهی
منبع: globalsecurity.org

خبر

افزایش سهمیه وام برای بافت فرسوده روستایی

معاون مسکن روستایی بنیاد مسکن با تاکید بر اینکه امسال استان‌هایی که بافت فرسوده دارند، سهمیه بیشتری از وام مسکن روستایی دریافت می‌کنند، گفت: تلاش داریم واحدهای فرسوده را مقاوم‌سازی کنیم و بخش عمده‌ای از تسهیلات مسکن روستایی به این سمت برود.

به گزارش مهر عزیزالله مهدیان با بیان اینکه امسال وام مسکن روستایی را به سمت بافت‌های فرسوده روستایی می‌بریم، گفت: بخش عمده متقاضیان وام واحدهای فرسوده هستند و تلاش داریم پس از نوسازی، واحدهای فرسوده را مقاوم‌سازی کنیم و بخش عمده‌ای از تسهیلات مسکن روستایی به این سمت برود.

وی با بیان اینکه امسال اکثر استان‌ها درخواست سهمیه چندبرابری سال قبل را داشتند، اظهار کرد: در این رابطه استان کهگیلویه و بویراحمد امسال ۳۰ هزار سهمیه و استان فارس درخواست ۷۰ هزار سهمیه داشتند که چندبرابر سهمیه سال‌های قبل است.

سقوط، سرنوشتی که دلالان آن را برای مسافران رقم می‌زنند

زور نظرات کارشناسی به تصمیم دلالان نمی‌رسد

جواد هاشمی

از سال ۱۳۰۲، پرنده‌های آهنی مهمان آسمان ایران شدند، مهمانانی که در طول ۹۰ سال گذشته در رفت‌وآمدهایشان بارها خون به پا کرده‌اند.

نگاهی به عملکرد چندین دهه‌ای ناوگان هوایی در ایران نشان می‌دهد که سقوط پای ثابت پروازها بوده، حوادثی که جدای از ضربه‌های فنی، اقتصادی و اعتباری به مرگ تعداد زیادی از ایرانی‌ها ختم شده است.

صنعت هواپیمایی ایران در سال‌های پس از انقلاب جزو نخستین صنایعی بود که به لیست تحریم‌های یک جانبه و چند جانبه کشورهای غربی اضافه شد تا این‌بار سیاست، امنیت بسیاری از پروازهای ایرانی را هدف قرار دهد.

در حالی که بر مبنای پروتکل‌های بین‌المللی ایکائو، امنیت پروازها باید در رأس فعالیت تمامی کشورها و سازمان‌های هواپیمایی قرار گیرد اما کشورهای غربی بدون توجه به این اصول بین‌المللی، راه را برای خرید هواپیماهای جدید و قطعات هواپیماهای قدیمی بر ایران بسته‌اند.

نتیجه این موضوع پس از ۳۰ سال تعداد بالای هواپیماهای زمین‌گیر است، تقریبا نصف ناوگان موجود در آشیانه ایرلاین‌ها خاک می‌خورد و البته بالا بودن میزان سقوط نسبت به استانداردهای جهانی نیز وجود دارد.

در طول این سال‌ها هواپیماهای روسی که جانشین، مدل‌های جدید اروپایی خود شدند نیز نه تنها عملکردی مطلوب نداشتند که حتی در ذهن ایرانی‌ها تنها یادآور مرگ شدند.

در حالی که ایرانیان ممنوعیت پرواز توپولف را نشانه‌ای مثبت از توقف حوادث هوایی می‌دانستند، حادثه صبح روز ۱۹ مرداد بار دیگر زنگ خطر را به صدا در آورد. پرنده های شرقی باز هم قربانی گرفتند.

هواپیمای ایران ۱۴۰ شرکت هواپیمایی هسا، ساعت ۹:۲۰ دقیقه صبح روز ۱۹ مرداد و چند ثانیه پس از برخاستن از باند فرودگاه مهرآباد، در حوالی این فرودگاه سقوط کرد تا نام ۴۰ سرنشین از مجموع ۴۸ نفر مسافر آن نیز به جمع قربانیان سوانح هوایی ایران اضافه شود.

به دنبال این حادثه هر چند از سوی سازمان هواپیمایی کشوری کمیسیونی به منظور بررسی این سانحه تشکیل شد و این کمیسیون در زمانی کوتاه موفق به پیدا کردن دو جعبه سیاه هواپیما شد اما با گذشت نزدیک به دو ماه از زمان حادثه هنوز علت یا علت‌های اصلی آن مشخص نشدند.

هر چند رییس سازمان هواپیمایی کشوری در نشستی خبری تلاش کرد ابعاد دقیق این ماجرا را البته قبل از نهایی شدن بررسی‌ها ترسیم کند اما صحبت‌های وی تنها گره‌هایی جدید به ماجرا اضافه کرد و با اظهارنظرهایی که از سوی برخی کارشناسان هوایی مطرح شد داستان پیچیده‌تر شد.

سازمان هواپیمایی اعلام کرد: زنجیره‌ای از اتفاقات باعث سقوط ایران ۱۴۰ شده است؛ مشکلات فنی هواپیما، عدم توانایی خلبان در کنترل هواپیما و البته مشکلات جوی سه عامل اصلی بودند که در صحبت‌های رییس سازمان هواپیمایی به‌عنوان علل تاثیرگذار در حادثه معرفی شدند.

در بین این عوامل اما آنچه بیش از همه سروصدا به پا کرد، نقص فنی هواپیما بود.

بنا به گفته مسئولان سازمان هواپیمایی کشوری موتور سمت راست هواپیمای سقوط کرده دو ثانیه قبل از پرواز از باند از کار افتاده، سیستم آلارم موتورها با تاخیر عمل کرده و ملخ دیگر نیز نتوانسته جور موتور از دست رفته را بکشد. سه اشکال فنی که به گفته سازمان هواپیمایی کشوری قابل پیش‌بینی نبوده و بدون هیچ سر نخ قبلی اتفاق افتاده‌اند.

این اظهارات هر چند در همان روزهای نخست نیز با واکنش‌های ضد و نقیض مواجه شد اما با صحبت‌های بعضی از کارشناسان هوایی فازهای جدیدی را نیز تجربه کرد. صحبت‌هایی که نشان می‌داد نه تنها این حادثه قابل پیشگیری بوده که حتی کارشناسان از چند ماه قبل نسبت به وقوع چنین اتفاقی هشدار داده‌اند. صحبت‌هایی که ماجرای سقوط ۱۹ مرداد را وارد مرحله‌ای جدید می‌کند.

سازمان هواپیمایی که البته هنوز خبری از به پایان رساندن تحقیقات منتشر نکرده حال باید پاسخ این اظهارات را نیز بدهد تا مشخص شود چه کسی حقیقت را نمی‌گوید و حادثه‌ای که جان ۴۰ ایرانی را گرفته قابل پیش‌بینی و البته پیشگیری بوده است یا خیر.

همیشه پای یک دلال در میان است

هر چند بسیاری از متخصصان هنوز اظهارنظر قطعی درباره دلایل این حادثه را به نهایی شدن فرآیند بررسی‌ها موکول می‌کنند، اما در پس حواشی سوانح که معمولا از یاد می‌رود، این است که چرا با وجود نظرات کارشناسی باز هم پرونده خرید هواپیماهای پا به سن گذاشته و هواپیماهایی که با شرایط جغرافیا و آب‌وهوای کشورمان سازگار نیستند، باز است و قراردادهای خرید هواپیما از روسیه به یک سریال ادامه دار، تبدیل شده‌است.

یک کارشناس مسائل هوایی در گفت‌وگو با «فرصت امروز» درباره این موضوع گفت: حقیقت این است، با وجود نظرات کارشناسی، در نهایت دلالان بازار نوع هواپیمای ناوگان کشور را تعیین می‌کنند.

در حادثه سقوط، شرکت هواپیمایی فراموش شد

علیرضا منظری
معاون سابق سازمان هواپیمایی

سقوط یک هواپیما حادثه است و حادثه ماهیتا قابل پیش‌بینی نیست اما در هر حادثه و اتفاق عامل یا عواملی دخیل هستند که معمولا قابلیت پیشگیری دارند. برای مثال در حادثه تلخ سقوط هواپیمای ایران ۱۴۰، طبق اعلام سازمان هواپیمایی تاکنون نقش برخی از عوامل قطعی شده است؛ نقص فنی موتور هواپیما، محدودیت‌های جوی و حتی میزان اضافه باری که بر هواپیمای سقوط کرده سوار شده است. هرچند کل حادثه سقوط قابل پیش‌بینی نیست اما درصورتی که به‌درستی عمل می‌شد، نقش این عوامل قابل بررسی و جلوگیری بود تا خاطره تلخی دیگر به پروازهای ایرانی اضافه نشود. هرچند تا زمان به پایان رسیدن بررسی‌ها نمی‌توان علت دقیق حادثه را مشخص کرد اما کمیته بررسی سانحه به عللی برخورده که شاید پیش از سقوط باید مورد توجه قرار می‌گرفتند.

نکته‌ای که در طول روزهای گذشته کمتر به آن پرداخته شده، موضوع مسئولیت نظارت بر ایمنی پرواز است. طبق قانون، در این زمینه سازمان هواپیمایی کشوری تنها نقش ناظر دارد و مسئولیت مستقیم کار بر عهده شرکت هواپیمایی یا ایرلاینی است که پرواز را انجام می‌دهد. این شرکت یک معاون فنی و عملیاتی به سازمان هواپیمایی کشوری معرفی می‌کند و پس از تایید آن، کار نظارت بر برنامه پروازها و ایمنی هواپیما بر عهده این معاونت است و سازمان تنها نقش ناظر دارد. در دو ماه گذشته کمتر کسی از نقش شرکت هواپیمایی پرواز سقوط کرده سخن گفته و اینها سازمان هواپیمایی را به سیبل انتقادات تبدیل کرده است. هرچند این سازمان نیز وظیفه نظارتی خود را باید به‌درستی انجام دهد اما نقش اصلی بر عهده ایرلاین پرواز است. در صورت اثبات کم‌کاری در این زمینه حتی امکان تعلیق ایرلاین مربوطه نیز وجود دارد و باید پاسخی قانع‌کننده ارائه شود. مسافر در زمان خرید بلیت انتظار دارد تمام موارد ایمنی پرواز به شکلی دقیق چک شود و مواردی اینچنینی به اعتماد خریداران به ایرلاین‌های هواپیمایی آسیبی جدی می‌زند.

علیرضا بحیرایی با بیان اینکه نمی‌توان روی هر اظهارنظری درباره حادثه سقوط حساب باز کرد، گفت: قطعا کارشناسانی که در این حوزه فعالیت کرده‌اند و از نزدیک مشاهدات خود را به ثبت رسانده‌اند، پیش از هر کس دیگری شایستگی اظهارنظر در این زمینه را دارند و تا زمان به اتمام نرسیدن بررسی‌ها نمی‌توان سخنی از علت اصلی سقوط گفت.

وی به اجتناب ناپذیر بودن برخی از حوادث هوایی پرداخت و تصریح کرد: در ایران کارشناسان هوایی بسیار مجربی حضور دارند و توان بررسی این سانحه‌ها سال‌ها است که در کشور ما وجود دارد. نمی‌توان به طور قطع از قابل پیش‌بینی بودن یا نبودن حادثه صحبت کرد اما نکته مهم، لزوم عمیق شدن در حوادث و سنجش ابعاد ماجراست و اظهارنظرهای سطحی فقط جو عمومی را به هم می‌ریزد.

به گفته وی آنچه پیش از همه در اولویت است، بحث اولویت دادن به اظهارات فنی کارشناسان است. جایی که دلال‌ها حرف آخر را بزنند قطعا احتمال حادثه نیز بالا می‌رود.

این کارشناس با بیان اینکه دلالان در این بین جو را به نفع خود تمام می‌کنند، گفت: اطلاع‌رسانی دقیق در مورد ابعاد ماجرا از به هم خوردن جو جامعه جلوگیری می‌کند و اعتماد را بالا می‌برد. اتفاقی که متاسفانه در حوادث اخیر کمتر شاهد آن بوده‌ایم.

پرونده آنتونف تا ۱۰ روز دیگر بسته می‌شود

هر چند با گذر زمان بسیاری از خاطرات فراموش می‌شوند اما حوادث جانی کمتر از یاد مردم پاک می‌شود همان‌طور که سقوط‌های مکرر هواپیماهای روسی، ذهن ایرانی‌ها را به‌شدت بد بین کرده ابهام در نتایج بررسی‌ها و مشخص نشدن عوامل حادثه نیز شاید تاثیرات منفی گسترده‌ای از خود به‌جا بگذارد.

حال پرونده سقوط آنتونف به سازمان بازرسی کشور رفته است؛ هر چند در این پرونده سهم دلال از تقصیرها را در نظر نمی‌گیرند و هیچ درصدی از عامل سقوط شامل حال واردکنندگان این تیپ هواپیما به ناوگان کشورمان نیست اما ناصر سراج، رییس سازمان بازرسی کل کشور گفته است: پرونده سقوط هواپیمای آنتونف ۱۴۰ برای مشخص شدن عوامل دخیل در وقوع این سانحه به سازمان بازرسی کشور ارسال شده و در حال تکمیل است و تا پایان مهرماه به مراجع مربوطه ارسال می‌شود.

گزارش ۲

در بهار امسال قیمت زمین کاهش و نرخ اجاره افزایش یافت

مرکز آمار ایران اطلاعات قیمت مسکن شهر تهران را در بهار سال جاری منتشر کرد. به‌گزارش مرکز آمار ایران، در این گزارش متوسط قیمت فروش هر مترمربع زمین یا زمین ساختمان‌های مسکونی کلنگی، متوسط قیمت فروش هر مترمربع زیربنای مسکونی و متوسط مبلغ اجاره ماهانه آمده است.

متوسط قیمت فروش زمین ساختمان‌های کلنگی

متوسط قیمت فروش هر مترمربع زمین یا زمین ساختمان‌های مسکونی کلنگی معامله شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی در شهر تهران ۴۴۱۰۴ هزار ریال بوده که نسبت به فصل قبل ۳,۸ درصد افزایش و نسبت به فصل مشابه سال قبل ۱۰,۱ درصد کاهش داشته است.

همچنین تعداد معاملات فروش زمین یا زمین ساختمان‌های مسکونی کلنگی انجام شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی در شهر تهران نسبت به فصل قبل ۸,۱ درصد افزایش و نسبت به فصل مشابه سال قبل ۸,۱ درصد کاهش داشته است. در میان مناطق بیست و دوگانه شهرداری تهران، بیشترین متوسط قیمت فروش یک مترمربع زمین یا زمین ساختمان‌های مسکونی کلنگی معامله شده در حدود ۸۷۸۷۸ هزار ریال در منطقه سه و کمترین آن در حدود ۱۴۹۶۶ هزار ریال در منطقه ۲۰ بوده است. تغییرات قیمت فروش هر مترمربع زمین یا زمین ساختمان‌های مسکونی کلنگی در معاملات انجام‌شده بین حداقل ۱۰۰هزار ریال در منطقه ۱۹ و حداکثر ۲۱۵۵۵۶ هزار ریال در منطقه یک بوده است. همچنین از کل معاملات انجام شده برای فروش زمین یا زمین ساختمان‌های مسکونی کلنگی در مناطق بیست و دوگانه شهرداری تهران منطقه هشت با ۱۰,۱ درصد دارای بیشترین سهم و منطقه ۱۹ با ۱,۳ درصد دارای کمترین سهم هستند.

متوسط قیمت فروش هر مترمربع زیربنای مسکونی

متوسط قیمت فروش هر مترمربع زیربنای مسکونی معامله شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی در شهر تهران ۳۹۲۰۶ هزار ریال بوده که نسبت به فصل قبل ۷,۲ درصد و نسبت به فصل مشابه سال قبل ۰,۲ درصد افزایش داشته است. همچنین تعداد معاملات فروش زیربنای مسکونی انجام شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی در شهر تهران نسبت به فصل قبل ۱۵,۶ درصد و نسبت به فصل مشابه سال قبل ۵۲,۵ درصد افزایش داشته است.

در میان مناطق بیست و دوگانه شهرداری تهران، بیشترین متوسط قیمت فروش یک مترمربع زیربنای مسکونی معامله شده در حدود ۸۱۷۳۳ هزار ریال در منطقه یک و کمترین آن در حدود ۱۹۶۴۲ هزار ریال در منطقه ۱۸ بوده است. تغییرات قیمت فروش هر مترمربع زیربنای مسکونی در معاملات انجام شده بین حداقل ۶۸۷۵ هزار ریال در منطقه ۱۲ و حداکثر ۲۱۴۶۸۱ هزار ریال در منطقه دو بوده است. همچنین از کل معاملات انجام شده برای فروش زیربنای مسکونی در مناطق بیست و دوگانه شهرداری تهران، منطقه پنج با ۱۲,۲ درصد دارای بیشترین سهم و منطقه ۲۲ با ۰,۸ درصد دارای کمترین سهم هستند.

متوسط مبلغ اجاره ماهانه

متوسط مبلغ اجاره ماهانه به علاوه سه درصد ودیعه پرداختی برای اجاره یک مترمربع زیربنای مسکونی معامله شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی در شهر تهران ۱۶۹۷۷۴ ریال بوده که نسبت به فصل قبل هشت درصد و نسبت به فصل مشابه سال قبل ۵,۲ درصد افزایش داشته است.

همچنین تعداد معاملات اجاره زیربنای مسکونی انجام شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی در شهر تهران نسبت به فصل قبل ۴,۱ درصد و نسبت به فصل مشابه سال قبل ۳۲,۷ درصد افزایش داشته است. در میان مناطق بیست و دو گانه شهرداری تهران، بیشترین متوسط مبلغ اجاره ماهانه به علاوه سه درصد ودیعه پرداختی برای اجاره یک مترمربع زیربنای مسکونی معامله شده، ۲۷۷۱۱۳ ریال در منطقه یک و کمترین آن ۸۸۸۹۱ ریال در منطقه ۱۹ بوده است. تغییرات مبلغ اجاره ماهانه به علاوه سه درصد ودیعه پرداختی برای هر مترمربع زیربنای مسکونی در معاملات انجام شده بین حداقل ۲۱۹۰۲ ریال در منطقه ۲۰ و حداکثر ۸۹۲۱۵۵ ریال در منطقه یک بوده است. همچنین از کل معاملات اجاره زیربنای مسکونی در مناطق بیست و دو گانه شهرداری تهران، منطقه پنج با ۱۳,۵ درصد دارای بیشترین سهم و منطقه ۲۲ با ۱,۲ درصد دارای کمترین سهم هستند.

عمران

پروژه‌های ریلی در اولویت صندوق توسعه ملی قرار گرفتند

وزیر راه و شهرسازی در جلسه ستاد هماهنگی اقتصاد مقاومتی گزارشی از وضعیت حمل‌ونقل ریلی در کشور ارائه کرد و مقرر شد پروژه‌های راه‌آهن برقی و سریع‌السیر و دو خطه کردن مسیرهای اصلی در اولویت تامین مالی و حمایت صندوق توسعه ملی قرار گیرد. به گزارش مرکز روابط عمومی و اطلاع‌رسانی وزارت راه وشهرسازی، در جلسه ستاد هماهنگی اقتصاد مقاومتی روز گذشته به ریاست دکتر حسن روحانی رییس‌جمهور تشکیل شد، وزیر راه و شهرسازی گزارشی از وضعیت حمل‌ونقل ریلی در کشور ارائه کرد و طرح‌های این وزارتخانه برای توسعه شبکه راه‌آهن تا سال ۱۴۰۰ مورد بحث و بررسی قرار گرفت. رییس‌جمهوری تسریع در اتصال شبکه راه‌آهن کشور به راه‌آهن کشورهای همسایه را مورد تاکید قرار داد و از وزارت راه و شهرسازی خواست نسبت به افتتاح راه‌آهن ایران – ترکمنستان – قزاقستان و تکمیل راه‌آهن خواف – هرات در چند ماه آینده اقدام کنند. در این جلسه ارتقای ظرفیت حمل‌ونقل ریلی قطب‌های معدنی و صنعتی و اتصال راه‌آهن به بنادر کشور مورد تاکید قرار گرفت و به این منظور پروژه‌های راه‌آهن برقی و سریع‌السیر و دو خطه کردن مسیرهای اصلی در اولویت تامین مالی و حمایت صندوق توسعه ملی قرار می‌گیرد.

دکتر روحانی از دستگاه‌های مسئول خواست با ارائه تسهیلات و تضمین بازار، بخش‌خصوصی را به سرمایه‌گذاری در ناوگان ریلی تشویق کنند و زمینه‌های مشارکت خارجی در فعلیت بخشیدن به موقعیت ایران در ترانزیت ریلی منطقه را فراهم کنند.

تعداد ساختمان‌های با کیفیت به انگشتان دست هم نمی‌رسد

عضو هیأت رییسه و خزانه‌دار کانون سراسری انبوه‌سازان کشور گفت: تضمین کیفیت کار ساختمان‌سازی، مجری را موظف کرده که پیگیر موضوع کیفیت باشد ولی تا به امروز آمار و ارقام به ما نشان می‌دهد که به تعداد انگشتان دست هم نتوانستیم بیمه کیفیت برای ساختمان‌ها داشته باشیم. به گزارش ایسنا سیدمحمد مرتضوی درباره راه‌اندازی صندوق کیفیت ساختمان اظهار کرد: یکی از بخش‌هایی که در مبحث دوم مقررات ملی ساختمان به آن اشاره شده بحث کیفیت تضمین کار است. وی افزود: غفلت از انجام وظایف توسط مجری و در نهایت کنترل‌کننده وجود دارد. همچنین اداره‌کننده موضوع هم باید دقت لازم را داشته باشد که سازمان نظام مهندسی عهده‌دار این امر است. خزانه‌دار کانون سراسری انبوه‌سازان کشور با بیان اینکه پیشنهاد وزیر راه و شهرسازی این است که موضوع کنترل کیفی و تضمین‌های لازم در قالب یک صندوق که اعضای آن را انبوه‌سازان تشکیل می‌دهند باشد، افزود: در بند ۸ از ماده دو قانون بهسازی و نوسازی مصوب سال ۱۳۸۷ مطرح شده که دولت در این رابطه می‌تواند کمک‌های مالی مناسب، ایجاد خدمات بیمه و تضمین کیفیت داشته باشد. وی خاطرنشان کرد: مناسب‌ترین گزینه انبوه‌سازان هستند که به کمک دولت و وزارت راه و شهرسازی می‌توانند به بالابردن کیفیت ساخت‌وساز کمک کنند.

هزینه ساخت مسکن در تهران از متری ۷۰۰هزار تا ۳ میلیون تومان

در حال حاضر نگاهی به آگهی‌های مسکن نشان می‌دهد که اغلب آپارتمان‌های نوساز در شهر تهران به تناسب نوع ساخت در مناطق شمالی و جنوبی شهر تهران براساس قیمت تمام شده میانگین بین ۵۰۰ هزار تا سه میلیون تومان تعیین می‌شود. این در حالی‌است که طبق اظهارات مشاوران املاک اختلاف قیمت یک واحد نوساز با واحد چند سال ساخت بین ۱۰ تا ۲۰ درصد برآورد می‌شود. به گزارش خبرآنلاین در این میان گرانی بازار مسکن در چند سال اخیر موجب شده است که واحدهای نوساز به دلیل نو بودن و شرایط وام بهتری که دارند، با قیمت‌های بیشتری به فروش برسند و البته متقاضیان بیشتری هم برای این واحدها وجود داشته باشد. البته نسبت هزینه ساخت در هر متر مربع به قیمت تمام‌شده مسکن یا همان قیمت روز فروش واحدهای مسکونی در نقاط مختلف شهر تهران عدد ثابتی نیست، بلکه یک منحنی صعودی از مناطق شمالی شهر تا نقاط جنوبی است.

محمدمهدی مافی، عضو سابق هیات‌مدیره انجمن انبوه‌سازان تهران با بیان اینکه بدون احتساب قیمت زمین، حداقل و حداکثر هزینه ساخت مسکن در تهران مترمربعی ۷۰۰ هزار تا سه میلیون تومان برآورد می‌شود اعلام کرد: هزینه سنگین خرید زمین برای ساخت‌وساز در نیمه‌شمالی پایتخت، قیمت تمام‌شده آپارتمان برای انبوه‌سازان را بعضا تا مترمربعی ۱۰ میلیون تومان افزایش داده است.

رشد ۷۷ درصدی توسعه آزادراهی نسبت به سال گذشته

مدیرعامل شرکت ساخت و توسعه از افتتاح ۱۷۰ کیلومتر آزادراه جدید در کشور تا پایان سال ۱۳۹۳ خبر داده است؛ رقمی که نسبت به عملکرد سال گذشته رشد ۷۷ درصدی را نشان می‌دهد.

به گزارش ایسنا علی نورزاد از افتتاح و تکمیل سه پروژه آزادراهی جدید در کشور تا پایان سال جاری خبر داده است، پروژه‌هایی که در مجموع به پوشش آزادراهی کشور ۱۷۰ کیلومتر اضافه می‌کنند و البته به نسبت عملکرد سال‌های گذشته نیز پیشرفتی محسوس به ثبت می‌رسانند. آزادراه حرم تا حرم به طول ۱۵۲ کیلومتر، آزادراه کنارگذر غربی اصفهان به طول ۱۴ کیلومتر و بخش‌های باقیمانده از آزادراه همت – کرج به طول ۴,۵ کیلومتر سه طرحی است که معاون وزیر راه و شهرسازی قول افتتاح آنها را تا پایان سال جاری داده است. با آغاز به کار این طرح‌های جدید، مجموع آزادراه‌های فعلی در کشور به ۲۱۶۰ کیلومتر می‌رسد که برای ساخت و بهره‌برداری از آنها بیش از ۱۶ هزار کیلومتر هزینه شده است. این مساحت آزادراهی جدید در حالی امسال به زیر بار ترافیک می‌رود که بنا به گفته مدیرعامل شرکت ساخت از ۱۳۸۴ تا ۱۳۹۲، ۷۷۰ کیلومتر آزادراه جدید ساخته شده که سرانه سالانه آن حدود ۹۶ کیلومتر می‌شود.

دریچه

عضو کمیسیون کشاورزی:

نرخ خرید تضمینی تغییر نکند امنیت غذایی به خطر می‌افتد

عضو کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس با انتقاد از نرخ‌های اعلام شده برای خرید تضمینی محصولات کشاورزی، گفت: نمایندگان مردم در خانه ملت، بازنگری در نرخ‌های اعلام شده را دنبال می‌کنند. در صورت تغییر نکردن نرخ‌ها، شاهد به خطر افتادن امنیت غذایی خواهیم بود.

محمدرضا امیری کهنوج در واکنش به نرخ‌های اعلامی برای خرید تضمینی محصولات کشاورزی، گفت: نرخ‌های اعلام شده از سوی دولت، تفاوت بسیاری با واقعیت‌های جامعه دارد و این موضوع، باعث کاهش تقاضا برای فعالیت در عرصه کشاورزی خواهد شد.

نماینده کهنوج، منوجان، رودبار جنوب، قلعه‌گنج و فاریاب در مجلس، افزود: همواره تعیین نرخ‌های کمتر از واقعیت، به نابودی تولید منجر شده و از این‌رو خواسته ما از مسئولان مربوطه، حمایت از کشاورزان به منظور تامین امنیت غذایی است. در غیراین صورت باید منتظر نابودی کشاورزی در کشور باشیم.

عضو کمیسیون کشاورزی، آب و منابع طبیعی مجلس همچنین در رابطه با اقدامات صورت گرفته از سوی نمایندگان، برای افزایش نرخ‌ها نیز گفت: به‌طور مسلم قیمت برخی محصولات استراتژیک مانند گندم نیازمند اصلاح است. در سال زراعی گذشته نیز دخالت نمایندگان مجلس به افزایش قیمت منجر شد و ما این روش را برای سال زراعی جاری هم دنبال خواهیم کرد.

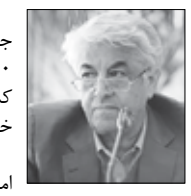
وی تصریح کرد: اعضای کمیسیون کشاورزی مجلس همچنین به منظور بازنگری نرخ‌ها، جلساتی را با مسئولان مربوطه برگزار خواهند کرد و تمام تلاش ما، رشد قیمت و پوشش هزینه‌های کشاورز است. ادامه این سیاست‌ها برخلاف سیاست دستیابی به امنیت غذایی است.

به گزارش خانه ملت، نماینده کهنوج، منوجان، رودبار جنوب، قلعه‌گنج و فاریاب در مجلس، افزود: عده‌ای از نمایندگان هم در نامه‌ای به وزارت جهادکشاورزی خواستار بازنگری در نرخ‌ها شدند و امیدواریم که هرچه زودتر شاهد تحقق این مهم باشیم.

کشت

معاون وزیر جهاد کشاورزی:

تولید گندم در کشور ۱۰درصد افزایش یافت



معاون زراعت وزارت جهاد کشاورزی، از افزایش ۱۰درصدی تولید گندم کشور در سال زراعی جاری خبر داد.

عباس کشاورز، افزود: امسال تولید گندم ۱۰میلیون و ۲۰۰ هزار تن و خرید این محصول شش‌میلیون و ۵۰۰ هزار تا هفت‌میلیون تن پیش‌بینی می‌شد که شاهد تحقق آن بودیم.

وی با بیان اینکه امسال در تولید جو افزایش نداشته‌ایم، اظهار کرد: با توجه به اینکه ۲۶درصد محصول جو در استان خراسان رضوی تولید می‌شود، به دلیل وقوع خشکسالی و سرما تولید جو در کشور افزایش نداشته است.

کشاورز، در ادامه تولید علوفه و صیفی‌جات را در کشور مطلوب دانست و متذکر شد: به دلیل افزایش تولید و کاهش قیمت صیفی‌جات نظیر هندوانه کشاورزان امسال دچار زیان شدند.

معاون زراعت وزارت جهاد کشاورزی، درخصوص تولید حبوب در کشور نیز گفت: تولید مناسب در داخل موجب کاهش واردات حبوب شده است.

به گزارش ایرنا، وی یادآور شد: سال گذشته ۱۸۰هزار تن واردات حبوب داشتیم که امسال به دلیل وضعیت مطلوب تولید حبوب، این مقدار به حدود ۷۰هزار تن کاهش یافته است.

دام

مدیرعامل سازمان میادین اعلام کرد

فروش ۲۵ هزار رأس دام در جایگاه‌های بهداشتی در عید قربان

مدیرعامل سازمان میادین میوه و تره‌بار شهرداری تهران تعداد دام به فروش رسیده در طرح عرضه بهداشتی دام به مناسبت عید سعید قربان را حدود ۲۵ هزار رأس اعلام کرد. صفوی گفت: طرح عرضه بهداشتی دام در ۲۹ جایگاه در سطح شهر تهران اجرایی شد که تعداد دام ورودی به این ۲۹ جایگاه بیش از ۳۰ هزار رأس بود. از این تعداد حدود ۲۵ هزار رأس به فروش رسیده است.

وی ادامه داد: از این تعداد ۱۴ هزار و ۵۱۵ رأس دام در جایگاه‌ها و به‌صورت بهداشتی ذبح شد و باقی دام‌ها پس از معاینات اولیه و مشخص شدن سلامت دام در اختیار خریداران قرار گرفت. وی همچنین اعلام کرد که پس از معاینات اولیه تعداد ۲۹۸ رأس دام به دلیل بیماری یا مشکوک بودن به بیماری قرنطینه شد.

گفتنی است در این روز ۸۶ لاشه دام ضبط و معدوم و نزدیک به سه هزار و ۶۸۵ قطعه احشای ناسالم نیز در معاینه پس از ذبح ضبط و امحا شد.

شعار خودکفایی قابل تحقق نیست

اسناد بالادستی اصلاح شوند

مولود غلامی

نخستین میزگرد تخصصی «آب، فرهنگ جامعه»، با حضور احمد محسنی، مدرس دانشگاه در رشته ترویج کشاورزی، محمد حسین کریمی پور، عضو کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی ایران، محسن جلال پور، رییس اتاق بازرگانی کرمان، عباسقلی جهانی، پژوهشگر بین‌المللی آب، انوش اسفندیاری، عضو اندیشکده تدبیر آب ایران، کاوه معصومی، رییس بخش بررسی‌های اجتماعی مهاب قدس و جامعه‌شناس و جمعی از دانشجویان و دوستداران محیط‌زیست برگزار شد.

ریشه‌یابی بحران آب در ضعف‌های مدیریتی و اجتماعی

اسفندیاری، مجری این میزگرد، در مقدمه‌ای اظهار کرد: کشور ما در یک دوره خشکسالی ۳۰ ساله قرار دارد که اهمیت چنین گفت‌وگوهایی را بیشتر نمایان می‌کند. هدف از این برنامه‌ها ایجاد گفت‌وگو و مسئله‌یابی و پیدا کردن مشکلات در برخورد با این مشکل و مدیریت آب است. همچنین ریشه‌یابی ضعف‌هایی که در عملکرد نهاد دولت وجود داشته در برخورد با این قضیه و نسبتی که با اقتصاد ما در زمینه توسعه و به‌ویژه توسعه صادرات غیرنفتی و خودکفایی در محصولات کشاورزی وجود دارد، از جمله اهداف این نشست‌هاست.

وی افزود: این مدل بررسی مسائل آب که در حال اجراست را می‌توان حتی به سایر مسائل اجتماعی نیز تسری داد. گفت‌وگوی اجتماعی صرف‌نظر از اینکه محصول نهایی آن چیست، می‌تواند یک فرآیند اثرگذار باشد برای راه‌حل‌های نوین. در بحث آب نیاز به نوآوری‌های سازمانی، مفهومی و اجتماعی داریم و تحت همین شرایط نیازهای شدید و بحران‌های این چنینی کشورهای دیگر توانستند بدون برخورد سیاسی با مسائل و صرفا در چارچوب کارشناسی، همدلانه و گفت‌وگویی، نوآوری‌هایی را ایجاد کنند و راهکارهایی برای چیره شدن بر این مشکلات به دست آورند.

توجه دولت به بحران آب تنها در گفتمان است

احمد محسنی، مدرس دانشگاه در رشته ترویج کشاورزی، اظهار کرد: بحران آب در دهه اخیر در کشور مطرح شده است. در حال حاضر که مرز بحران را رد کرده‌ایم و به وضعیت مخاطره رسیده‌ایم انتظار می‌رفت رفتارهایی را انجام می‌دادیم که در زمان بحران این رفتارها را تمرین می‌کردیم. دست کم باید در شبکه‌های آب تهران مردم با کمبودهایی مواجه می‌شدند. چنانچه اکنون مردم تهران هیچ حسی نسبت به بحران آب ندارند و بحران آب بیشتر در شهرهای کویری و روستاهایی است که با تانکر آبیاری می‌شوند.

وی با انتقاد از برنامه‌های دولت در زمینه توجه به بحران آب، ادامه داد: دولت در حرف و گفتمان شاید به موضوع بحران توجه کرده اما در عمل چنین نبوده است. وقتی که با دید کلی به بحران آب نگریسته می‌شود حساسیت بحران آب در آینده را در مردم کم می‌کنیم یا نوع تبلیغی که برای بحران آب می‌شود نیز این حساسیت‌ها را در مردم کاهش می‌دهد.

برای نمونه وقتی در بحث‌های رسانه‌ای که اخیرا بیشتر شده است، همه کارشناسان به مصرف بیش از ۹۰درصدی آب در بخش کشاورزی اشاره می‌کنند، به این ترتیب مردم حساسیتی نسبت به آب شرب و صنعتی ندارند و می‌گویند اگر به عنوان مثال پنج درصد در آب کشاورزی صرفه‌جویی شود دیگر مشکلی در این زمینه نخواهیم داشت.

وی تصریح کرد: وضعیت بحران در بخش آب آشامیدنی ما با توجه به نوع پراکنش جمعیت، جدی‌تر از بحران در بخش کشاورزی است.

دولت ناکارآمد برمخاطره‌های اجتماعی آب دامن می‌زند

محسنی به مخاطره‌هایی که بحران آب در کشور ایجاد می‌کند اشاره کرد و افزود: ۴۰ میلیون جمعیت در ایران تنها به دلیل دسترسی به منابع آب باید جابه‌جا شوند و مهاجرت‌های بسیاری از مناطق کم آب به بخش‌های پرآب‌تر خواهیم داشت که اگر مدیریت نشوند، سه دسته مخاطره‌های دیگر ایجاد خواهد کرد. مخاطره بعدی مخاطره کشوری است و این موضوع در حوضه زاینده‌رود

> **اگر بخواهیم ۳۰درصد صرفه‌جویی ملی حاصل کنیم، محل تغییر آن در بخش کشاورزی است و اگر بخواهیم ایران را نجات بدهیم باید مصرف آب در بخش کشاورزی را به نصف برسانیم**

هم‌اکنون نیز مشهود است. منازعات، اختلافات و تنش‌ها به درگیری‌های قومی، قبیله‌ای و محلی و منطقه‌ای منجر خواهد شد و زمانی که نتوانیم آن را کنترل کنیم، به‌صورت تصاعدی افزایش می‌یابد.

وی تاکید کرد: وقتی دولت هم ناکارآمد باشد خودش بر این مخاطره‌ها دامن می‌زند. چنانچه در اعتراض‌های مردمی در استان‌هایی مانند چهارمحال و بختیاری نیز شاهد این ناکارآمدی‌ها بودیم. مخاطره‌های سیاسی میان نماینده شهرها هم قابل مشاهده است و در سایر مناطق نیز پتانسیل این مخاطره‌ها وجود دارد. مخاطره بعدی نیز خطرهای اقتصاد سیاسی است که بسیاری از مردم ما شغل‌شان را به دلیل بی‌آبی از دست خواهند داد که موجب تنش‌های اقتصادی و سیاسی خواهد شد.

وی مخاطره‌های نهادی را در رده چهارم میان دولتمردان ذکر کرد و گفت: دولتمردان ما برای اجرای قوانین در جایگاه قدرتمندی نیستند. نمونه این مورد، برخورد با چاه‌های غیرمجاز است که هیچ گونه قدرتی برای بستن حتی یک حلقه چاه هم نداریم. مگر اینکه زمین و زمان و پلیس و نهادهای قضایی را به کار گیریم. این نشان می‌دهد که در شرایط بحران و مخاطره نهادی، حاکمیت در اجرای قوانین مربوط به خود در جایگاه ضعف قرار دارد. وجود افراد و منابع انسانی ضعیف موجب شده تا سازمان‌ها و نهادهای دولتی ما از بدنه اجرایی قوی برخوردار نباشند. ما اکنون در مخاطره نهادی به سر می‌بریم.

۳۰درصد صرفه‌جویی ملی آب تنها دربخش‌کشاورزی

محمد حسین کریمی پور، عضو کمیسیون کشاورزی اتاق بازرگانی ایران، در این نشست اظهار کرد: طبق مطالعات در سال ۱۳۵۳ میزان آب تجدیدپذیر کشور ۱۳۷میلیارد متر مکعب بوده و امروز وزیر نیرو رسما اعلام می‌کند که باید ۱۲۰میلیارد متر مکعب فرض کرد و کارشناسانی مانند دکتر محسنی بدبین‌تر هستند و عدد ۹۵ را ذکر می‌کنند. ایران ۱۲۰میلیارد متر مکعب آب تجدیدپذیر سالانه دارد. کارشناسان همچنین اعلام می‌کنند که امسال نباید بیش از ۴۰میلیارد متر مکعب آب از این منابع و مکانیسم‌های طبیعی برداشت کرد.

وی دامه داد: اگر بخواهیم بحران آب را جمع‌وجور و مدیریت کنیم باید استفاده از منابع را به ۷۲میلیارد متر مکعب در سال برسانیم و اگر بخواهیم سرانه مصرف خود را به کشورهایی که مدیریت موفق آب دارند برسانیم باید به مصرف ۵۰میلیارد متر مکعب در سال بسنده کنیم. مصرف آب در کشور ۷۵ میلیون نفری با شبکه گسترده آب ضعیف در نهایت باید به میزان ۳۰ تا ۵۰درصد کاهش یابد.

کریمی پور، گفت: با توجه به اینکه بیشتر دشت‌های کشور فرصت‌های ۱۰، ۲۰ و ۳۰ ساله برای انجام اجرای این اصلاحات را ندارند و مسئله بسیار سخت و ناشدنی است، مصرف آب کشاورزی در ایران بسیار بیشتر از سرانه مصرفی در دنیاست. بیش از ۹۰درصد مصرف آب در کشاورزی، چهار درصد در صنعت و شش‌درصد در بخش‌شرب استفاده می‌شود. مصرف آب شرب گرچه در تهران بیش از دو برابر میانگین جهانی است اما در شهرهای کم آب چنین نیست.

وی افزود: اگر بخواهیم ۳۰درصد صرفه‌جویی ملی حاصل کنیم، محل تغییر آن در بخش کشاورزی است و اگر بخواهیم ایران را نجات بدهیم باید مصرف آب در بخش کشاورزی را به نصف برسانیم. بهره‌وری ماده خشک محصول کشاورزی از هر متر مکعب آب در ایران تقریبا یک سوم دنیاست. در ایران گستردگی جمعیت را در مناطق بیابانی براساس کشاورزی معیشتی داریم.

وی تاکید کرد: در کشاورزی نیازمند یک رفرم و انقلاب بزرگ در بهره‌وری و اصلاح سیاست‌های ملی هستیم. تمامی قوانین و برنامه‌های بالادستی بر خودکفایی در محصولات کشاورزی تاکید دارد که این برنامه حتما باید تغییر کند چون در کشوری خشک و بیابانی مانند ایران نمی‌توانیم هدف‌گذاری در تولید غلات را پیگیری کنیم. این امر نه تنها شدنی نیست بلکه از نظر اقتصادی و مدیریتی هم عاقلانه نیست. از ابتدای انقلاب این شعار را داده‌ایم اما قابل تحقق نیست.

تاکید بر بهره‌گیری از ظرفیت‌های کشاورزی برای صادرات به روسیه

رییس سازمان جهاد کشاورزی آذربایجان‌شرقی بر لزوم بهره‌گیری از قابلیت‌ها و ظرفیت‌های این استان برای صادرات مازاد محصولات کشاورزی به کشور روسیه تاکید کرد. کریم مهری در نشست بررسی اجرای یادداشت تفاهمات منعقده بین ایران و روسیه و نیز فرصت‌های پیش آمده برای تحقق عملی موارد تفاهم شده به‌ویژه در حوزه صادرات محصولات دامی و کشاورزی اظهار کرد: باید از فرصت پیش آمده در مناسبات سیاسی بهترین بهره را گرفت. همچنین در مسیر مناسبات اقتصادی نیز باید از ظرفیت‌های مازاد محصولات کشاورزی برای صادرات استفاده کرد. وی افزود: با تدبیر لازم و برنامه‌ریزی دقیق باید توانمندی تولیدکنندگان محصولات کشاورزی را بالا ببریم تا در این مسیر متضرر نشویم.

مهری با بیان اینکه مسئولان مربوط در کشور باید زمینه را برای ورود بازرگانان در بازار دو کشور ایجاد کنند، ادامه داد: موانع مربوط به تعرفه، حمل ونقل، قرنطینه، استانداردسازی کالاها و جلوگیری از خروج کالاهای نامرغوب، نگهداری و صدور روادید بین دو کشور برای تاجران و حل مشکل ویزای تجاری صادرکنندگان از جمله مواردی است که باید اصلاح شود.

رییس سازمان جهاد کشاورزی استان درخصوص ظرفیت‌های موجود برای صادرات محصولات کشاورزی از آذربایجان‌شرقی به روسیه گفت: با توجه به شرایط اقلیمی استان و توانمندی‌ها در بخش کشاورزی، انتظار می‌رود که تجار آذربایجان‌شرقی بخش گسترده‌ای از بازار محصولات غذایی روسیه را در دست گیرند.

۴۷ درصد مشاغل جهاد کشاورزی قابل واگذاری به بخش‌خصوصی است

سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی

رییس سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی آذربایجان‌شرقی در نشست هم‌اندیشی منتخبان چهارمین دوره شورای این سازمان با اشاره به بحث برون‌سپاری برخی وظایف جهاد کشاورزی گفت: ۴۷ درصد مشاغل جهاد کشاورزی قابل واگذاری به‌صورت تصدی‌گری به بخش‌خصوصی است.

شهرام شفیعی افزود: سازمان نظام مهندسی کشاورزی به‌عنوان بزرگ‌ترین نظام صنفی بخش کشاورزی که دارای توانمندی بالایی از فارغ‌التحصیلان کشاورزی است، آماده همکاری با این ارگان‌های دولتی است.

وی تاکید کرد: این سازمان، تکمیل مدارک و جمع‌آوری اطلاعات پروانه‌های مربوط به دامپروری، پرورش قارچ، گلخانه و پروانه تاسیس و بهره‌برداری را در اختیار شرکت‌های فعال در استان قرار داده است. شایان‌فر، نایب رییس شورای دوره اول نیز با اشاره به بحث نجات دریاچه ارومیه اظهار کرد: بیش از نیمی ازشهرستان‌های استان در حوضه آبریز دریاچه ارومیه قرار دارند که از جمله پیامدهای آن متاثر شدن حدود ۱۴میلیون نفر از این بحران است.

وی ضمن هشدار در مورد تبعات خشکسالی افزود: طبق پیش‌بینی‌های انجام شده توسط ناسا در ۳۰ سال آینده، ۴۵ کشور با خشکسالی مواجه خواهند شد و ایران در رده چهارم این کشورها قرار دارد.

گفتنی است اعضای سازمان نظام مهندسی کشاورزی و منابع طبیعی آذربایجان‌شرقی ۱۱ هزار و ۲۸۶ نفر است که رشته تولیدات دام و طیور با دو هزار و ۷۵۰ نفر بیشترین تعداد اعضای این مجموعه را تشکیل می‌دهند.

نگاه

وجود رانت در تغییر کاربری‌ها

مسئولان فرافکنی نکنند

عضو هیأت رییسه فراکسیون محیط‌زیست و توسعه پایدار مجلس با انتقاد از تغییر کاربری اراضی جنگلی و قلع و قمع فضای سبز در حاشیه شهرها، گفت: ارائه مجوز برای تغییر کاربری فضای سبز از یک‌سو و ابراز نگرانی از قلع و قمع فضای سبز از سوی دیگر؛ رویکرد کنونی مسئولان است.

محمدجوادنظری مهر، با انتقاد از تغییر کاربری اراضی جنگلی کشور و همچنین قلع و قمع فضای سبز در حاشیه شهرها، گفت: متاسفانه مسئولانی که در حال حاضر دم از تشدید مجازات‌ها برای متخلفانی که اقدام به تغییر کاربری اراضی می‌کنند می‌زنند، عاملان اصلی بحرانی شدن وضعیت فضای سبز کشور هستند.

نماینده کردکوی، ترکمن، بندر گز و گمیشان در مجلس، با ابراز نگرانی از روند کنونی تغییر کاربری اراضی جنگلی و ساخت وساز در فضای سبز شهری، افزود: متاسفانه در حالی شاهد ادعای مسئولان برای حفظ فضای سبز هستیم که مجوزهای کلان از سوی برخی مقامات دولتی با اخذ رانت‌های میلیونی داده می‌شود که همین مسئله زمینه‌ساز بحران زیست‌محیطی در کشور شده است.

این نماینده مجلس نهم، با تاکید بر ضرورت تشدید نظارت بر جنگل‌ها، پارک‌ها و فضای سبز شهری، گفت: بی‌توجهی به محیط زیست کشور به اوج‌گیری آلودگی هوا به‌ویژه در کلانشهرها منجر خواهد شد.

وی با تاکید بر ضرورت پاسخگو بودن سازمان جنگل‌ها، مراتع و آبخیزداری کشور نسبت به واگذاری برخی از زمین‌ها و مراتع جنگلی به صاحبان قدرت و کسانی که به مناصبی متصل بودند، افزود: تا زمانی که بساط رانت برچیده نشود امیدی به بهبود وضعیت منابع طبیعی کشور و همچنین در امان ماندن فضای سبز شهری نیست.

به گزارش خانه ملت، نظری مهر با بیان اینکه فضای سبز شهری و ایجاد پارک‌ها در محدوده شهرها برای مقابله با انواع آلودگی‌های محیطی است، اظهار کرد: سازمان شهرداری یکی از دستگاه‌های مسئولی است که باید در قبال هر نوع تغییر کاربری پاسخ‌گو باشد.

خبر

راه‌اندازی مرکز تهیه و تولید بذر سیب‌زمینی در عجب‌شیر

مدیر سازمان تعاون روستایی آذربایجان شرقی، گفت: مرکز تهیه و تولید بذر سیب‌زمینی برای عرضه به بهره‌برداران و کشاورزان در شهرستان عجب‌شیر راه‌اندازی می‌شود.

عبداله محمدفام در نشست بررسی مشکلات تعاونی‌های روستایی، افزود: انبار سرد سیب‌زمینی پنج‌هزارتنی این شهرستان زمینه مناسبی برای تولید، تهیه و عرضه بذر سیب‌زمینی است که با حمایت سازمان جهاد کشاورزی و مسئولان منطقه راه‌اندازی می‌شود.

وی اظهار کرد: شرکت تعاونی روستایی اتحاد عجب‌شیر هم‌اکنون به اعضا و ساکنان ۱۳روستای این منطقه خدمات ارائه می‌کند که با توجه به تمایل و تقاضای کشاورزان و دامداران، راه‌اندازی مرکز عرضه محصولات کشاورزی و نهاده‌های دامی دراین منطقه جزو برنامه‌های کاری شرکت‌های تعاونی روستایی است.

مدیرسازمان تعاون روستایی آذربایجان شرقی ادامه داد: امسال بیش از ۳۸۸میلیارد ریال تسهیلات توسط واحدهای اعتباری تعاونی‌های روستایی استان به روستاییان و کشاورزان پرداخت شده است.

محمدفام یادآوری کرد: در راستای ارائه خدمات به روستاییان و جذب و هدایت سپرده‌های آنان از طریق واحدهای اعتباری شرکت‌های تعاونی روستایی در سال ۹۲ حدود ۳۸۸میلیارد و ۴۷۸میلیون ریال تسهیلات به بیش از ۹ هزار و ۲۳ نفر از کشاورزان و اعضای این واحدها پرداخت شده است.

بهره‌برداری از ۲ طرح کشاورزی با ۷میلیارد و ۵۰۰میلیون ریال اعتبار

مدیرجهادکشاورزی شهرستان بناب از افتتاح دو طرح کشاورزی در این شهرستان با اعتباری بالغبر ۷میلیارد و ۴۳۵میلیون ریال اعتبار خبر داد.

جعفر صادقی با بیان این مطلب افزود: طرح اول مورد بهره‌برداری، طرح آبیاری تحت فشار در زمینی است به مساحت ۹۱ هکتار که ۸۵ هکتار از این طرح با استفاده از تسهیلات یارانه‌دار اجرا شده است. مبلغ سه میلیارد و ۴۰۰میلیون ریال از محل اعتبارات بلاعوض پرداخت شده و مبلغ دو میلیارد ریال نیز آورده شخصی بوده است.

وی افزود: از اهداف و مزیت‌های این طرح علاوه بر مصرف بهینه آب و افزایش عملکرد آن این است که برای تعداد ۱۰ نفر به‌طور مستقیم و ۵۰ نفر به‌طور غیرمستقیم اشتغال ایجاد شده است.

صادقی به طرح دوم اشاره کرده و گفت: شهرستان بناب یکی از مراکز تولید فرآورده‌های دامی شامل گوشت و شیر و مشتقات آن است و میزان تولید شیر شهرستان ۳۴ هزار و ۵۰۰ تن در سال و تعداد چهار واحد کارخانجات لبنی با ظرفیت ۱۴۰ تن در روز وجود دارد و تعداد هشت واحد مرکز جمع‌آوری شیر که با افتتاح یک واحد دیگر به ۹ واحد با ظرفیت ۵۵ تن در روز رسید.

وی ادامه داد: این مرکز جمع‌آوری شیر با مساحت ۲۷۰مترمربع و با اعیانی ۷۰مترمربع با اعتبارات یک‌میلیارد و ۸۵۰میلیون ریال و ۱۸۵میلیون ریال آورده شخصی با ظرفیت ۴/۵ تن در روز به بهره‌برداری رسیده است.

صادقی افزود: وجود این مراکز جمع‌آوری شیر علاوه بر اشتغال مستقیم و غیرمستقیم برای جوانان، به‌طور روزانه شیر دامداری‌های بناب و شهرستان‌های همجوار را با تانکر حمل شیر جمع‌آوری و به کارخانجات لبنی تحویل می‌دهند.

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 آگهی‌ها: ۸۸۸۹۶۰۷۴ و ۸۸۸۹۵۴۳۴

سامانه پیامکی: ۵۰۰۰۱۲۴۳

ایمیل: INFO@FORSATNET.IR

سایت: WWW.FORSATNET.IR

میرزای شیرازی، نبش چهارم پلاک ۶۸، طبقه سوم

فرمانده ناجا در سخنرانی پیش از خطبه‌های نمازجمعه:

هدایت متخلفان به مراجع لازم وظیفه حکومت است نه مردم

سردار اسماعیل احمدی‌مقدم، به مناسبت هفته نیروی انتظامی در سخنرانی پیش از خطبه‌های نماز جمعه تهران با اشاره به دغدغه برخی گروه‌ها برای احیای امربه‌معروف در کشور اشاره کرد و گفت: این روزها برخی با دغدغه‌ای که دارند به دنبال احیای امربه‌معروف هستند البته این دغدغه آنها ارزشمند است زیرا امربه‌معروف اولا وظیفه مردم است و دوم وظیفه حکومت است. امربه‌معروف در مرحله رفتاری و زبانی وظیفه آحاد مردم است اما برخورد و هدایت متخلفان به مراجع لازم، وظیفه حکومت است نه مردم!

به گزارش نسیم، احمدی‌مقدم، فرمانده ناجا با بیان اینکه اگر سازمان مردم‌نهادی در موضوع امربه‌معروف شکل بگیرد خوب است، تاکید کرد: از جریان امربه‌معروف و آمران به معروف حمایت می‌کنیم اما اگر تعرضی به ناهی از منکر صورت گرفت واحدهای انتظامی باید با اولویت با فرد جری برخورد کنند.

عکس | ایرنا

رییس پلیس مبارزه با مواد مخدر:

به اعتقاد ما جرم، خوب و بد ندارد و جرم جرم است

سردار علی مویدی در گفت‌وگو با مهر در پاسخ به اینکه چند درصد مواد مخدر کشفی توسط نیروی انتظامی به وزارت بهداشت تحویل می‌شود، افزود: عمده کشفیات اعم از تریاک، هروئین و مرفین را به وزارت بهداشت می‌دهیم اما موادمخدر صنعتی را معدوم می‌کنیم.عملیات‌های پلیس موجب شده تا ضربات سنگینی به قاچاقچیان در تهران به‌ویژه دارندگان آشپزخانه‌های تولید مخدرهای صنعتی وارد شود و برای همین تعداد تولیدات شیشه در پایتخت کمتر شده است.

وی در پاسخ به این پرسش که آیا مدت‌زمان دسترسی به مواد مخدر در تهران همان پنج دقیقه است، گفت: این عدد را تایید نمی‌کنم. اما عملیات‌های پلیس موجب شده تا ضربات سنگینی به قاچاقچیان در تهران به‌ویژه دارندگان آشپزخانه‌های تولید مخدرهای صنعتی وارد شود و برای همین تعداد تولیدات شیشه در پایتخت کمتر شده است.

سردار مویدی می‌گوید ما کاری با کمپ‌های ترک اعتیاد نداریم و این مهم بر عهده سازمان‌های مسئول است و در مورد اینکه با توجه به فراوانی مخدرهای صنعتی آیا موافق مصرف مخدرهای سنتی مانند تریاک به جای شیشه هستید، افزود: ما با مصرف انواع مواد مخدر مخالفیم حتی با سیگار هم مخالف هستیم. به اعتقاد ما جرم، خوب و بد ندارد و جرم جرم است. وی در پاسخ به اینکه در دوران قبل از انقلاب تریاک از طریق کوپن توزیع می‌شد و آیا باتوجه به وضعیت فعلی جامعه معتادان توزیع تریاک به نحو رسمی انجام شود، گفت: من آن را هم قبول ندارم. البته نیروی انتظامی در بحث پیشگیری از اعتیاد و قاچاق مخدرها گام‌های خوبی برداشته است. هرچند نمی‌توان این مهم را تنها برعهده یک سازمان قرار داد زیرا تک‌تک مسئولان و شهروندان در موضوع پیشگیری سهیم هستند. این را هم باید بگویم که بیشترین مستندات و مدارک در حوزه مواد مخدر در اختیار پلیس است و برای در اختیار گذاشتن این اسناد و آمارها به مراکز علمی و تحقیقاتی و دانشگاهی دریغ نمی‌کنیم.

۱۸۷ زخمی و ۳۲ کشته در تظاهرات علیه حمایت دولت ترکیه از داعش

مقاومت «کوبانی» در صدر اخبار

باوجود اینکه ناآرامی‌ها در ترکیه صبح پنجشنبه نسبت به دو روز گذشته کاهش یافته بود، معترضان پنجشنبه‌شب نیز با برگزاری تظاهرات، تهاجم‌های خونین گروه تروریستی داعش به اهالی کوبانی در سوریه را محکوم کردند و علیه دولت ترکیه شعار دادند. علاوه بر استان‌هایی که مقررات منع آمد و شد در آنها در جریان است فضای دیگر شهرهای ترکیه کاملا امنیتی شده و نیروهای امنیتی برای مقابله و سرکوب معترضان در نقاط مهم شهرها در حالت آماده‌باش کامل به‌سر می‌برند.

شمار کشته‌شدگان در تظاهرات حمایت از اهالی کوبانی در ترکیه روز جمعه به ۳۲ نفر رسید. به گزارش ایرنا به نقل از شبکه خبری «۵ خبر»، با ترور دو مقام شهربانی شهر کردنشین بینگول و کشته شدن چهار نفر دیگر از معترضان در تظاهرات بامداد جمعه در شهر «غازی انتپ» در جنوب ترکیه شمار کشته‌شدگان به ۳۲ نفر افزایش یافت. در جریان تظاهرات چهار روز گذشته در شهرهای مختلف این کشور همچنین ۱۸۷ نفر زخمی و ۳۶۸ نفر بازداشت شدند، ۱۲۴ ساختمان دولتی و تجاری و ۳۴ مرکز آموزشی تخریب شده است.

از سوی دیگر رسانه‌ها از کنترل نیروهای داعش بر مناطق بسیاری از شهر کردنشین کوبانی در سوریه خبر می‌دهند. امریکا نیز از ۹ حمله جدید به مواضع داعش در شهر کوبانی خبر داده اما حملات هوایی ائتلاف ضد داعش نتوانسته است مانع پیشروی‌های این گروه تروریستی شود. نیروهای ترکیه‌ای نیز از نزدیک و بدون هیچ مداخله‌ای ناظر بر این حوادث هستند. شبکه الجزیره گزارش داد که نیروهای داعش در مناطق گسترده‌ای از شهر کوبانی در شمال سوریه نفوذ پیدا کرده‌اند و صدای آنها از طرف خاک ترکیه شنیده می‌شود. شبکه الجزیره همچنین اعلام کرد که نیروهای داعش تاکید کرده‌اند که زندان اصلی در کوبانی را تحت تصرف خود درآورده‌اند.

در همین راستا، نیروهای داعش مدعی هستند که بیشتر مناطق را تحت تصرف خود درآورده‌اند، اما سخنگوی شورای اجرایی در کوبانی با اعلام اینکه نیروهای کرد همچنین در مرکز این شهر حضور دارند، این ادعاهای نیروهای داعش را تکذیب کرد. خبرنگار الجزیره نیز اعلام کرد که صدا و فریادهای نیروهای داعش از شهر عین‌العرب شنیده می‌شود که این صداهای تکبیر داعشی‌ها کمی پس از انفجار مقرهای گروه‌های کرد شنیده شده است.

پیشتر رامی عبدالرحمان، مدیر دیده‌بان حقوق بشر سوریه در سخنانی عنوان داشت: داعش بیش از یک‌سوم کوبانی و تمام مناطق شرقی و بخش کوچکی از شمال شرق و منطقه‌ای در جنوب شرق کوبانی را تحت تصرف خود در آورده است. در همین حال عصمت الشیخ، فرمانده نیروهای مسلح کرد اظهار کرد که در این درگیری‌ها که از حدود سه هفته قبل شدید شده است، نیروهای داعش پیشروی‌های بسیاری را به دست آورده‌اند.

وی خاطرنشان کرد این منطقه که داعش درصدد تصرف آن است، حدود یک‌چهارم تمام این منطقه را تشکیل می‌دهد. وی در مصاحبه با رویترز گفت: درگیری‌ها ادامه دارد. جنگ خیابانی در حال رخ دادن است. در همین حال آسیا عبدالله، از مسئولان حزب اتحاد دموکرات ترک‌ها خاطرنشان کرد: ما در کوبانی به مقاومت خود ادامه خواهیم داد. اجازه نمی‌دهیم شهر ما سقوط کند. می‌توانیم چندین‌ماه در این شهر باقی بمانیم. داعش دو منطقه در بخش شرقی کوبانی را تحت تصرف خود دارد و درگیری‌های شدیدی نیز در تمامی بخش‌های دیگر در جریان است. آنچه کنترل داعش بر این دو منطقه را آسان کرد، کنترل این گروه تروریستی بر دو تپه مشرف به این دو منطقه بود و این گروه این دو منطقه را با سلاح‌های سنگین هدف قرار می‌داد.

ساکنان منبج، جرابلوس و طبل‌الیز به حزب اتحاد دموکرات کردستان اطلاع دادند که بیش از ۱۰۰ جسد نیروهای داعش که در درگیری‌های کوبانی به هلاکت رسیده‌اند، به این مناطق منتقل شده است. ده‌ها کودک در سنین ۱۶ تا ۱۷ سال به دست داعش در این مناطق ربوده شدند و خانواده‌های آنها از هفته‌ها قبل چیزی در مورد فرزندانشان نمی‌دانند.

در همین حال روزنامه الشرق‌الاوسط به نقل از منابع مخالف سوری در شمال سوریه گزارش داد: داعش به این دلیل در تلاش است تا مساحت گسترده‌ای از نوار مرزی سوریه و ترکیه را تحت تصرف خود درآورد تا به‌صورت آسان‌تری بتواند تروریست‌ها را به سوریه انتقال دهد. سازمان ملل می‌گوید که چندصدنفر از ساکنان کوبانی همچنان در این شهر هستند اما مدافعان کوبانی می‌گویند که اگر نیروهای داعش در کوبانی پیروز شوند، این جنگ با کشتار دسته‌جمعی پایان خواهد یافت. واشنگتن نیز اعلام کرده است که نیروهای امریکایی روز گذشته دست به ۹ حمله علیه تروریست‌های داعش در شمال و جنوب کوبانی زدند و این حملات به تخریب چندین ساختمان تحت تصرف داعش انجامید. ارتش امریکا می‌گوید که نیروهای کرد براساس آنچه به نظر می‌رسد همچنان پایدار مانده‌اند.

فرهنگ

خانه هنرمندان ایران، مجموعه عکس‌های حمید جبلی از پشت صحنه «خونه مادربزرگه» را به نمایش گذاشت

نوبل ادبیات به فرانسه بازگشت

آکادمی نوبل پاتریک مودیانو نویسنده فرانسوی را به‌عنوان برنده جایزه ادبی نوبل در سال ۲۰۱۴ معرفی کرد. به نقل از سایت نوبل، جایزه ادبی نوبل پنج شنبه (۹ اکتبر) رأس ساعت ۱۳ به وقت محلی پاتریک مودیانو نویسنده فرانسوی را به‌عنوان برنده امسال خود معرفی کرد. این در حالی بود که بیشترین شانس به نگوگی واتیونگو نویسنده کنیایی داده شده بود و برای این نویسنده شانس یک به ۱۰ در نظر گرفته شده بود. پاتریک مودیانو رمان‌نویس فرانسوی برنده جایزه بزرگ آکادمی فرانسه برای ادبیات در سال ۱۹۷۲ و برنده جایزه گنکور در سال ۱۹۷۸ است. این نویسنده ۶۹ ساله یکی از چهره‌های مهم ادبی فرانسه محسوب می‌شود. مودیانو در سال ۲۰۱۰ جایزه دل دوکای انستیتوی فرانسه را برای یک عمر تلاش حرفه‌ای خود دریافت کرد و اخیرا در سال ۲۰۱۲ نیز موفق به کسب جایزه دولتی اتریش برای ادبیات اروپا شد. آخرین نویسنده‌ای که جایزه نوبل را به فرانسه برده بود، ژان ماری گوستاو لوکلزیو در سال ۲۰۰۸ بود.

یک پروژه محرمانه

الیور استون با همراهی موریتز بورمن تهیه‌کننده داستان زندگی ادوارد اسنودن فردی که با فاش کردن اطلاعات سری امریکا باعث به وجود آمدن بحث‌های بسیاری شد، به تصویر می‌کشد. به نقل از ددلاین، تقریبا همزمان با نمایش فیلم مستند ادوارد اسنودن که با عنوان «Citizenfour» امروز جمعه در فستیوال فیلم نیویورک به نمایش درمی‌آید، رؤسای استودیوهای مختلف نیز فیلمنامه فیلم درام جدید الیور استون را می‌خوانند. الیور استون با همراهی موریتز بورمن تهیه‌کننده روی این فیلمنامه کار کرده و در آن به داستان زندگی فردی می‌پردازد که با فاش کردن اطلاعات سری باعث به وجود آمدن بحث‌های بسیاری شد و بعضی‌ها او را شجاع خواندند و دیگران تنها او را یک خائن نسبت به کشورش شمردند. استون در این فیلم جوزف گوردون-لویت را در نقش اسنودن کارگردانی خواهد کرد.

گوردون-لویت نقش این شهروند امریکایی را بازی می‌کند که بعد از فاش کردن بیشترین اطلاعات محرمانه از زمانی که دنیل الزبرگ مدارک سری پنتاگون را طی جنگ ویتنام فاش کرده بود، برای دریافت پناهندگی به روسیه فرار کرد.

- تعداد نامزدهای بخش بهترین فیلم خارجی اسکار ۲۰۱۵ به ۸۳ رسید و رکورد جدیدی در آمار آکادمی علوم و هنرهای اسکار ثبت شد.
- نمایش «هفت پرده» به کارگردانی میکائیل شهرستانی که برگرفته از هفت اثر اکبر رادی است، در تئاتر شهر به صحنه می‌رود.
- کیتارو آهنگساز و نوازنده ژاپنی در مراسم افتتاحیه هفته فرهنگی ژاپن که ۱۷ مهرماه در فرهنگسرای نیاوران برگزار خواهد شد، حضور ندارد.

ورزش

کارلوس کی‌روش می‌گوید از شرایطش در ایران راضی است

پرسپولیس روبه‌روی رئال مادرید

پس از توافق مسئولان باشگاه‌های پرسپولیس و رئال مادرید در اسپانیا، تیم‌های فوتبال این دو باشگاه پس از پایان مسابقات فصل جاری در هر دو کشور، به مصاف همدیگر می‌روند. حمیدرضا سیاسی، رییس هیات‌مدیره، بهروز منتقمی سرپرست، حسین کلانی مشاور عالی و حسینی مدیر امور بین‌الملل باشگاه پرسپولیس که به منظور مذاکره با مدیران باشگاه رئال مادرید راهی اسپانیا شدند، پنجشنبه با مسئولان این باشگاه معتبر اروپایی دیدار و گفت‌وگو کردند. در این نشست مدیران باشگاه پرسپولیس با «فلورنتینو پرس» رییس و «سانچس» مدیر باشگاه رئال‌مادرید به بحث و تبادل نظر پرداخته و در نهایت طرفین برای برگزاری دیدار دوستانه بین تیم‌های فوتبال دو باشگاه به توافق دست یافتند. بر این اساس قرار است تابستان سال ۹۴ و پس از اتمام مسابقات فصل جاری لالیگا و لیگ برتر ایران، تیم فوتبال رئال‌مادرید به کشورمان سفر کرده و دیداری تدارکاتی را با پرسپولیس برگزار کند. البته زمان برگزاری این دیدار در مذاکرات آینده مدیران دو باشگاه مشخص خواهد شد. حمیدرضا سیاسی در گفت‌وگو با مهر، برگزاری این بازی را تایید و اعلام کرد توافقات بعدی دو باشگاه به‌زودی اعلام می‌شود.

کاسیاس را سرزنش نکنید

تیم ملی فوتبال اسپانیا با اشتباه «ایکر کاسیاس» در رقابت‌های مقدماتی یورو ۲۰۱۶ متحمل شکست شد اما سرمربی این تیم از دروازه‌بان خود دفاع کرد. تیم ملی فوتبال اسپانیا پنجشنبه شب در مقدماتی یورو ۲۰۱۶ با نتیجه ۲ بر یک در «زیلینا» مقابل اسلواکی تن به شکست داد. «دل بوسکه» گفت: کاسیاس در این بازی چندین مهار خوب داشت. من صحنه گل را ندیدم، اما توپ حرکت عجیبی داشت و دروازه‌بان ما را فریب داد. این فوتبال است. شما نمی‌توانید بازیکنان را مقصر بدانید. ما به خاطر ویژگی‌های فوتبال مقابل اسلواکی شکست خوردیم. هیچ‌کس شکست را دوست ندارد اما کسی نمی‌تواند ما را متهم به کم‌کاری کند.

- در حالی‌که مسابقات جام حذفی فوتسال سال گذشته برگزار و مقرر شد قهرمان این بازی‌ها به تورنمنتی در روسیه اعزام شود، اما با تصمیم باشگاه ماهان تندیس این سهمیه برای فوتسال ایران از دست رفت.
- وزیر ورزش و جوانان با بیان اینکه از نتایج کاروان ورزش ایران در هفدهمین دوره بازی‌های آسیایی رضایت نسبی دارد از برخی رشته‌ها به خاطر نتایجی که در این مسابقات گرفته‌اند گلایه کرد.
- مرتضی محصص، کارشناس فوتبال ایران می‌گوید: ای‌کاش برخی به جای ایراد گرفتن و مطرح کردن نقدهای غیرمنصفانه در مورد تیم ملی، راهکاری را نیز ارائه کنند.

جامعه

«ملاله یوسف زی» و «کایلاش‌ساتیارتی» به‌عنوان برندگان جایزه صلح نوبل امسال (۲۰۱۴) اعلام شدند

ارتقای سطح مراکز آموزش به‌ورزی

معاون بهداشتی وزارت بهداشت گفت: به‌زودی برنامه ارتقای آموزشی مربیان به‌ورزی به کاردانی و ارتقای مراکز آموزش به‌ورزی به مرکز آموزش عالی سلامت شهرستان، به‌عنوان بخشی از طرح تحول نظام سلامت، آغاز می‌شود. به گزارش مهر، دکتر علی‌اکبر سیاری در خصوص اجرای یکی از بسته‌های بهداشتی طرح تحول نظام سلامت گفت: در حال حاضر بیش از ۳۰ هزار به‌ورز در کشور فعالیت می‌کنند و پیشرفت تحصیلی و ارتقاء علمی به‌ورزان از برنامه‌هایی است که در دستور کار وزارت بهداشت قرار گرفته است. ارتقای سطح مراکز آموزش به‌ورزی به مرکز آموزش عالی سلامت شهرستان یکی از برنامه‌های مهم این دوره است که مصوبه آن را از شورای گسترش گرفته ایم. اگرامروز شاهد ریشه کنی بیماری‌هایی مانند فلج اطفال، کاهش مرگ‌ومیر کودکان و مادران و کاهش بیماری‌های واگیر در کشور هستیم باید بخشی از آنها را مرهون زحمات و تلاش به‌ورزان بدانیم، زیرا ارتقای شاخص‌های بهداشتی کشور به‌ویژه در روستاها در گروی تلاش و فعالیت این عزیزان است.

برنامه‌های شهرداری برای اتوبوسرانی

مدیر عامل شرکت واحد اتوبوسرانی تهران با بیان اینکه براساس برنامه پنج ساله حوزه حمل‌ونقل باید امسال ۴۵۰ دستگاه اتوبوس به ناوگان اضافه و دو خط اتوبوسرانی نیز راه‌اندازی شود گفت: براین اساس تعداد اتوبوس‌های پایتخت باید تا پایان سال به هفت هزار دستگاه برسد. پیمان سنندجی در گفت‌وگو با مهر اظهار کرد: برای تحقق این مهم نسبت به خریداری ۲۰۰ دستگاه اتوبوس اقدام شده است و همچنین تا واگذاری اتوبوس‌های جدید به تهران از سوی دولت موقتا ۴۵۰ دستگاه اتوبوس قدیمی مورد بازسازی قرار گرفته است تا بتوانیم با تمام ظرفیت و توان به شهروندان خدمت‌رسانی کنیم. به‌کارگیری اتوبوس‌های مدرن و با کیفیت که مشخصات اتوبوس‌های شهری را داشته باشند و به سیستم‌های سرمایشی و گرمایشی مناسب، سیستم‌های ایمنی، صندلی‌های مناسب و غیره مجهز باشند در دستور کار است و امیدواریم بتوانیم کل اتوبوس‌های ناوگان را به اتوبوس‌های با کیفیت تبدیل کنیم.

- دبیر اجرایی ستاد کشوری طرح تحول نظام سلامت اظهار کرد: با اجرای برنامه ترویج زایمان طبیعی در کشور، در چهار ماه اخیر میزان سزارین حدود پنج‌درصد در بیمارستان‌های دولتی کاهش یافته است.
- «آلیسا کارسون» دختر ۱۳ ساله اهل لوئیزیانا در حال گذراندن دوره آموزشی در ناسا برای آمادگی سفر به مریخ است.
- وزیر بهداشت تاکید کرد: حال که کل نظام بر گره‌گشایی از مشکلات سلامت توجه دارد، جامعه سلامت نیز باید همراهی داشته باشند و در این مسیر کمک کنند.

سیاست

پلیس آلمان ۳۳۰ کیلوگرم هروئین جاسازی شده در شیشه ترشی و قالیچه‌های ایرانی را در محموله‌ای از ایران کشف کرد

غده سرطانی داعش؛ از دانشگاه تا قاچاق انسان

دولت خودخوانده اسلامی در عراق و شام موسوم به داعش تمایل خود را به گشایش دانشگاهی در موصل، واقع در شمال عراق که در تابستان سال جاری به دست این گروه تروریستی افتاده ابراز داشته است. در عین حال براساس گزارش آژانس خبری قطر، داعش بیانیه‌ای را در وب‌سایت رسمی خود منتشر کرده و خواستار عضویت داوطلبان در مرکز تحقیقات هسته‌ای دانشگاه موصل برای «کمک به بیماران سرطانی» شده است. این خبر در حالی است که روزنامه الشروق گزارش داد گروهک تروریستی داعش با خرید کودکان شیرخوار سوری و عراقی، آنها را به خانواده‌های بدون فرزند رژیم صهیونیستی می‌فروشد. به نقل از روزنامه «الشروق»، وبگاه‌های خبری عربی اخیرا از جنایت جدید گروهک تروریستی داعش در قاچاق انسان خبر دادند و تاکید کردند که این گروهک با هماهنگی برخی دلالان از جمله دلالان صهیونیستی اقدام به خرید کودکان شیرخوار و فروش آنها در داخل رژیم صهیونیستی به خانواده‌های فاقد فرزند می‌کند.

۱۶۰۰ اخطار هوایی در امسال

فرمانده قرارگاه پدافند هوایی خاتم‌الانبیا (ص) با بیان اینکه کنترل راه‌ها و کریدورهای هوایی و مناطق حساس و حیاتی و هسته‌ای از وظایف قرارگاه پدافند هوایی است، گفت: حساسیت پدافند هوایی در مورد مناطق حساس و حیاتی و هسته‌ای چند برابر است و هر کس بخواهد از این اماکن عبور کند، عواقب سختی برایش خواهد داشت. امیر سرتیپ فرزاد اسماعیلی فرمانده قرارگاه پدافند هوایی خاتم‌الانبیا (ص) به مناسبت هفته نیروی انتظامی با حضور در جمع فرماندهان، مسئولان و کارکنان پلیس راهنمایی و رانندگی تهران اظهار کرد: برخورد قاطعانه پلیس با متخلف در پدافند هوایی هم وجود دارد به طوری‌که از ابتدای سال تاکنون بیش از ۱۶۰۰ مورد اخطار هوایی داشتیم، یعنی اگر افسر جوان ما به یک اخطار بی‌توجهی کند آسمان کشور می‌شود مانند بعضی از کشورها که انواع هواپیماهای با سرنشین و بدون سرنشین بر فراز آن بدون اخذ مجوز پرواز می‌کنند.

- خبرگزاری‌های روسیه شامگاه پنجشنبه اعلام کردند میخائیل گورباچف ۸۳ ساله، آخرین رهبر اتحاد جماهیر شوروی سابق در بیمارستان بستری شد اما تصمیم گرفته است برای زنده ماندن بجنگد.
- معاون اول رییس‌جمهور برای بازدید از چند طرح عمرانی، بهره‌برداری از پروژه قطار شهری (مترو) و شرکت در مراسم یادروز حافظ به شیراز سفر می‌کند.
- حجت‌الاسلام‌والمسلمین سیدحسن خمینی، داعش را مظهر جدایی از اجتهاد در اندیشه اسلامی دانست و گفت که حتی چنگیز و تیمور و تاتار هم نمی‌توانستند این‌طور آبروی دین را ببرند.

فرصت امروز
دوم

نگاهی به تفاوت طراحی رسانه‌های تبلیغاتی در ایران و جهان

بومی‌سازی به‌دلیل سرقت!

در هر روند تبلیغاتی چندین پیام برای انتقال به مخاطب تعریف می‌شود، پیام‌هایی که باید از طریق رسانه‌ها به مخاطب منتقل شوند و رسانه‌هایی که در انتقال بهتر پیام نقش مهمی را ایفا می‌کنند. شاید بتوان گفت در اجرای طرح‌های خلاقانه تبلیغاتی حرف اول و آخر را رسانه‌ها می‌زنند. برای انواع مختلف رسانه‌ها تعریف و کارکردی مشخص وجود دارد و هر کدام از آنها برای جلوه بخشیدن به پیام استفاده می شوند. رسانه‌های مختلفی وجود دارند که در انواع تبلیغات؛ محیطی، تلویزیونی و چاپی مورد استفاده قرار می‌گیرند.

صفحه ۱۳

اشکان حسینی | فرصت امروز

گزارش «فرصت امروز» از اوضاع بازار شوفاژ و تهویه در آستانه فصل سرد

وفور کالا و قیمت مناسب

از میان کالاهای فصلی حالا نوبت رسیده به گرمایشی‌ها تا بعد از چندین‌ماه جولان کولرها و سایر وسایل سرمایشی...

۱۰

رییس انجمن گردشگری معلولان پارسه عنوان کرد

پاراتورها فرصتی برای سرمایه‌گذاری

همین چندروز پیش بود که روز جهانی گردشگری در کشورمان و دیگر نقاط جهان جشن گرفته شد...

۱۱

تکنیک‌های برندینگ در حوزه ورزش

چطور لیگ قهرمانان یوفا به یک برند جهانی قدرتمند تبدیل شد

چندین سال است که رقابت‌های باشگاهی، ملی و جهانی کشورهای مختلف در رشته فوتبال را دنبال می کنم.

۱۲

نگاهی به شغلی که چراغش رو به خاموشی است

مشتریان نو در سفره خانه‌های سنتی

امروزه تعداد کافه‌ها و نقاط دنج برای ساعتی استراحت و خلوت کردن در سطح شهر زیاد شده است...

۱۴

بخش خصوصی و مدیریت بازار مسکن

زمانی کشور ایرلند با دو معضل مهم در بازار مسکن مواجه بود؛ یکی خانه‌های خالی و دوم سنگینی اجاره‌بها.

۱۵

شومینه؛ آتش به جان سرما

فصل سرما که از راه برسد، هیچ چیزی به اندازه گرمای آرام‌بخش شعله‌هایی رقصان نمی‌تواند سرما را از تن آدم‌ها بگیرد. به همین دلیل هم انسان‌ها همیشه به این فکر بوده‌اند که به هر نحو ممکن خود را از گزند سرما حفظ کنند. چه با آتشدان‌های قدیمی و چه با شومینه‌های مدرن امروزی.

از قدیم تاکنون آتش و آتشدان حال به هر شکل و شمایلی که باشد، وظیفه گرم کردن انسان‌ها را به‌عهده داشته است.

از اجاق‌های گلی دیروزی تا شومینه‌های خوش‌تراش و چشم‌نواز امروزی، تغییراتی محسوس و البته متناسب با نیاز روز انسان‌ها به چشم می‌خورد.

امروزه شومینه‌ها نه‌تنها به‌عنوان وسیله‌ای برای گرم کردن خانه به‌کار می‌روند بلکه نقشی انکارناپذیر در دکوراسیون خانه‌ها بازی می‌کند. زیبایی شومینه یک اولویت برای خریداران است.

تولیدکنندگان این عنصر گرماساز و دکوراسیونی مدل‌های متفاوت با جنس متفاوت را روانه بازار کرده‌اند. از دیواری و زمینی گرفته تا چدنی و فلزی و غیره. در حقیقت تغییر ارزش شومینه‌ها و نقشی که در طراحی ساختار و نمای ساختمان و فضای خانه‌ها دارند، موجب شده تا هر روز شکل و شمایل جدیدی به خود بگیرند.

صفحه ۱۰

سرنخ
بایدها و نبایدهای صادراتی ۱۱

رسانه
تبلیغات اینترنتی تاثیرگذار و قابل اندازه‌گیری ۱۳

کلینیک کسب‌وکار
ورود به بازار ۱۴

پاورقی
داستان زندگی محمود خلیلی ۱۶

فرصت امروز
اشتراک نیم‌بها با ارسال رایگان
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: ۰۲۱-۸۸۸۹۵۴۲۳ (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.

مدت اشتراک	سه ماهه	شش ماهه	یکساله
روزنامه فرصت امروز	۳۳۰/۰۰۰ ریال	۶۶۰/۰۰۰ ریال	۱/۳۲۰/۰۰۰ ریال

نام و نام‌خانوادگی: ..... کد ملی: .....
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: .....

همایش ملی چهره های ماندگار مدیریت

برگزار کننده: گروه بین الملل فراز

در برگه زرین کتاب فرهنگ و تاریخ هر کشور ، بدون شک نام اساطیر و چهره های ماندگار و موفق آن کشور ثبت خواهد شد . این در حالی است که در هر مقطع زمانی ، این مفاخر با توجه به پای بند بودن به اصالت ملیتی خود گامهای بسیار بلندی در مسیر رشد و تعالی کشور خود برداشته ، در انتقال تجربیات و دانسته های خود به نسلهای آینده سر بلند بوده و نام خود را در فهرست " ماندگارها " جاودانه نموده اند .

میهمانان ویژه :
جمعی از اساتید و فرهیختگان جوامع علمی
جمعی از چهره های برجسته بنگاههای اقتصادی
جمعی از مقامات ارشد مجامع و تشکلهای مدیریتی کشور

مکان : مرکز همایش های بین المللی صداوسیمای جمهوری اسلامی ایران
زمان: ۲۸ مهرماه ۱۳۹۳

خط ویژه : ۲۴۸۶۹۰۰۰ (۰۲۱)
www.farazgroup.com

مدیریت

سنجش زمان

اهمیت زمـان و لـزوم رعایت همه جنبه‌هـا برای از دست ندادن آن چیزی نیست که بر کسی پوشیده باشد. بـه همین دلیل رعایت نکاتی کـه موجب حفظ زمان و استفاده بهینه از آن شود، الزامی است.

اولویـت کارها را مشـخص کنید: بـا اولویت‌بندی درسـت کارها آنها را بـه ترتیب فهرسـت و برای انجام آنها اقـدام کنید. اولویت‌بندی، نخسـتین گام در جهت مدیریت زمان است.

تفویـض اختیار کنیـد: واگذاری کارها بـه افرادی که شایسـتگی و توانایی انجام آنها را دارند راهی مناسب برای فراهم کـردن مقداری وقت آزاد اسـت، اما توجه داشـته باشـید که در این مهم ضروری اسـت حیطـه اختیارات و مسئولیت فرد را مشخص کنید، به طوری که اختیارات وی با مسئولیت وی متناسـب باشد. امضا کردن موارد روزمره مانند فرم‌ها و فاکتورهای روزانه از جمله مواردی اسـت که شاید بتوانید روی تفویض آنها فکر کنید.

اسـتفاده از فنـاوری را جـدی بگیریـد: بـه جای ملاقات‌هـای حضـوری و نیـز در جهت تسـریع گردش درخواست‌ها و مکاتبات اداری از امکاناتی مانند تلفن، فکس، ایمیل، سیسـتم دبیرخانه مبتنی‌بر شبکه (paperless)، نرم‌افزار SharePoint و برگزاری کنفرانس آنلاین استفاده کنید.

از خدمات بانکـداری الکترونیک اسـتفاده کنید: معمولا با یک بار مراجعه به بانک خود و ارائه یک درخواست می‌توانید از این خدمات ارزنده اسـتفاده کنید و بسیاری از امور بانکی و پرداخت‌های خود را در منزل یا محل کار و از طریق اینترنت انجام دهید و ناچار نباشید که در هفته ساعاتی از وقت ارزشـمند خود یا کارمند شـرکت را در صف بانک تلف کنید.

مراجعان را مدیریت کنید: منشـی یا مسئول دفتر خـود را توجیـه کنید تا برای چه کسـانی وقت ملاقات گذارد و چه کسانی را به فرد یا قسمت دیگری راهنمایی کند، چون لزومی ندارد شما راه‌حل همه مراجعان باشید. همین نکته را درخصوص وصل کردن تماس‌های تلفنی نیز یادآور شوید.

گفت‌وگوهـای تلفنـی را مختصر کنیـد: اگر قصد داریـد به همکاری تلفن بزنید کـه فکر می‌کنید ممکن اسـت با صحبت‌های نامربوط وقت شـما را بگیرد برای آنکه مطمئن باشید پرچانگی نمی‌کند می‌توانید دقایقی پیش از سـاعت ناهـار یا زمان حرکت سـرویس تماس بگیریـد، در ضمن لزومی ندارد در طی روز هر بار که به همکاری تلفن می‌زنید احوالپرسی خانوادگی کنید. باید به اصل مطلب بپردازید.

سیسـتم بایگانی مناسبی داشته باشید: با داشتن یک سیستم بایگانی نامرتب که نظم منطقی و مشخصی در نگهداری مکاتبات ندارد، هم فضایی را بیهوده اشغال کرده‌اید و هـم هنگام لزوم به دردتـان نمی‌خورد، پس با توجه به نوع کسـب‌وکاری که دارید سیسـتم بایگانی مناسبی را پیش‌بینی کنید.

برای این منظـور می‌توانیـد از زونکن‌هایی با رنگ‌های مختلف اسـتفاده کنید، مثلا زونکن قرمز بـرای نامه‌های ارسـالی، زونکن زرد برای نامه‌هـای دریافتی و زونکن آبی برای فاکتورهـای خرید تا هنگام لزوم به سـرعت بتوانید زونکن موردنظر را بیابید. درخصوص پرونده‌ها نیز می‌توانید از همین شـیوه اسـتفاده کنید و از پوشه‌هایی با رنگ‌های متفاوت برای موضوعات مختلف استفاده کنید.

ضمن اینکه اگر قرار اسـت پوشه‌ها را داخل فایل‌های کشـویی قرار دهید، می‌توانید از پوشـه‌هایی که دارای برچسب پلاستیکی برای نوشتن عنوان هستند، استفاده کنید تا مجبور نشـوید برای پیدا کردن یک پوشـه همه پوشه‌های کشو را خارج کنید و ورق بزنید.

با سیستم بایگانی آشنا باشید: با چگونگی نگهداری مکاتبات در بایگانی مربوط به خود آشنا باشید تا در صورت نبود یا مرخصی منشی، گرفتار نشوید و بتوانید به سهولت آنچه را می‌خواهید پیدا کنید.

بایگانی را سـاماندهی کنید: هرچنـد وقت یک‌بار بایگانـی خود را بررسـی کنید و مکاتباتـی را که دیگر نیازی به نگهداری آنها نیسـت، بیرون بیندازید. چنانچه امور بایگانی شما را منشی برعهده دارد از او بخواهید که این کار را با نظارت شما انجام دهد.

از خواندن مطالب بیهـوده و نامربوط پرهیز کنید: وقت خود را صرف خواندن همه مطالب روزنامه نکنید. اگر علاقه‌منـد به مطالعه مقالات اقتصادی هسـتید می‌توانید به منشـی خود بگویید مقالات اقتصادی روزنامه را برایتان مشـخص کند یا به جای اینکه کل مجله را به شـما بدهد همان صفحات را کپی بگیرد و بدهد.

به جای اینکه مجله را بایگانی کنید مقالات مورد نیاز آن را جـدا کنید یا از آنها کپی بگیرید و نگه‌دارید. قبل از ورق زدن و مـرور یک مجله یا کتاب حتما فهرسـت عناوین را ببینید، شاید اصلا ارزش ورق زدن را نداشته باشد.

علامت‌گذاری نکات مهم را فراموش نکنید: وقتی نامه درخواست یا گزارشی را می‌خوانید جملات و عناوین مهم را مشخص کنید تا در بازخوانی یا استنادهای بعدی مجبور به خواندن مجدد همه مطلب نباشید و بتوانید به سرعت مطالب اصلی را بیابید.

در مسـافرت کارتـان را رها نکنیـد: زمانی که در مسـافرت هستید، مسـئولیت خود را به شخصی واگذار کنید که بتواند در نبود شـما به نامه‌ها و مکاتبات پاسخ مناسب دهد. در این خصوص لازم است که به طور دقیق حیطه اختیارات او را مشـخص کنید که به چه نامه‌هایی پاسـخ دهد و چه مواردی را برای شـما نگه دارد تا خود شما رسیدگی کنید.

گزارش «فرصت امروز» از اوضاع بازار شوفاژ و تهویه در آستانه فصل سرد

وفور کالا و قیمت مناسب

تهمینه سهرابی

از میان کالاهای فصلی حالا نوبت رسـیده به گرمایشی‌ها تا بعـد از چندین‌مـاه جولان کولرهـا و سـایر وسـایل سرمایشـی، سـری در میـان سـرها درآورنـد. بـه همین دلیل بـازار آنهـا کم‌کم گرم می‌شـود تا گرمای خانه‌ها را تامیـن کنند. خریـد و نصب انواع رادیاتور، شـوفاژ و سایر وسایل گرمایشـی در خانه‌ها، سـازمان‌ها و اداره‌ها در اوایل فصل سـرما رونـق می‌گیرد. بیش از ۱۰۰ کارخانه در ایران به تولید این وسایل گرمایشی می‌پردازند و بـه همین دلیل ایـن بـازار مملـو از کالاهای تولید داخل است تا جایی که بیـش از ۹۵درصد از کالاهای موجود در فروشـگاه‌های این حـوزه، تولیـد داخل اسـت که اغلـب از کیفیت مطلوبی نیـز برخوردارنـد. در همیـن ارتبـاط محمدباقـر معتمـد، رییـس اتحادیه فروشـندگان لوازم شـوفاژ و تهویه مطبوع تهران در گفت‌وگو با «فرصت امـروز» در مـورد بـازار این کالاهـا صحبت به میان آورده و همچنیـن توصیه‌هایی برای مصرف بهینه انرژی ذکر کرده است.

وقتـی کالایی بـازارش داغ می‌شود، امکان اینکه مشتری با کمبود آن مواجه شـود، کم نیسـت. این نگرانـی در مورد هـر کالایـی می‌توانـد وجود داشـته باشـد، اما محمدباقر معتمد ضمن اینکه خیال همه خریداران را راحـت می‌کند، می‌گویـد: در بـازار بـه وفور کالا موجود است ضمن اینکه قیمت‌ها هم مناسـب است و افزایش قیمت محسوسـی در این حوزه نداشته‌ایم. هر چند بـه طـور محـدود و تنها در حوزه رادیاتورهای آلومینیومی قیمت‌هـا اندکـی و در حـد چند درصـد افزایش داشـته اسـت که این افزایش که بین پنج‌تا ۱۰درصد است زیر نرخ تورم اسـت. به طـور کلی هم کالا در بازار زیاد عرضه شـده و هم قیمت‌ها نسـبت به سال گذشته تغییری به خود ندیده است تا جایی که ۹۵درصد از کالاها با قیمت سـال گذشته خود عرضه شده‌اند.

اما دلیل این عدم تغییر در قیمت‌ها خود داسـتانی دارد که سال‌هاست آه از نهاد همه مردم ایران برآورده است و آن هم چیزی نیسـت جز مسئله بودن یا نبودن یعنی داشـتن یـا نداشـتن مسـکن. رییس اتحادیـه فروشـندگان لوازم شـوفاژ و تهویه مطبوع تهران دراین‌بـاره معتقد اسـت: اگر حوزه مسـکن رونـق بگیرد، ۲۲۰ شـغل هم همـراه با آن رونـق می‌گیـرد که وسـایل گرمایشـی و بحـث تولیـد و توزیـع آنها هـم در میان این ۲۲۰ شـغل جـای می‌گیرد. فعـلا بازار ساخت‌وسـاز راکد اسـت که همین امـر موجب شـده بـازار کالاهایـی مانند شـوفاژ و رادیاتـور هـم بـا انبوهی عرضـه و کمتر بودن تقاضا مواجه شـود. به همین دلیل قیمت‌ها نه تنها نسـبت به سـال قبـل بالاتـر نرفته، بلکـه در همان حـدود ثابت مانده اسـت. وی در ادامه این مسـئله را به نفع خریداران و مصرف‌کنندگان می‌داند.

امـا از آنجایی که رونق یک بـازار در گـرو رشـد عرضه و تقاضا به‌صورت توامان اسـت، راکـد بـودن قیمت‌هـا برای تولیدکنندگان این حوزه خبر خوبی محسوب نمی‌شود، زیرا هزینه‌هـای تولید ثابت نمانده و مطابـق با تغییـرات جامعه افزایش یافته اسـت و همین امر می‌تواند فشـارهای زیادی را به تولیدکنندگان وارد کند. هر چنـد رییـس اتحادیه به آینده این بازار خوشبین است زیرا پیش‌بینی‌اش این اسـت که تا آخر سـال بازار مسـکن از رکود خارج شـده و احتمالا بـازار کالاهای گرمایشـی نیز تکانی خواهد خورد.

هزینه‌های خرید رادیاتور

تنوع در این بازار به اندازه‌ای اسـت که تنهـا تعیین‌کننده انتخاب شما، میزان بودجه‌ای است که قرار است برای خرید ایـن وسـایل هزینـه کنیـد. به طـور کلی اگر یـک واحد سـاختمانی ۱۰۰متری را در نظر بگیریم، برای خرید پکیج و رآکتـور بیـن یک‌میلیون و ۸۰۰ هـزار تومان تا ۲میلیون تومان باید هزینه کنید.

چیلـر، پکیـج، موتورخانه، دیگ‌های بخار و غیره از جمله گرمادهنده‌هایی هسـتند که در سـاختمان‌ها، خانه‌هـای شـخصی و اداره‌ها اسـتفاده می‌شوند.

معتمـد در مـورد سـاختمان‌های بلندمرتبـه موتورخانه‌هـای مرکـزی را پیشنهاد می‌دهد که به لحاظ مصـرف انـرژی نیـز درصـد پایین‌تـری از مصرف را دارند. همچنیـن وسـایلی کـه هم کارکرد گرمایشـی دارند و هم سرمایشـی یعنـی دومنظوره هسـتند نیز خریـدی بهینه محسوب می‌شوند که به نوعی با یک تیر، دو نشان زدن است و جـای کمتری هم اشـغال می‌شود.

مصرف بهینه انرژی را فراموش نکنید

اما مصـرف بهینه انرژی در فصل سـرد در منازل و سـایر مکان‌هـا بـه چه صـورت رخ می‌دهـد؟ آیـا در ایـن حوزه هم بایـد منتظر هشـدارها و قطعی‌های انرژی باشیم؟

محمدباقر معتمد دراین‌باره اضافه می‌کنـد: مصرف بهینه انرژی در سه سرفصل تعریف می‌شـود که رعایت آنها تاثیر بسـیاری در مصـرف کمتـر انرژی و در نتیجه کم شـدن هزینه‌هـا دارد. نکتـه اول اسـتفاده از کالای باکیفیـت است.

یعنـی کالایی کـه علامت اسـتاندارد ایـران را داشـته باشـد و شـدت مصرف انرژی آن هم مشخص باشد و هرچه کمتـر بهتر. وی از مشـتریان می‌خواهد به علامت استاندارد روی کالاهـای ایـن صنـف اطمینـان کننـد. همچنیـن خریـداران باید به برچسـب درجه‌بندی انـرژی روی کالا توجه کنند.

وی همچنیـن از خریداران می‌خواهـد از فروشـندگان توضیحـات لازم را در مـورد کالایی که می‌خرند، بخواهند چـون افـراد صنفـی آنهـا آموزش‌هـای لازم را در ایـن حـوزه دیده‌انـد و می‌تواننـد راهنمایی‌های مناسـبی برای خریـد در اختیـار افـراد قرار دهند.

نکتـه دوم ایـن اسـت که سـاختمان‌ها بایـد از نظـر نظام مهندسی نکات استاندارد را رعایت کرده باشـند. یعنی سـاخت اسـتانداردی داشته باشـند. عایق‌بنـدی و نصـب مناسـب درهـا و پنجره‌هـا از جملـه ایـن نکات اسـت. نکته سـوم بـه شـیوه نصب صحیح این وسـایل گرمایشی بازمی‌گـردد. نحوه محاسـبه صحیح اینکه چه سـاختمانی با چـه متراژی بـه چه میزان وسیله گرمایشی نیاز دارد نیز از اصـول رعایت مصرف بهینه انرژی است.

دمای آسایش چیست؟

معتمـد در ایـن ارتبـاط از دمایـی به نام دمای آسـایش نام می‌برد. وی دمای آسـایش درونی ساختمان در زمستان را ۲۰درجه سـانتی‌گراد می‌داند. این دما برای تابستان ۲۵درجه سانتی‌گراد اسـت. در واقع در این مرحله ایـن مصرف‌کننده اسـت که تعیین‌کننده نهایی میـزان مصـرف انرژی اسـت. یعنی هر درجـه حرارت کمتر یـا بیشـتر از دمای آسـایش، ۶درصد مصرف انرژی را بالاتر می‌برد. خرید از برندهای معتبر بازار، توجه به گارانتی و میزان خدماتی که ارائـه می‌دهند از دیگر نکاتی است که این مقام مسئول از خریداران می‌خواهد که به آنها توجه کنند.

وی گارانتی‌هـای موجود در ایـن صنف را واقعـی می‌داند. همچنیـن تعمیـر به وسـیله تعمیرکار مجـاز را راهی برای حفـظ طـول عمـر و میـزان انرژی‌بـری این کالاها می‌داند. معتمـد در نهایت ضمن اینکه اوضاع بازار را خـوب و به نفع مصرف‌کننده توصیف می‌کند، می‌افزایـد: این حـق طبیعی مردم ایران اسـت کـه کالای باکیفیـت و در دسـترس از نظـر مکانی و زمانـی با قیمت مناسب در اختیارشان باشد.

نوع محصول	قیمت مصرف‌کننده (ریال)	توضیحات
پکیج شوفاژ دیواری E۲۴FF	۱۷,۲۷۰,۰۰۰	دو مبدل - ۲۴ کیلووات
پکیج شوفاژ دیواری E۲۸FF	۱۸,۰۷۰,۰۰۰	دو مبدل - ۲۸ کیلووات
پکیج شوفاژ دیواری M۲۴CF	۱۵,۸۶۲,۰۰۰	دو مبدل - ۲۴ کیلووات
پکیج شوفاژ دیواری M۲۴FF	۱۷,۰۲۰,۰۰۰	دو مبدل - ۲۴ کیلووات
پکیج شوفاژ دیواری B۲۴FF	۱۶,۰۳۰,۰۰۰	تک مبدل - ۲۴ کیلووات
پکیج شوفاژ دیواری BM۲۴CF	۱۵,۰۳۰,۰۰۰	تک مبدل - ۲۴ کیلووات
پکیج شوفاژ دیواری BM۲۴FF	۱۶,۰۳۰,۰۰۰	تک مبدل - ۲۴ کیلووات
پکیج شوفاژ دیواری L۲۴FF	۱۸,۱۰۰,۰۰۰	دو مبدل - ۲۴ کیلووات - دیجیتال

شومینه؛ آتش به جان سرما

فصل سـرما که از راه برسـد، هیچ چیـزی بـه انـدازه گرمای آرام‌بخـش شـعله‌هایی رقصان نمی‌توانـد سـرما را از تن آدم‌ها بگیـرد. بـه همیـن دلیـل هم انسـان‌ها همیشـه به ایـن فکر بوده‌اند که به هر نحو ممکن خود را از گزند سـرما حفظ کنند. چه با آتشـدان‌های قدیمـی و چه با شومینه‌های مدرن امروزی.

از اجاق‌های گلی تا شومینه‌های مدروز

از قدیم تاکنون آتش و آتشـدان حال به هر شـکل و شـمایلی که باشـد، وظیفه گرم کردن انسان‌ها را به‌عهده داشـته است. از اجاق‌های گلـی دیـروزی تـا شـومینه‌های خوش‌تـراش و چشم‌نواز امروزی، تغییراتی محسوس و البته متناسب با نیاز روز انسان‌ها به چشـم می‌خورد. امروزه شومینه‌ها نه‌تنها به‌عنوان وسیله‌ای برای گرم کردن خانـه بـه‌کار می‌روند بلکه نقشـی انکارناپذیر در دکوراسیون خانه‌ها بازی می‌کند. زیبایی شومینه یک اولویت برای خریداران اسـت. تولیدکنندگان این عنصر گرماساز و دکوراسیونی مدل‌های متفاوت با جنس متفاوت را روانه بازار کرده‌اند. از دیواری و زمینی گرفته تا چدنی و فلزی و غیـره. در حقیقت تغییر ارزش شـومینه‌ها و نقشـی که در طراحی ساختار و نمای ساختمان و فضای خانه‌ها دارند، موجب شده تا هر روز شـکل و شمایل جدیدی به خـود بگیرند. بـه همین دلیل شـومینه‌ها عنصری شده‌اند که در هـر دوره و هر سـرزمین بازتابنده سـلیقه، سـبک و گرایش مردمان و طراحان شـده و بدین‌گونه است کـه گرمایـش شـومینه‌ها بعد از کارکـرد زیبایی‌شناسـانه آنها قرار گرفتـه و می‌تـوان گفـت به‌نوعی زیبایـی ظاهری شـومینه‌ها ذهن تولیدکننـدگان و خریداران را قرق کرده است.

جنس‌ها و طرح‌ها

امروزه شـومینه‌ها را در سبک‌ها و طراحی‌هـای متفاوتـی در بـازار می‌بینیم. از طرح کانتری اروپایی و نئوکلاسیک گرفته تا سبک کهنه و اشکال ساده و معمولی، اما کسانی که می‌خواهند از شومینه به‌عنوان یک عنصر دکوراسـیونی اسـتفاده کننـد، باید بابت خوش‌سـلیقگی خـود پول‌هـای زیـادی بپردازند. شـومینه‌هایی که طراحی خاصی دارند و دکوراسـیونی‌اند، در بازار از ۴۰۰هزار تومان تا بیش از ۲میلیون تومـان تنـوع قیمت دارنـد. البته شومینه‌هایی با این قیمت معمولا امکانـات ویژه‌ای دارند. مثلا قابلیت کنتـرل از راه دور، تنظیـم صدای سوختن هیزم‌ها و غیره. البته جنس شومینه‌ها یعنی شومینه‌های چدنی، شومینه‌های تمام‌چوب و آجری نیز در قیمـت نهایی تاثیرگذار اسـت. امـروزه بخاری‌هایـی نیـز با طرح شومینه در بازار موجود است که بین ۲۵۰هزار تا ۴۵۰ هزار تومان قیمت دارند. این گزینه‌ها نیز برای کسانی که جایی در طراحی دکوراسـیون خانه خـود برای شـومینه در نظر نگرفته‌اند مناسـب اسـت، قیمت مناسـب‌تری هم دارنـد و به گفته فعالان این حوزه استقبال خوبی هم از آنها می‌شود.

صرفه

آسان‌ترین و کم‌هزینه‌ترین راه‌های صرفه‌جویی

مدیریـت مصرف بـه مجموعه روش‌هـا و اقداماتی گفته می‌شـود که برای بهینه‌سـازی مصـرف به کار گرفته می‌شود. این روش‌ها معمولا به سه گروه تقسیم می‌شود.

گروه اول: روش‌هایی است که هزینه‌ای نداشته باشد مثل استفاده درست از وسـایل و دستگاه‌ها و مراقبت و نگهداری از آنها.

گروه دوم: روش‌هایی اسـت که هزینه دارد، اما این هزینه‌هـا چندان زیاد نیسـت (روش‌هـای کم‌هزینه) ماننـد تعمیر و نگهـداری وسـایل، اندازه‌گیری میزان مصرف انرژی و نظارت بر تغییر مصرف هر دستگاه.

گروه سـوم: روش‌های پرهزینه است. در این روش‌ها باید تغییرات اساسـی جهت بهبود مصـرف انرژی در دستگاه‌ها، تاسیسات و ساختمان‌ها به‌وجود آورد.

آیا می‌دانید کشور ما حدود یک‌درصد جمعیت جهان را دارد ولـی حدود ۲درصد از انـرژی جهان را مصرف می‌کند؟ آیا می‌دانید سرمایه‌گذاری اولیه موردنیاز برای تولید هر کیلووات برق حدود هزار دلار اسـت و هزینه سـوخت نیروگاه برمبنای قیمت‌هـای جهانی در طول عمر ۳۰سـاله حدود چهار برابر هزینه سـرمایه‌گذاری اولیه اسـت؟ آیـا می‌دانید به ازای تولیـد هر کیلووات سـاعت برق حدود ۶۰۰ گرم دی‌اکسیدکربن وارد هوا شده و باعث گرم شدن اتمسفر و تقویت اثر گلخانه‌ای می‌شـود؟ پس وقت آن اسـت که موضوع صرفه‌جویی انرژی را جدی بگیریم.

کارهای اصلی و کم‌هزینه صرفه‌جویی

حداکثر اسـتفاده از روشنایی طبیعی در طول روز و استفاده از لامپ‌های کم‌مصرف برای روشنایی اتاق‌های نشـیمن، عدم‌استفاده از وسـایل برقی پرمصرف مانند ماشـین لباسشویی، اتو، چرخ گوشـت، آب‌میوه‌گیری و... در سـاعات اوج مصرف. بهترین زمان اسـتفاده از این وسـایل به‌ویژه ماشین لباسشویی روزهای تعطیل و سـاعات اولیه صبح اسـت. با استفاده از وسایل برقی پرمصرف در سـاعات کم‌باری و عادی، عمر مفید آنها طولانی‌تر می‌شـود. وسایل برقی دارای مبدل یا موتور در حالت خاموشـی هم تا زمانی که دوشـاخه آنها در پریز اسـت، مقدار کمی برق مصـرف می‌کنند. بیرون آوردن دوشـاخه ایـن وسـایل از پریز پـس از پایان اسـتفاده، به‌ویژه در مورد ماشـین لباسشویی، موجب کاهـش مصرف دائمـی و افزایش عمر ایـن تجهیزات می‌شود.

راه‌های کاهش مصرف

حداکثـر اسـتفاده از روشـنایی طبیعـی در طول روز، زیـرا اسـتفاده طولانی‌مـدت از نـور مصنوعـی می‌تواند موجب افسـردگی و آسیب‌های پوستی شود. رنگ‌آمیزی روشـن اتاق و شیشه‌های ساده و بی‌رنگ، امکان حداکثر اسـتفاده از نور سـالم طبیعی را فراهم می‌کند. تا حد امکان از فرش یا موکت با رنگ روشـن استفاده کنید.

اسـتفاده از نـور ملایم بـرای اتاق نشـیمن موجب آرامش بیشتر می‌شود.

همچنین اسـتفاده از لامپ کم‌مصرف پرفایده‌ترین روش صرفه‌جویی در هزینه خانوار است. لامپ معمولی بیش از ۹۰درصد انرژی برق را به گرما تبدیل می‌کند. انتخاب روشنایی محیط متناسـب با دقت موردنیاز کار؛ نور ملایم برای اتاق‌نشیمن، نور بیشتر برای محل مطالعه و کارهای دقیق. یکی دیگر از ساده‌ترین راه‌های صرفه‌جویـی، خاموش کردن لامپ اضافی (اتاق خالی، سـردرخانه، راهرو و حیاط) است. از طرفی تمیز کردن مرتب لامپ‌ها باعث بازدهی و نور بیشتر می‌شود.

مضرات روشنایی مصنوعی

روشـنایی مصنوعـی محیط کار یعنی مثلا هشـت ساعت قرار گرفتن تحت تابش لامپ‌های مهتابی برای تندرسـتی، اعصاب و پوسـت صورت زیـان‌آور بوده و موجب خسـتگی زودرس و بی‌حوصلگی می‌شـود. در محیط کار تا حد امکان از نور طبیعی اسـتفاده کنید. روشنایی ناکافی و غیراستاندارد شادابی و شور و شوق کارکردن را کم می‌کند. خسـتگی چشـم‌ها، سردرد، دوتا دیدن اشـیا و آرتروز گردن از پیامدهای روشنایی غیراسـتاندارد است. نور زیاد و درخشـندگی بیش از استاندارد می‌تواند به علت خستگی سلول‌های گیرنده چشم، دید را دچار مشکل کند.

وسایل خانه

کاهش دفعات باز کردن غیرضروری در یخچال، قرار دادن آن روی سـطح صاف و تراز، برفک‌زدایی منظم، کنترل نوار لاسـتیکی در یخچال و تعویض در صورت خرابـی، گردگیری سـالانه لوله‌های پشـت یخچال و اینکه موادغذایی گرم، ابتدا سـرد شـده و سـپس در یخچال گذاشـته شـود از مواردی است که باید به آن توجه شود. از ماشین لباسشویی در ساعات اوج مصرف استفاده نکنید. با ظرفیت کامل از آن استفاده کنید.

حتی‌الامکان از هوای آزاد به جای خشـک‌کن برای خشک کردن لباس‌ها استفاده کنید. قرار دادن وسایل برقـی در حالت انتظار علاوه بر مصـرف دائمی انرژی موجـب کاهش عمر مفید این وسـایل نیز می‌شـود. برخی تلویزیون‌هـا در حالت آماده به کار تا حدود ۱۵ وات و برخـی رایانه‌ها تا حـدود ۶۰ وات مصرف دارند. در زمان طولانی عدم استفاده، این وسایل را در حالت آماده به کار (روشـن بودن چراغ کوچـک قرمز) قرار ندهید و آنها را کاملا خاموش کنید.

نقطه شروع

باز هم داستان تخم‌مرغ و سبد!

شکوفه میرزایی

همه ما گاهی افرادی را دیده‌ایم که سرمایه مالی کافی برای شروع یک کسب‌وکار در وسعت‌های متفاوت را دارند اما برخی از آنها به دلیل عدم خلاقیت یا مشغله‌های کاری خود و نداشتن وقت کافی به فکر کسب‌وکار جدید نیستند و سرمایه خود در املاک، بورس یا خرید سکه و طلا که کمترین زحمت و ریسک را دارد، می‌گذارند. از طرفی شما اگر فردی هستید که ایده‌ای نو برای یک کسب‌وکار جدید در سر می‌پرورانید اما سرمایه کافی برای شروع آن ندارید، باید بتوانید این گونه افراد را جذب کرده و به سطح اقناع برای تن دادن به ایده کسب‌وکار خودتان برسانید. برای این منظور افراد سرمایه‌گذار یا آشنا و فامیل شما هستند یا نسبتی با شما ندارند. در حالت اول پیدا کردن این سرمایه‌گذار کار سختی نیست پس بخش مهمی از ماجرا از پیش حل شده است، حال اگر فرد سرمایه‌گذار به شما اعتماد داشته باشد فرآیند اقناع او برای پذیرفتن ریسک سرمایه‌گذاری راحت‌تر می‌نماید و حتی می‌توانید از ضمانت افرادی که هم شما و هم سرمایه‌گذار را می‌شناسند استفاده کنید و یک شراکت فامیلی بدون دغدغه را آغاز کنید.

اما در مورد حالت دوم نخستین مسئله دسترسی به افراد سرمایه‌گذار است. این دسترسی از طریق راه‌های مختلف صورت می‌گیرد، مهم‌ترین آن شاید شبکه‌های اجتماعی و دعوت به همکاری باشد. در همین حوزه سایت‌های مشخصی به معرفی کارآفرینان و سرمایه‌گذاران می‌پردازند، پس از پیدا کردن فرد سرمایه‌گذار باید جلسه‌های حضوری برای تشریح کامل کسب‌وکار صورت بگیرد. در این حالت به دلیل عدم شناخت کافی سرمایه‌گذار از شما ابتدا به ساکن باید اعتمادسازی کنید. از این رو باید به پیشنهاد کسب‌وکارتان کاملا اشراف داشته باشید و همه پتانسیل‌ها و تهدیدهای آن کسب‌وکار را کاملا بشناسید. صداقت داشته باشید و علاوه بر فرصت‌ها، ضعف‌های موجود در کار، درصد خطا و احتمالات منفی را هم بیان کنید به صورتی که شغل را از صفر تا صد معرفی کرده و یک دورنمای مشخص از آن را برای سرمایه‌گذار ترسیم کنید. به علاوه برای جلب اعتماد او باید ضمانت سود حاصله را به او بدهید، این کار می‌تواند از طریق دادن چک ضمانت یا معرفی یک ضامن معتبر صورت بگیرد.

نکته جالب توجه در این گونه شراکت‌ها یک شروع خوب است، در واقع خوب بودن به معنی بزرگ بودن نیست کارآفرین‌های موفق اغلب افرادی خلاق و فنی هستند و نیاز به سرمایه کلان ندارند. هر چه وسعت کار بیشتر باشد بالطبع نیاز به مقدار سرمایه بیشتری دارد، از این رو تعداد سرمایه‌گذاران و تمایل آنها برای ریسک کمتر می‌شود. پس توصیه مهم این است که یک مدل بهینه با ریسک پایین و وسعت کمتری را برگزینید؛ در چنین کسب‌وکاری شما فرصت دارید مهارت‌های مدیریتی خود را تقویت کنید و همزمان با افزایش دریافت بازخورد مثبت از کار، به توسعه و گسترش آن بپردازید.

همچنین این ضرب‌المثل معروف اقتصادی را به خاطر بسپارید: هیچ‌گاه همه تخم‌مرغ‌های خود را داخل یک سبد نگذار! به این معنی که سرمایه اخذ شده را به طور عاقلانه و با شناخت کافی در بخش‌های لازم تقسیم کنید، از تهیه فضا و لوازم موجود گرفته تا خرید مواد اولیه و حتی بودجه تبلیغاتی را به‌صورت مشخص تعیین و کار را با شناخت کامل آغاز کنید.

یادداشت

تغییر را احساس کنید!

دکتر سرمایه

این خیلی خوبه که ما همیشه حواسمون به اتفاقای اطراف باشه و همه‌چیز رو به دقت وارسی کنیم تا بلکه از کنارش ایده‌ای نو به ذهنمون برسه؛ ایده‌ای که شاید در آینده به دردمون بخوره و عامل راه‌اندازی کسب‌وکار جدیدی بشه. البته فراموش نکنیم که فضولی تو کار مردم اصلا چیز خوبی نیست! خداروشکر تکنولوژی و فناوری به قدری پیشرفت کرده که امروز حتی تصاویر و اصوات هم از راه اینترنت و بدون سیم به گوشیمون منتقل می‌شه. البته اگه باز هم لطف بی‌حد مسئولان شامل حال ما نشه و با فیلتر کردنش، اونو از ما نگیرن!

خلاصه با استفاده از این تکنولوژی، خیلی زود از تفکر و کارهای جدیدی که مردم اون سر دنیا انجام دادن، با خبر می‌شیم. نمونه‌اش همین دیروز برای من اتفاق افتاد. یکی از دوستان لطف داشتن و یه کلیپ چندثانیه‌ای با واتس‌آپ فرستادن که خیلی برام جالب بود. این کلیپ، یه نونوایی رو نشون می‌داد که درست شبیه بانک، مردم شماره می‌گرفتن و توی نوبت می‌موندن تا اینکه از طریق سیستم کامپیوتری به ترتیب عددها خونده می‌شد و کسایی که منتظر بودن، یکی‌یکی میومدن و خریدشونو انجام می‌دادن. لازمه بگم که این اتفاق جدید در ایران افتاده. شاید اصلا خود شما یکی از مشتریان این نونوایی باشید، اما باید به موسس این نونوایی آفرین گفت. ببینید چه‌جوری بانک و تنور رو با هم ترکیب کرده و یه چیز جدید ارائه داده! به این می‌گن نوآوری؛ اصلا اصل نوآوری همینه. یعنی اینکه شما بتونی موارد و موضوعاتی رو که در ظاهر به هم مرتبط نیستن، مربوط کنی و یه محصول یا خدمت جدید ارائه بدی.

به هر حال به نظر می‌رسه که موارد خیلی زیادی از این دست می‌شه پیدا کرد. فقط باید با هوشیاری بگردی و پیداش کنی. بذارید یه مثال براتون بزنم. فرض کنین یه نفر می‌ره توی یه پاساژ، یه مغازه می‌خره تا یه کسب‌وکاری راه بندازه. مهم نیست که اونجا چی می‌خواد بفروشه یا تعداد رقیباش چند نفر هستن. مهم اینه که این سرمایه‌گذاریش چه چیز جدیدی برای مردم به ارمغان میاره تا بتونه اونارو به سمت مغازه جذب کنه. این درست قصه همون نونواست که فضای مدرن برای مشتریا درست کرده. حالا باید منتظر باشیم و ببینیم شما به‌عنوان یه سرمایه‌گذار چه کار می‌کنین!

رییس انجمن گردشگری معلولان پارسه عنوان کرد

پاراتورها فرصتی برای سرمایه‌گذاری

شیدا رمزی

همین چند روز پیش بود که روزجهانی گردشگری در کشورمان و دیگر نقاط جهان جشن گرفته شد و مسئولان و دست‌اندرکاران گردشگری یا همان صادرات نامرئی از برنامه‌های خود برای توسعه گردشگری کشورمان سخن گفتند، اما مثل همیشه نکته‌ای بسیار ظریف در این بین به دست فراموشی سپرده شد که آن هم گردشگری معلولان بود.

آیا واقعا از خودتان پرسیده‌اید معلولان و توانخواهان جامعه در صنعت گردشگری چه جایگاهی دارند و چطور برای گشت‌وگذار آنها که نیاز اصلی هر انسان به‌خصوص در این گروه است، برنامه‌ریزی شده است؟ یا اینکه چرا مسئولان در این زمینه زیاد به بحث و گفت‌وگو نمی‌پردازند؟ این در حالی است که در مجامع بین‌المللی و گزارش‌های سازمان ملل معمولا ۱۰درصد جامعه به معلولان و توانخواهان اختصاص یافته است.

به‌هرحال «فرصت امروز» سراغ مدیرعامل انجمن گردشگری معلولان محمداسمعیل شیخ‌قرایی رفته تا از فرصتی مناسب برای سرمایه‌گذاری دست‌اندرکاران گردشگری بگوید.

صادرات نامرئی در گرو توسعه پاراتورها

محمداسمعیل شیخ‌قرایی با اشاره به جایگاه ویژه گردشگری معلولان در ارتقای سطح روحیه و کیفیت زندگی آنها می‌گوید: گذشته از تمام مسائل مربوط به کیفیت زندگی و البته بهبود روحیه معلولان به واسطه انجام سفرهای گوناگون لازم است بدانیم بسیاری از کشورهای پیشرفته در صنعت گردشگری برنامه‌های ویژه‌ای در این زمینه اجرا کرده یا در دست اجرا دارند که می‌توان به آلمان، انگلستان، امریکا و استرالیا اشاره ویژه داشت.

مدیرعامل انجمن گردشگری معلولان در ادامه می‌افزاید: همان‌طور که طبق تعاریف سازمان‌های بین‌المللی ۱۰ درصد از جمعیت کل جهان را معلولان یا توانخواهان تشکیل می‌دهند، بنابراین اگر به تعداد چند میلیاردی جمعیت جهان توجه داشته باشیم درخواهیم یافت گروه کثیری در این بخش وجود دارند که می‌توان برای سفر و گردشگری آنها برنامه‌ریزی کرد. البته بدون تردید بخشی از این افراد به دلیل شرایط خاص و نوع معلولیت‌هایشان ناخودآگاه از جامعه کلی حذف می‌شوند، اما بازهم تعداد توانخواهان می‌تواند توجه مناسبی برای سرمایه‌گذاری در این زمینه ایجاد کند.

وی با اشاره به اینکه منافع اقتصادی پاراتورها بیشتر از تورهای گردشگری معمولی است، می‌گوید: اگر از بحث بهره‌های معنوی برگزاری این‌گونه تورهای گردشگری یا همان پاراتورها بگذریم به جنبه اقتصادی یا همان دودوتا چهارتای خودمانی خواهیم رسید که به‌ظاهر در دنیای امروز عاملی برای ورود سرمایه‌ها به بخش‌های مختلف اقتصادی شده است.

شیخ‌قرایی در ادامه می‌افزاید: همان‌طور که می‌دانید توانخواهان با توجه به شرایط جسمی خود معمولا به‌صورت انفرادی اقدام به سفر یا گردشگری نمی‌کنند و معمولا یا به اتفاق دوستان و خانواده سفر می‌روند یا اینکه از خدمات پاراتورها استفاده خواهند کرد. همین امر نکته‌ای کاملا ظریف و پنهان از نظر مسئولان بوده که تاکنون نتوانسته‌اند مشوق‌های لازم برای سرمایه‌گذاری‌های گردشگری در زمینه برگزاری پاراتورها را ایجاد کنند. چون نه‌تنها تعداد درخواست سفر از سوی متقاضیان برای تورها افزایش می‌یابد بلکه خود این‌گونه تورهای گردشگری هزینه‌ای متفاوت از تورهای عادی گردشگری دارند.

شیخ‌قرایی باتاکید بر اهمیت سرمایه‌گذاری در این زمینه به گزارش سازمان جهانی گردشگری در این زمینه اشاره می‌کند و می‌گوید: براساس تحقیقات انجام شده در سال ۲۰۱۳ میلادی از سوی این سازمان، قاره اروپا تنها به دلیل مهیا نبودن شرایط دسترسی و تامین نیازهای توانخواهان سالانه ۱۴۲میلیارد یورو در صنعت گردشگری خود زیان می‌دهد.

مدیرعامل انجمن گردشگری معلولان در ادامه می‌افزاید: براساس این گزارش در سال ۲۰۱۳ میلادی ۷۸۳ میلیون تقاضای سفر از سوی افراد مسن و نیازمند به خدمات ویژه در قاره سبز صورت گرفته است که درآمدی بالغ بر ۳۹۴ میلیارد یورو به صنعت گردشگری این منطقه هدیه داده و حدود ۸ میلیون فرصت شغلی برای فعالان بخش گردشگری معلولان ایجاد کرده اما با توجه به نقص‌های موجود در این زمینه این صنعت ۱۴۲ میلیارد یورو از دست داده است و به همین دلیل مسئولان گردشگری باید برای رفع موانع موجود اقدام کنند. بنابراین اهمیت سرمایه‌گذاری در گردشگری معلولان بر هیچ‌کس پوشیده نیست و ایران هم باید در این زمینه گام موثرتری بردارد تا در این بخش به جایگاه مناسبی دست یابد.

> **هرگز پایانی برای سرمایه‌گذاری در زمینه گردشگری نیست چون بی‌نهایت سوژه برای سفر حتی برای معلولان و توانخواهان در دهکده جهانی وجود دارد**

صورتحساب از قبل پرداخت شده است

در همین حال، این فعال در زمینه گردشگری معلولان با اشاره به امکانات مالی توانخواهان برای شرکت در این نوع تورهای گردشگری تصریح می‌کند: شاید بسیاری از سرمایه‌گذاران نگران بازگشت سرمایه خود در این زمینه باشند، اما لازم به یادآوری است همان‌طور که می‌دانیم معمولا تمام توانخواهان یا تحت پوشش کامل انواع بیمه‌ها هستند یا اینکه به‌صورت انفرادی در ارگان‌های مردم‌نهاد به عضویت درآمده‌اند که هرگز محدودیت مالی در این زمینه ندارند و قادر به پرداخت هزینه‌های سفرهای خود هستند. این درحالی است که براساس قوانین سفر و گردشگری این بیمه‌ها هستند که تمام هزینه‌های مربوط به این‌گونه افراد را تضمین کرده و به عهده گرفته‌اند.

بنابراین جای نگرانی از بازگشت سرمایه نیست چون از همین حالا سرمایه‌گذاری این افراد در گردشگری معلولان تضمین‌شده و به قول معروف صورتحساب همین امروز پرداخت شده است.

اشتغالزایی گسترده

بارها و بارها در میان اخبار شنیده‌ایم که براساس آمار به ازای هر ۹ نفر گردشگر یک فرصت شغلی در کشور میزبان ایجاد خواهد شد حال آنکه اگر به آمار تقاضای سفر توانخواهان خارجی برای دیدن جاذبه‌های دیگر نقاط جهان توجه کنیم در خواهیم یافت گروه کثیری با توجه به جاذبه‌های گردشگری ایران درخواست سفر به ایران زمین خواهند داشت، اما این پایان کار نیست چون برای مهیا کردن شرایط سفر این افراد نیز نیازمند استخدام پرسنل و کارمندان بسیاری هستیم.

شیخ‌قرایی ضمن تاکید بر اشتغالزا بودن برگزاری پاراتورها به «فرصت امروز» می‌گوید: خود این افراد هنگام سفر باعث ایجاد شغل‌های گوناگونی از جمله رانندگان اتومبیل‌های مخصوص، مهمانداران یا مددکاران خواهند بود، اما آیا مسئولان تاکنون فکر کرده‌اند برای ایجاد زیرساخت‌های لازم مثل سرویس‌های بهداشتی مناسب، راه‌های مناسب سطح شهری و دسترسی گردشگران توانخواه به مکان‌های باستانی و تاریخی چند نفر پرسنل لازم است و چه تعداد فرصت شغلی ایجاد خواهد شد؟ همان‌طور که می‌دانیم ایران بالغ بر ۲هزار مکان باستانی را در خود جای داده است؛ حال فرض کنیم برای آماده‌سازی این مکان‌ها بخواهیم پرسنل استخدام کنیم، چند فرصت شغلی به کشورمان هدیه داده‌ایم؟

زمینه‌های مختلف سرمایه‌گذاری

این فعال گردشگری معلولان با تاکید بر مهیا بودن فرصت‌های مختلف سرمایه‌گذاری در زمینه پاراتورها می‌گوید: شاید بی‌نهایت فرصت سرمایه‌گذاری در این شاخه وجود داشته باشد که برخی نیازمند سرمایه‌گذاری‌های کلان و گروه دیگر با سرمایه‌های اندک قابل اجرا هستند، اما لازم به یادآوری است که هرگز پایانی برای سرمایه‌گذاری در این زمینه نیست چون بی‌نهایت سوژه برای سفر حتی برای معلولان و توانخواهان در دهکده جهانی وجود دارد. به‌عنوان مثال تاسیس اتومبیل کرایه مخصوص توانخواهان ساده‌ترین سوژه سرمایه‌گذاری و بحث خدمات‌درمانی یا بیمه تخصصی‌ترین آنهاست.

شیخ‌قرایی با اشاره به توسعه گردشگری سلامت در جهان و البته نیاز این گروه از گردشگران به ایجاد انگیزه و بالا بردن روحیه می‌افزاید: ایران مملو از امکانات توسعه گردشگری سلامت به دلیل اقلیم و شرایط آب و هوایی منطقه است، ایجاد دهکده‌های سلامت و آب‌درمانی مخصوص این قشر از جامعه می‌تواند عاملی برای سودآوری و گردش مالی در صادرات نامرئی ایران باشد. وی در ادامه می‌گوید: حضور سرمایه‌گذاران برای جذب گردشگران توانخواه به کشورمان هنوز ملموس نیست به همین دلیل آنهایی که پیشگام سرمایه‌گذاری باشند، توسعه درخواست‌های سفر توانخواهان در سراسر جهان می‌تواند عاملی برای تضمین سودآوری آنها باشد.

خبر

سرمایه‌گذاری «پگاه» و تولید محصولات سالم

با حضور نماینده مردم خرم‌آباد و مدیرعامل صنایع شیر ایران (پگاه) پروژه طرح‌های توسعه پگاه لرستان تصویب شد.

در این نشست که با حضور ایرج عبدی، نماینده مردم خرم‌آباد در مجلس شورای اسلامی و عضو هیأت رییسه کمیسیون اجتماعی مجلس، دکتر عبدالامیر باروتکوب، مدیرعامل صنایع شیر ایران (پگاه)، معاون منابع مالی و سرمایه‌گذاری و عضو هیات‌مدیره پگاه لرستان در محل شرکت صنایع شیر ایران برگزار شد، طرح‌های توسعه‌ای پگاه لرستان ابلاغ شد.عبدی در این نشست گفت: باید شرایطی فراهم شود که همه مردم از شیر و فرآورده‌های آن به‌عنوان غذای کامل بهره‌مند شوند.عضو هیأت رییسه کمیسیون اجتماعی مجلس تاکید کرد: در بررسی‌های به‌عمل آمده محصولات صنایع شیر کاملا سالم و در حد استاندارد کشورهای توسعه‌یافته است.وی ادامه داد: در اطلاع‌رسانی‌ها باید دقت شود که هراسی که موجبات کاهش مصرف شیر را به‌همراه داشته باشد در مردم ایجاد نشود.نماینده مردم خرم‌آباد در مجلس شورای اسلامی درخصوص نقش پگاه لرستان در استان افزود: پگاه لرستان یکی از کارخانه‌های خوب استان است که موجب رونق کسب وکار دامداران و روستاییان منطقه شده و نقش موثری در اشتغال استان ایفا کرده است، به طوری که ۲۵۰ نفر در تولید و ۵۰۰ نفر در توزیع همچنین حدود ۱۷۵۰۰ دامدار روستایی با پگاه همکاری دارند.

عبدی اظهار کرد: سه طرح خط تولید و بسته‌بندی شیر استریل یک لیتری، احداث دامداری ۲۰۰۰ راسی در الیگودرز و احداث کارخانه تولید پودر شیرخشک و آب پنیر در پگاه لرستان موجبات توسعه بیشتر استان خواهد شد. عبدالامیر باروتکوب، مدیر عامل صنایع شیر ایران نیز در این گفت‌وگو اعلام کرد: سرمایه‌گذاری پروژه‌های مورد اشاره توسط صنایع شیر و با بهره‌گیری از تسهیلات صندوق توسعه ملی خواهد بود که بالغ بر ۶۰ تا ۷۰ میلیارد تومان خواهد شد.وی گفت: مراحل ساخت پروژه دامداری از هفته آینده آغاز می‌شود و همچنین به‌مناسبت عید بزرگ غدیر مراسم کلنگ‌زنی احداث کارخانه شیر خشک و محصولات پودری پگاه لرستان در هفته آینده اجرا خواهد شد. باروتکوب در پایان اظهار امیدواری کرد: با توجه به ورود تجهیزات خط تولید شیر استریل یک لیتری تا پایان سال جاری این خط نیز راه‌اندازی شود و به بهره‌برداری برسد.

رشد پایدار یک اقتصاد در گرو سرمایه‌گذاری‌های جدید است

مدیرکل امور اقتصادی و دارایی مازندران گفت: رشد پایدار یک اقتصاد در گرو سرمایه‌گذاری‌های جدید است.

به گزارش ایسنا، موسی قاسم‌پیشه درخصوص نخستین همایش فرصت‌های سرمایه‌گذاری مازندران در جمع خبرنگاران اظهار کرد: مازندران به‌عنوان یک استان درحال رشد دارای ظرفیت‌های بالقوه سرمایه‌گذاری است و در این راستا کتابی تحت عنوان فرصت‌های سرمایه‌گذاری مازندران در قالب طرح‌های موجود و اولویت‌های سرمایه‌گذاری تدوین‌شده و سرمایه‌گذاران در صورت تمایل می‌توانند نسبت به سرمایه‌گذاری در استان اقدام کنند. وی با بیان اینکه امروز به سرمایه‌گذاری در اقتصاد به‌عنوان یک هدف نگاه می‌شود، گفت: رشد پایدار یک اقتصاد در گرو سرمایه‌گذاری‌های جدید و ابداعات القایی است. مدیرکل امور اقتصادی و دارایی مازندران خاطرنشان کرد: همایش فرصت‌های سرمایه‌گذاری مازندران با هدف اطلاع‌رسانی از زیرساخت‌های اقتصادی و اجتماعی در بخش‌های مختلف کشاورزی و شیلات، گردشگری و اکوتوریسم و گردشگری سلامت، امور زیربنایی و انرژی و صنعت، معدن و تجارت به سرمایه‌گذاران و فعالان بخش خصوصی معرفی می‌شود. قاسم‌پیشه یادآور شد: ۲۹۰ طرح به همایش فرصت‌های سرمایه‌گذاری مازندران ارسال شد که از این تعداد ۲۰ طرح شاخص که دارای توجیه اقتصادی و آماده امکان‌سنجی باشد، انتخاب و در ۴ بخش تخصصی پنل ارائه می‌شود.

سرنخ

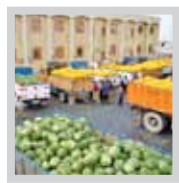
بایدها و نبایدهای صادراتی

کلاف اول:

شاید تا چند سال پیش وقتی صحبت از سرمایه‌گذاری روی طرح‌های آبرسانی می‌شد، اکثر مردم فکر می‌کردند منظور تاسیس بنگاه اقتصادی است که در آن خدمات لوله‌کشی آب و مواردی از این دست ارائه می‌شود، اما با تغییر رویکردها و سیاست‌ها و همچنین افزایش میل دولت‌ها به واگذاری طرح‌ها به بخش‌خصوصی، امروز سرمایه‌گذاران می‌توانند در بخش‌های کلان این حوزه نیز وارد شوند و بعد از سرمایه‌گذاری از منافع آن بهره‌برداری کنند. بر این اساس، معاون برنامه‌ریزی و توسعه آبفای کشور با بیان اینکه ۳۵میلیون یورو تسهیلات از بانک اکو برای اجرای تصفیه‌خانه‌های فاضلاب بیرجند و شهریار جذب می‌کنیم، گفته برای ترغیب و جذب سرمایه‌گذاری جدید، درج ردیف خرید تضمینی آب و پساب در قانون بودجه موجب اعتماد سرمایه‌گذاران در بخش آب و فاضلاب شده است.

وی با بیان اینکه در بخش سرمایه‌گذاری خارجی به‌دلیل محدودیت‌های قانونی کمتر سرمایه‌های بخش‌خصوصی خارج از کشور جذب شده است، اعلام کرده در برخی موارد از طریق مشارکت‌های داخلی و خارجی این کار انجام‌شده و با حمایت دولت و پتانسیل‌های قانونی تاکنون مشکلی درباره تضمین سرمایه‌گذاری‌های انجام‌شده نداشته‌ایم.

این خبر که مفصل در خبرگزاری فارس منتشر شده، به سرمایه‌گذاران نوید می‌دهد در اجرایی شدن پروژه‌ها و طرح‌های آب و فاضلاب با دولت همکاری کرده و بخشی از کار را به دوش بکشند. پس اگر این توانایی را در خود می‌بینید، حتما اقدام کنید.



کلاف دوم:

چند وقتی است که صحبت از تحریم روسیه، نقل محافل شده و بسیاری از مردم و مسئولان معتقدند این می‌تواند فرصت مناسبی برای سرمایه‌گذاری‌های تجار ایرانی باشد. به همین مناسبت هفته گذشته وزیر جهادکشاورزی به دعوت وزیر کشاورزی روسیه، وارد مسکو شد تا در زمینه همکاری‌های دوطرفه تفاهمات لازم صورت بگیرد. در گزارش ایسنا آمده است: با منع واردات انواع میوه، تربار و موادغذایی اروپایی و امریکایی از سوی روسیه، این کشور بنا دارد خلأ ایجاد شده را با واردات از کشورهای آسیایی از جمله ایران جبران کند و به این ترتیب برای صادرکنندگان ایرانی فرصتی بسیار مناسب پدید آمده که روابط دو کشور را در این زمینه تقویت کنند. افزایش صادرات این نوع محصولات از ایران به روسیه از جمله محورهایی بود که در گفت‌وگوی رییسان‌جمهور دو کشور نیز که هفته پیش در آستراخان برگزار شد، مطرح شد.

حجم محدودی از برخی محصولات مانند خیار، سیب، فلفل، گوجه، کیوی و سبزیجات، خرما و پسته هم‌اکنون نیز از ایران به روسیه صادر می‌شود، اما در شرایط حاضر امکان افزایش صادرات این‌گونه کالاها در کنار برخی تولیدات گوشتی و غذایی و لبنی تا ده‌ها برابر وجود دارد.

اما از طرف دیگر، برخی کارشناسان معتقدند صادرات محصولات کشاورزی به کشورهای دیگر، عملا نوعی خام‌فروشی است. به عبارتی هیچ ارزش افزوده‌ای به این محصولات تعلق نمی‌گیرد و در مقابل آب مجازی هم از کشور خارج می‌شود. اینجا نکته‌ای که سرمایه‌گذاران و تجار باید به آن دقت کنند، فراهم کردن راهکاری برای ایجاد ارزش افزوده روی این‌گونه محصولات است. بنابراین شما می‌توانید با کمی خلاقیت و نوآوری، ارزشی افزوده به محصول مورد نظر بیفزایید و از این طریق سرمایه‌تان را نیز افزایش دهید.

خبر

به‌زودی فاز نخست مجتمع تفریحی جزیره شادی همدان افتتاح می‌شود

مدیر امور فنی و تحقیقات مهندسی مجتمع تفریحی جزیره شادی همدان گفت: در حال حاضر فاز نخست پروژه تقریبا آماده بهره‌برداری بوده و پیشرفت آن از مرز ۹۵ درصد گذشته است.

«محمدرضاپور پروانه» در گفت و گو با ایسنا اظهار کرد: تاکنون ۳۰ میلیارد تومان اعتبار علاوه بر احداث فاز نخست، برای خریداری تجهیزات، وسایل شهر بازی و پارک آبی هزینه شده است و تنها منتظر تامین آب دریاچه و نصب تجهیزات برای بهره‌برداری از فاز نخست مجتمع هستیم.وی ادامه داد: فاز نخست دارای امکاناتی همچون پیست بین‌المللی کارتینگ، پیست ATV، ساختمان اداری و فنی پیست‌ها، پیست کارتینگ مخصوص جانبازان و معلولان، جاده سلامت، مرکز تجاری، دریاچه شامل قایقرانی، ماهیگیری، کافی شاپ و آمفی تئاتر روباز روی آب، فست فود، سفره‌خانه سنتی و فانوس دریایی به‌عنوان المان پروژه است. پورپروانه با بیان اینکه این مجتمع در چهار فاز احداث خواهد شد، تصریح کرد: طبق برنامه زمانبندی شده باید سه فاز از پروژه در سال جاری به بهره‌برداری می‌رسید، اما افزایش قیمت مصالح و تجهیزات و سایر عوامل دست به دست هم داد تا این پیش‌بینی محقق نشود.

بازاریابی مجانی

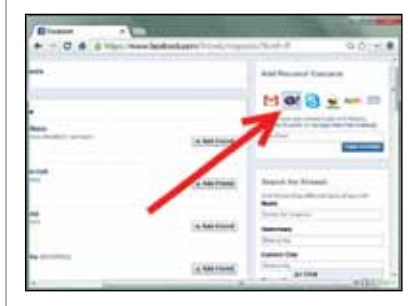
افزایش اعضای لیست ایمیل به‌صورت اتوماتیک

جیم کوکروم
مترجم: حامد تقوی

من در کسب‌وکار اینترنتی خود به‌صورت استراتژیک روی افزایش مداوم اعضای لیست ایمیل خود متمرکز شده‌ام. روزانه حداقل ۱۰۰ تا ۲۰۰ مشتری جدید را به قیف‌های مربوط به دریافت آدرس ایمیل اضافه می‌کنم. این مرحله از رشد پیوسته به‌صورت تصادفی اتفاق نمی‌افتد. من چند سیستم را تنظیم کرده‌ام که این نوع ترافیک را به سمت صفحات اطلاعات مربوط به تماس و ایمیل می‌کشانند.

با وجود تفاوت اندک میان سازمان‌ها و حوزه‌های کاری گوناگون چند استراتژی موثر وجود دارد که می‌توان با استفاده از آنها موجب افزایش تعداد اعضای لیست ایمیل شد. در اینجا به نمونه‌ای از موفقیت یکی از شاگردانم در زمینه لیست ایمیل در یک بازار کاری بسیار کوچک اشاره می‌کنم. اما در نظر داشته باشید که این مثال، نمونه‌ای از کاربرد گسترده استراتژی‌های مربوط به بازاریابی از طریق ایمیل است.

سایت من TacticalPaintballSniper.com است. ۹۸ درصد مشتریان هدف من مرد و عاشق لباس رزم، استتار و بازی‌های تاکتیکی هستند. من در سال ۲۰۱۰ این سایت را که در ابتدا تنها یک وبلاگ بود، راه‌اندازی کردم. در این زمینه مهارت‌هایی داشتم و می‌خواستم کمی از تجارب خود در اختیار دیگر افرادی که به این رشته علاقه‌مند بودند، قرار دهم. ابتدا به‌صورت استراتژیک فهرست پستی خود را تهیه کردم و سپس در مورد اعضای لیست تحقیقی انجام دادم تا با سایر علایق آنها آشنا شوم. هدف من ارائه محتوای مرتبط با آنها بود که در عین حال رابطه عمیقی با طرفداران خود برقرار می‌کردم. هشت ماه پس از راه‌اندازی سایت، لیستی شامل ۹۰۰ مشترک و نیز ۵۵۶ طرفدار در فیس‌بوک جذب کردم. هنگامی که یک ایمیل ارسال می‌کردم، ۳۱ درصد آن را باز و حدود ۱۵ درصد نیز روی لینک‌های ارسالی من کلیک می‌کردند. البته این میزان در مورد موضوعات خاص به حدود ۵۰ درصد می‌رسید.



بخش مورد علاقه من مکالمه با افرادی بود که علایق مشترکی با من داشتند. طرفداران من در سراسر دنیا در مورد ویدئوها، مقالات و ماجراهایی که با آنها به اشتراک می‌گذارم، ایمیل‌هایی به من ارسال می‌کنند.

سه استراتژی اصلی وجود دارد که من از ابتدا از آنها استفاده کرده‌ام. من از آموخته‌های خود در مورد لیست ایمیل، این ایده‌ها را به کار بستم. استفاده از این استراتژی‌ها، شالوده اصلی هدف من را تشکیل می‌داد.

۱- با افراد دیگری که در حوزه کاری شما از نقش کلیدی برخوردارند و همچنین لیست‌های از پیش آماده‌ای در این حوزه دارند، ارتباط برقرار کنید و در مورد به اشتراک‌گذاری اطلاعات با یکدیگر صحبت کنید. به‌عنوان مثال، یک تولیدکننده لباس پینت بال پیدا کردم و به صفحه او در فیس‌بوک ملحق شدم. من با او ارتباط متقابلی برقرار کردم، اطلاعات سودمندی را در صفحه او قرار دادم، کارهای او را تکمیل می‌کردم و به‌طور کلی تمامی امور لازم برای برقراری یک ارتباط خوب را انجام دادم. یک روز عصر یک پیام شخصی به او ارسال و از او تقاضا کردم در مورد انتخاب لباس پینت بال و هماهنگی آنها با اعضای لیست من با او مصاحبه کنم. او وقت خود را به این موضوع اختصاص داد و ۴۵ دقیقه مصاحبه‌ای را که انجام دادیم، با ۵۰۰ مشترک لیست خود و ۸۰۰۰مشترک لیست او به اشتراک گذاشتیم. این یک نمایش و حضوری بسیار پرابهت برای من در فضای اینترنت بود.

۲- به جای اینکه کل اعضای لیست را خطاب قرار دهید، با هر یک از اعضا به‌صورت شخصی صحبت کنید. زمانی که اقدام به برقراری ارتباط متقابل با افراد می‌کنید، همواره به خاطر داشته باشید که آنها یک شخص هستند نه یک لیست! زمانی که مطلبی می‌نویسید یا ویدئویی تهیه می‌کنید، طوری این کارها را انجام دهید که مخاطب تان یک شخص است. زمانی که شما از اعضای خود پیام‌های شخصی دریافت می‌کنید، به سرعت پاسخ دهید و مخاطب خود را یک شخص در نظر بگیرید. با گشاده‌رویی و محبت پاسخ دهید و به آنها این نکته را القا کنید که آنها به شما اعتبار و ارزش می‌بخشند. آنها این پیام شما را در سرتاسر اینترنت گسترش می‌دهند و از فرصت‌هایی که از این طریق پیش روی خود می‌بینید، شگفت‌زده خواهید شد.

۳- حضور مداوم داشته باشید و در عین حال اختصار را رعایت کنید. هیچ‌گاه اجازه ندهید یک یا دو هفته بگذرد و هیچ ارتباطی با افراد لیست خود برقرار نکنید. سرعت در دنیای اینترنت بسیار بالاست و اگر برای مدت طولانی حضور خود ابراز ندارید، فراموش خواهید شد. زمانی که ارتباط متقابل برقرار می‌کنید، به وقت و خواسته‌های مخاطب خود احترام بگذارید. اطلاعات و نکات کاربردی و سودمندی به آنها ارائه دهید تا بتوانند آنها را به کار بندند. زمان در اینترنت به راحتی از دست می‌رود. شما باید تنها با ارائه محتوای با کیفیت به وقت مشترکان خود احترام بگذارید.

تهیه یک لیست برای من بسیار لذت بخش است. تنها در خلال چند ماه از حضور نزدیک به صفر خود در اینترنت به کارشناسی در حوزه کاری خود تبدیل شدم و طرفداران بسیاری نیز جذب کردم که باعث شد فرصت‌های فراوانی برای من ایجاد شود، حتی بیشتر از آنچه بتوانم از همه آنها استفاده کنم. این پروسه الگویی در اختیار من قرار می‌دهد تا همین روند را مکررا در سایر حوزه‌های کاری مورد علاقه خود پیش بگیرم.

در شماره بعدی بخوانید
استراتژی‌های افزایش تعداد اعضای لیست ایمیل

تکنیک‌های برندینگ در حوزه ورزش

چطور یوفا به یک برند جهانی قدرتمند تبدیل شد

محمد قاضی‌زاده
مشاور برند و بازاریابی

چندین سال است که رقابت‌های باشگاهی، ملی و جهانی کشورهای مختلف در رشته فوتبال را دنبال می‌کنم. در میان این رقابت‌ها برخی با اقبال جهانی طرفدارانی از سرتاسر جهان، برخی با اقبال طرفدارانی در سطح همان قاره و برخی دیگر نیز تنها با اقبال طرفدارانی در حیطه جغرافیایی همان کشور مواجه شده‌اند.

در طول این چند سال همیشه علاقه‌مند بودم علت موفقیت و محبوبیت جهانی یا قاره‌ای برخی از این تورنمنت‌ها و جام‌ها را فارغ از نام باشگاه‌های حاضر در آنها یا نام اتحادیه‌های برگزارکننده بدانم. در کنار این، دنبال کردن برنامه نود عادل فردوسی‌پور که به شکلی حرفه‌ای مسائل و مشکلات و اتفاقات فوتبال ایران را واکاوی می‌کرد نیز به علاقه‌مندی برای پیدا کردن جواب سوالم افزود.

مسائل زیادی همچون بی‌نظمی در برگزاری، کم‌توجهی به تشریفات، کمبود بودجه همیشگی در تامین هزینه‌های جاری، فقدان زیرساخت‌های مناسب، پوشش کیفی تلویزیونی در حد متوسط و شاید حتی پایین، بی‌برنامگی در جذب اسپانسرها و مشکلات درآمدزایی همیشه گریبان‌گیر فوتبال ما بوده و هست و همیشه نیز مورد بحث بوده است. اما شاید در هیچ یک از قسمت‌های برنامه‌هایی همچون نود و برنامه‌های مشابه و مقالات مختلف در روزنامه‌ها و مجلات ورزشی به خاطر نمی‌آورم که به یکی از عوامل اصلی به وجود آمدن این مشکلات که فقدان برندسازی و بازاریابی صحیح برای باشگاه‌ها و خود لیگ است اشاره جدی شده باشد و به‌صورت حرفه‌ای به آن پرداخته شده باشد.

در صورتی که هر زمان از ورزش، لیگ و ورزشکار حرفه‌ای یاد می‌شود، مقوله نگرش اقتصادی به آن مطرح می‌شود، اما اغلب راه‌های اصلی درآمدزایی مغفول مانده و باشگاه‌ها و کلیت فوتبال به دنبال تامین و جذب سرمایه از طریق دولت یا بخش خصوصی، واگذاری باشگاه‌ها، افزایش اعداد و ارقام نقل و انتقالات و... هستند. کمتر مسئولی در فوتبال ما شاید به درمان این مسائل و افزایش درآمد باشگاه‌ها، فدراسیون، جذب طرفداران بیشتر و اعتبار دادن به برند لیگ، باشگاه‌ها و... از طریق بازاریابی و برندسازی علاقه نشان داده باشد.

به همین دلیل سه سال پیش تصمیم گرفتم به مطالعه برنامه‌ها، راهکارها، استراتژی‌ها و فعالیت‌های مختلف برندسازی و بازاریابی جام‌ها، لیگ‌ها و باشگاه‌های مختلف بپردازم. در این نوشته سعی دارم به بررسی علل موفقیت آنها و فرآیند تبدیل شدن این جام‌ها، لیگ‌ها و باشگاه‌ها به برندهایی قدرتمند که علاوه بر کسب اعتبار برای خودشان، به بازیکنان و... نیز اعتبار زیادی داده‌اند و درآمدهای سرشاری نصیب خود کرده‌اند، بپردازم. در نخستین مقاله از این سلسله نوشته‌ها می‌خواهم به بررسی علل تبدیل جام قهرمانان یوفا به یکی از معتبرترین برندها در میان لیگ‌ها و جام‌های در حال انجام جهان بپردازم.

رقابت بین باشگاه‌های سرشناس و برتر اروپا به سال ۱۹۵۰ برمی‌گردد. سالی که در آن یکسری بازی دوستانه بین ولورهمپتون واندررز (Wolverhampton Wanderers) انگلستان و هانود (Honved) مجارستان برای مشخص شدن برترین باشگاه اروپا انجام پذیرفت. در این تاریخ گابریل هانوت، سردبیر مجله ورزشی فرانسوی اکیپ پیشنهاد برگزاری یکسری از مسابقات بین تیم‌های قهرمان لیگ هر کشور اروپایی را مطرح کرد. این مسابقات که جام قهرمانان باشگاه‌های اروپایی نامیده شد با همین عنوان تا ۴۰ سال بعد بدون هیچ تغییر اساسی انجام شد. اما محبوبیت تلویزیون به‌عنوان رسانه محبوب فوتبال دوستان، ظهور ماهواره و تلویزیون‌های کابلی و در نتیجه رشد چشمگیر درآمد باشگاه‌ها از محل فروش حق پخش این مسابقات، یوفا (اتحادیه فوتبال اروپا و برگزارکننده این رقابت‌ها) را بر آن داشت تا اقدام به بازنگری و کشف راه‌های جدید درآمدزایی این مسابقات کند.

به همین منظور یوفا در سال ۱۹۹۲ با همکاری شرکت TEAM تعریف و تدوین هویت برند و نام جدید این تورنمنت را آغاز کرد؛ نامی که دیگر از جام قهرمانان باشگاه‌های اروپا به لیگ قهرمانان یوفا تغییر پیدا کرده بود.

نحوه شکل‌گیری برند لیگ قهرمانان یوفا

مهم‌ترین فاکتور درگذار از یک نام ساده (لیگ قهرمانان یوفا) به نمونه‌ای از یک برند جهانی موفق نگاه به آن به‌عنوان یک کالای ورزشی بود. همان‌طور که یک کالا ویژگی‌ها و اجزای مختلفی دارد که با در کنار هم قرار گرفتن آنها تحت یک نام تولید شده و با انجام یکسری فعالیت‌های برندسازی و بازاریابی برای آن، یک برند ساخته می‌شود، این رویداد نیز با همین نگرش به یک برند موفق که طرفداران بسیاری را برای خود جفت و جور کرد، تبدیل شد.

در این بخش می‌خواهیم نگاهی اجمالی به فعالیت‌های بازاریابی و برندسازی که این برند را به این مرحله از شهرت و محبوبیت رسانده، بیندازیم.

خلاصه فعالیت‌های بازاریابی

۱- به کارگیری استراتژی بازاریابی متمرکز

گذار از لیگ اروپایی به جام قهرمانان یوفا با هدف درآمدزایی تجاری از یک تصمیم شروع شد. تصمیمی برای متمرکز اداره کردن و کنترل کردن تمام فعالیت‌های بازاریابی، تجاری و برندسازی این تورنمنت، تحت لوای یک مرکزیت به نام یوفا. این استراتژی به یوفا اجازه کنترل و نیز حداکثرسازی درآمدهای ناشی از این رویداد را می‌داد. پیش از این تصمیم به‌طور مثال هر باشگاه به‌طور مستقل مسئولیت فروش حق پخش تلویزیونی، تبلیغات دور زمین و جذب اسپانسرها را بر عهده داشت اما این حقوق پس از این تغییر به‌طور کامل به یوفا واگذار شد و صندوق مرکزی یوفا، درآمدی مشخص از فروش این حقوق را در اختیار هر کدام از باشگاه‌ها قرار می‌داد. میزان

این پرداخت‌ها به هر باشگاه براساس افتخارات و جام‌های کسب شده توسط آن باشگاه و نیز وضعیت بازار هر باشگاه به آن اختصاص پیدا می‌کرد. وضعیت بازار براساس میزان اقبال به آن باشگاه در بازار یعنی تعداد هواداران و ارزش سهام آن تعریف شد. بدین شکل باشگاه‌هایی که با این تعریف بازار بزرگ‌تری داشتند به مراتب بیش از آن زمانی که خود اقدام به بازاریابی یا فروش آگهی‌هایشان می‌کردند پول به سویشان روانه می‌شد. با به‌کارگیری این استراتژی یوفا به مراتب بیشتر از کل مجموعه درآمد انفرادی هر باشگاه درآمد کسب می‌کرد و منافع همه را افزایش می‌داد.

۲- تجدید نظر در روش کسب درآمد از اعطای حق پخش تلویزیونی و اتفاقات جانبی آن

لیگ قهرمانان یوفا باید برندی می‌شد که بینندگان تلویزیونی زیادی را به خود جلب می‌کرد. در همین راستا یوفا یکی از برنامه‌های اصلی‌اش را تاسیس یک کانال تلویزیونی (ایستگاه تلویزیونی) قرار داد تا علاوه بر افزایش امکان دسترسی علاقه‌مندان این رقابت‌ها به تماشای تمام بازی‌ها، تلویزیون‌های ملی و کابلی کشورهای مختلف را با یک کانال و ایستگاه تلویزیونی واحد طرف قرارداد کرده و آنها را ملزم به پرداخت حق پخش به یوفا کند.

یوفا با در نظر گرفتن این نکته که محبوب‌ترین برنامه تلویزیون در کل اروپا پخش مسابقات فوتبال است، از تصمیم خود مطمئن بود. البته هدف از اخذ این تصمیم صرفا افزایش درآمد نبود بلکه بهینه‌سازی درآمدها، ایجاد بستری برای تمام ملیت‌ها برای تماشای این رقابت‌ها و برندسازی در راستای جذب درآمدهای ناشی از جذب اسپانسرها نیز برای یوفا اهمیت داشت. به این وسیله یوفا توانسته تاکنون بیش از ۵ میلیارد فرانک سوئیس درآمد این رویداد را بین باشگاها تقسیم کند. به‌طور مثال در لیگ ۲۰۰۴-۲۰۰۳، ۶۳۳ میلیون فرانک از درآمد به باشگاه‌های حاضر در رقابت‌ها پرداخت شد و ۲۵۰ میلیون فرانک هم به ایجاد زیرساخت‌های فوتبال در اروپا و تامین هزینه‌های جاری یوفا اختصاص پیدا کرد.

۳- متمرکزسازی جذب اسپانسرها

قبل از انجام این تغییرات هر باشگاه ورزشی خود به تنهایی کنترل درآمدهای ناشی از تبلیغات در فضای استادیوم‌هایش را بر عهده داشت اما یوفا با ذکاوت و در راستای متمرکزسازی جذب اسپانسر، تصمیم به یکپارچه‌سازی تبلیغات دور زمین‌ها و فضای استادیوم‌ها گرفت تا بتواند با ایجاد بسته‌های پیشنهادی جذاب‌تر برای اسپانسرهایی که ترجیح می‌دادند شکیل‌تر، با قدرت‌تر و نیز منحصر به فردتر باشند و در تمام طول رقابت‌ها دیده شوند درآمدهای بسیار بیشتری را به سوی خود روانه سازد. با این کار علاوه بر حضور تعداد پیام‌های تبلیغاتی کمتر اما واضح‌تر و رساتر فضای بصری استادیوم‌ها نیز کیفیت بالاتری پیدا می‌کرد و شکیل‌تر می‌ماند. یوفا به همین منظور تصمیم گرفت برای هر دوره از مسابقات تا سقف ۸ اسپانسر جذب کند. این عمل به اسپانسرها کمک می‌کرد تا بتوانند به‌علت تعداد کم‌شان از تمام فضاها و ظرفیت موجود همچون تبلیغ روی بلیت‌های مسابقات، تبلیغات دور زمین، مراسم اهدای جوایز، فضای پشت زمینه مصاحبه‌ها و دیگر فرصت‌های موجود برای تبلیغات برندهایشان بیشترین بهره را ببرند.

علاوه بر این اسپانسرها از مزیت پخش آگهی‌های تلویزیونی‌شان پیش از شروع مسابقه و بین دو نیمه در تلویزیون نیز بهره‌مند می‌شدند. بنابراین فرصت از دیگر شرکت‌هایی که با ذکاوت و پرداخت هزینه‌های به مراتب کمتر می‌خواستند تبلیغاتشان را در پیش از شروع مسابقه یا بین دو نیمه پخش کنند گرفته می‌شد. با انجام این تغییرات به‌طور مثال در لیگ ۲۰۰۴- ۲۰۰۳ چیزی بالغ بر ۱۷۷ میلیون فرانک سوئیس از محل جذب اسپانسرها به سمت یوفا روانه شد. یوفا همچنین به شرکت‌های صاحب تکنولوژی و برخی کالاهای مورد نیاز دیگر که در این رقابت‌ها از آنها استفاده می‌شد، اجازه می‌داد به‌عنوان اسپانسر رده دوم، عملکرد واقعی محصولات خود را به بازار و بینندگان رقابت‌ها معرفی کنند و بدین صورت هزینه‌های خود را نیز کاهش می‌داد.

۴- ایجاد و کسب درآمد از رسانه‌های جدید و اعطای حق استفاده از نام تجاری

یوفا در راستای استراتژی بازاریابی متمرکز خود در کنار کسب درآمد از محل فروش حق پخش تلویزیونی و جذب اسپانسرها که البته تامین‌کننده بخش عمده درآمدها هستند، قدم فراتر گذاشته و اقدام به ایجاد و فروش رسانه‌های جدید و نیز خلق فرصت‌های جدید برای اعطای حق استفاده از نام تجاری‌اش کرد. به‌طور مثال توپ رسمی مسابقات که شرکت آدیداس تولیدکننده آن است محبوب‌ترین محصولی است که توانسته با استفاده از نام و لوگوی این رقابت‌ها علاوه بر فروش چشمگیر، به افزایش اعتبار برند شرکت خود نیز کمک شایانی کند.

رسانه‌های جدید که برخی محصول تکنولوژی‌های جدید همچون اینترنت و اپراتورهای تلفن همراه هستند نیز از چشم یوفا مغفول نمانده‌اند. هم‌اکنون این تولیدکنندگان محتوا اغلب تنها با کسب مجوز از یوفا می‌توانند مطالبی را که به این جام مربوط می‌شود، نشر دهند، به‌طور مثال محتواهایی که اپراتورهای تلفن همراه برای مشترکان فوتبال‌دوست یا بهتر بگوییم علاقه‌مندان لیگ قهرمانان آماده می‌کنند، باید با پرداخت حق امتیاز به یوفا منتشر و فروخته شود. البته با توسعه شبکه‌های تلفن همراه نسل سوم و تولید محتواهای متنوع و دشواری نظارت بر تمام توسعه‌دهندگان محتواها، کنترل این موضوع توسط یوفا نیز بسیار دشوار شده است.

کافه بازاریابی

چرا دنیا دیگر به کام مک‌دونالد نیست؟

زهرا جورابلو

دنیا دیگر به‌کام مک‌دونالد نیست و اخیرا فروش بزرگ‌ترین رستوران زنجیره‌ای جهان افت شدیدی داشته است. به گزارش مارکتینگ نیوز، مک‌دونالد (MCD) یک بار دیگر در ماه آگوست فروش ناامیدکننده‌ای را در سطح فروشگاه‌هایش تجربه کرد.

فروش مک‌دونالد در ماه آگوست در ایالات متحده در مقایسه با ماه گذشته ۲/۸ درصد کاهش داشت و شاهد افت ۳/۷ درصدی در سراسر جهان بود. ارزش سهام مک‌دونالد نیز کاهش یافته است.

با هم دلایل فروپاشی مک‌دونالد را بررسی می‌کنیم:

۱- کیفیت؛ بزرگ‌ترین مشکل مک‌دونالد

مک‌دونالد تلاش خود را برای ارتقای کیفیت موادغذایی به کار گرفته است و از این موضوع آگاه است که سایر رستوران‌های زنجیره‌ای که مواد غذایی با کیفیت خود را به‌راحتی و با خدمت‌رسانی سریع در اختیار مشتریان قرار می‌دهند، در حال گسترش هستند. متاسفانه کیفیت مواد غذایی مک‌دونالد به‌شدت پایین آمده است.

براساس تحقیقی که روی بیش از ۳۲هزار مصرف‌کننده فست فود انجام گرفت، رتبه مک‌دونالد از میان ۲۱ رستوران زنجیره‌ای پیشرو در تهیه همبرگرهایی با طعم و کیفیت بالا ۲۱ یعنی آخرین رتبه بود! به نظر شما آخرین باری که یک برند توانسته است نظر منفی مصرف‌کنندگان را درباره محصولات خود تغییر دهد، به چه زمانی برمی‌گردد؟ مطمئنا این کار برای مک‌دونالد آسان نخواهد بود.

۲- منوی طول و دراز مک‌دونالد باعث تاخیر و بروز اشتباهاتی در سرو غذا می‌شود

خیلی وقت است که نام مک‌دونالد در ذهن مشتریان دیگر تنها تداعی‌کننده همبرگر یا سیب‌زمینی سرخ‌کرده نیست؛ ارائه محصولات جدید توسط مک‌دونالد یکی از دلایل شکست این غول فست‌فودی جهان است.

مک‌دونالد میزبان برنامه گفت‌وگوی اینترنتی با فرانشیز خودش در سال گذشته بود و به آنها درباره افزایش میزان شکایات مشتریان از برخورد نامناسب کارمندان هشدار داد.

چه عاملی باعث شده که مشتریان تا این اندازه از مک‌دونالد ناراضی شوند؟ مجله صنعتی تجارت QSR (مجله‌ای در حوزه صنعت فست فود) هر ساله عملکرد فست‌فودها را بررسی و سرعت معاملات را ارزیابی می‌کند. این مجله سال گذشته اعلام کرد میانگین زمانی که یک مشتری برای دریافت سفارش خود در مک‌دونالد باید منتظر بماند، به بیش از سه دقیقه افزایش یافته است.

منوی شلوغ و پیچیده مک‌دونالد بیشتر از آنکه به این رستوران سود برساند، در جهت تخریب آن گام برمی‌دارد.

۳- دنیا دیگر به کام مک‌دونالد نیست

مک‌دونالد تابستان امسال شرایط خوبی در داخل امریکا نداشت، اما عملکردش در سطح جهانی بهتر بوده است و این به آن معنی نیست که در این سطح عملکرد خوبی داشته است.

فروش مک‌دونالد در چین کاهش چشمگیری داشته است. این درحالی است که روسیه نیز چندین شعبه مک‌دونالد را به بهانه ایمنی مواد غذایی در این کشور تعطیل کرده و همه می‌دانیم که انگیزه‌های روسیه سیاسی بوده است. همان جهانی که روزی به کام مک‌دونالد بود، حالا درحال نابودی آن است.

۴- مک‌دونالد در نقش «آدم بده»

حدود یک سال از زمانی که اتحادیه بین‌المللی خدمات کارکنان، کمپین Fight for 15 را راه‌اندازی کرد، می‌گذرد. یکی از اهداف این کمپین افزایش ۱۵درصدی حداقل دستمزد کارگران فست‌فودی بود. لوگوی مک‌دونالد، بزرگ‌ترین رستوران زنجیره‌ای فست فود در جهان، سمبل این کمپین بود.

نتیجه نهایی اینکه موضوع فقط مربوط به ارزانی موادغذایی مک‌دونالد نیست. مالک ۸۰ درصد رستوران‌ها فرانشیزهای مستقلی هستند که با نرخ فروش کمتری کار می‌کنند.

با این حال، کسانی که طرفدار دو برابر کردن دستمزد در مک‌دونالد هستند، ممکن است از قوانین اصلی این رستوران آگاه نباشند؛ این در حالی است که بسیاری از رقبای مک‌دونالد شرایط بهتری دارند.

۵- بازگشت به اصول اولیه راهکار خوبی نیست

اکثر کارشناسان معتقدند که مک‌دونالد نیاز دارد که به همان ریشه و اصل ساده خود بازگردد تا در اوج بماند. مشکل اینجاست که این راه‌حل کارساز نیست.

به نظر شما اگر مک‌دونالد نوشیدنی‌های فانتزی مانند قهوه و غذاهایی مانند ساندویچ مرغ و همبرگر لذیذ را از منویش حذف کند، فروش افزایش خواهد یافت؛ با این کار مشتریان بیشتری را از دست خواهد داد؟

یک رستوران کوچک می‌تواند بدون سرو دسر، میلک‌شیک، یا ساندویچ‌های فانتزی امور خود را بگذراند. اما مک‌دونالد رستوران بزرگی است و چالش اینجاست که باید بتواند محبوبیت خود را در عین گستردگی حفظ کند.

کافه تبلیغات

رقابت تغییر تیپ و لباس با یک اتاق پرو منحصر به فرد

مرضیه فروتن

گاهی اوقات حتی وقتی که زبان یک کمپین را نمی‌فهمیم، هنوز هم می‌توانیم شاهد کیفیت بالای آن باشیم. به هر حال این موضوع معیار درست موفقیت بصری یک کمپین از رسانه‌های مختلف به شمار می رود و نشان‌دهنده توانایی آن در رابطه با جذب و سرگرم کردن افراد است. کمپین اخیر یک خرده‌فروش لباس به نام e5 موسوم به Outfit-O-Mat که در شهر آنتورژ بلژیک راه افتاده نیز یک رقابت بر سر تغییر تیپ و لباس را تبلیغ می کند.

Outfit-O-Mat

Outfit-O-Mat ساختمانی شبیه به یک ماشین بزرگ است که وسط یک خیابان با مراکز خرید مختلف در شهر آنتورپ ساخته شده و به مردم شانس برخورداری از یک تغییر تیپ فوری را می‌دهد. همه افراد باید دکمه نشان‌دهنده تیپ محبوب خود را فشار داده و سپس به داخل آسانسوری قدم بگذارند که درهایش برایشان باز شده است. با توجه به این ویدئو پس از گذشت مدت کوتاهی آنها با لباسی کاملا جدید از آسانسور خارج می شوند و ظاهری تازه پیدا می کنند. مردم او را تشویق می کنند و یک مدل علاقه‌مند دیگر برای آزمایش این ماشین جادویی داخل آسانسور می‌رود.

چرا ما آن را دوست داریم؟

عوامل مختلفی در علاقه‌مندی ما به کمپین Outfit-O-Mat موثر بوده و فقط با تکیه بر مشاهدات ما در این ویدئو، این کمپین را می توان از جهات مختلف بررسی کرد.

این کمپین سخاوتمندانه است

کمپین‌های سخاوتمندانه همیشه برنده هستند. وقتی برندها چیز با ارزشی را عرضه می کنند، احتمال دریافت چیزی ارزشمند بیشتر می‌شود که در این مورد همان تعامل، به اشتراک‌گذاری و پوشش دادن کمپین است. Outfit-O-Mat سخاوت در قالب یک بسته‌بندی جدید و جالب است که با اهدای چیزی رایگان با مشتریان و شرکت‌کنندگان ارتباط برقرار کرده و در همین حین به آنها شانس تجربه چیزی متفاوت را نیز می‌دهد.

این کمپین شخصی است

این خرده فروش لباس موسوم به e5، با همکاری آژانس تبلیغاتی Friendship، در مسیر سخاوت یک گام بلندتر برداشته است. هر برند می تواند چیزی را ببخشد اما یک برند خاص به طور همزمان می تواند بخشنده و شخصی نیز باشد. یک عامل فروش بزرگ در بسیاری از کمپین‌های بازاریابی چریکی، شخصی کردن آنهاست. این در حالی است که کمپین‌هایی از این نوع راهی عالی برای افشای هویت حقیقی و حقوقی برندها به شمار می‌رود. با تطابق کامل میان سبک لباس و شخصیت فرد، e5 توانسته تاثیری بزرگ روی شرکت‌کنندگان و بینندگان بگذارد.

این کمپین مرتبط است

تحلیلگران حین تلاش برای کشف پیام این کمپین با برخی پیام‌های پیچیده روبه‌رو شدند. به گفته برخی منابع هدف از برگزاری کمپین فوق جلب توجه به سوی یکسری لباس‌های فصلی جدید بوده و به اعتقاد سایرین، چنین کمپینی با نیت اطلاع‌رسانی برای برگزاری یک مسابقه تغییر تیپ توسط e5 راه‌اندازی شده است. اما به هر حال این کمپین با هویت برند بسیار مرتبط است. در کنار نمایش تنوع موجود در خط تولید لباس این برند، پتانسیل برگزاری یک مسابقه تغییر تیپ توسط e5 نیز با افتخار نشان داده می‌شود. آنچه دریافتیم این است که با انتخاب سبک مورد نظر، شرکت‌کنندگان به آسانسور پا گذاشته و با دو متخصص مد به نام‌های اما گلودو تانگوی اوتومر ملاقات می کنند. این دو متخصص با استعداد دنیای مد به تغییر سبک لباس پوشیدن فرد کمک کرده و براساس استقبال مردم از او هنگام خارج شدن از آسانسور میزان موفقیت خود را می‌سنجند.

دست‌اندرکاران

آژانس تبلیغاتی: Friendship، آنتورپ، بلژیک
مدیر خلاقیت: فیل بلونده
مدیران هنری: باتیست ورمولن و اولیویه فیمرز
عکاسان: باس فن هوف و الینه راس
منبع: www.creativeguerrillamarketing.com

از میان خبرها

بسته‌بندی زیست محیطی فنجان قهوه ضایعات را کاهش می‌دهد

دو طراح فعال در حوزه بسته‌بندی به نام‌های جئونگ لان و جو سائه بوم یک نوع بسته‌بندی خاص را طراحی کرده‌اند که با ترکیب قهوه و چای فوری با اسم «CUP.FEE» شناخته می‌شود. این بسته‌بندی زیست محیطی با ساختاری شبیه به کیسه کاملا از کاغذ قهوه‌ای محکم و صاف کرافت تهیه شده که قابل بازیافت است و می‌توان قبل از مصرف نوشیدنی از آن به‌عنوان یک فنجان، قسمت بالایی کیسه را جدا کرد. بر خلاف دیگر بسته‌بندی‌های قهوه فوری که با یک تکه چوب همزن جداگانه همراه است، این نوار بریده شده را می‌توان برای هم زدن استفاده کرد و در نتیجه از میزان ضایعات کاست.

نگاهی به تفاوت طراحی رسانه‌های تبلیغاتی در ایران و جهان

بومی‌سازی به دلیل سرقت!

هیچ سازمان و مرجعی پاسخگوی معضل سرقت رسانه نیست

نرگس فرجی

در هر روند تبلیغاتی چندین پیام برای انتقال به مخاطب تعریف می‌شود، پیام‌هایی که باید از طریق رسانه‌ها به مخاطب منتقل شوند و رسانه‌هایی که در انتقال بهتر پیام نقش مهمی را ایفا می‌کنند. شاید بتوان گفت در اجرای طرح‌های خلاقانه تبلیغاتی حرف اول و آخر را رسانه‌ها می‌زنند.

برای انواع مختلف رسانه‌ها تعریف و کارکردی مشخص وجود دارد و هر کدام از آنها برای جلوه بخشیدن به پیام استفاده می شوند. رسانه‌های مختلفی وجود دارند که در انواع تبلیغات؛ محیطی، تلویزیونی و چاپی مورد استفاده قرار می‌گیرند. روزانه تعدادی رسانه جدید به رسانه‌های قدیمی‌تر اضافه می‌شوند که کارکردی متفاوت از قدیمی‌ترها دارند. یکی از رسانه‌هایی که به تازگی به جمع رسانه‌های تبلیغاتی داخل کشور اضافه شده، لمپست بنر است.

البته این مسئله به پنج سال پیش بازمی‌گردد و لفظ تازگی به آن جهت مورد استفاده قرار می‌گیرد که به نسبت مابقی رسانه‌های محیطی جوان‌تر است.

رسانه‌های لامپ‌دار یا بی‌لامپ

این رسانه‌ها در همه‌جای دنیا روی پایه‌های چراغ‌های خیابان نصب می‌شوند، به همین دلیل به آنها لمپست بنر می‌گویند. بسیاری از کارشناسان تبلیغاتی تا نام آن را می‌شنوند، واکنش نشان می‌دهند و می‌گویند: چون در این رسانه از روشنایی و لامپ استفاده نشده نباید آن را لمپست بنر نامید، اما چه روشنایی داشته باشد چه نداشته باشد به هر حال این رسانه‌ها در تمام دنیا با این نام مورد استفاده قرار می‌گیرند و نمی‌توان از خود بدعتی جدید ایجاد کرد و نام آن را با توجه به سلیقه شخصی تغییر داد، مگر زمانی که بخواهید کارکرد این رسانه را نیز تغییر دهید که این کار نیز دشوار است و در نتیجه نمی‌توان نام کاربری این رسانه را در کشور تغییر داد.

حال این سوال مطرح می‌شود که چرا وقتی کاربرد رسانه‌ای در تمام دنیا یکی است، وضعیت آن باید در کشور ما متفاوت باشد؟

تاثیرگذاری فراوان رسانه‌های محیطی

لمپست بنرها یا همان پایه‌های بالدار کارکردی متفاوت از رسانه‌های محیطی دیگر دارند. این کارکرد در اشاعه بیشتر پیام‌های تبلیغاتی کمک بزرگی به شرکت‌های تبلیغاتی کرده است. در تمام دنیا این رسانه به دلیل انعطاف بالایی که در برابر وزش باد یا شرایط جوی دارد در محیط‌های بسیاری مورد استفاده قرار می‌گیرد. این سازه به‌گونه‌ای طراحی شده که موقع وزش باد شدید پاره نشود و شمایل آن نیز تغییر نکند، اما این انعطاف درکشور ما دستخوش تغییراتی شده است.

فنرهای به کار رفته در براکت این رسانه باعث انعطاف این لمپست بنرها می‌شود، فنرهایی که قابلیت ویژه‌ای به این رسانه می‌دهند تا جایی که به گفته کارشناسان پنج عدد لمپست بنر تاثیری برابر با یک بیلبورد در شرایط خوب محیطی دارد، اما این فنرهای انعطاف‌پذیر در این رسانه موقع ورود به کشور از این لمپست بنرها جدا شده‌اند و دیگر مورد استفاده قرار نمی‌گیرند.

به همین دلیل است که عکس‌هایی که از این رسانه در کشورهای خارجی می‌بینید با عکس‌های داخلی از این رسانه متفاوت است.

این رسانه در کشور موقع استفاده در مقابل وزش باد قابلیت قبل را ندارد و به راحتی کج و از فرم اولیه خارج می‌شود. هرچند اگر از این رسانه به درستی استفاده شود، علاوه بر جلب توجه مخاطب نسبت به پیام تبلیغاتی، باعث زیبایی نمای شهری نیز می‌شود.

رسانه‌هایی با قابلیت جلب توجه مخاطب بسیار

مهدی بهجت، قائم‌مقام مدیرعامل شرکت ایما نقشینه، شرکتی که مجری انحصاری این رسانه در کشور است، درباره رسانه لمپست بنر به «فرصت امروز» می‌گوید: رسانه‌های جدید را باید با توجه به نوع و کاربرد آنها مورد بررسی قرار داد، یکی از رسانه‌های

> **براکت‌ها به خاطر قیمت آن همیشه مورد توجه سارقان قرار دارند و مورد سرقت قرار می‌گیرند. این سرقت‌های مداوم ما را ناچار به تغییر طراحی این رسانه کرده است. مجبور به جوش دادن پایه‌ها شده‌ایم که به این ترتیب رسانه خاصیت اولیه خود را از دست داده است**

جدیدی که به‌صورت انحصاری پنج سالی است شرکت ایما نقشینه مورد بهره‌برداری قرار داده است لمپست بنر است. همان پایه‌هایی که دوبال دارد و به‌عنوان رسانه‌های تبلیغاتی مورد استفاده قرار می‌گیرد. این وسیله توسط شرکت ما وارد کشور شد و به‌عنوان یک رسانه نو و مقرون به صرفه می‌توان از آن استفاده کرد. بهجت ادامه می‌دهد: به‌طورکلی رسانه‌ها را از دوجنبه می‌توان مورد بررسی قرار داد؛ یکی از لحاظ بازده و دیگری از لحاظ اثربخشی. اینکه رسانه چقدر مقرون به‌صرفه است یا اینکه رسانه چقدر می‌تواند مخاطب ما را مورد خطاب قرار دهد، همگی ارزش رسانه را مشخص می‌کند.

او کارکردهای اصلی لمپست بنر را اینچنین برمی‌شمرد: این رسانه را می‌توان در تعداد زیاد مورد استفاده قرار داد و پیام‌های مختلفی را در یک مسیر تعریف شده رفت و برگشت به مخاطب منتقل کرد. این رسانه تنها رسانه‌ای است که در رفیوژ قرار دارد، یعنی در میانه خیابان و در مسیر دید بسیاری از افراد. در حالی که مابقی رسانه‌ها درحاشیه خیابان و اتوبان قرار می‌گیرند. نصب این رسانه راحت است و در هرمکانی می‌توان آن را نصب کرد مانند مقابل مراکز فروش و شاپینگ مال‌ها. حتی زمانی که می‌خواهید مراسم افتتاحیه یا اطلاع‌رسانی در مورد نحوه عملکرد یک سازمان داشته باشید، به راحتی می‌توانید از این رسانه استفاده کنید. در مجموع این رسانه باتوجه به نوع کارکرد آن رسانه‌ای موفق است.

لمپست بنرها طعمه چربی برای دزدها

بهجت درمورد عدم انعطاف‌پذیری این رسانه‌ها در ایران می‌گوید: درکشور ما تفاوت اساسی میان طراحی یک رسانه روی کاغذ با زمانی که قرار است آن رسانه اجرایی شود، وجود دارد. معمولا روی کاغذ طراحی رسانه بهتر اجرا می‌شود ولی زمانی که می‌خواهیم آن را به‌صورت واقعی در محیط بیرون اجرا کنیم، موانع بسیاری برای این کار در مقابل یک شرکت رسانه‌دار قرار می‌گیرد. لمپست بنر یک رسانه حرفه‌ای و توسعه‌یافته است و در بسیاری از شهرهای اروپا مخصوصا در لندن مورد استفاده قرار می‌گیرد و کاربرد بسیاری نیز دارد. حال در جواب اینکه چرا چنین رسانه پرکاربردی درکشور ما به این شکل اجرا شده باید بگویم متاسفانه دسترسی به این رسانه راحت است و این دسترسی آسان این رسانه را به راحتی در معرض سرقت قرار می‌دهد. این رسانه‌ها پایه‌هایی دارد به نام براکت؛ این پایه‌ها وظیفه‌شان مهار بنرهاست. مقاومت و انعطاف در برابر شرایط جوی به عهده همین پایه‌هاست. ولی به خاطر دزدی این رسانه ما مجبوریم این براکت‌ها را به پایه‌های آن جوش کاری کنیم. درواقع با شیوه خودمان این رسانه را بومی‌سازی کنیم. این براکت‌ها به خاطر قیمت آن همیشه مورد توجه سارقان قرار دارند و مورد سرقت قرار می‌گیرند. این سرقت‌های مداوم ما را ناچار به تغییر طراحی این رسانه کرده است. مجبور به جوش دادن پایه‌ها شده‌ایم که به این ترتیب رسانه خاصیت اولیه خود را از دست داده است. این موضوع مانند ماشینی می‌ماند که کمک فنر آن باعث حرکت آسان‌تر و انعطاف آن شده است. حال اگر امکان دزدی این کمک فنر وجود داشته باشد، مجبور به تغییر کاربری هستیم و باید آن را جوش بدهیم. در نتیجه کاربرد اولیه را نخواهد داشت.

بهجت اضافه می‌کند: معضل سرقت برای این رسانه وجود دارد، معضلی که قابل حل شدن هم نیست. ما در این پنج سال بیش از ۳۰ دزد گرفته‌ایم. دزدهایی که موفق به دستگیری آنها نشده‌ایم تعدادشان بی‌شمار است و متاسفانه تمامی ندارند. این موضوع فقط درمورد این رسانه‌ها صدق نمی‌کند و در بسیاری از رسانه‌های محیطی با این مشکل مواجهیم، برای مثال سال گذشته تصمیم به اجرای سازه‌ای مکانیکی برای یکی از شرکت‌های موادغذایی گرفتیم، سازه‌ای مکانیکی که قرار بود قابل حرکت باشد در نتیجه نیاز به سیم‌کشی داشت، اما به دلیل سرقت‌های زیادی که در مورد سازه‌های مشابه اتفاق افتاده بود، شرکت زمانی طولانی را صرف نصب آن کرد و ساختار آن را تغییر داد. همین مسئله باعث شد که سیم‌ها از این سازه بیرون بماند و باعث شود نمایی که انتظار آن را داشتیم به‌دست نیاید. این کارشناس در پایان تاکید می‌کند در زمینه این سرقت‌ها هیچ ارگان و سازمانی پاسخگو نیست و هیچ مرجع قانونی نیز مسئولیت این کار را نمی‌پذیرد.

تبلیغات خلاق

آگهی: هدفون Harman Kardon- شعار: هدفون با کمترین نویز!

رسانه

تبلیغات اینترنتی تاثیرگذار و قابل اندازه‌گیری

منیژه صادقی

واضح است که تبلیغات اینترنتی از همان شروع کار خود به این جهت ایجاد شده تا کمپانی‌ها راحت بتوانند بفهمند چه میزان از مشتریان و خریدارانشان از این طریق به سوی آنان جلب شده‌اند. اما سوال اصلی که در اینجا باید به آن پرداخت این است: «آیا واقعا تبلیغات اینترنتی می‌تواند نظر مشتری را به سمت خود جلب کند و باعث شود او به سمت خریداری آن جنس به‌خصوص برود؟»

یک راز کوچک بد در مورد فعالیت اهالی تبلیغات وجود دارد و آن این است که بخشی از کار آنان کاملا براساس حدس و گمان است. کمپانی‌ها معمولا بودجه‌های تبلیغاتی خود را به سمت کانال‌ها روانه می‌کنند. بخشی از این بودجه به کانال‌های تلویزیونی می‌رسد، بخشی دیگر نصیب رسانه‌های مکتوب می‌شود و بخشی دیگر هم به بیلبوردهای شهری می‌رسد.

سپس آنها در گوشه‌ای منتظر می‌مانند تا مشتریان به سمت آنان بیایند. باور کنید تعداد کمی از این شرکت‌ها هستند که واقعا می‌دانند هر یک از تبلیغات تا چه حد ممکن است مشتریان را به سمت آنان جلب کنند تا جنسی را خریداری کنند یا ترغیب شوند تا از آنان بخواهند که خدماتی را برایشان انجام دهند.

در اینجاست که پروفسور ادوارد کارتر، استاد تبلیغات در زمینه کسب و کار در دانشگاه هاروارد، در این باره می‌گوید: «برای این افراد اینترنت حکم فرشته‌ای آسمانی را دارد که برای نجات آنان فرستاده شده است.» چراکه به وسیله اینترنت کمپانی‌ها به راحتی می‌توانند متوجه شوند چند درصد از کلیک‌هایی که روی تبلیغات آنان صورت گرفته است، موجب تصمیم مشتریان برای خرید شده است و در یک کلام باید گفت آنان می‌خواهند بدانند این تبلیغات تا چه حد برای مشتریان تاثیرگذار بوده است.

امروزه بسیاری از کمپانی‌ها بیشتر پولی را که برای تبلیغات خود کنار می‌گذارند، صرف تبلیغات آنلاین می‌کنند چراکه عقیده دارند این قبیل تبلیغات قابل اندازه‌گیری است، برخلاف تبلیغات تلویزیونی که هزینه بسیار زیادی برای آن می‌کنید و در نهایت نمی‌دانید آیا به آن نتیجه‌ای که باید، می‌رسید یا خیر.

مسئله تعداد کلیک‌هایی که روی یک تبلیغ می‌شود هم برای کمپانی با اهمیت است و هم برای مشتری. گاهی در سایت‌هایی که تعداد کلیک‌های انجام شده روی هر تبلیغ ذکر می‌شود، مشتری با دیدن آن رقم جلب می‌شود تا ببیند آن تبلیغ چیست که تعداد زیادی از افراد روی آن کلیک کرده و آن را خوانده‌اند.

اگر بررسی بر رفتارهای مشتریان انجام داده باشید، متوجه می‌شوید آنهایی که تصمیم خود را برای خرید گرفته باشند، مستقیما از گوگل نام کمپانی یا محصول مورد نیازشان را جست‌وجو می‌کنند و به محض یافتن آن اقدام به خرید می‌کنند.

ایستگاه تبلیغات

نمایش پیام‌های خصوصی روی موزهای Dole برای دوندگان ماراتن توکیو

شرکت Dole با همکاری آژانس تبلیغاتی Dentsu Y&R جالب‌ترین موزها را در جهان ارائه داد. در مسابقه دو ماراتن امسال توکیو، ۲۰۰ دونده موزهایی شخصی را با اطلاعاتی نظیر زمان‌های پایان و تعریف و تمجیدهای دوستانشان در فیسبوک دریافت کردند که البته همگی با جوهر خوراکی روی موزها چاپ شده بود.

در مجموع بی‌ارتباط با ماهیت واقعی یک موز، این ایده‌پردازی با هدف شیرین کردن فضای مسابقه انجام شد که البته از نظر برخی‌ها شاید کمی احمقانه به نظر برسد. منظور از این کار تقویت نقش Dole در اهدای ۹۱ هزار موز به شرکت‌کنندگان در مسابقه بود که با توجه به معیارهای آژانس، موفقیتی بس بزرگ به شمار رفته و در قالب پوشش رسانه‌ای ۱/۱ میلیون دلار درآمد نصیب Dole کرد. Dole برندگان این مسابقه را با لاتاری تعیین کرده اما قیمت هر یک از موزهای هدیه داده شده به افراد همراه با یک بسته هدیه ویژه ۶ دلار است. باید در نظر داشت در فرهنگی که دادن هدیه در آن متداول است و سوپرمارکت‌ها تمایل به فروش طالبی‌های ۳۰۰ دلاری دارند و حتی بیشتر از این، ملون‌های خاص هر یک ۱۶ هزار دلار به فروش می‌رسد، اهدای یک موز گران‌قیمت به اندازه یک سرقت بزرگ سروصدا به پا خواهد کرد.

الگوهای طلایی

درس‌هایی کاربردی از عملکرد برندهای جهانی (۲۳)

گروه مشاوران بوستون؛ افزایش تجربه کارگران

ترجمه: معراج آگاهی

افزایش تولید به کارگران این امکان را می‌دهد که بر تجربه‌شان بیفزایند و شرکت‌های تجاری که از کارگران ماهر و باتجربه بهره می‌برند می‌توانند از هزینه‌ها بکاهند و بر درآمدشان بیفزایند.

ایده

در میانه دهه ۶۰ میلادی گروه مشاوران بوستون متوجه شد که یک تولیدکننده سمی کنداکتور یا نیمه‌هادی‌ها هرگاه که سطح تولید را تا دو برابر افزایش داده است موفق شده هزینه‌های واحد تولیدی خود را تا ۲۵ درصد کاهش دهد. آنها به این نتیجه رسیدند که علت این موضوع آن است که کارگران این شرکت ماهر و با تجربه هستند و به همین دلیل در پروسه تولید محصول بسیار موثرتر عمل می‌کنند.

یک تغییر کوچک در اصل سنتی اقتصاد مبتنی بر مقیاس با به خدمت گرفتن کارکنان با تجربه ایجاد شده که می‌باید پیامدهای اتخاذ چنین استراتژی‌ای در زمانی که تصمیم داریم کسی را استخدام کنیم و چیزی را تولید کنیم در نظر گرفته شود.

با این حال استفاده از ایده استخدام و به کارگیری کارگران با تجربه برای همه کسب‌وکارها و صنایع در دنیا اثرگذار نیست. اگرچه آمارها به طور کلی نشان می‌دهد که با افزایش دو برابری تجربه کارکنان بین ۲۰ تا ۳۰ درصد هزینه‌ها کاهش می‌یابد، اما بسیاری از شرکت‌ها از این موضوع چشم‌پوشی می‌کنند و به کاهش پنج درصدی هزینه‌هایشان رضایت می‌دهند. علت این امر آن است که پروسه تولید در شرکت‌ها متفاوت از یکدیگر بوده و همین موضوع بر ایجاد فرصت جهت افزایش تجربه کارگران تاثیر می‌گذارد.

همچنین برای بسیاری از شرکت‌ها امکان‌پذیر نیست که میزان تولید محصولات‌شان را یکباره افزایش دهند، چراکه بعضا برای برخی از این تولیدات میزان مشخصی تقاضا در بازار وجود دارد و پروسه تولید بعضی محصولات دیگر ممکن است بسیار وقت‌گیر و پیچیده باشد. فراموش نکنیم که بعضی از شرکت‌ها منابع لازم جهت افزایش تولیدات‌شان را دراختیار ندارند.

با این وجود، استفاده از نیروی کار متخصص و باتجربه الگوی بسیار مناسبی برای کسب‌وکارهاست، حتی آنهایی که امکان افزایش تولید ندارند. تجربه می‌تواند به روش‌های مختلفی نظیر استفاده از فیلم‌های آموزشی، کتاب و کسانی که خودشان از تجربه بالایی برخوردار هستند به دست بیاید.

از سوی دیگر شرکت‌ها می‌توانند از کارگرانی که در حوزه کاری‌شان از تجربه و مهارت بسیار بالایی برخوردار هستند استفاده کنند، هرچند باید با دستمزد بالای آنها کنار بیایند. همچنین شرکت‌هایی که از کادر کم‌تجربه‌ای بهره می‌برند می‌توانند این کمبود تجربه را با خلاقیت برای طراحی و تولید محصولات جدید جبران کنند و ذائقه بازار را تغییر دهند و از این طریق به رقابت با شرکت‌های دیگر که از فاکتور تجربه برخوردارند بپردازند.

آنچه باید در عمل انجام دهیم

کارکنان‌تان را تشویق کنید تا شغل‌شان را به‌عنوان یک فرآیند آموزشی در نظر بگیرند.

زمان نامناسب برای افزایش تولید را شناسایی کنید، چنانچه میزان مشخصی تقاضا در بازار برای محصول شما وجود داشته باشد هرگونه افزایش تولید موجبات ضرر مالی شما را فراهم می‌آورد.

از پرداخت دستمزدهای بالا خودداری کنید و تحقیق کنید چرا کارکنان شرکت شما را ترک می‌کنند.

در کنار کسب تجربه به هنگام حضور در فرآیند تولید به کارکنان‌تان این فرصت را بدهید تا بتوانند از طریق فیلم‌ها و کتاب‌های آموزشی نیز تجربه‌اندوزی کنند.

آیا می‌دانستید

هزینه‌های غیرمستقیم تاخیر پروژه

آیا می‌دانستید تاخیر در روند پروژه می‌تواند علاوه بر هزینه‌های مستقیم، هزینه‌های غیرمستقیمی را به دنبال داشته باشد؟

یکی از هزینه‌های غیرمستقیم ناشی از تاخیر در تحویل پروژه، هزینه‌های ناشی از گران شدن منابع کاری و مصرفی است که می‌تواند تمامی محاسبات و برآوردهای مالی پروژه را به هم بزند. اگر پروژه به تعویق بیفتد، منابع و مواد مصرفی و هزینه حمل آنها گران خواهد شد.

ضمنا ممکن است هزینه به‌کارگیری منابع کاری که شامل دستمزد نیروی انسانی و هزینه به‌کارگیری تجهیزات است، افزایش یابد. از طرف دیگر هزینه بهره سرمایه صرف شده نیز ضرر قابل‌توجهی را به مدیران پروژه وارد می‌آورد، چراکه با توجه به ارزش زمانی پول، اگر پروژه متوقف شده یا به تاخیر بیفتد، به سرمایه صرف‌شده آن هزینه بهره تعلق می‌گیرد.

کلینیک کسب‌وکار (۷۵)

ورود به بازار

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.

پرسش: یک تولیدکننده تجهیزات آشپزخانه هستم و قصد دارم محصول جدیدی را وارد بازار کنم، اما نمی‌دانم ورود به کدام بازار برای من بهتر است. چطور می‌توانم بهترین انتخاب را داشته باشم؟

پاسخ کارشناس: پیشنهاد می‌کنیم در ابتدا یک برنامه آزمایشی برای شناخت بازارهای موجود ترتیب بدهید و از این طریق در یک یا چند منطقه جغرافیایی، اطلاعاتی را درباره نام تجاری، نوع مصرف‌کننده و رقبایتان به‌دست بیاورید. برای این آزمایش باید بازارهایی را انتخاب کنید که از نظر جغرافیایی پراکنده باشند. اگر تمام آزمایش‌هایتان روی یک منطقه معین متمرکز باشد، نتایج به دست آمده قابل اطمینان نخواهد بود. در ضمن این آزمایش‌ها باید حداقل شش ماه اجرا شود. هرچه این زمان بیشتر باشد، آزمایش معتبرتر خواهد بود.

در انتخاب بازار برای آزمایش باید بازارهایی را انتخاب کنید که معیارهای موردنظر شما را دارا هستند. در ابتدا شما به بازاری نیاز دارید که توزیع بالایی در آن داشته باشید. هنگامی که توزیع مناسب را پیدا کردید، باید بازارهایی را بیابید که شرایط برآوردن میانگین فروش را دارا باشند. اگر سهم بازار شما ۷۰ درصد باشد، شانس بالا بردن آن تا حدود ۲۰ درصد را دارید، اما اگر بازاری را انتخاب کنید که سهمتان در آن تنها ۲۰ درصد است، در بهترین حالت ممکن است به سهم ۴۰ درصدی برسید.

در پایان تاکید می‌کنیم که تمام این قوانین، قوانینی کلی است و ممکن است کسب‌وکار یا محصول شما شرایطی کاملا متفاوت و مغایر با پیش‌بینی‌ها را تجربه کند. بنابراین توصیه می‌کنیم قبل از هر کاری با چند کارشناس خبره مشورت کنید و بعد اقدامات مورد نظر خود را انجام بدهید.

نگاهی به شغلی که چراغش رو به خاموشی است

مشتریان نو در سفره‌خانه‌های سنتی

شکوفه میرزایی

امروزه تعداد کافه‌ها و نقاط دنج برای ساعتی استراحت و خلوت کردن در سطح شهر زیاد شده است، کافه‌هایی که با محیط‌هایی آرام و اغلب با یک موسیقی بی‌کلام، روزانه از افراد، پر و خالی می‌شوند. این کافه‌ها اغلب ایده چیدمان‌های پست‌مدرن و نقاشی در و دیوار خود را از کافه‌های کلاسیک فرانسه گرفته‌اند.

برخی هم تنها به نشستن و خوردن نوشیدنی برای مشتریانشان قانع نمی‌شوند و حتی وعده‌های غذایی کوچکی در منوی خود می‌گنجانند و در کنار همه اینها بعضی کافه‌ها گالری‌های نقاشی و عکاسی کوچکی در محیط کافه برپا می‌کنند و برای اطلاع‌رسانی از این اقدامات اغلب تراکت‌ها و بروشورهای خود را در میدان‌ها و حتی سالن‌های تئاتر و سینما پخش می‌کنند. نکته جالب اینکه کافه‌ها اغلب به این‌گونه تبلیغات آن هم در حجم کوچک و اغلب منطقه‌ای بسنده می‌کنند و پای خود را به استفاده از گونه‌های دیگر تبلیغ باز نمی‌کنند، شاید اصلی‌ترین دلیل این موضوع نداشتن وسعت این کسب‌وکار است.

کافه و سفره‌خانه دو فضای متناقض

اما در کنار این کافه‌ها محیط‌های دیگری هم مشغول به کار هستند که با نام سفره‌خانه سنتی از آنها یاد می‌شود. این سفره‌خانه‌ها معمولا چیدمانی سنتی با الهام از کاشی‌ها و طرح‌های اصیل ایرانی دارند، به جای میز و صندلی معمولا از تخت و پشتی استفاده می‌کنند و غذاها و نوشیدنی‌های سرو شده در آنها هم اغلب غذاهای ایرانی و چای قندپهلو است. این سفره‌خانه‌ها قدمتی بیشتر از کافه‌های امروزی دارند اما با یک بررسی و سر زدن به تعدادی از سفره‌خانه و در مقابلش کافه‌های شهر شاید به این نتیجه برسیم که کافه‌ها هم از نظر تعداد و هم درآمد در سطح بالاتری از سفره‌خانه‌ها هستند.

با وجود همه جاذبه‌های فضاهای سنتی، جوانان امروز اغلب به سمت کافه‌ها و فضاهای مدرن کشیده می‌شوند. شاید با پیشرفت تکنولوژی و دیدن فضاهای متفاوت جهانی دیگر، رقبتی به نشستن در فضاهای سنتی و دیدن نقاشی پیرمرد خسته و چای قندپهلو در فنجان و نعلبکی ندارند. با وجود همه این مسائل برخی سفره‌خانه‌ها با وجود مزیت‌هایی که کافه‌ها برای جوانان دارند همچنان مشتری‌های خود را دارند و اغلب برای نشستن در آنها باید سرپا بمانی تا تختی خالی شود.

خوش‌گذرانی به جای وقت‌گذرانی

برای اینکه ببینیم این‌گونه فضاهای سنتی چه مزیت رقابتی در بازار برای خود دست و پا کرده‌اند، سری به یکی از این سفره‌خانه‌های دنج زده‌ایم تا ببینیم برای جذب مشتریان خود چه می‌کنند. مدیر سفره‌خانه آقای مسنی است که پشت میزش نشسته است.

عسگری در پاسخ به سوالم که چطور با وجود این همه کافه در این خیابان، اغلب سفره‌خانه شما شلوغ است می‌گوید: ما مشتری‌های خاص خودمان را داریم و اینجا فقط یک سفره‌خانه برای وقت گذراندن نیست. اینجا مکانی است برای خوش گذراندن و آسایش خاطر، اینجا ما خدمات متفاوتی به مشتریان می‌دهیم از تنوع و کیفیت غذاها و نوشیدنی‌ها گرفته تا موسیقی پخش‌شده در فضا، همه و همه را من به‌شخصه هر روز چک می‌کنم. سعی ما این است که اینجا مشتریان احساس راحتی کنند. نوع برخورد پرسنل با مشتریان گرم و صمیمی است؛ گاهی اوقات اینجا موسیقی زنده هم اجرا می‌کنیم که خود در جذب مشتریان خیلی تأثیرگذار است. همچنین با دکور سنتی اینجا بسیاری مشتری‌های خارجی هم به اینجا می‌آیند. به همین دلیل من اینجا یک پیش‌خدمت مسلط به زبان انگلیسی هم دارم.

> **دنیای امروز به‌سمت تکنولوژی و فضاهای مدرن پیش می‌رود و در این پیشروی احتمال حذف یا کمرنگ شدن برخی مشاغل از چرخه کسب‌وکار وجود دارد. اما برای اینکه برخی مشاغل همچنان کار کنند، باید با حفظ اصالت خود به سمت پیشرفت حرکت کنند**

عسگری اضافه می‌کند: در مجموع درست است که این روزها تعداد کافه‌ها و مکان‌های امروزی زیاد شده، ولی خیلی از افراد هستند که هنوز فضاهای سنتی را دوست دارند و با این فضاها ارتباط بهتری برقرار می‌کنند به علاوه در این بازار رقابتی ما تلاش می‌کنیم که فضای ناب‌تری به مشتریان تقدیم کنیم. او معتقد است که مدیریت یک سفره‌خانه به مراتب از کافه سخت‌تر است چرا که هم فضای بزرگ‌تری در اختیار دارند و هم گستردگی خدماتشان بیشتر است از این‌رو باید همه چیز حساب شده باشد.

او در ادامه می‌گوید: تلاش‌های من و هم‌صنفانم در این شغل موجب شده که سفره‌خانه‌ها با وجود این‌همه کافه همچنان کار کنند و مشتری داشته باشند اگر نه شغل ما هم مثل برخی شغل‌های سنتی که رنگ و لعاب خود را با به‌روز شدن از دست داده‌اند تاکنون از بین رفته بود. بلایی که گریبان‌گیر نجارها و لحاف‌دوزها و خیلی شغل‌های سنتی دیگر شد، ما را هم تهدید می‌کند اما ما هر روز تلاش می‌کنیم و خدمات بهتری به مشتریان ارائه می‌دهیم، سعی می‌کنیم متمایز باشیم و مشتری را نگه داریم.

عسگری در آخر در خصوص تلاش برای ماندگاری در بازار می‌گوید: به هر حال دنیای امروز به‌سمت تکنولوژی و فضاهای مدرن پیش می‌رود و در این پیشروی احتمال حذف یا کمرنگ شدن برخی مشاغل از چرخه کسب‌وکار وجود دارد. اما برای اینکه برخی مشاغل همچنان کار کنند، باید با حفظ اصالت خود به سمت پیشرفت حرکت کنند و خود را به‌روز کنند.

مثلا ما برای اینکه مشتری حق انتخاب داشته باشد اینجا هم تخت گذاشته‌ایم و هم میز و صندلی، هم چای سرو می‌کنیم و هم قهوه و برخی غذاهای فرنگی؛ این‌گونه خدمات موجب می‌شود مشتری یک فضای سنتی با خدمات امروزی را دریافت کند و برایش خوشایند و جذاب باشد.

شاید مدیریت این مسائل با هم دشوار باشد اما موجب بقای این کسب‌وکارها در دنیای شلوغ امروز می‌شود. همه باید برای ماندگاری کسب‌وکارشان تلاش کنند حال اینکه این تلاش چه باشد و از چه روش‌هایی برای رقابت بهره بگیرند، بستگی به شغل و انتظار مشتریانش دارد.

کتابخانه

۵ اصل طلایی تبدیل چیزهای معمولی به خارق‌العاده

کسب‌وکارهای زنجیره‌ای جهان برای خود سازوکارهای مدیریتی متفاوتی دارند که نیاز است مدیران بازاریابی و فروش شرکت‌ها و بنگاه‌های تجاری آنها را بشناسند. کتاب «۵ اصل طلایی تبدیل چیزهای معمولی به خارق‌العاده»، نگاهی هوشمندانه به قدرت دگرگون‌ساز استارباکس دارد.

اینکه استارباکس چطور یک فنجان قهوه را تبدیل به پدیده‌ای تجاری در سراسر دنیا کرد؟ جوزف میچلی با دسترسی منحصربه‌فرد به منابع و پرسنل شرکت استارباکس، پنج اصل طلایی رهبری را شناسایی و تفکیک کرده است که یک ایده معمولی را تبدیل به تجربه‌ای خارق‌العاده کردند.

این کتاب بیان می‌کند چگونه بزرگ‌ترین قهوه فروشی دنیا شکل گرفت و داستان‌ها و ماجراهایی از روابط انسانی در استارباکس را بیان می‌کند، همچنین در خصوص اینکه چگونه کسب‌وکار و نام تجاری خود را حفظ کنید توضیح می‌دهد. این کتاب به ما می‌گوید چگونه زنجیره تولید تا مصرف را کنترل کنیم.

کتاب شامل پنج فصل است که می‌توان از فصول آن به «هر چیزی مهم است، غافلگیری و شعف و استقبال از مقاومت» اشاره کرد.

این کتاب به دست جوزف ا.میچلی نوشته شده است، او از روان‌شناسان سازمانی است که حرفه خود را وقف مطالعه کسب‌وکارهای موفق کوچک و بزرگ کرده است. ترجمه این کتاب را مجید نوریان انجام داده و در ۱۹۳ صفحه منتشر شده است.

چرک‌نویس های یک مدیر اینجایی

نمایشگاه

علی معروفی

وسط داستان

* پاک آبرو و حیثیت‌مان را برده‌اند. یکی‌شان توی فضای دربسته داخل غرفه در حضور هزار تا مهمان کوتاه و بلند سیگار کشیده. آن یکی با نماینده یکی از شرکت‌های تولیدکننده خارجی که ما از آنها قطعه می‌خریم سر کیفیت قطعات‌شان کل کل راه انداخته و کار را تقریبا تا دست به یقه شدن با مهمان خارجی پیش برده، سر و وضع هر دو تا هم که مثل خیابان‌گردها (به قول رییس) بوده، شلوار جین پاره (نه از این جین‌هایی که اورجینال پاره هستندها! نه، شلوار جینی که از زور پوشیدن لبه‌هایش ریش ریش شده بوده) و صورت‌های نامرتب چند روز اصلاح نشده و موهای بلند و آشفته. هر چه هم رییس سعی کرده با نگاه و چشم غره و اینها حالی‌شان کند که یک کم آبروداری کنند اینها انگار نه انگار، همه نگاه‌های رییس را به حساب تشویق و ذوق کردنش از داشتن چنین پرسنل خدومی گذاشته‌اند!

اول داستان

نمایشگاه بزرگ صنعت ماسماسک‌سازی (صنعتی که شرکت ما یکی از غول‌های بلامنازع آن به شمار می‌رود) در جریان است. یک غرفه غول‌پیکر اجاره شده و قرار است با نمایش دادن شاهکارهایمان در سال گذشته و ارائه توضیحات مکفی در زمینه مسائل فنی و تخصصی و ارائه بروشور و کاتالوگ و هدیه و... حسابی بترکانیم. رئیس با من تماس می‌گیرد و می‌خواهد که اگر می‌توانم در طول مدت نمایشگاه در محل غرفه حضور به هم برسانم. بعد از اندکی تفکر حس فداکاری و وجدان کاری اینجایی‌ام بر باقی اخلاط مزاجم غلبه پیدا می‌کند و اعلام می‌دارم که: من که وقت نمی‌کنم خدمت برسم رییس. از این نمایشگاه‌هام زیاد هست. دو تا از بچه‌هارو می‌فرستم بیان هم یه هوایی بخورن، هم اینکه سوال موال فنی هر کی در مورد بخش ما داره از این دو تا بپرسه. خیلی مجرب و چالاک هستن. بعد به این دو موجود اطلاع می‌دهم که در روز اول در غرفه شرکت ما در نمایشگاه بزرگ حضور به هم برسانند و حسابی در زمینه تخصصی گرد و خاک به‌راه بیندازند. تاکید می‌کنم همه مدیران رده بالای شرکت خودمان و شرکت‌های همکار و رقیب آنجا هستند و لازم است حسابی حواس‌شان جمع باشد و چهره خیلی خبره‌ای از گروه ارائه بدهند.

آخر داستان

انگار دولت مجبورشان کرده که به‌هم ریخته و پریشان و درب و داغان به نظر برسند. یک جورهایی انگار فنی بودن و جزییات دانستن و مهندسی کار کردن در این ملک با بی‌توجهی به سر و وضع و آداب معاشرت جفت شده‌اند. طرف هرچه مرتب‌تر و اتوکشیده‌تر باشد می‌توان وابستگی‌اش را به گروه‌های کاری تبلیغاتی و بازرگانی و فروش دریافت و هرچه به هم ریخته‌تر و آشفته‌تر و بی‌خیال‌تر، فنی بودن و طراحی و مهندسی دانستن جزء ذاتش است. (البته به استثنای استثناها). به گمانم اگر سر این خط را بگیریم و همین‌طور راست شکم‌مان برویم برسیم به انگاره «نابغه شلخته». یک چیزی مثل نیوتن که تخم مرغ را توی دستش گرفته و نگاه می‌کند و ساعت در حال جوشیدن در آب داغ است. یا مثل انیشتین که آشفتگی موهایش از نظریه نسبیت‌اش معروف‌تر است! القصه مجبور می‌شوم از رییس و سایر وابستگان و اهل محل عذرخواهی کنم و خودم فردایش به عنوان نماینده بخش خودم حاضر شده و با لبخندی بر لب آبروریزی‌های روز قبل را جمع و جور کنم. و این بود واقعه نمایشگاه.

از میان خبرها

تغییر استراتژی سومین خرده‌فروش بزرگ بریتانیا

به دنبال «تغییرات بنیادی» در عادات خرید مشتریان، Sainsbury›s، سومین خرده فروش بزرگ مواد غذایی در انگلستان قصد اعمال تغییراتی را در استراتژی‌های خود دارد.

به گزارش مارکتینگ نیوز و به نقل از تلگراف، مایک کوپه، مدیر اجرایی Sainsbury›s ، گفت بازار مواد غذایی در طی سی سال زندگی حرفه ای وی «چالش برانگیز» بوده و به سرعت در حال تغییر است. کوپه اضافه کرد: «صنعت سوپر مارکت در طی سه تا شش ماه گذشته بیش از هر زمان دیگری در سی سال زندگی کاری من تغییر کرده است.»

کارشناسان صنعت خرده‌فروشی معتقد هستند خرده فروشان مواد غذایی با یک طوفان بزرگ رو به رو هستند. رئیس Sainsbury›s گفت امروزه خریداران گزینه‌های انتخابی بسیاری در فروشگاه‌های مختلف دارند و سوپرمارکت‌ها در تلاش هستند با کاهش قیمت محصولات خود از عرصه رقابت عقب نمانند.

جزییات طرح تغییر استراتژی Sainsbury›s در روز ۱۲ نوامبر ارائه خواهد شد. مدیر اجرایی سینزبری تاکید کرد که ارائه محصولات با کیفیت بالا و متمایز با رقیبان از ویژگی های مهم این خرده‌فروش خواهد بود.

بازتاب

مدیریت مسکن در دانمارک

تجربه‌ای از خانه‌دار کردن مردم

سیاست‌های مربوط به مسکن در دانمارک در طول یک دهه گذشته بر نقش عمده بازارهای مسکن تاکید داشته است. این در حالی است که سیاست‌گذاران دانمارکی برای مسکن اجتماعی هم اهمیت ویژه‌ای قائل بوده‌اند. آنها از این راهکار برای زمانی که بازار مسکن قادر به تامین نیاز مسکن مردم نبوده استقبال کرده‌اند.

تقریبا ۷۰۰ شرکت بزرگ و کوچک غیردولتی در دانمارک و در دو بخش شهری و روستایی در زمینه ساخت مسکن اجتماعی فعال هستند. سقف درآمدی خاصی برای ثبت‌نام در مسکن اجتماعی وجود ندارد و همه افراد ۱۵ سال به بالا می‌توانند درخواست دهند. مسکن اجتماعی در دانمارک یکی از سهل‌ترین سیستم‌ها در نوع خود در میان سایر کشورها است.

ثبات سیاست‌ها یکی از مهم‌ترین شاخصه‌های سیاست‌های مربوط به مسکن در دانمارک در دو دهه گذشته بوده است. این سیاست‌ها در طول این زمان به جای اینکه تغییر کنند، تکمیل شده‌اند.

مهم‌ترین سیاست‌های بخش مسکن در دانمارک را می‌توان اینچنین خلاصه کرد:

۱- تداوم حمایت‌های مالیاتی از صاحبان خانه‌ها در قشرهای فرودست جامعه که از میانه دهه ۱۹۸۰ کلید خورد. به این معنا که قشرهای مرفه موظف به پرداخت مالیات بودند.

۲- کاهش تعداد مسکن‌های اجتماعی از ۱۰ هزار به چهار هزار مسکن در سال در پی کاهش تقاضا

۳- افزایش دقت و حساسیت مسئولان محلی در زمینه سطوح و الگوهای مرتبط با سرمایه‌گذاری

۴- دو برابر کردن بودجه مربوط به بهسازی و نوسازی ساختمان‌ها و مشارکت ۲۰۰ شهرداری از ۲۷۶ شهرداری در دانمارک

۵- توجه به سرمایه و برنامه‌ریزی برای ایجاد ارتباط میان سیاست‌های خانه‌سازی، محیط‌زیست و عوامل اجتماعی

۶- تداوم در هماهنگ‌سازی و بهبود کیفیت خانه‌سازی برای سالمندان، معلولان و جوانان

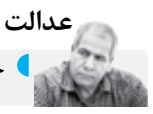
۷- فراهم‌سازی اطلاعات مرتبط با سیاست‌ها در بخش‌های بازار مسکن، نیازهای بخش مسکن و شرایط مسکن‌سازی

به‌طورکلی در نظر گرفتن سیاست درست در بخش مسکن منجر به این می‌شود که کمتر کسی در یک کشور از بی‌سقفی و بی‌سرپناهی رنج ببرد.

ترجمه: سارا گلچین

دیدگاه

عدالت در سازمان‌ها



حبیب‌الله شاهرکنی
مدرس دانشگاه

از زمانی که بشر خود را شناخته است یکی از آرزوهای مهمش این بوده که عدالت در جامعه برقرار شود، هر چند کسانی بوده‌اند که اجرای عدالت را به زیان خود می‌دانسته‌اند لذا در مسیر اجرای آن مانع‌تراشی کرده‌اند، افرادی چون سقراط، افلاطون، ارسطو و بسیاری از مکتب‌های فلسفی و اجتماعی هر کدام در خصوص عدالت نظریه‌پردازی کرده‌اند به طوری که اندیشمندان معاصر چون جان رالز و جی‌استیسی آدامز در این خصوص به بحث و بررسی پرداخته‌اند.

عموما در سازمان‌ها سه نوع عدالت را مدنظر قرار داده‌اند که عبارتند از عدالت توزیعی، عدالت رویه‌ای و عدالت تعاملی.

در عدالت توزیعی، افراد خواهان این هستند که در برابر کار انجام شده حقوق و پاداش منصفانه‌ای دریافت دارند یا اگر حقوق و مزایای خود را با همکاران خود مقایسه کنند به این نتیجه برسند که هم‌تراز با کاری که هر کس انجام داده، دریافتی‌ها تنظیم شده است.

بر این مبنا «جی‌استیسی آدامز» معتقد است کارکنان کاری را که برای سازمان انجام می‌دهند با حقوق و مزایا و پاداش‌های دریافتی خود می‌سنجند و انتظار دارند ورودی‌هایشان (تلاش و فعالیت‌هایشان) متناسب با خروجی‌هایشان (حقوق و مزایا و پاداش دریافتی) در مقایسه با همکارانشان باشد. همچنین آنها انتظار دارند افراد به نسبت کاری که برای سازمان انجام می‌دهند از ارتقای و ارزیابی عملکرد مناسب برخوردار شوند و در سازمان دارای ارج و قرب باشند.

در خصوص عدالت رویه‌ای هم قضیه به این ترتیب است که اگر دو نفر از کارکنان کار مساوی داشته باشند ولی حقوق و مزایای آنها با هم برابر نباشد، در این صورت سازمان سعی می‌کند به روش دیگری فردی را که از حقوق و مزایای کمتری برخوردار است جبران کند تا نسبت دریافتی‌هایش با نفر دیگر برابری داشته باشد.

در عدالت تعاملی هم رفتاری که با کارکنان صورت می‌پذیرد لازم است به لحاظ احترام، مشارکت، توجه و غیره نسبتی از تعادل و تناسب را در خود داشته باشد به طوری که افراد احساس کنند در سازمان به لحاظ رفتاری میان آنها تبعیض وجود ندارد.

به این ترتیب، چنانچه سازمانی بخواهد عدالت را در میان کارکنان خود جاری کند لازم است که به مجموعه این سه نوع عدالت توجه ویژه داشته باشد و آنها را در ارتباط با کارکنان به کارگیرد. چنانچه کارکنان نسبت به برقراری عدالت در سازمان خود دچار تردید باشند و احساس تبعیض کنند، این احساس را در روند کاری خود دخالت می‌دهند، به طوری که از کمیت و کیفیت کار خود می‌کاهند، غیبت می‌کنند، تنش و تعارض به وجود می‌آورند و سرانجام ممکن است سازمان را ترک کنند. از این نظر، سازمان‌ها باید توجه داشته باشند که کارکنان دریافتی‌های خود را با دیگر همکاران خود مقایسه می‌کنند و چنانچه داده‌ها و ستانده‌های خود را متناسب ببینند از احساس رضایت برخوردار می‌شوند، ولی اگر دریافتی‌های خود را به نسبت کاری که به سازمان ارائه کرده‌اند در مقایسه با همکارانشان کمتر ببینند عکس‌العمل منفی‌ازخودبروزمی‌دهند.

زمانی کشور ایرلند با دو معضل مهم در بازار مسکن مواجه بود؛ یکی خانه‌های خالی و دوم سنگینی اجاره‌بها. از این رو دولت این کشور سیاست جدیدی برای حل همزمان هر دو چالش در نظر گرفت.

دولت ایرلند از خانه‌های خالی، در نقش اهرم کنترل اجاره‌بها استفاده و با خرید این خانه‌ها از مالکان، آنها را با نام مسکن دولتی به‌صورت اجاره‌ای وارد بازار کرد. همچنین یکسری واحدمسکونی توسط شهرداری‌ها در قالب مسکن‌اجتماعی، باز هم به‌صورت اجاره‌ای ساخته و واگذار شد. ورود دولت و مدیریت آن بر بازار مسکن به مرور مسئله مسکن را حل کرده و تقریبا میان عرضه و تقاضا توازنی ایجاد شد. البته در این بین بخش خصوصی در کنار دولت به ساخت مسکن کمک کرده و شرکت‌هایی که در حوزه واردات یا تولید مصالح اقدام می‌کردند، سعی کردند قیمت‌های تمام شده خود را با در نظر گرفتن کیفیت، پایین آورده تا همواره بازاری برای فروش داشته باشند. عموما کشورهای اسکاندیناوی از جمله سوئد نیز از این سیاست تبعیت می‌کنند. شبیه آن بیماری که در ایرلند به وجود آمد، در ایران اما به‌صورت بسیار شدیدتری ظهور و بروز یافته و طی این مدت داروهای متفاوتی از سوی دولت برای درمان تجویز شده است.

عمدتا در کشور ما به دلیل اینکه میان مدیریت خصوصی و مدیریت دولتی همواره بحث وجود دارد و البته به نتیجه هم نرسیده است، دولت سعی کرده در قالب طرح مسکن مهر تا حدودی مرهمی برای بازار مسکن تولید کند. البته شرکت‌های خصوصی نیز به موازات دولت اقدام به ساخت مجتمع‌های مسکونی کرده، اما به دلیل هزینه تمام شده مصالح قادر به فروش آن به آسانی نبودند. هر دو گروه نیز دیگری را به دلیل ضعف در مدیریت متهم کرده و هرکدام نیز بر این عقیده‌اند که اگر مدیریت بازار مسکن را بر عهده بگیرند، حال و روز مسکن بهبود می‌یابد. مدافعان بخش خصوصی بر این عقیده‌اند که دولت باید تامین‌کننده قوانین، تمهیدات و مشی‌های حوزه مسکن باشد و اجرا و ساخت‌وساز را به بخش‌خصوصی واگذار کند. در مقابل دولت معتقد است توان مدیریت بازار مسکن کشور از توان بخش‌خصوصی خارج است و خود باید مدیریت آن را بر عهده بگیرد. اما بیان یک نکته ضروری است؛ از آنجا که تقاضای مسکن وابسته به عامل‌هایی مانند رشد جمعیت و درآمد است در مقایسه با عرضه مسکن، مدیریت آن پیچیده‌تر است.

دبیرکانون سراسری پیمانکاران عمرانی ایران:

برخی غیرمتخصص‌ها وارد شده‌اند

بخش خصوصی دغدغه ورود به بازار مسکن و مدیریت آن را دارد. اما در این‌میان‌سرمایه‌گذاری‌های غیرتخصصی موجب شده این بازار از مسیر اصلی خود خارج شود. تا چه حد این افراد متخصص هستند یا نه احمدرضا چابک دبیرکانون سراسری پیمانکاران عمرانی ایران به آن پاسخ می‌دهد.

***از نظر شما چه زمانی بازار مسکن رونق خواهد گرفت؟**

در صورتی که عرضه و تقاضای منطقی، قیمت‌ها را در بازار مسکن واقعی کند، این بازار در کشور رونق می‌گیرد. در حالی که افزایش بی‌رویه قیمت مسکن در سال‌های اخیر سبب رکود بازار مسکن شده اما نرخ‌های موجود در بازار ارزش واقعی این خدمات را ندارد.

***مدیریت بخش خصوصی به منظور سرمایه‌گذاری در بازار مسکن را چگونه ارزیابی می‌کنید؟**

در سال‌های اخیر، شاهد حضور سرمایه‌گذاران غیرمتخصص زیادی در بازار مسکن کشور بودیم، این افراد تنها برای کسب سود بیشتر در حوزه ساخت‌وساز کشور فعال شدند، در حالی که هیچ تخصصی در این زمینه ندارند. از این رو، رونق بازار مسکن نیازمند حضور سرمایه‌گذاران متخصص در این حوزه است و تا زمانی که به ساختمان به‌عنوان محصول سرمایه‌ای نگاه شود، بازار مسکن رونق نخواهد گرفت. فعالیت افراد غیرمتخصص در بازار مسکن تنها تنش را وارد این بازار کرده که گاهی با خروج سرمایه‌ها بازار مسکن را به رکود برده، ضمن آنکه با حضور متخصصان کیفیت ساخت‌وساز نیز در کشور ارتقا می‌یابد.

***در صورت مدیریت صحیح‌بازار شاهد چه اتفاقی خواهیم بود؟**

در صورتی که بازار مسکن خوب مدیریت و عرضه و تقاضا نیز در این بازار منطقی شود، با ثبات قیمت‌ها بازار نیز رونق خواهد گرفت. هم‌اکنون قیمت مسکن در کشور بالاست و خدمات مسکن ارزش واقعی آن را ندارد، لذا رشد بی‌رویه و عدم ثبات قیمت‌ها، بازار مسکن را با رکود مواجه کرده است. با عرضه و تقاضای منطقی، قیمت مسکن در کشور واقعی می‌شود و با خرید نیازمندان واقعی، بازار مسکن نیز به تدریج رونق می‌گیرد.

مدیرعامل شرکت فارس نو تولیدکننده سیمان:

دولت نگاه حمایتی ندارد

به‌طور حتم قیمت مصالح و مدیریت بر آن بر بازار مسکن اثر مستقیم دارد. چه آن زمان که عرضه مصالح به‌خصوص سیمان بیش از تقاضا بوده و چه آن زمان که کمتر بود، به‌شدت از سوی دولت تحت کنترل قرار می‌گرفت. این در حالی است که به گفته نیک‌نام، مدیرعامل شرکت فارس نو تولیدکننده سیمان، شرکت‌های سیمانی در دنیا توسط هلدینگ‌ها و به‌صورت خصوصی مدیریت می‌شوند.

***سهم شرکت‌های مصالح ساختمانی در مدیریت بازار این حوزه چه میزان است؟**

در حوزه سیمان سه، چهار بلوک تولیدکننده بخش خصوصی در کشور وجود دارد که تقریبا می‌توان گفت سهم بخش خصوصی ۱۵ درصد بوده که این میزان قابل مدیریت است.

***چرا سهم بخش خصوصی در این حوزه کم است؟**

صنعت سیمان یک صنعت سرمایه‌بر است و حداقل سرمایه مورد نیاز برای تولید ۳۵۰ میلیارد تومان خواهد بود که این برای بخش خصوصی ریسک‌پذیر است. البته پیشتر در قالب صندوق ارزی اعتباراتی در نظر گرفته شده بود اما با این حال بخش خصوصی ترجیح می‌دهد در این صنعت که دیربازده نیز هست، وارد نشود.

***نگاه دولت به حضور بخش خصوصی در این حوزه چگونه است؟**

بخش‌هایی به صورت مستقیم در اختیار دولت است. البته بخش خصوصی درخواست‌های خود را درخصوص مثلا آزادسازی قیمت ارائه کرده اما صدایش به جایی نرسیده است. حداقل می‌توان گفت که نگاه دولت در این حوزه حمایتی نیست

***مدیریت مصالح ساختمانی به‌خصوص سیمان در دیگر کشورها چگونه است؟**

سیمان در دیگر کشورها توسط هلدینگ‌هایی مدیریت می‌شود. به‌واقع عمدتا در اختیار بخش خصوصی است و دولت چندان وارد مدیریت قیمت و بازار این صنعت نمی‌شود. البته نرخ سیمان در دنیا متغیر است.

رییس هیات‌مدیره انجمن صنفی مهندسان صنعت ساختمان:

سهم بخش خصوصی در مدیریت مصالح صفر است

مسکن از مهم‌ترین کالاهای سبد خانوار ایرانی است، اما این کالا دارای ثبات برای خانوار ایرانی نبوده و همواره نگرانی از فردای قیمت مسکن وجود داشته است. مهم‌ترین عامل این نگرانی را می‌توان در عدم مدیریت بازار مسکن دانست. مدیریتی که همواره بین دولتی یا خصوصی بودن آن بحث بوده است. البته قیمت مصالح در این میان بسیار در قیمت خانه اثرگذار است. اما اینکه قیمت مصالح را بخش خصوصی مدیریت می‌کند یا دولتی، موضوعی است که علیرضا سرحدی، رییس هیات‌مدیره انجمن صنفی مهندسان صنعت ساختمان به‌آن‌می‌پردازد.

***سهم بخش خصوصی در مدیریت بازار ساخت و مصالح ساختمانی چقدر است؟**

تقریبا سهم بخش خصوصی در ساخت و مصالح ساختمانی صفر است، چون اکثر کارهای عمرانی اعم از شهرسازی در دست شهرداری و با بودجه‌های دولتی است. بخش خصوصی نمی‌تواند در این زمینه نقش داشته باشد چون هزینه‌بر است

***در کشورهای اسکاندیناوی مدیریت مسکن بر عهده دولت بوده و میان عرضه و تقاضا توازن وجود دارد، اما در ایران با اینکه مدیریت مسکن در دستان دولت است، این توازن میان عرضه و تقاضا وجود ندارد. این شرایط را چطور ارزیابی می‌کنید؟**

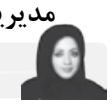
مدیریت مسکن در تهران و کل کشور بر عهده وزارت مسکن و شهرسازی است چون که دولتی بوده و تمام بودجه‌های عمرانی در دست دولت است. و وزارتخانه با سایر سازمان‌ها در زمینه بودجه و تامین منابع مالی همکاری لازم را ندارد و همین موضوع باعث ناهماهنگی در بازار می‌شود؛ از طرفی هم مسائلی مانند کنترل جمعیت، فرهنگ شهرنشینی و مسائلی از این قبیل نقش مستقیمی در بحث عرضه و تقاضا به وجود می‌آورد. از طرفی مسکن مهر نیز با بودجه دولتی ایجاد شده و بخش‌خصوصی در آن نقشی ندارد. مسکن مهری که برای قشری خاص در نظر گرفته شده، اکنون با مشکل مواجه‌شده‌است.

***اگر بخش خصوصی مدیریت مسکن را بر عهده بگیرد تا چه میزان توازن میان عرضه و تقاضا ایجاد می‌شود؟**

به عهده گرفتن مدیریت مسکن برای بخش‌خصوصی غیرممکن است. چون عملا بودجه‌های عمرانی در دست دولت است و بودجه را بین سایر سازمان‌های هماهنگ با وزارت پخش می‌کند. از طرفی هم به دلیل دولتی بودن، مدیریت ضعیفی در این زمینه وجود دارد و باعث ناهماهنگی در بحث عرضه و تقاضا می‌شود. بخش خصوصی هم تا حدی می‌تواند پروژه‌ها را از نظر مادی تامین کند؛ زیرا کارهای عمرانی به‌شدت هزینه‌بر هستند و از توان بخش خصوصی خارج است.

یادداشت

مدیریت بازار مسکن مدیریت یک بام و دوهوا



نیلوفر شاهوردی
مدیردفتر برنامه‌ریزی شرکت مهندسی o.s.p

بازار مسکن از آن دست بازارهایی است که به خوبی می‌تواند جیب صاحبان آن را پر کند. چه آن زمان که این بازار با رکود مواجه شود، باز جیب دست‌اندرکارانش خالی نمی‌ماند. شاید همین دلیل هم باعث شده که میان اینکه مدیریت بازار مسکن، دولتی باشد یا خصوصی، بحث وجود دارد. طرفداران مدیریت دولتی دو عامل را برای ورود دولت به این حوزه مطرح می‌کنند:

۱- سهم هزینه مسکن در هزینه خانوار است که چنانچه این سهم بالا باشد دولت با سیاست‌هایی مانند توانمندسازی مالی متقاضیان مسکن به منظور دسترسی به مسکن با روش‌هایی مانند روش پرداخت وام یا روش پرداخت کوپن مسکن و همچنین افزایش مسکن‌های اجتماعی در بازار مسکن دخالت می‌کند.

۲- ضرورت مدیریت اجاره‌ها در بازار مسکن است. که در این زمینه، دولت با سیاست‌هایی مانند کنترل رشد سالانه اجاره‌ها یا سقف گذاشتن برای اجاره‌ها در بازار مسکن دخالت می‌کند.

اما بخش خصوصی، ورود دولت به این دو عامل را موجب نوسان در بازار مسکن می‌داند. از طرفی تعیین نرخ مصالح از سوی دولت و عدم رقابتی شدن این حوزه نیز موجب شده تا قیمت مسکن متاثر از قیمت مصالح همواره در نوسان باشد. دولت سعی کرد با اجرای پروژه‌هایی از جمله مسکن مهر، تسلط خود را بر بازار مسکن و مدیریت آن نشان دهد. اما خروجی این پروژه از جمله نحوه واگذاری، قیمت تمام شده، نوع مصالح به کار رفته و غیره باعث زیرسوال رفتن دولت در مدیریت بازار مسکن شده است. از این رو برخی بر این عقیده‌اند که شاید اگر دولت کل طرح مسکن مهر را در قالب طرح‌های روستایی و خودمالکی اجرا می‌کرد، به نتایج بهتری دست می‌یافت؛ اما این طرح متوجه تصدی‌گری ساخت‌وساز متمرکز در کلانشهرها و پروژه‌هایی شد که همه نوع ایراد از نظر جانمایی، طراحی و خدمات به آن وارد است. بنابراین دولت باید از تجربه مسکن مهر استفاده کند و در سیاست‌گذاری‌های جدید خود قوانینی را وضع کند که باعث توسعه مشارکت و فعالیت بخش خصوصی، خودمالکان و متقاضیان مسکن شود. باید توجه داشت که دولت به منظور تنظیم بازار و ایجاد آهنگ رشد مناسب در بخش مسکن باید تمهیدات، مشی‌ها و وضع قوانین را ساماندهی کند و سیاست‌های خود را به سمتی سوق دهد که باعث تعدیل و کاهش قیمت‌ها و خانه‌دار شدن متقاضیان مسکن با حداقل اعتبار شود. نباید انتظار داشت دولت در حوزه ساخت‌وساز مسکن مستقیما وارد شود، بلکه باید این مسئولیت به بخش خصوصی واگذار شود تا در آینده شاهد ثبات بازار مسکن باشیم. البته نگارنده در جایگاه مدافع حضور بخش خصوصی در حوزه مدیریت بازار مسکن نیست و بر این عقیده است شاید مدیریت دولتی - البته با یک برنامه‌ریزی دقیق و شفاف- بتواند بازار مسکن را مدیریت و با ثبات کند. همان‌طور که تجربه خوب مدیریت دولتی در بازار مسکن را می‌توان در کشورهایی مانند سوئد، نروژ و اسکاتلند مشاهده کرد. شاید هم بازار مسکن ایران از آن دست بازارهایی است که نیازمند مشارکت بخش‌خصوصی و دولتی توامان با همدیگر است. یکی در قالب مجری و دیگری در هیات سیاست‌گذار. حال چه بخش خصوصی و چه بخش دولتی مدیریت بازار مسکن را بر عهده داشته باشد، نخستین اقدام قابل توجه در این زمینه مهار و کنترل تورم است. درواقع مهم‌ترین شاخصه مدیریت بازار مسکن مهار تورم است. از طرفی باید در نظر داشت که اگر در بازار مسکن، تعادل برقرار باشد یعنی، مقدار عرضه مسکن و مقدار تقاضای مسکن، برابر باشند این برابری، قیمت تعادلی در این بازار را به دست می‌دهد. در این‌صورت، تا زمانی که عاملی نتواند این سه مقدار تعادلی یعنی مقدار عرضه مسکن، مقدار تقاضای مسکن و قیمت مسکن را تغییر دهد تعادل برقرار در بازار مسکن، پایدار خواهد ماند. می‌دانیم که سه عامل اساسی بر قیمت بازار مسکن تاثیرگذار است که مدیریت هر سه آنها بر ثبات بازار کمک شایانی می‌کند:

۱-عوامل سازمانی آنهایی که بر قیمت‌گذاری ملک موثرند.

۲- عوامل مشتری که از طرف آن بر قیمت‌گذاری ملک موثرند زیرا بین قیمت و تقاضا رابطه معکوس وجود دارد.

۳- عوامل بازار از طرف بازار بر قیمت‌گذاری ملک موثرند.

حال آنکه چه دولت و چه بخش خصوصی بر بازار مسکن مدیریت داشته باشد، باید به این سه اصل توجه کرده و به موازات هم آن را مدیریت کنند.

در طی این سال‌ها به‌خصوص بعد از انقلاب شاهد مداخله شدید دولت در این بخش بوده‌ایم. در سال‌های اولیه انقلاب، این مداخله به‌صورت تملک و بعد از واگذاری زمین، به افراد، سازنده‌ها و تشکل‌ها (یعنی تعاونی‌ها و سازندگان انبوه) بوده است و ما شاهد بیشترین میزان دخالت دولت بعد از دولت‌های سوسیالیستی (که البته در آنها اختیار همه چیز به دست خودشان است) در بخش مسکن بوده‌ایم. اما در برنامه سوم توسعه پس از بازنگری نسبت به آنچه انجام شد دولت به این نتیجه رسیدکه این مداخله در بعضی عرصه‌ها، مداخله صحیحی نیست و باعث انحراف در بازار می‌شود و علائم اشتباه به بازار می‌دهد. از سویی اطلاعات صحیحی در اختیار آن قرار نمی‌دهد و در عین حال افراد کم‌درآمد را نیز در برنمی‌گیرد به همین خاطر، از مداخله شدید به سمت مداخله حداقل حرکت کرد و دولت، کمترین حد مداخله را در بخش مسکن انجام داد و شاید از آن زمان به بعد بود که روزنه‌هایی برای ورود بخش خصوصی به بازار مسکن مشاهده شده. هر چند که در دولت نهم و دهم باز رویکرد به حضور حداکثری دولت در مدیریت بازار مسکن بود که نتیجه آن را نیز مشاهده کردیم که هر روز مسکن با یک قیمت با یک شاخصی در بازار عرضه می‌شد. اما رویکرد دولت یازدهم به بازار مسکن کمی متعادل‌تر شده و اجازه ورود بخش خصوصی را به این عرصه داده است. با این حال باید در نظر داشت که هر کدام از طرفین که بر بازار مسکن مدیریت می‌کنند باید توجه داشته باشند که قیمت در بازار مسکن ایران را به‌گونه‌ای مدیریت کنند که هم مانع از عدم افزایش عرضه مسکن شود و هم مانع از افزایش نامناسب قیمت مسکن.

فرصت امروز آخر

نگاه آخر

اهمیت شناخت مشکلات نساجی

کلثوم بختیاری | استاد دانشگاه |

صنعت نساجی به دلیل اشتغال‌زایی و ایجاد ارزش افزوده بالا دارای اهمیت زیادی است، بنابراین شناخت مشکلات این صنعت برای رسیدن به اقتصاد بهتر و توسعه‌یافته‌تر اهمیت ویژه‌ای دارد. بروجرد یکی از شهرهایی است که در آن سابقه پرداختن به صنایع نساجی بسیار بالا است. در کشورهای توسعه‌یافته، صنایع نساجی با قدمت زیادشان نسبت به سایر صنایع نقش تعیین‌کننده‌ای در پیشرفت آنها ایفا کرده‌اند، به طوری که این کشورها بخشی از موفقیت خود را مدیون گسترش این صنعت در مراحل اولیه صنعتی شدن می‌دانند. اساسا انقلاب صنعتی با ماشینی شدن تولیدات منسوجات آغاز شد و صنعت نساجی نیز به دلیل ماهیت و ویژگی خاص خود زمینه رشد سایر صنایع را فراهم آورد. در ایران نیز این صنعت قدمت طولانی دارد و یکی از مهم‌ترین بخش‌های اشتغال‌زا بوده که در سال‌های اخیر با مشکلاتی مواجه شده است و بسیاری از کارخانجات نساجی با کاهش شدید فروش مواجه شده‌اند. کارخانجات بروجرد هم که یکی از قطب‌های نساجی کشور بودند به همین دلیل از قاعده مستثنی نماندند و با اینکه تا سال ۱۳۸۱ از صادرکنندگان به اروپا بودند، به دنبال افول صنعت نساجی، محصولات این کارخانه‌ها که به‌عنوان برجسته‌ترین شرکت‌ها در صنعت نساجی شناخته می‌شدند با رکود در فروش مواجه شد. سال‌ها محصولات این کارخانه‌ها در حجم انبوهی در انبارها خاک خورد و این کارخانه‌ها که با تولیدات میلیون متر مربعی روبه‌رو بودند یکباره به وسیله رکود در فروش ورشکسته شدند. تنها در سال ۸۷ فروش این کارخانجات ۱۰۰ میلیارد ریال کاهش داشته است و از ۱۲۰میلیارد ریال به ۲۰ میلیارد ریال رسیده است. در نتیجه شناخت مشکلات و برطرف کردن آنها در صنعت نساجی قابلیت بازآوری ارزش افزوده فراوانی را به همراه دارد.

منطقه آزاد

دوجداره‌های انرژی‌دوست

«نوشین پیروز» | روزنامه نگار و جهانگرد |

سال‌هاست که مشکل کمبود منابع تولید انرژی زندگی را در همه جای دنیا تحت‌تاثیرخود قرار داده است.

یکی از راه‌های موثر و کارآمد در صرفه‌جویی مصرف انرژی، تعویض در و پنجره‌های قدیمی با پنجره و درهای عایق‌دار و دوجداره است. بیشتر شدن تعداد روزهای بسیار سرد یا بسیار گرم، عاملی برای ترغیب مردم به استفاده و خرید از وسایل تولید گرما یا سرما و تهویه مطبوع در خانه و محل کار شده است، اما اگر در محل استفاده از تهویه مطبوع، در و پنجره‌ها عایق درستی نداشته باشند، به‌علت آنکه بیشترین پرت گرما و سرما (۵۰ درصد) از طریق در و پنجره‌هاست، دما هرگز مطلوب نخواهد شد.

یکی از دلایل عدم تمایل مردم به تعویض پنجره‌های قدیمی به‌علت هزینه این تغییر است، اما می‌توان با کمی دقت، صرف حوصله و انتخاب درست پنجره مناسب در هنگام خرید و سفارش هم از پرداختن هزینه‌های غیرضروری جلوگیری به عمل آورد و هم بعد از نصب، تا میزان ۷۰ درصد در هزینه‌های مصرف انرژی درخانه یا محل کار صرفه‌جویی کرد. قدم اول آن است که هرکسی قبل از خرید و مشورت با کارشناس، باید کمی درباره اینکه خانه به چه چیزی واقعا نیاز دارد شخصا تحقیق کند. هیچ کارشناسی نمی‌داند سقف بودجه ما چقدر است یا در ساعت‌های مختلف روز کدام پنجره یا درهای خانه بیشتر یا کمتر باز و بسته می‌شوند. خانه‌ای که پنجره‌های رو به بزرگراه دارد نیاز به شیشه‌های سه‌جداره با عایق صوتی خواهد داشت تا به میزان ۸۰درصد جلوی آلودگی صوتی هم گرفته شود، اما این انتخاب برای آشپزخانه‌ای که بیشتر اوقات پنجره‌اش باز باشد، انتخاب درست و ضروری نیست.

چند عامل در قیمت پنجره‌ها تعیین‌کننده‌اند که عبارتند از: نوع پروفیل و قاب پنجره، انتخاب شیشه مناسب، همین‌طور فاصله بین شیشه‌ها و چگونگی گالوانیزه و عایق شدن و دیگر اینکه با چه گازی فاصله بین شیشه‌ها پر می‌شود، ضخامت شیشه‌ها و کیفیت آن هم مهم است. دستگیره و ابزارها از وسایل جانبی هستند که هرکدام از آنها قطعا کاربر دارند، اما متناسب با استفاده شخصی و البته بودجه می‌توان انتخاب کرد که کدام برای مصرف ما مناسب‌تر است. با نصب پنجره‌های دوجداره، از ورود گرد و خاک و آلودگی هوای بیرون به داخل خانه جلوگیری می‌شود. لازم نیست حتما یک زن خانه‌دار باشید تا بدانید وقتی از ورود گرد و غبار هرروزه به خانه جلوگیری شود، تا چه حد در میزان مصرف آب برای شست‌وشو، گرد و غبارزدایی و در مصرف برق در استفاده از جاروبرقی و بخارشورها صرفه‌جویی می‌شود.

از حالت‌های ایده‌آلی که امروزه در بسیاری از کشورهای مدرن استفاده می‌شود آن است که ساختمان‌ها، علاوه بر پنجره‌های دوجداره و عایق، از طرف بیرونی هم کرکره دارند. نصب این کرکره‌ها (مثل کرکره‌های برقی ویترین مغازه‌ها) جلوی نور و تابش شدید آفتاب در تابستان، گرما و سرما، گردوغبار و صدا را می‌گیرند و به امنیت بیشتر خانه‌ها هم کمک می‌کنند. نصب آسان، با کمترین آسیب به شکل ظاهری و روکار ساختمان از دیگر محاسن استفاده از این پنجره‌هاست.

پنجره‌های دوجداره باید بین ۲۵ تا ۳۰سال عمر داشته باشند. مگر برای جاهایی بسیار سرد یا بسیار گرم. پس برای گارانتی با مدت زمان کم، باید علت قانع‌کننده‌ای وجود داشته باشد. شاید وقت آن رسیده که با صاحبخانه یا شریک زندگی خود، درباره لزوم تعویض و استفاده از پنجره‌های دوجداره صحبت کنید. مشورت با کارشناس‌ها به هرحال، در همه‌جای دنیا مجانی است و تعویض پنجره‌ها، یک گام بزرگ در صرفه‌جویی هزینه‌های روزمره زندگی و کمک بسیار بزرگی به محیط‌زیست، شهر، کشور و البته سلامتی خود و افراد خانواده شماست.

خودپرداز

مرتیکه پولدار!

سعید هوشیار | طنز نویس |

دیروز صبح هنگامی که در کنار خودپرداز منتظر صید خود بودم، یک مازراتی با سرعت بالا از کنارم رد شد و یک جوان خوش‌تیپ و قطعا فیت‌نس کار، تا کمر از شیشه‌اش بیرون آمد و با صدای رسا گفت: «کچل چطوری!؟»، اینجا بود که به‌طور کامل و از اعماق وجودم اختلاف طبقاتی را حس کردم. این موضوع زمانی به اوج خود رسید که هنگام حساب کردن کرایه با راننده تاکسی متوجه شدم کیف پولم همراهم نیست و مجبور شدم بین راه پیاده شوم! البته برخورد من در قبال آن جوان خوش چهره چیزی نبود به جز سعه صدر و طلب بالا رفتن ادب و فرهنگ؛ برایش! ببخشید دروغ گفتم! فحشش دادم و گذشته‌اش را بررسی اجمالی کردم. چاره‌ای نداشتم، خب به من هم حق بدهید. یک جوان ۲۰ ساله با یک اتومبیلی که قیمتش ۱۰ برابر دارایی پدرم بود از کنارم رد شده و شاد و خندان سعی کرده بود که به من توهین کند. شما در برخورد با آدم‌هایی از طبقه اقتصادی دیگر چطور برخورد می‌کنید؟ برخورد دیروز من با این دوستان در جلوی خودپرداز بهانه‌ای شد تا این موضوع را بررسی کنم که افراد در برخورد با طبقات اجتماعی متفاوت چه عکس‌العملی نشان می‌دهند. این موضوع را دیروز در صف خودپرداز به پرسش گذاشتم و نتایج جالبی از افراد مختلف دستگیرم شد. نتایج به‌دست آمده که بدون نام و نوشته شده روی کاغذ از افراد خودپرداز گرفته شد به قرار زیر بود. البته جنسیت دوستان نظردهنده در کاغذشان مشخص نبود، گرچه می‌توان حدس زد.

نفر اول: بمیر بابا!

نفر دوم: اگر فرد متمولی ببینم قطعا سعی می‌کنم نایس‌ترین فحش ممکنه را نثارش کنم و در برخورد با قشر پایین از لحاظ اقتصادی سعی می‌کنم ترحم کنم و هیچ کمکی به آنها نخواهم کرد.

نفر دوم: سعی می‌کنم به شکلی منطقی فرد سرمایه‌دار را به گوشه‌ای کشانده و صحبت و بحثی مفصل راه بیندازم، پیرامون اینکه این دوست عزیز و محترم سرمایه‌دار ما چطور توانسته این میزان دزدی انجام دهد.

نفر سوم: من خودم جزو قشر سرمایه‌دار هستم و معتقدم آدمی که ماهی زیر ۵ میلیون تومان درآمد داشته باشد اساسا آدم نیست و اگر هم آدم باشد آدم حسابی نیست.

نفر چهارم: من در برخورد با آدم‌های پولدار و متمول سعی می‌کنم بهترین برخورد ممکن را انجام دهم و اگر هم شد از آنها بابت این میزان درآمد تشکرکنم. حتی بسیار دوست دارم که بتوانم ارتباطی را با آنها شروع کنم تا بتوانم از تجربیات‌شان بیشتر بهره بگیرم و در روزها و برنامه‌های دیگری آنها را ملاقات کنم.

این نظرات تعدادی از دوستان خودپردازی پیرامون برخورد با دوستان در اقشار مختلف اقتصادی بود که خواندید. تا اکتشاف و استخراجی دیگر بدرود!

دور دنیا

لوکس و پرقیمت

گران‌قیمت‌ترین آیفون ۶ در مجموعه «سوپر نوا» شرکت فالکون ۴۸ میلیون و ۵۰۰ هزار دلار ارزش دارد. این آی‌فون ۶ منحصربه‌فرد دارای حافظه ذخیره‌سازی ۱۲۸ گیگابایتی است، اما یکی از عناصر برچسب قیمت هنگفت آن قرارگیری یک الماس صورتی خوش‌تراش روی قاب پشتی محسوب می‌شود. در ساخت بدنه آن نیز از طلای ۲۴ عیار استفاده می‌شود. بدنه لوکس موبایل هوشمند گروسو نیز از یک بلوک تیتانیوم واحد ساخته شده است. این فرآیند چنان دشوار است که به ۹ساعت ماشین‌کاری نیاز دارد و پس از آن نیز چهار ساعت پرداخت با دست صورت می‌گیرد. دکمه‌های منو و خانه این موبایل هوشمند نیز از تیتانیوم ساخته شده و پنل پشتی با شیشه گوریلا پوشش داده شده است. موبایل هوشمند گروسو به پردازنده چهار هسته‌ای با فرکانس پردازشی ۱/۲ گیگاهرتز و نسخه ۲. ۱. ۴ سیستم عامل اندروید مجهز شده است. قیمت پایه گروسو رادیکال ۱,۸۰۰ دلار است، اما با پرداخت ۵۰۰ دلار بیشتر مشتریان بالقوه می‌توانند نشان گروسو در قسمت جلوی تلفن‌همراه خود را از جنس طلای ۱۸ عیار سفید یا زرد داشته باشند. تنها ۹۹۹ دستگاه گروسو رادیکال تولید می‌شود.

قاب

به گفته رییس اتحادیه تالارهای پذیرایی و تجهیز مجالس، نرخ ورودی تالارها و سالن‌های پذیرایی در اواخر هفته و اعیاد با مبلغ ۳۰۰ هزار تومان، نسبت به روزهای عادی ۱۰۰ هزار تومان گران‌تر است.

پاورقی ۵۳

داستان زندگی محمود خلیلی

محمود خلیلی | بنیانگذار صنایع بوتان |

مشکلات حمل و نقل، به سبب ازدیاد عبور و مرور در تهران و مراجعات مکرر و اجتناب‌ناپذیر به مرکز توزیع برای گرفتن مشخصات مشتریان، به گونه‌ای بود که گاز مورد درخواست مشتری بسیار دیر به دست او می‌رسید و برای حل این مسئله، شرکت مجهز نمودن وسایل حمل و نقل گاز را به دستگاه فرستنده و گیرنده درخواست کرد.

من در هر زمینه‌ای در راستای توسعه صنعت و پیشرفت اقتصادی کشور از هیچ کمک و راهنمایی دریغ نمی‌کردم و آمادگی خود را برای هر نوع تشریک مساعی برای ازدیاد فروش گاز مایع، به اتکای تجربیات چندین ساله اعلام کردم. همان طور که پیش‌بینی می‌کردم مصرف گاز مایع در کشور به طرز چشمگیری بالا رفت.

بی‌مناسبت نیست در این زمینه به قصه‌ای که یکی از مشترکان بوتان نقل می‌کرد، اشاره کنم.

خانمی با آب و تاب تعریف می‌کرد که به مرکز گازرسانی شرکت بوتان تلفن کردم و پس از درخواست دو سیلندر گاز، اسم و آدرس و شماره اشتراک خود را دادم. شاید دو دقیقه نگذشته بود که صدای زنگ در بلند شد. ماموران گازرسانی بودند. آنقدر تعجب کردم که بی‌اختیار با صدای بلند گفتم صدای مرا از کجا شنیدید و به شوخی ادامه دادم نکند شما «جن» باشید؟ راننده کامیون گاز گفت: «نه خانم ما جن نیستیم. وقتی مشغول تحویل سیلندر به همسایه شما بودیم، از مرکز به ما دستور داده شد که گاز مورد نیاز شما را هم تحویل‌تان بدهیم.» اما ارتباط ما با مامورانمان چگونه برقرار می‌شد.

در تاریخ ۱۳۳۸/۵/۲۶ با ارسال نامه‌ای به شرکت ملی نفت ایران موارد مهمی را به شرح زیر یادآور شدم و خواسته‌های شرکت توزیع‌کننده را عنوان و ضمنا به دلیل ضرورت تقاضای بی‌سیم کردم.

۱- در آغاز کار، جلب مشتری برای این محصول کار بسیار مشکلی بود، چرا که حتی طبقات مرفه و ممتاز هم از خطرات ناشی از گاز بیمناک بودند.

۲- شرکت بوتان همیشه سعی داشت وسایل گازسوز را به طبقات تحصیلکرده و مطلع شهر بفروشد. زیرا استفاده توسط این طبقه، خود به خود سبب اشاعه بی‌خطر مصرف گاز در بین دیگر شهروندان می‌شد.

۳- شرکت بوتان تا کنون اقدام به تبلیغات مصرف این سوخت نکرده و معتقد است که مردم باید طرز استفاده از گاز را از نزدیکان و دوستان خود بیاموزند.

۴- شرکت، به سبب ناآشنایی مردم با این ماده سوختی، هرگز اعتقاد به توسعه سریع مصرف آن نداشته است.

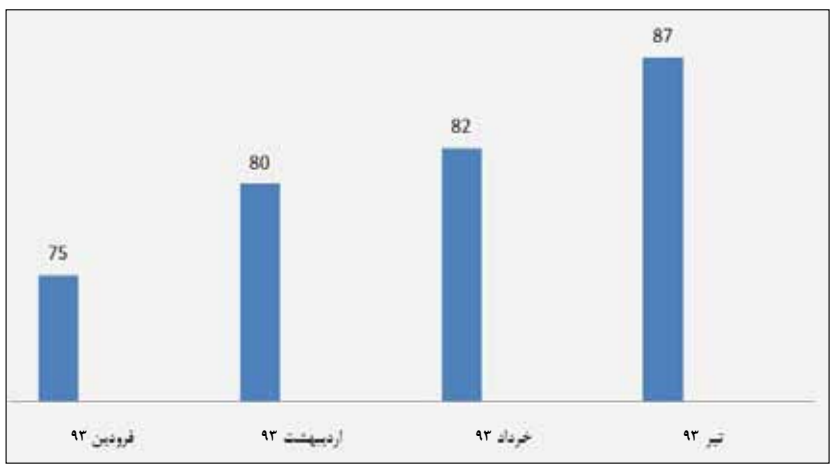
من معتقد بودم که مصرف گاز مایع باید سیر طبیعی خود را طی کند و اگر شرکت نفت بتواند این گاز را در تهران و شهرستان‌ها به روش درست در اختیار مردم بگذارد، ظرف ۱۵ سال این ماده در ردیف سوخت‌های پرمصرف قرار خواهد گرفت و ایجاد وسیله حمل و نقل گاز از آبادان به تهران را مؤثرترین راه برای افزایش مصرف و فروش این محصول می‌دانستم، امری که بسیار مورد نظر و علاقه شرکت نفت بود.

ادامه دارد...

نمودار امروز

قیمت خرید اوراق حق تقدم وام مسکن(هزار تومان)

فرابورس مدت‌ها قبل اعلام کرد برای خرید اوراق حق تقدم وام مسکن محدودیت ایجاد می‌کند. تحلیلگران بازار اعتقاد دارند دلیل اصلی رشد قیمت اوراق حق تقدم خرید وام مسکن، سفته‌بازی دلالان روی این اوراق است. براساس اطلاعیه‌ای که فرابورس منتشر کرده است، خرید اوراق حق تقدم وام مسکن زودتر از دو ماه پیش از خرید ملک ممنوع است. با انتشار این اطلاعیه تصور می‌شد قیمت اوراق حق تقدم وام مسکن کاهش یابد، ولی در آخرین قیمت‌گذاری‌ها بازهم بهای اوراق حق تقدم وام مسکن افزایش یافته است. درحال حاضر برای دریافت وام ۳۵میلیون تومانی مسکن هزینه حداقلی ۶ میلیون تومانی به وام گیرنده تحمیل می‌شود. به این ترتیب در نهایت تنها ۲۹ میلیون تومان وام در اختیار او قرار می‌گیرد. قدرت خرید وام ۲۹ میلیون تومانی در تهران نیز تنها ۵/۸ متر خانه است. دولت طی ماه‌های گذشته بارها اعلام کرده از طریق طرح‌هایی مانند مسکن اجتماعی و طرح لیزینگ وام مسکن قصد بهبود شرایط برای خریداران را دارد.



کیوسک

احتمال فروش اچ‌تی‌سی

Los Angeles Times

به گزارش لس‌آنجلس تایمز، رییس شرکت تایوانی TCL در صفحه شخصی خود در شبکه اجتماعی وی‌بو به طور ضمنی از خرید اچ‌تی‌سی توسط این شرکت خبر داد. تی‌سی‌ال پیشتر با خرید شرکت ورشکسته آلکاتل آن را متحول کرد. اگرچه هیچ تضمینی مبنی‌بر خرید اچ‌تی‌سی توسط تی‌سی‌ال وجود ندارد، اما لی‌دونگ شنگ رییس تی‌سی‌ال در پست خود در ویبو گفته است که شرکت‌های تایوانی نظیر تی‌سی‌ال و اچ‌تی‌سی باید برای پیشی گرفتن از اپل و سامسونگ با هم متحد شوند.

اچ‌تی‌سی در سه‌ماهه اخیر درآمدی بالاتر از دوره مشابه سال قبل داشته، اما نسبت به سه‌ماهه قبلی کاهش درآمد داشته است. انتظار می‌رود شرکت اچ‌تی‌سی هشتم اکتبر طی مراسمی از یک دوربین جدید رونمایی کند. در این مراسم همچنین این شرکت از گوشی اچ‌تی‌سی دزایر eye یک گوشی جدید مجهز به دوربین جلو ۱۳ مگاپیکسلی که برای گرفتن عکس‌های سلفی طراحی‌شده رونمایی خواهد کرد. همچنین این احتمال وجود دارد که اچ‌تی‌سی در این مراسم از تبلت نکسوز ۹ رونمایی کند.

اعتراض رانندگان فیس‌بوک

THE WALL STREET JOURNAL. WSJ

به گزارش وال‌استریت ژورنال، رانندگان اتوبوس‌هایی که کارکنان شرکت فیس‌بوک را بین منازل و محل کار جابه‌جا می‌کنند، به‌شدت به پایین بودن حقوق‌هایشان اعتراض دارند و به همین منظور قصد دارند اتحادیه‌ای تشکیل دهند. آنها می‌گویند اگرچه کارمندان فیس‌بوک حقوق‌های کلانی می‌گیرند، اما رانندگان سرویس‌های این شرکت دستمزدهای ناچیزی دریافت می‌کنند و به همین علت نمی‌توانند هزینه‌های لازم برای زندگی در منطقه گران‌قیمت سیلیکون ولی را تامین کنند.

آنها همچنین معتقدند با توجه به طولانی بودن ساعات کاری که از ۶ صبح آغاز می‌شود و تا ۹ شب به طول می‌انجامد ضروری است تغییرات اساسی در حقوق و دستمزد پرداختی به آنها صورت بگیرد. در همین راستا، نامه‌نگاری‌هایی خطاب به مارک زاکربرگ، مدیرعامل فیس‌بوک هم صورت گرفته و همین‌طور ممکن است این رانندگان اتحادیه‌ای برای خود تشکیل دهند یا به اتحادیه‌های مرتبط بپیوندند. با توجه به اینکه رانندگان شاغل در گوگل، اپل و برخی شرکت‌های دیگر فناوری هم دغدغه‌ها و مشکلات مشابهی دارند این احتمال وجود دارد که اتحادیه مذکور این شرکت‌ها را هم در بربگیرد. با توجه به گرانی خانه در سیلیکون ولی بسیاری از رانندگان مجبورند در فواصل بسیار دوردست منازلی تهیه کنند و لذا بعد از پایان شیفت‌کاری صبح فرصتی برای رفتن به منزل ندارند و تا ساعت ۵ عصر را به چرت زدن در اتوبوس‌هایشان یا گشت‌وگذار در خود فیس‌بوک می‌گذرانند. یکی از رانندگان گفته در ساعت ۲۰/۸۰دلار دریافت می‌کند که به هیچ‌وجه برای گذراندن زندگی عادی کافی نیست. بررسی‌ها نشان می‌دهد رانندگان فیس‌بوک هر ساعت بین ۱۸ تا ۲۰ دلار دریافت می‌کنند.

درآمدهای آنجوری انگلیس

theguardian

به گزارش گاردین، اداره ملی آمار انگلیس، برای نخستین‌بار درآمد ناشی از اقتصاد سایه، مواردی همچون فحشا و موادمخدر را در میان درآمدهای ملی قرار داد. اداره ملی آمار انگلیس اعلام کرد این کشور پارسال ۱۲/۷ میلیارد پوند از فحشا و موادمخدر پول به دست آورده است. به گزارش این اداره، انگلیسی‌ها بیش از موارد مربوط به نظافت شخصی و حتی نوشیدنی‌های الکلی، پول بابت موادمخدر می‌پردازند.

براساس آمار منتشر شده، انگلیسی‌ها پارسال ۵/۶۵ میلیارد پوند بابت فحشا و ۶/۶۲ میلیارد پوند بابت خرید موادمخدر غیرقانونی پرداختند، در حالی که برای نظافت شخصی‌شان، ۵/۸ میلیارد پوند خرج کردند.

با اینکه آمار اداره ملی آمار از میزان درآمد انگیس از فحشا و موادمخدر بسیار بالاست، شماری از کارشناسان معتقدند این آمار، همه موارد مربوط به فحشا و موادمخدر را در این کشور دربرنمی‌گیرد و مثلا درآمد ناشی از کار مردان فاحشه که ۴۲ درصد از فواحش انگلیس را تشکیل می‌دهند، منظور نشده است یا در خریدوفروش موادمخدر، فقط آمار موادمخدر تولیدشده در داخل، یعنی حشیش منظور شده است. در حالی که دیگر کشورهای عضو اتحادیه اروپا همچون آلمان، مجارستان، هلند، اتریش و یونان، سال‌هاست درآمدهای ناشی از فحشا و موادمخدر را جزئی از درآمدهای ملی محسوب می‌کنند، دولت انگلیس امسال به این فکر افتاده است، اما دولت فرانسه کماکان در این باره مقاومت می‌کند.

سودوکو

صندوق بین‌المللی پول در جدیدترین گزارش خود از سلسله گزارش‌های «چشم‌انداز اقتصاد جهانی»، رشد اقتصادی ایران برای سال جاری میلادی را ۱,۵ درصد پیش‌بینی کرده است. رشد اقتصادی ایران در سال گذشته منفی ۱,۹ درصد اعلام شده بود.

براساس گزارش جدید این نهاد بین‌المللی، رشد اقتصادی ایران در سال ۲۰۱۵ نیز با رشد روبه‌رو خواهد بود و به ۲,۲ درصد خواهد رسید.

صندوق بین‌المللی پول در ادامه گزارش خود، نرخ تورم ایران در سال‌جاری میلادی را ۱۹,۸ درصد پیش‌بینی کرده است. برآورد این نهاد بین‌المللی از نرخ تورم ایران در سال گذشته برابر با ۳۴,۷ درصد و برای سال ۲۰۱۵ برابر با ۲۰ درصد است.به گزارش فارس، نرخ بیکاری در سال ۲۰۱۴ به ۱۱,۶ درصد خواهد رسید، اما در سال ۲۰۱۵ افزایش می‌یابد و به ۱۲,۲ درصد خواهد رسید. این رقم در سال گذشته ۱۰,۴ درصد برآورد شده بود.

تراز حساب های جاری ایران در سال ۲۰۱۴ بالغ بر ۴,۲ درصد تولید ناخالص داخلی پیش‌بینی‌شده که این رقم برای سال ۲۰۱۳ برابر با ۷,۵ درصد تولید ناخالص داخلی بوده است.