

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

با مثبت شدن رشد اقتصادی در پاییز و زمستان ۹۵

آیا اقتصاد ایران واقعا از رکود جسته است؟

به اعتقاد برخی اقتصاددانان، مثبت شدن رشد اقتصادی دو فصل پاییز و زمستان ۹۵ به معنای خروج اقتصاد از رکود است، با این حال، فعالان اقتصادی چشم به نتیجه شاخص‌های بهار دوخته‌اند تا مشخص شود که آیا اقتصاد ایران واقعا از رکود جسته است؟ به گزارش خبرنگاران...



گزارش بانک مرکزی از افزایش قیمت و رشد معاملات مسکن در شهر تهران

صدای پای رونق مسکن

بر اساس گزارش بانک مرکزی از تحولات بازار مسکن شهر تهران در اردیبهشت‌ماه سال ۱۳۹۶، تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی شهر تهران به ۱۶۰۴ هزار واحد مسکونی رسید که نسبت به ماه مشابه سال قبل ۶۰۴ درصد افزایش نشان می‌دهد.

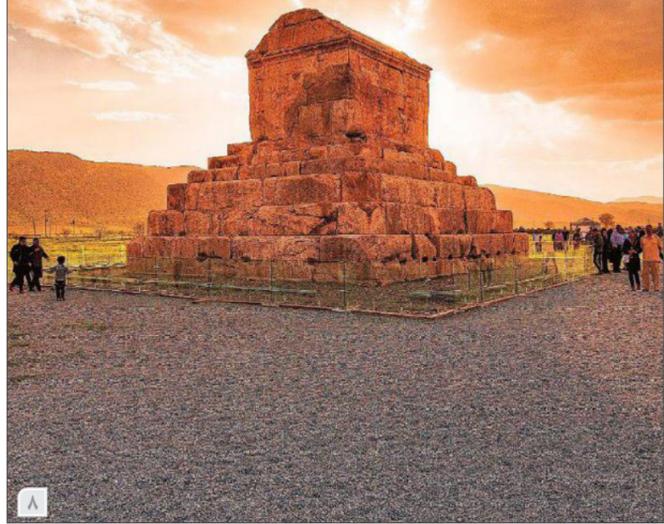
به گزارش «فرصت امروز»، بررسی توزیع تعداد واحدهای

مسکونی معامله شده به تفکیک عمر بنا در اردیبهشت‌ماه امسال حاکی از آن است که واحدهای تا پنج سال ساخت با سهم ۴۷.۶ درصدی، بیشترین سهم از واحدهای مسکونی معامله شده را به خود اختصاص داده‌اند.

سهم مذکور در مقایسه با اردیبهشت‌ماه سال قبل ۴.۴ واحد درصد کاهش یافته و در مقابل، به سهم واحدهای با

قصد شش تا ۱۰ سال و بیش از ۱۵ سال افزوده شده است. توزیع تعداد معاملات انجام شده بر حسب مناطق مختلف شهر تهران در اردیبهشت‌ماه سال ۹۶ حکایت از آن دارد که از میان مناطق بیست‌و‌دوگانه شهر تهران، منطقه پنج با سهم ۱۶.۱ درصدی از کل معاملات، بیشترین تعداد قراردادهای مبادیه‌نامه را به خود اختصاص داده است...

تبدیل ایران به کانون گردشگری منطقه رونق گردشگری پس از پیروزی روحانی



بانک مرکزی وضعیت شاخص‌های اقتصادی در ۹ ماهه سال ۱۳۹۵ را منتشر کرد

تورم تک‌رقمی، رشد دورقمی

رشد ۱۰۹ درصدی سرمایه‌گذاری خارجی مصوب در بخش صنعت و معدن

بیشترین حجم سرمایه‌گذاری خارجی در کدام استان‌ها بوده است؟

بررسی سرمایه‌گذاری خارجی مصوب در کشور طی ۱۰ ماهه سال ۹۵ در مقایسه با مدت مشابه سال ۹۴ بیانگر رشد ۱۰۹ درصدی از لحاظ ارزش سرمایه‌گذاری بوده و همچنین در تعداد کل طرح‌ها و واحدها نیز رشد ۱۴۲ درصدی نشان می‌دهد.

به گزارش دفتر سرمایه‌گذاری وزارت صنعت، معدن و تجارت، طی سال‌های گذشته حجم سرمایه‌گذاری خارجی مصوب در بخش صنعت و معدن شاهد رشد قابل توجهی بوده، به طوری که سال ۹۴ حجم سرمایه‌گذاری خارجی مصوب نسبت به سال ۹۳ شاهد رشد ۳۰۰ درصدی بوده است.

بر اساس آخرین اطلاعات سرمایه‌گذاری خارجی مصوب به تفکیک استان، طی سال ۹۴ و ۱۰ ماهه سال ۹۵ بیشترین تعداد طرح مصوب در استان خراسان رضوی بوده است. در سال ۹۴ استان البرز در رتبه دوم و استان‌های آذربایجان غربی، تهران و اصفهان به‌طور مشترک رتبه سوم را دارند.

بیشترین حجم سرمایه‌گذاری در سال ۹۴ به ترتیب در استان‌های خراسان رضوی، فارس و سیستان و بلوچستان مصوب شده است و در سال ۹۵ به ترتیب استان‌های خراسان شمالی، آذربایجان غربی و قزوین رتبه‌های نخست تا سوم را از لحاظ حجم سرمایه‌گذاری مصوب دارا بوده‌اند.

در ۱۰ ماهه سال گذشته کشور اسپانیا با یک طرح

تویل و... تا ۷۰۰۰ میلیارد تومان هزینه کنیم باید مطالعات عمیقی داشته باشیم که چرا باید این کار را انجام دهیم. حناچی، انتقال نمایشگاه به شهر آفتاب را نوعی هزینه اضافی دانست و گفت: به اعتقاد من عمداً برای نمایشگاه بین‌المللی تهران مترو نساختند؛ چون شهرداری نمایشگاه دیگری ساخته و دیگر دوست ندارد نمایشگاه تهران اینجا باشد؛ درحالی‌که اگر یک ایستگاه مترو در نمایشگاه احداث می‌شد مشکل ترافیک نمایشگاه تهران حل بود. هیچ عقل سلیمی موقعی که ایستگاه مترو وسط نمایشگاه باشد حاضر نیست با ماشین به آن منطقه برود.

سرمقاله

سازمان تجارت جهانی و ما

محسن بهرامی ارض اقدس
رئیس کمیسیون تسهیل تجارت اتاق تهران

موضوع عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی دو وجه دارد. وجه اول مربوط به داخل است. آماده‌سازی بخش‌های مختلف اقتصاد برای عضویت در این سازمان از زمان دولت اصلاحات شروع شده، جوانب لازم مورد مطالعه قرار گرفته و در تمام زمینه‌های مختلف نقاط ضعف و قوت ایران برای پیوستن به این سازمان دیده شده و در کتبی منتشر شده است. در دولت اصلاحات تلاش گسترده‌ای برای طی شدن فرآیند الحاق صورت گرفت و در نهایت و با وجود مخالفت مکرر آمریکایی‌ها به‌عنوان عضو ناظر WTO پذیرفته شدیم...

بازاریابی و فروش



استراتژی بازاریابی بر اساس مسئولیت اجتماعی
م این برندهای مهربان

معاون وزیر راه و شهرسازی:

طی ۱۰ سال تعداد خانه‌های خالی چهار برابر شد

می‌دهد ۲ میلیون و ۶۰۰ هزار واحد مسکونی خالی در کل کشور و ۴۹۰ هزار واحد خالی در تهران وجود دارد. یعنی بین دو سرشماری از سال ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۵ تعداد واحدهای مسکونی خالی چهار برابر شده است. شما اگر این آمار و اطلاعات را داشته باشید، می‌توانید شهر را درست هدایت کنید. یا این اطلاعات را دارید و مسیر خود را تغییر نمی‌دهید یا متخصص تحلیلش را ندارید، یا نمی‌خواهید این اطلاعات بیرون بیاید؛ چون در آن صورت باید جوابگو باشید.

حناچی بیان کرد: مطالعات اولیه ما که از خود شهرداری هم

معاون وزیر راه و شهرسازی نحوه رفتار مدیریت شهری را طی سال‌های اخیر نگران‌کننده دانست و گفت: سازمان و تشکیلات مدیریت شهری به پشتوانه آرای مردم به وجود آمد که ضمانت حقوق و کیفیت زندگی مردم را در این شهر تضمین کند اما حالا به نظر می‌رسد باید پلیسی ایجاد کنیم که مراقب این ارگان باشد.

طی ماه‌های گذشته مجموعه انتقادات و مباحث جنجالی در خصوص شهرداری تهران ایجاد شد که از جمله آنها می‌توان به بحث املاک نجومی، رابطه بانک زنجانی با این ارگان، شهرفروشی و حادثه پلاسکو اشاره کرد که معاون وزیر راه و شهرسازی در گفت‌وگویی تفصیلی با ایسنا درباره آنها توضیح داده است.



پیروز حناچی در این گفت‌وگو در توضیح عدم انطباق طرح‌های تفصیلی با طرح جامع از ضرب‌المثل فارسی «در دیزی باز و حیای گربه کجاست؟» استفاده کرده و گفته است «در دیزی باز...» به این معنی بوده که دولت به وظایف حاکمیتی‌اش عمل نمی‌کرده و «حیای گربه کجاست» نیز یعنی شهرداری تهران از حداکثر این فرصت به نفع تأمین منابع مالی کوتاه‌مدت استفاده کرده است.

پیروز حناچی ادامه داد: املاک نجومی به لحاظ قانونی به ما ربطی ندارد، اما واقعیت این است که عدول از برنامه چه در بافت‌های فرسوده، چه در منطقه ۲۲ ظرفیتی را به وجود آورده است. در بحث املاک نجومی شهرداری به واسطه اینکه به منابع آبی ذخایر تهران به صورت بی‌حد و حصر دسترسی پیدا کرده و برنامه را رعایت نکرده بود، ظرفیتی برایش به وجود آمده که حاتم‌بخشی کرده است. اصل قضیه را هم کسی نفی نمی‌کند و فقط روی میزانش بحث می‌کنند.

دسترسی شورای شهر به اطلاعات شهرداری محدود است

معاون وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه بعد از حادثه پلاسکو اطلاعات بلندمرتبه‌سازی را به زور بازرسی از شهرداری گرفتیم، تأکید کرد: این اطلاعات در شهرداری وجود دارد اما بیرون نمی‌آید. یکی از کارهای خوبی که شهرداری در دوره آقای قالیباف انجام داد که از قبل آغاز شده بود و ایشان هم خیلی سرمایه‌گذاری کرد، توسعه رخدخانه تهران است. یعنی اطلاعات تهران با دقیق‌ترین جزئیات که بتواند شما را برای تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری هدایت کند وجود دارد ولی این اطلاعات حتی برای اعضای شورای شهر هم محدودیت دارد. این اطلاعات زمانی ارزش دارد که اسکان پایلای، ارزیابی و بررسی را فراهم کند. می‌تواند در اختیار شهروندان یا حداقل در اختیار متخصصان قرار گیرد تا امکان ارزیابی داشته باشد.

طی ۱۰ سال تعداد خانه‌های خالی چهار برابر شد

وی در خصوص ۴۹۰ هزار واحد مسکونی خالی در شهر تهران گفت: اخیراً مرکز آمار نخستین خروجی‌ها را بیرون داد که نشان

شبکه دسترسی منطقه ۲۲ متناسب با این بارگذاری نیست

وی درخصوص ساخت مجموعه‌های عظیم تجاری در منطقه ۲۲ اظهار کرد: به‌طور مثال یک مجموعه تجاری در منطقه ۲۲ ساخته شده که معنای تخصصی این حجم تجاری این است که همه مردمی که به تهران سفر می‌کنند به آنجا بیایند. اساساً چنین پیش‌بینی برای آنجا صورت نگرفته است. شبکه دسترسی‌های آنجا چنین جوابی را نمی‌دهد. همین الان قفل است. شما صبح‌ها در ساعات پیک ترافیک ببینید بزرگراه‌های همت، حکیم و اتوبان کرج چه خبر است. منطقه ۲۲ تنها منطقه‌ای است که شبکه دسترسی مترو برای آن پیش‌بینی نشده که علت هم دارد؛ زیرا اصلاً قرار نبود چنین بارگذاری آنجا صورت گیرد. معاون وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه بیشترین حجم بلندمرتبه‌سازی در مناطق ۲، ۴، ۵، ۶ و ۷ صورت گرفته است، گفت: در همین مناطق بیشترین حجم تخلفات هم وجود دارد. ما در منطقه ۱ تحقیق تکمیلی انجام دادیم که نشان می‌دهد تا ۸۰ درصد عدول نسبت به پروانه صورت گرفته است. معنایش این است که از دو حالت خارج نیست؛ یا شهرداری نمی‌داند و این اتفاق می‌افتد که این یعنی عدم کفایت یا می‌داند و این اتفاق می‌افتد که یعنی تبانی.

افق جمعیت تهران را از ۹.۵ به ۱۳.۵ میلیون نفر رساندند

معاون معماری و شهرسازی وزیر راه و شهرسازی درباره بحث بلندمرتبه‌سازی در تهران گفت: مجموع اقداماتی که در خصوص بلندمرتبه‌سازی صورت گرفت افق جمعیت شهر تهران را که می‌بایست حدود ۹.۵ میلیون نفر باشد به ۱۳.۵ میلیون نفر افزایش می‌داد. اصلی‌ترین کاری که ما در شورای عالی شهرسازی کردیم این بود که تمام این اسناد و پالایش را احصا کردیم و دوباره به نقطه اول برگردانیم. هرچند در خیلی از این مناطق هم پروانه صادر شده بود و کار خاصی نمی‌شد انجام داد. در این زمینه شهرداری هم اصفاً با تغییر دولت که فضا را عوض شده می‌دید همراهی کرد. هرچند بخشی از این اقدامات نتیجه تصمیمات شوراهای معماری مناطق بود. چیزی تحت عنوان شورای عالی مناطق تشکیل شده بود که چنین چیزی در هیچ جای قانون وجود ندارد. این شوراها برای خودشان می‌پریدند و می‌دوختند و پروانه صادر می‌کردند. آن اختیارات را هم گرفتیم. البته مطمئن نیستیم همه چیزهایی که تصویب کردیم شهرداری به‌جزی مطمن نباشد. ابلاغ کرده باشد. به همین خاطر به‌عنوان یک کتابچه عدم انطباق طرح تفصیلی با طرح جامع تهران، همه این موارد را احصا کردیم و اسفندماه سال قبل به تأیید شورای عالی شهرسازی رساندیم و منتشر می‌کنیم.

با تصویب در کمیسیون اقتصادی مجلس

تحقیق و تفحص از نحوه اجرای هدفمندی یارانه‌ها کلید خورد



و به شکل جامع‌تری از همه دستگاه‌های درگیر اجرای این طرح نیز صورت گیرد و در صورتی که این طرح در جلسه علنی مجلس به تصویب نمایندگان برسد بر اساس قانون پس از تشکیل هیات تحقیق و تفحص شش ماه زمان برای انجام آن و ارائه گزارش به صحن مجلس پیش‌بینی شده است.

نماینده کرمان در این تحقیق و تفحص گفت: برخی از نمایندگان معتقدند میزان درآمد و هزینه کرد هدفمندی یارانه‌ها به خصوص از محل افزایش قیمت حامل‌های سوخت و انرژی بیش از رقم اعلامی از سوی دولت است، لذا برای شفافیت در این بحث درخواست تحقیق و تفحص دادند؛ البته دولت بارها این رقم را اعلام نموده و به تفصیل درآمد و هزینه‌کرد منابع هدفمندی را مشخص کرده است.

طرح تحقیق و تفحص از نحوه اجرای هدفمندی یارانه‌ها و هزینه‌کرد منابع حاصل از آن در جلسه روز گذشته کمیسیون اقتصادی مجلس به تصویب رسید. احمد انارکی در گفت‌وگو با ایسنا در تشریح جلسه دیروز کمیسیون اقتصادی مجلس گفت: در این جلسه با حضور رئیس سازمان هدفمندی یارانه‌ها برگزار شد، پس از استماع نظرات نمایندگان درخواست‌کننده تحقیق و پاسخ‌های رئیس سازمان هدفمندی یارانه‌ها در خصوص تحقیق و تفحص از این سازمان رای گیری شد و در نهایت به تصویب کمیسیون اقتصادی مجلس رسید. این عضو کمیسیون اقتصادی مجلس افزود: با توجه به اینکه در هدفمندی یارانه‌ها دستگاه‌های مختلفی نظیر وزارت نفت درگیر هستند، مقرر شد این تحقیق و تفحص تنها از سازمان هدفمندی انجام نشود

یادداشت

سازمان تجارت جهانی و ما

محسن بهرامی‌ارض اقدس

رئیس کمیسیون تسهیل تجارت اتاق تهران



موضوع عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی دو وجه دارد. وجه اول مربوط به داخل است. آماده‌سازی بخش‌های مختلف اقتصاد برای عضویت در این سازمان از زمان دولت اصلاحات شروع شده، جوانب لازم مورد مطالعه قرار گرفته و در تمام زمینه‌های مختلف نقاط ضعف و قوت ایران برای پیوستن به این سازمان دیده شده و در کتابی منتشر شده است. در دولت اصلاحات تلاش گسترده‌ای برای طی شدن فرآیند الحاق صورت گرفت و در نهایت با وجود مخالفت مکرر آمریکایی‌ها به‌عنوان عضو ناظر WTO پذیرفته شدیم.

متأسفانه در دولت‌های نهم و دهم این موضوع به‌طورکلی در محاق قرار گرفت. نه‌تنها هیچ پیشرفتی در جهت الحاق به سازمان صورت نگرفت بلکه با کاغذ پاره خواندن قطعنامه‌های سازمان ملل و بحرانی کردن فضای بین‌المللی علیه ایران، نه‌تنها آمریکایی‌ها بلکه بسیاری از کشورهای صاحب نفوذ با عضویت دائم ایران در سازمان مخالفت کردند. در آن دوره برای عضویت ایران به اجماع تمام کشورهای عضو نیاز داشتیم اما توجه به اجماع بین‌المللی علیه ایران، علاوه بر کشورهای صاحب نفوذ، کشورهای رسیمن مذاکرات هسته‌ای و نفو تحریبه‌ها، با روی کار آمدن دولت تدبیر و امید سیاست خارجی تقویت شد. با به موفقیت رسیدن مذاکرات هسته‌ای و نفو تحریبه‌ها، حقوق ایران برای فعالیت‌های هسته‌ای صلح‌آمیز به رسمیت شناخته شد. در این دوره، روابط بین‌المللی ایران با سرران کشورهای بزرگ دنیا توسعه پیدا کرد. رفتارآمد رؤسای جمهوری کشورهای مطرح جهان به ایران و سفر رئیس‌جمهور ایران به این کشورها باعث شد دوباره زمینه الحاق ایران به سازمان تجارت جهانی فراهم شود. تمام وزرای اقتصادی، بازرگانی و تجاری کشورهایی که به ایران آمده یا با هیأت‌های ایرانی ملاقات کرده بودند، نسبت به عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی ابراز علاقه و آمادگی کردند. در آخرین اجلاس این سازمان، تعداد زیادی از کشورها از هیأت‌رئیس‌ه سازمان درخواست کردند تا عضویت ایران در دستور کار قرار بگیرد.

نگرانی‌ها

بعضی از فعالان اقتصادی فکر می‌کنند با عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی در بعضی بخش‌ها به دلیل عدم توان کافی برای رقابت آسیب می‌بینیم. این در حالی است که می‌توانیم در چارچوب مذاکرات زمانی را برای آماده‌سازی بخش‌های آسیب‌پذیر در نظر بگیریم. عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی به معنای باز شدن یک‌باره درهای کشور نیست. عضویت کشورهایایی مثل چین و روسیه در سازمان تجارت جهانی نزدیک به ۱۰ سال زمان گرفت.

در شرایط فعلی اقتصاد ایران هزینه‌های الحاق به سازمان تجارت را می‌پردازد اما از محاسن آن بی‌بهره است. کالاهای زیادی بدون پرداخت تعرفه به ایران وارد می‌شود اما در بازارهای جهانی محصولات ایرانی با شرایط تبعیض‌آمیزی مواجه می‌شوند. با وجود پرداخت هزینه‌های الحاق به‌طور غیرمستقیم، از منافع آن محروم هستیم. با توجه به این مسئله باید بیش از گذشته برای دسترسی به بازارهای جهانی دانش فنی، تکنولوژی برتر دنیا و بهسازی و نوسازی خطوط تولید در جریان الحاق به سازمان تجارت جهانی تلاش کنیم.

چه کردیم

طی چهار سال گذشته گام‌های موثری در زمینه عضویت ایران در سازمان تجارت جهانی برداشته شده است. اصلاح تعرفه‌ها و منطقی کردن آن، از پیش‌نیازهای الحاق به سازمان تجارت جهانی است. تیم مذاکره‌کننده ایران در دوره اصلاحات برای تکمیل فرآیند الحاق تربیت شدند. از سوی دیگر کشورهای طرف ما سوالاتی را در مورد تجارت فرامرزی ایران مطرح کردند و ایران باید در مدت زمان مقرر به این مسئله پاسخ دهد. کم کردن طبقات تعرفه‌ای، کاهش متوسط تعرفه‌ها، آزادسازی تعداد زیادی از اقلامی که پیش‌تر با ارز دولتی وارد می‌شد و در حال حاضر بر ارز متقاضی وارد می‌شود، آرامشی که در بازار حاکم شده و اسکان پیش‌بینی فعالان اقتصادی را تقویت کرده است. نفو بسیاری از مجوزهای اقتصادی و تعدیل آن، قانونمند کردن فضای کسب‌وکار و جلوگیری از اخذ تصمیمات شتاب‌زده در زمینه تجارت، مشارکت بیشتر بخش خصوصی در تصمیم‌سازی‌ها و تصمیم‌گیری‌ها از جمله اقداماتی است که راه عضویت را هموارتر کرده است. به‌طور خلاصه می‌توان گفت بهبود فضای کسب‌وکار و رقابتی کردن اقتصاد و کاهش دخالت در آن از پیش‌نیازهای عضویت در سازمان تجارت جهانی است.

منبع: سایت خبری اتاق تهران

موسسه آنتکاد گزارش داد

بهبود ظرفیت‌های علمی و فناوری ایران در یک دهه گذشته

مؤسسه آنتکاد در گزارشی نسبت به بهبود «قابل توجه» ظرفیت علم، فناوری و نوآوری ایران صحنه گذشته گذشته و به سیاست‌گذاران ایرانی توصیه کرده است که درآمدهای حاصل از نفت، گاز و مواد معدنی را برای سرمایه‌گذاری در زمینه ارتقا و مدرن‌سازی زیرساخت‌های صنایع اختصاصی دهند.
به گزارش «فرصت امروز»، آنتکاد (UNCTAD) کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل است که در سال ۱۹۶۴ میلادی با هدف یکپارچگی کشورهای در حال توسعه با اقتصاد جهانی تأسیس شد. آنتکاد رکن فرعی مجمع عمومی سازمان ملل متحد است و از طریق جست‌وجو و تجزیه و تحلیل اطلاعات به دنبال ایجاد زمینه برای مشورت بین دولت‌ها و تبادل تجربیات با هدف یکپارچه‌سازی عوامل توسعه است.
در گزارش آنتکاد آمده است که ایران از سال ۲۰۰۲ تاکنون اقدامات سیاستی مهمی را برای ارتقای فناوری و بهبود ظرفیت نوآوری خود اجرا کرده است. اما با این وجود آنتکاد توصیه می‌کند که سیاست‌های علم، فناوری و نوآوری در ایران باید با سایر سیاست‌های کلیدی توسعه از جمله موارد مربوط به توسعه صنایع، تجارت، سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، تحصیلات و رقابت نیز مبراستا باشد.
براساس این گزارش، موسسه آنتکاد توصیه‌های کلیدی را برای سیستم نوآوری نفت و گاز ایران ارائه کرده است؛ ارتقای آموزش همگانی به سیستم نوآوری نفت و گاز به همراه استراتژی‌هایی برای ایجاد قابلیت‌های محلی، ترویج توسعه تأمین‌کنندگان از جمله توسط ارتباطات بنگاه‌های چندملیتی- محلی، توسعه ابزارهای عمومی خرید و تشکیل مؤسسات مالی و ابزارهای موردنیاز برای حمایت از عرضه و تقاضا و بازسازی مجموعه نهادی بخش نفت و گاز و توسعه بیشتر جریان‌ها و ارتباطات دانش علمی بین شرکت‌ها و سازمان‌ها از جمله این توصیه‌ها است.

بانک مرکزی وضعیت شاخص‌های عمده اقتصاد ایران در ۹ ماهه ابتدای سال ۱۳۹۵ را منتشر کرد و بر این اساس، نرخ رشد اقتصادی ایران در پاییز ۱۳۹۵ با احتساب نفت ۱۵.۷درصد و بدون احتساب نفت ۴.۶درصد بوده است.

به گزارش «فرصت امروز»، رشد اقتصادی کشور در سه‌ماهه سوم سال ۱۳۹۵ با احتساب نفت ۱۵.۷درصد و بدون نفت ۴.۶درصد بوده است و به این ترتیب، پس از چند ماه که نرخ رشد اقتصادی بدون نفت منفی بود، این دومین فصلی است که نرخ رشد اقتصادی مثبت شده است.

گفتنی است نرخ رشد اقتصادی بدون نفت در تابستان امسال ۲.۸درصد گزارش شده بود و در بهار امسال نیز این نرخ ۱.۵-درصد اعلام شده بود. همچنین گزارش بانک مرکزی نشان می‌دهد که نرخ رشد اقتصادی بدون نفت در چهار فصل سال ۱۳۹۵ و در فصل پایانی سال ۱۳۹۴ منفی بود.

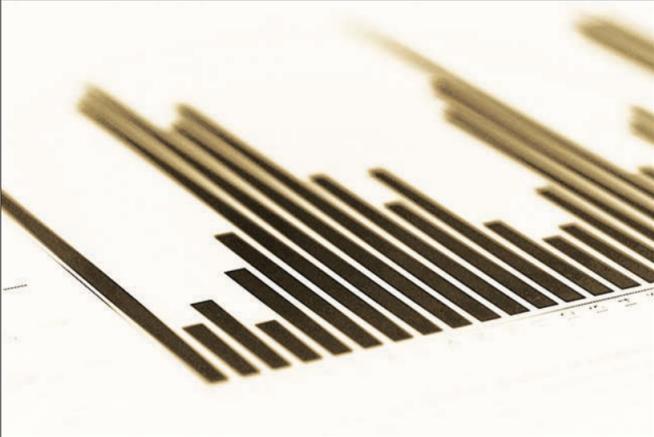
از سوی دیگر، آمار مربوط به اجزای تولید ناخالص داخلی در فصل سوم سال ۱۳۹۵ حاکی از آن است که رشد ارزش افزوده همه گروه‌های اقتصادی، به جز مسکن مثبت بوده است. به این ترتیب، رشد ارزش افزوده بخش نفت به ۷۴.۶درصد رسیده که نشان از مرتفع شدن موانع صادرات پس از اجرای برجام بوده است. رشد ارزش افزوده بخش کشاورزی نیز ۵درصد، صنایع و معادن ۲.۴درصد، صنعت و معدن ۱۱.۳درصد و خدمات ۵۶درصد بوده است. این در شرایطی است که

رشد ارزش افزوده بخش ساختمان ۲۵.۵- درصد گزارش شده است.

روایت بانک مرکزی از رشد متغیرهای پولی در آذر ۱۳۹۵ نسبت به پایان سال ۱۳۹۴ حکایت از آن دارد که نقدینگی ۱۶.۵درصد، پول ۱۲.۷درصد، شبه‌پول ۱۷.۱درصد و سپرده‌های بخش غیردولتی ۱۷.۵درصد رشد داشته است. گزارش بانک مرکزی از وضع مالی دولت نیز بیانگر آن است که درآمدها ۲۹.۵هزار میلیارد تومان، پرداخت هزینه‌ای ۴۴.۹هزار میلیارد تومان، واگذاری دارایی‌های سرمایه‌ای ۱۷.۷هزار میلیارد تومان، تملک دارایی‌های سرمایه‌ای ۳.۶ هزار میلیارد تومان و کسری تراز عملیاتی و سررمایه‌ای ۱.۴ هزار میلیارد تومان بوده است.

بانک مرکزی وضعیت شاخص‌های اقتصادی در ۹ماهه سال ۱۳۹۵ را منتشر کرد

تورم تکر قمی، رشد دور قمی



بر اساس نماگرهای اقتصادی فصل پاییز ۹۵، تراز حساب جاری خارجی کشور نیز ۱۱هزار و ۹۱۵میلیون دلار، تراز بازرگانی ۱۶هزار و ۳۶میلیون دلار، صادرات کالا براساس نرخ فوب ۶۰هزار و ۲۹۲ میلیون دلار، واردات کالا براساس نرخ فوب ۴۴هزار و ۲۵۶میلیون دلار و کل بدهی‌های خارجی در پایان دوره، ۷هزار و ۸۴۰ میلیون دلار بوده است.

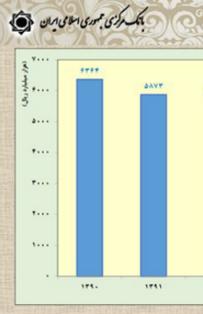
گزارش رسمی دولت از نرخ بیکاری در سه‌ماهه سوم ۱۳۹۵ نیز نشان می‌دهد که نرخ بیکاری ۱۳.۳درصد و روستایی ۹.۳درصد شده است. همچنین نرخ بیکاری زنان ۲۰.۴درصد و مردان ۱۰.۴ درصد اعلام شده است. همچنین نرخ تورم در دوازده ماهه

منتهی به آذرماه سال ۹۵ نسبت به دوره مشابه سال قبل ۸.۶ درصد بوده است.

تولید ناخالص داخلی برای نخستین بار در ۵ سال اخیر به سطح سال ۹۰ رسید
آمارهای رسمی از میزان تولید ناخالص داخلی در ۹ماهه سال ۱۳۹۵ نشان می‌دهد که بعد از پنج سال ارزش تولید در کشور به سطح سال ۱۳۹۰ رسیده است. به بیان دیگر، در پنج سال گذشته تنها دو رشد اقتصادی در محدوده بالای صفر قرار داشته است. طبق گزارش بانک مرکزی، ارزش تولید ناخالص داخلی در ۹ماهه سال ۱۳۹۵ معادل ۴۹۹ هزار و ۶۰۰میلیارد تومان برآورد شده است، درحالی‌که میزان

تولید ناخالص داخلی در ۹ ماهه سال ۱۳۹۰ معادل ۴۸۲هزار میلیارد تومان بوده است. با این روند به نظر می‌رسد تولید ناخالص داخلی در مجموع سنال ۱۳۹۵ نیز فراتر از تولید در سال ۱۳۹۰ قرار بگیرد. رشد اقتصاد کشور از سال ۱۳۹۱ وارد مدار منفی شد و دوران رکود در اقتصاد ایران آغاز شد. بر این اساس حجم اقتصاد ایران با همان میزان تولید ناخالص داخلی کاهش یافت. در سال ۱۳۹۰ رشد اقتصاد ایران ۳.۶ درصد ثبت شده است. پس از آن با افول رشد اقتصاد ایران به محدوده زیر صفر، میزان تولید ناخالص داخلی کاهش یافت.

در سال ۱۳۹۱ رشد اقتصادی به منفی ۶.۸درصد تنزل کرد به این معنی که ارزش تولید ناخالص داخلی به این میزان کاهش یافته است. این روند سال ۱۳۹۲ نیز ادامه یافت و رشد در این سال به منفی یک درصد رسید. سال ۱۳۹۳ رشد اقتصادی مثبت شد اما در ۸.۸درصدی در این سال نتوانست میزان تولید ناخالص داخلی را به سطح سال ۱۳۹۰ برساند. سال ۱۳۹۴ باز هم رشد اقتصادی وارد محدوده زیر صفر شد و به منفی ۱.۵درصد نزول کرد. کاهش تولید ناخالص داخلی در سال‌های ابتدایی دهه ۹۰ موجب شد تا جبران این عقب‌ماندگی‌ها نیاز به رشد بالای اقتصادی داشته‌اش. رشد اقتصادی ۱۱.۶درصدی در ۹ ماهه سال ۱۳۹۵ موجب شد برای نخستین بار در پنج سال گذشته، میزان تولید ناخالص داخلی به سطح سال ۱۳۹۰ برسد.



گزارش بانک مرکزی از افزایش قیمت و رشد معاملات مسکن در شهر تهران

صدای پای رونق مسکن

جدول ۱- توزیع تعداد آپارتمان‌های مسکونی معامله شده در شهر تهران بر حسب سال ساخت (واحد مسکونی)

عمر بنا (سال)	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	درصد تغییر	سهم درصد
۵ تا ۵ سال	۷۵۹۱	۸۰۰۹	۷۷۹۷	۵.۵	-۳.۶
۶-۱۰	۲۱۹۵	۲۴۰۴	۲۶۷۱	۹.۵	۱۱.۱
۱۱-۱۵	۳۴۴۴	۳۷۹۶	۳۶۰۳	۱۳.۵	-۶.۹
۱۶-۲۰	۱۰۰۵	۱۱۵۲	۱۵۹۹	۱۴.۶	۲۰.۱
بیش از ۲۰	۹۱۹	۱۰۲۴	۱۳۴۴	۱۱.۴	۳۱.۳
جمع کل	۱۴۱۷۴	۱۵۳۳۵	۱۶۲۷۴	۸.۵	۶.۴

جدول ۲- عملکرد معاملات انجام شده در شهر تهران

مقطع زمانی	۱۳۹۵	فروردین ۱۳۹۶	مقطع زمانی	درصد تغییر
اردیبهشت ۱۳۹۵	۱۵۳۸۵	۵۳۸۴	اردیبهشت ۱۳۹۶	۱۶۳۷۴ ^(۱)
تعداد معاملات (واحد مسکونی)	۴۲۸۷۸	۴۳۷۰۹	تعداد معاملات (واحد مسکونی)	۴۵۳۳۶
متوسط قیمت هر متر مربع (هزار ریال)		۴۳۷۰۹	متوسط قیمت هر متر مربع (هزار ریال)	۵۷

جدول ۳- عملکرد معاملات انجام شده در شهر تهران در دو ماهه نخست سال‌های ۹۶-۱۳۹۴

دو ماهه نخست	۱۳۹۴	۱۳۹۵	۱۳۹۶	درصد تغییر
متوسط قیمت هر متر مربع (هزار ریال)	۴۱۵۵۱	۴۴۴۹۷	۴۴۵۲۳	۲.۳
تعداد معاملات(واحد مسکونی)	۱۹۰۵۸	۲۱۲۷۲	۲۱۷۵۸	۱۱.۶

متوسط قیمت مسکن در شهر تهران

در اردیبهشت‌ماه سال ۹۶ متوسط قیمت خریدوفروش یک متر مربع زیربنای واحد مسکونی معامله شده از طریق بنگاه‌های معاملات ملکی شهر تهران ۴۵.۳ میلیون ریال بود که نسبت به ماه قبل و ماه مشابه ۳.۸درصد افزایش را نشان می‌دهد.

سال قبل به ترتیب به میزان ۳.۷ و ۵.۷درصد افزایش نشان می‌دهد. بیشترین رشد متوسط قیمت در این ماه نسبت به ماه مشابه سال قبل به منطقه هفت با ۱۱.۲درصد و بیشترین کاهش متوسط قیمت به منطقه ۲۲ با ۴.۷درصد تعلق دارد.

در میان مناطق بیست و دوگانه شهرداری تهران، بیشترین متوسط قیمت مسکن در ۹۶ تعداد معاملات انجام شده در تهران ۲۱۸ هزار واحد مسکونی بالغ شده که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل، ۲.۲ درصد افزایش

قیمت یک متر مربع زیربنای مسکونی معامله شده معادل ۹ میلیون و ۷۶۰ هزار تومان به منطقه یک و کمترین آن با ۲ میلیون و ۲۱۰ هزار تومان به منطقه ۱۸ تعلق داشته است. ارقام مزبور نسبت به ماه مشابه سال قبل به ترتیب ۲.۱ و ۳.۸درصد افزایش را نشان می‌دهد.

تحولات بازار معاملات مسکن در شهر تهران در ۲ماهه نخست سال ۹۶

در دوماهه نخست سال ۹۶ تعداد معاملات آپارتمان‌های مسکونی شهر تهران در ۲۱۸ هزار واحد مسکونی بالغ شده که در مقایسه با مدت مشابه سال قبل، ۲.۲ درصد افزایش



درچه

با مثبت شدن رشد اقتصادی در پاییز و زمستان ۹۵

آیا اقتصاد ایران واقعا از رکود جسته است؟

به اعتقاد برخی اقتصاددان‌ها، مثبت شدن رشد اقتصادی دو فصل پاییز و زمستان ۹۵ به معنای خروج اقتصاد از رکود است، با این حال، فعالان اقتصادی چشم به نتیجه شاخص‌های بهار دوخته‌اند تا مشخص شود که آیا اقتصاد ایران واقعا از رکود جسته است؟ به گزارش خبرنگاران، رونق اقتصادی و توسعه کشور نیازمند سرمایه‌گذاری و به‌کارگیری سرمایه است. سرمایه‌گذاری از محل داخلی به دلیل مشکلاتی که بانک‌ها با آن دست به گریبان هستند، تا حدودی محدود بوده است. این یک ادعا نیست، آمارهای بانک مرکزی از میزان تشکیل سرمایه ثابت نشان می‌دهد تسهیلات زیادی از سیستم بانکی (جز ۱۶ هزار میلیارد تومانی که برای توسعه صنایع کوچک اختصاص یافت) برای رونق تولید حرکت نکرده است. این بدان معناست که سرمایه‌ها در داخل تقریبا قفل شده‌اند و از این رو، بهترین راه بازگشت اعتماد و رونق به اقتصاد، سرمایه‌های خارجی است. با علامت‌های مثبتی که اقتصاد ایران با انتخاب حسن روحانی به‌عنوان رئیس جمهوری چهار سال آینده داد، حالا اعتماد سرمایه‌گذاران خارجی برای حضور در بازار ایران بیشتر شده است. با این حال هر حضوری نیازمند زمینه‌سازی است.

جاذبه‌سازی برای سرمایه گذاران

آنچه سرمایه‌گذار خارجی را برای حضور در بازاری رغیب می‌کند، نخست امنیت سرمایه و دوم شفاف بودن فضای کسب و کار است. در چهار سال گذشته شاخص کسب و کار ایران از رتبه ۱۵۲ به رتبه ۱۱۸ کاهش یافت. در شاخص شفافیت هم رتبه ایران در بین ۱۳۶ کشور جهان ۱۳۱ شد. این دو شاخص قطعا شاخص‌های خوبی برای ایجاد جذابیت در سرمایه‌گذاری نیست. با این حال اعلام برنامه اصلاحات اقتصادی از سوی دولت برای چهارسال آینده، می‌تواند شاخص ایران را در رتبه نهایی‌های بعدی جهان بهبود ببخشد. به جز شاخص امنیت سرمایه، عدم شفافیت هم مسئله‌ساز است. سرمایه‌گذار خارجی به درجه شفافیت و فساد اقتصادی که می‌خواهد در آن سرمایه‌گذاری کند، توجه ویژه دارد، کما اینکه بخش خصوصی ایران هم برای سرمایه‌گذاری در کشورهای دیگر به این شاخص توجه می‌کند و سرمایه خود را به کشوری که محیط اقتصادی نامر دارد نمی‌برد. البته به جز این دو شاخص سخت‌گیری در ایجاد کسب و کار تازه، عدم شفافیت در دستگاه‌های دولتی و حاکمیتی و نیز وجود مجوزهای متعدد هم موانع دیگری است که فعالان اقتصادی اصلاح آنها را در برنامه اصلاحات اقتصادی دولت دوازدهم توصیه می‌کنند.

دولت کوچک، بخش خصوصی بزرگ

اقتصاد ایران بر مبنای قانون اساسی و اصل ۴۴ از سه بخش دولتی، خصوصی و تعاونی تشکیل شده است. تاکید اقتصاددانان این است که دولت هرچه چابک‌تر باشد، توسعه کشور سریع‌تر اتفاق می‌افتد. نخستین گام در کوچک شدن، این است که دولت پای خود را از تصدی‌گری‌ها بربیند و بگذارد و تنها به نقش حاکمیتی خود بپردازد. از همین رو از یک دهه گذشته سیاست‌های خصوصی‌سازی به اجرا گذاشته شد تا دولت کوچک شود. اما این سیاست در میانه راه با دوربرگردان در دولت نهم و دهم روبه‌رو شد و بزرگ شدن دولت در دستور کار قرار گرفت. نتیجه اینکه بعد از هفت سال دولت بزرگ‌تر شد. دولت یازدهم در چهار سال گذشته، مشغول اصلاح چند کپنه‌راه‌هایی در اقتصاد ایران بوده، اینکه مسیر خصوصی‌سازی بازسازی شود و تصدی‌ها از دولت به بخش خصوصی سبقت کند، در چهار سال قبل طی شده است. اما در اینکه جقدر پیگیری این هدف منتج به نتیجه شده، راه طولانی در پیش است. اقتصاددان‌ها می‌گویند هیچ توسعه‌ای بدون گسترش بازارهای فرمالی رخ نمی‌دهد. یکی از شرط‌های اساسی توسعه اقتصادی هر کشوری، توسعه بازارهاست. بازارها را هم باید به بخش خصوصی سپرد، زیرا این بخش خصوصی است که در دنیای تجارت امروز می‌تواند بازارسازی کند. افزایش صادرات غیرنفتی می‌تواند یکی از پایه‌های خروج از رکود و بهبود وضعیت اقتصادی کشور باشد. در صورتی که کالاهای ایرانی راهی به بازارهای جهانی پیدا کنند، ثمره آن هم امنیت می‌آورد و هم توسعه.

واردات

معاون بازرسی سازمان حمایت خبر داد

الزام واردکنندگان خارجی کالا به سرمایه‌گذاری در داخل

معاون بازرسی و رسیدگی به تخلفات سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان اعلام کرد که وزارت صنعت، معدن و تجارت در نظر دارد شرکت‌های خارجی فعال در داخل را که کالا وارد کشور می‌کنند، ملزم کند تا ۵۰ درصد مبلغ واردات را در داخل ایران سرمایه‌گذاری کنند.

شهرام میرآخوَر لو به ایرنا گفت: کالای وارداتی باید استانداردهای تعیین‌شده را در پی انجام آزمون‌های لازم به دست آورد. بنابراین همه کالاهایی که از مبادی رسمی وارد می‌شود کیفیت لازم را دارند و کالای بی‌کیفیت وارد کشور نمی‌شود. میرآخوَرلو درباره کیفیت کالاهای تولید داخل نیز افزود: اگر کالایی مشمول شرایط استاندارد باشد نمی‌توان گفت کالای بی‌کیفیتی است و اگر مشکلی در مورد کیفیت کالاهای استاندارد وجود داشته باشد، سازمان ملی استاندارد با آن تولیدکننده در قالب کم‌فروشی، گران‌فروشی و... به‌طور قاطع برخورد می‌کند.

معمزی می‌شوند، ادامه داد: در نظر داریم در قالب شرکت کنترل کیفیت، همه عرضه‌کنندگان را از طریق شاخص‌های خدمات حین و پس از فروش، شیوه برخورد با مصرف‌کننده و اعتماد مقابل به تولیدکننده ممیزی کنیم و از این طریق مانع عرضه کالاهای تقلبی به کشور می‌شویم.

میرآخوَرلو اقدام‌های کنترلی را راهکار دیگر برخورد با کالاهای قاچاقی دانست و گفت: از طریق سامانه جامع انبارها جابه‌جایی کالاها در سطح عرضه مراقبت می‌شود. همچنین همه کالاهایی که وارد کشور می‌شود، براساس ماده ۱۳ قانون قاچاق شماره شناسه و کد رهگیری می‌گیرند. به گفته وی، شناسه تا پایان امسال و کد رهگیری از سال آتی به کالاهای اختصاص می‌یابد و پیگیری و شناسایی کالاهای مظنون به قاچاق به‌راحتی انجام می‌شود و قابلیت برخورد پیدا می‌کنند.

وی اضافه کرد: سازوکار بعدی برای برخورد با کالاهای قاچاق، پیوند زدن عرضه‌کنندگان پس از فروش و همچنین افزایش آگاهی مصرف‌کنندگان است که چه کالاهایی با نشان تجاری مناسب مصرف‌کنندگان است و این کالاها در کدام فروشگاه‌ها و مراکز هستند.

گزارش

لزوم ترمیم و اصلاح نظام پرداخت یارانه‌ها
خواست‌نامه مردم از دولت دوازدهم درباره
یارانه چیست

منابع بودجه عمومی بسیار محدود و شکننده است و نمی‌توان به راحتی هزینه‌ها را چند برابر کرد؛ در واقع اصلی‌ترین دلیلی که طرح‌های چند برابر کردن یارانه نقدی را ناممکن به نظر می‌رساند، همین محدودیت منابع درآمدی است. به گزارش خیرانلاین، بالاخره پس از چندین هفته رقابت سنگین بین کاندیداها، حسن روحانی برنده کارزار انتخابات ریاست‌جمهوری شد. به جرات می‌توان گفت تا پایان فروردین‌ماه ۹۶ نیز کمتر کسی می‌توانست تا این حد از هیجان و تلاش مردم و هواداران کاندیداها در میدان رقابت را پیش‌بینی کند. شروع این هیجانات و شور تبلیغاتی از نخستین جلسه کاندیداها اتفاق افتاد و تا پایان ساعات رای‌گیری و پس از آن، در مرحله شمارش آرا نیز ادامه داشت. در این دوره انتخابات شاهد بودیم که برخی کاندیداها جهت جلب توجه مردم به سمت خود، در کمپین‌های تبلیغاتی‌شان و همچنین در مناظره‌ها به‌شدت می‌کوشیدند که خود را متفاوت‌تر از سایر کاندیداها نشان دهند. اما تجربه گذشته نشان داده که همین افراد بعد از اینکه انتخاب شدند و با واقعیت اداره کردن مجموعه‌ای تحت عنوان دولت برخورد کردند مجبور خواهند شد پای‌شان را در زمین واقعیت‌ها بگذارند و هر کدام که وارد این مرحله شدند، می‌فهمند که بودجه کشور محدود است، مالیات گرفتن کار بسیار دشواری است، تنظیم روابط خارجی کاری سنگین است، اداره کردن وزارتخانه و نهادهای دولتی تجربه و تخصص می‌خواهد و برخی وعده‌ها که داده‌اند، اصلاً قابلیت عملیاتی شدن ندارد.

پرداخت یارانه بیشتر در پیچ و خم انتخابات

یکی از وعده‌هایی که برخی کاندیداها در رقابت‌های انتخاباتی بسیار روی آن مانور داده‌اند، موضوع یارانه‌های نقدی و چند برابر شدن آن بود. البته این وعده‌ها با انتقادات بسیاری روبه‌رو شده؛ انتقادهایی که پیش از همه، جنبه سیاسی آن بر محور اقتصادی‌اش غلبه یافت و در این میان، بسیاری انتقاد با حمایت از این وعده‌ها را همراه با سوگیری‌های سیاسی می‌خوانند.

علی لاریجانی به‌عنوان رئیس مجلس به این نوع وعده نامزدها، واکنشی انتقادی نشان داد. او این انتقاد را از دو جنبه مطرح کرد؛ در وجه حقوقی با تأکید بر اینکه افزایش میزان فعلی یارانه‌ها در حیطه اختیارات دولت نیست و در اختیار مجلس قرار دارد، مخالفت پارلمان با شعارهای انتخاباتی یارانه‌ای را اعلام کرد. لاریجانی در جنبه اقتصادی نیز شعارها در باره افزایش یارانه‌ها را به صلاح مملکت ندانست و افزایش یارانه‌ها را نیازمند تأمین منابع خواند؛ افزایش چند برابری یارانه‌های نقدی بدون مشخص کردن محل تأمین مالی، گمانه‌زنی‌ها در مورد پول‌پاشی در اقتصاد کشور با روش‌های نامتعارف را بیشتر کرده بود.



برای اینکه مقیاس برنامه‌های یارانه‌ای را بهتر متوجه شویم، خوب است بدانیم که ما در طول یک سال ۴۳ هزار میلیارد تومان یارانه می‌پردازیم. این در حالی است که بودجه عمرانی دولت در طول پنج سال اخیر در محدوده ۱۳ تا ۲۷ هزار میلیارد تومان متغیر بوده است. عملیات عمرانی دولت ظرفیت‌سازی برای رشد و توسعه کشور است. این بدان معناست که ما درآمدها را در یارانه‌های هزینه می‌کنیم که اغلب به آن محتاج نیستند و به جای آن، از ظرفیت‌سازی برای توسعه کشور کم می‌گذاریم و این مصداق واقعی تخصیص منابع مالی در جهت منفی و غیرتوسعه‌ای است و ما عملاً داریم در کشور پول‌پاشی می‌کنیم و در ضمن، بخشی از قشرهای کم‌درآمد وابسته به یارانه شده‌اند. اگر به ذات پرداخت یارانه که توانمندسازی اقشار کم‌درآمد است، بازگردیم، می‌توان حتی بعضی از پرداخت‌ها را به صورت غیرنقدی انجام داد. حتی ممکن است لازم باشد برخی اقشار بیشتر کمک بگیرند، اما این یارانه فعلی که به صورت سراسری داده می‌شود، به‌شدت غلط است. این نحوه پرداخت و مقایسه آن با دخل و خرج‌های دولت اصلاً سازگار نیست و کار غیرعقلانی و ضد توسعه است. در مورد شعار چند برابر کردن یارانه‌ها همانطور که همه می‌دانند، هر سال و با فرارسیدن موعد بودجه‌نویسی دولت و مجلس، حتی روی منابع جدید درآمدی چند میلیون تومانی که در مقیاس بودجه ممکن است ناچیز به نظر آیند هم حساب می‌کنند.

منابع بودجه عمومی بسیار محدود و شکننده است و نمی‌توان به راحتی هزینه‌ها را چند برابر کرد. در واقع اصلی‌ترین دلیلی که طرح‌های چند برابر کردن یارانه نقدی را ناممکن به نظر می‌رساند، همین محدودیت منابع درآمدی است. به‌طور کلی قاعده ظرفیت‌های اقتصادی کشور را می‌توان به قانون ظرفیت مرتبطه تشبیه کرد. به این معنا که از هر جای آن چیزی را کسر کنید، در جای دیگری این کاستی خود را نشان می‌دهد. آثار اقتصادی و اجتماعی سیاست‌ها هم اغلب بلافاصله خود را نشان نمی‌دهند، اما شکی نیست که بالاخره پدیدار می‌شوند.

«نه» به پرداخت یارانه سه برابری

اقتصاد دارای حافظه تاریخی است. درباره اینکه وضعیت فعلی نظام پرداخت یارانه در کشور مطلوب نیست، در جامعه نسبت به آن اجماع وجود دارد. ایرانیان در انتخابات ۲۹ اردیبهشت به وعده یارانه سه برابری «نه» گفتند. چیزی شبیه تجربه سال گذشته مردم سوئیس و این خود بهترین پشتوانه برای دولت دوازدهم خواهد بود که نظام پرداخت یارانه را اصلاح و ترمیم کند. در مورد ایده پرداخت بیشتر یا برخی مفروضات می‌توان موافقت کرد. نکته اول هم این است که یارانه صرفاً به افراد مستحق پرداخت شود و نه همه جامعه. منطق پرداخت یارانه، بهبود وضعیت توزیع درآمد با کمک به دهک‌های پایین است.

انتخابات به پایان رسید و حسن روحانی به واسطه رأی اکثریت مردم و پشتیبانی آنها، با اطمینان خاطر بیشتری می‌تواند مسیر اصلاحات اقتصادی کشورمان را به پیش ببرد. اعتماد مردم به دولت دوازدهم، بزرگ‌ترین امانت و همچنین بزرگ‌ترین پشتوانه اجتماعی است.

پیشنهاد تشکیل وزارت «معادن و صنایع معدنی» و احیای مجدد «وزارت بازرگانی» سرنوشت یکی از وسیع‌ترین وزارتخانه‌های دولت را تحت‌الشعاع قرار داده است تا وزارت صنعت، معدن و تجارت یکی از حساس‌ترین مقاطع زمانی خود را تجربه کند.

به گزارش ایسنا، در سال ۱۳۹۰ بود که دو وزارتخانه «بازرگانی» و «صنایع و معادن» پس از سال‌ها کشمکش تحت عنوان وزارت «صنعت، معدن و تجارت» ادغام شدند تا اهدافی را که پیش از این چه در حوزه تجارت خارجی و چه در بخش صنایع و معادن کشور محقق نشده بود محقق کنند، اما در سال ۱۳۹۴ با گذشت چهار سال از ادغام این دو وزارتخانه، احیای مجدد وزارت بازرگانی بر سر زبان‌ها افتاد و این روزها شنیده‌ها حاکی از این است که پرونده آن به‌طور جدی در دست بررسی است.

در این بین اما پیشنهاد تشکیل وزارت «معادن و صنایع معدنی» طی روزهای اخیر سرنوشت وزارتخانه ادغامی در سال ۱۳۹۰ را کاملاً تحت‌الشعاع قرار داده است، چراکه برخی از کارشناسان به‌طور جدی معتقدند که ضرورت جداسازی بخش معدنی این وزارتخانه بیش از حوزه بازرگانی بوده و اگر قرار بر این است که جداسازی صورت گیرد، این حوزه معدن و صنایع معدنی است که نیازمند متفک شدن از وزارتخانه است.

از سوی دیگر افرادی که به احیای مجدد وزارت بازرگانی تأکید دارند، معتقدند پس از ادغام دو وزارتخانه «بازرگانی» و «صنایع و معادن»، وزارت صنعت، معدن و تجارت موفق نشده به اهدافی که برای آن در حوزه تجارت خارجی ترسیم شده بود، دست یابد و بنابراین ضرورت احیای مجدد وزارت بازرگانی احساس می‌شود.

طرح ادغام از چه زمانی کلید خورد؟

موضوع ادغام دو وزارتخانه «بازرگانی» و «صنایع و معادن» نزدیک به دو دهه در دولت‌های مختلف مطرح بود و با پیگیری جدی دولت نهم جدی‌تر از همیشه مدنظر قرار گرفت و در نخستین مرحله کمیسیون ویژه مجلس شورای اسلامی رأی به ادغام دو وزارتخانه داد تا تصمیم نهایی را نمایندگان مجلس در صحن علنی بگیرند.

وزارت «صنایع و معادن» ایران وزارتخانه‌ای بود که مسئولیت پیشبرد سیاست‌ها و برنامه‌ریزی‌های دولت در بخش‌های صنعتی و معدنی کشور را بر عهده داشت. این وزارتخانه در سال ۱۳۷۹ پس از ادغام «وزارت صنایع» و «وزارت معادن و فلزات» تشکیل شد. وزارت بازرگانی ایران و تنظیم قوانین و سیاست‌های کشور بود که در ۱۲ تیر ۱۳۹۰ با وزارت صنایع و معادن ایران ادغام شد و با ادغام این دو وزارت «صنعت، معدن و تجارت» به وجود آمد.

هدف تشکیل وزارت صنعت، معدن و تجارت چه بود؟

از جمله مأموریت‌ها و وظایف وزارت صنعت، معدن و تجارت فراهم آوردن زمینه‌ها و بستری توسعه فناوری در صنایع کشور، بهبود فضای رقابتی و فضای کسب‌وکار، نظارت و توسعه استانداردسازی برای کالاها تولیدی، بهبود مراکز کنترل کیفیت کالاها و خدمات تولید داخل و وارداتی است.

همچنین توسعه و ترویج به‌کارگیری کسب‌وکار الکترونیکی و تجارت الکترونیکی، ایجاد اشتغال پایدار با توسعه تولیدات صادرات‌محور، مدیریت تنظیم بازار کالا و خدمات با نگاه به ظرفیت‌های ملی تولید، تسهیل و تشویق سرمایه‌گذاری در بخش‌های دارای مزیت‌های نسبی و رقابتی و توسعه خوشه‌های صادراتی و صنعتی در سراسر کشور متناسب با استعداد و توانایی‌های پنگاه‌های تولیدی در مناطق مختلف کشور و تکمیل زنجیره‌های تولید و صنایع بالادستی نیز از دیگر اهداف ادغام دو وزارتخانه بازرگانی و صنایع و معادن بود.

علاوه بر این از دیگر اهداف ادغام این بود که سبب توسعه فعالیت‌های تحقیق و توسعه متناسب با بازارهای خارجی به‌ویژه در صنایع نوین، ارتقای دانش و مهارت‌های سرمایه‌های انسانی و توانمندسازی فعالان بخش‌های بازرگانی و صنعتی و توسعه و تنظیم تعاملات و روابط تجاری و صنعتی با کشورها و سازمان‌های بین‌المللی و تلاش در جهت الحاق به سازمان جهانی تجارت WTO شد.

علل موافقان و مخالفان ادغام

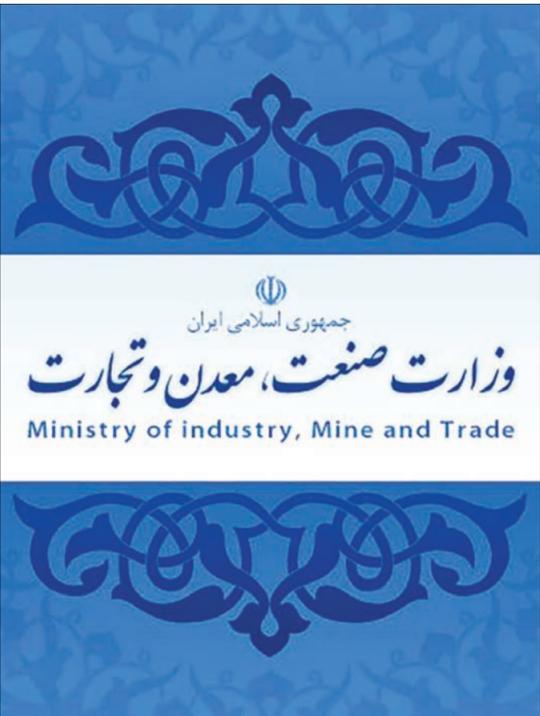
ادغام دو وزارتخانه «بازرگانی» و «صنایع و معادن» دلایل عده‌ای داشت که توسط موافقان این طرح بر آن تأکید می‌شد و مخالفان نیز مسائلی را عنوان می‌کردند که قابل اتکا بود.

اصلی‌ترین موردی که موافقان ادغام بر آن اصرار داشتند این بود که باید گسترش تجارت خارجی و توسعه صادرات غیرنفتی به‌عنوان اولویت اصلی وزارتخانه ادغام شده مدنظر قرار گیرد.

اینکه با توجه به باز شدن فضا برای فعالیت بخش خصوصی و خروج دولت از تصدی‌گری، شاید در آینده بتوان وظایف تصدی‌گری وزارتخانه‌های بازرگانی و صنایع در امور صادرات را به بخش خصوصی واگذار کرد و با کوچک کردن پیکره آن، وزارتخانه‌های مذکور

از تولد وزارت معادن تا جدایی بازرگانی از صنعت

سرنوشت بزرگ‌ترین وزارتخانه دولت دوازدهم به کجا می‌کشد؟



ضرورت تبیین تجارت خارجی مبتنی بر فرهنگ و توان ملی، افزایش قدرت دفاعی بخش صنعت در مقابل رشد بخش بازرگانی و سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی افزایش کیفیت، حضور بیشتر در بازارهای جهانی، پذیرش بیشتر سرمایه‌گذاری خارجی، پذیرش بیشتر سرمایه‌گذاری داخلی و خروج دولت از تصدی‌گری باشد، اما مخالفان نگران بودند که این ادغام اهداف ترسیم شده را عملی نکند، چرا که از ادغام فیزیکی اتفاقی رخ نخواهد داد.

بدون اصلاح قوانین، ادغام وزارتخانه‌ها کارساز نبود و دو وزارتخانه ادغامی باید وظایف پنگاه‌داری وزارت صنایع و وظایف تنظیم بازار وزارت بازرگانی را به بخش خصوصی واگذار می‌کردند و در کنار آن هم‌گرایی می‌توانست؛ از ابزارهای جدید به این وزارتخانه می‌پیوست؛ مسئله‌ای که در طول زمان محقق نشد.

مخالفان معتقد بودند که چنانچه در وزارتخانه جدید تنها به امر تولید برای عرضه به بازار داخل کشور توجه شود قطعاً موفقیت چندانی به دست نمی‌آید، همانطور که قبل از ادغام ارائه یارانه‌ها و سیستم‌های حمایتی مختلف از تولید، همواره فریاد کمک‌خواهی تولید از دولت به گوش می‌رسید، بنابراین باید امور به نحوی مدیریت می‌شد که در وزارتخانه جدید رویکرد صادراتی و تجارت خارجی در اولویت اول قرار می‌گرفت.

حواشی قبل از ادغام

ادغام دو وزارتخانه صنایع و بازرگانی با منافع متضاد، به سال‌های پایانی دولت دهم برمی‌گردد؛ دولتی که سکندار وزارت بازرگانی آن تنش‌های زیادی را با هستی‌های وزارت صنایع و معادن داشت و چالش‌های مابین دو وزیر سرانجام موجب شد که دولت دهم تصمیم بگیرد دو وزارتخانه را ادغام کند تا شاید به اختلافات پایان دهد، هرچند این اقدام دولت همان زمان نیز سروصدای زیادی به پا کرد.

مخالفان این ادغام در دولت احمدی‌نژاد بر این باور بودند که وزیر وزارتخانه جدید تازه تأسیس بیشتر به سمت بازرگانی و سیاست‌های تجاری تمایل دارد، از این رو مباحث صنعتی مغفول مانده است. با روی کار آمدن دولت یازدهم و سپردن سکان این وزارتخانه به محمدرضا نعمت‌زاده برخی بر این باور هستند که وزارتخانه ادغامی بیشتر رویکرد صنعتی دارد و همین مسئله موجب واکنش مخالفان ادغام است.

نظر مرکز پژوهش‌های مجلس در سال ۸۸ در مورد ادغام

فروردین ماه سال ۱۳۹۴ بود که مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی پیشنهاد ادغام وزارتخانه‌های بازرگانی و صنایع و معادن و دلایل مورد استناد موافقان و مخالفان این پیشنهاد را بررسی کرد.

در همین حال در زمینه ادغام این دو وزارتخانه دغدغه‌هایی وجود داشت که می‌توان به غلبه منافع تجاری بر منافع تولیدی یا بالعکس در وزارتخانه ادغام شده، عدم رهایی وزارتخانه‌های موجود از وظایف تصدی‌گری به دلیل عدم پیشرفت اجرای اصل ۴۴ و ضعیف شدن تنظیم بازار داخلی اشاره کرد.

با توجه به اینکه اصل سوم قانون اساسی، اهداف سند چشم‌انداز، سیاست‌های کلی نظام، بند «الف» ماده ۱۳۷ قانون برنامه چهارم و برخی سیاست‌های ابلاغی اصل ۴۴ قانون اساسی، اصلاح ساختار و تشکیلات کلان دولت را هدف قرار داده است، بنابراین دولت ناگزیر و مکلف به اجرای این مسئله بود.

طبق موارد عنوان شده در گزارش مربوطه توسعه صنعتی، ارتقای شاخص‌های صنعتی و مبادلات بازرگانی، توجه به استانداردهای محصولات جهانی و رقابت‌های بین‌المللی،

معدنی»

در واپسین روزهای کاری دولت یازدهم و آستانه شروع به کار دولت دوازدهم، پیشنهادهایی در خصوص تغییر ساختارهای اقتصادی مطرح می‌شود که از جمله آن می‌توان به پیشنهاد تشکیل وزارتخانه مستقل «معادن و صنایع معدنی» اشاره کرد. در این میان یکی از نقاط مثبت عملکرد اقتصادی دولت اول روحانی ارتقا و توجه به معادن و صنایع معدنی بوده است، به‌گونه‌ای که می‌توان تأکید کرد تقارن دولت یازدهم با دوره بعد از رکود جهانی مواد معدنی، باعث خلق موقعیت‌های بهتری برای کار در این حوزه شده است.

احیای «وزارت بازرگانی» قوت گرفت

جداسازی بخش بازرگانی از وزارت صنعت وارد فاز جدیدی شده است. براساس شنیده‌ها برخی مسئولان در حال بررسی کارشناسی هستند که آیا ادغام وزارت صنعت و معادن با بازرگانی درست بوده است یا خیر؟ این مسئله در حالی مطرح شده است که طبق گفته مسئولان ذی‌ربط، هنوز جمع‌بندی لازم برای احیای دوباره وزارت بازرگانی صورت نگرفته است.

موضوع تشکیل دوباره وزارت بازرگانی سال ۱۳۹۴ بود که به صورت جدی دنبال شد تا جایی که برخی نمایندگان مجلس شورای اسلامی طرح انتزاع وظایف و اختیارات بخش بازرگانی از وزارت صنعت، معدن و تجارت و تشکیل دوباره وزارت بازرگانی را ارائه کردند، جالب اینکه در راستای کوچک‌سازی دولت، مجلس شورای اسلامی و شورای نگهبان چهار سال پیش از آن یعنی در سال ۱۳۹۰ به ادغام دو وزارتخانه «صنایع و معادن» و «بازرگانی» رأی مثبت دادند.

سرنوشت در هاله‌ای از ابهام

پیشنهاد تشکیل معادن و صنایع معدنی یا یک سازمانی مستقل از وزارت صنعت، معدن و تجارت فعلی در حالی مطرح شده است که ماجرای جداسازی بخش بازرگانی از وزارت صنعت، معدن و تجارت نیز پیش از این تحت بررسی دولت قرار گرفته بود. حال باید منتظر ماند و دید دولت دوازدهم با آغاز فعالیت خود و انتخاب کابینه جدید چه تصمیمی برای سرنوشت این وزارتخانه مهم و وسیع اتخاذ می‌کند.

دریچه



یک مقام مسئول کارگری تأکید کرد

پرهیز از اجرای شتاب‌زده طرح کارروزی

عضو کانون عالی شوراهای اسلامی کار می‌گوید طرح کارروزی نیاز به چکش‌کاری بیشتری دارد و وزارت کار نباید اجرای بی‌بند طرح را فدای شتابزدگی کند، بلکه باید قبل از اجرای طرح، اصلاحات لازم را در خصوص ایرادات آن انجام دهد. علی‌اصلاحی درباره نقاط قوت و ضعف طرح کارروزی به اینستاگرام گفت: زمانی که از جزئیات طرح کارروزی شنیدیم تصور کردیم کامل‌ترین طرحی است که می‌تواند اشتغال جوانان جویای کار را فراهم کند اما وقتی متن طرح را دیدیم همان طرح استاد-شاگردی دولت دهم بود.

وی ادامه داد: انتظار این است که طرح کارروزی کاملاً متمایز و متفاوت از طرح استاد-شاگردی و قوی‌تر و پخته‌تر از آن باشد و تمام شرایط معرفی، به کارگیری و جذب نیروی کار در آن دیده شود. اصلاحی افزود: یکی از ایرادات وارده به طرح، شرط سنی است و ظاهراً به لحاظ سنی کسانی را که مایل به شرکت و ثبت نام در این طرح هستند دربرمی‌گیرد و از این حیث محدودیت ایجاد کرده است، حال آنکه افرادی که در شرط سنی طرح قرار می‌گیرند، حاضر به کار با شرایط آرد در طرح و دریافت یک‌سوم حقوق نیستند، بنابراین باید شرط سنی با در نظر گرفتن ابعاد طرح برداشته شود تا طرح از این حیث دچار مشکل نشود. این مقام مسئول کارگری متذکر شد: مسئله بعدی این است که طرح باید مشخص کند تحصیلکرده‌های رشته‌هایی را به خدمت خواهد گرفت؟ آیا رشته‌های هنری، انسانی و فنی همه می‌توانند وارد این طرح شوند که طبعاً جامعه هدف گسترده‌ای خواهد شد و مهم‌تر اینکه کدام بنگاه‌ها و کارخانه‌ها پذیرش کارورز خواهند داشت.

اصلاحی ادامه داد: تمام کسانی که در طرح کارروزی ثبت‌نام می‌کنند باید به کارهایی‌های مربوطه مراجعه کنند و برای گذراندن دوره آموزش به کارخانه یا کارگاه معرفی شوند و یک دوره ۴ الی ۶ ماهه را آموزش ببینند. عضو کانون عالی شوراهای اسلامی کار با اشاره به پرداخت هزینه آموزش طرح از سوی دولت، گفت: در این طرح عنوان شده یک‌سوم حداقل دستمزد مصوب شورای عالی کار به کارورز پرداخت می‌شود که اگر ۹۰۰ هزار تومان پایه حقوق سال ۹۶ را در نظر بگیریم رقمی در حدود ۲۵۰ هزار تومان خواهد شد اما آیا جوان فارغ‌التحصیل با چنین رقمی حاضر است دو سال کارروزی کند؟ و چه تضمینی هست که کارفرما او را بعد از دو سال بخواند؟ وی با اشاره به معافیت بیمه‌ای کارفرمایان در این طرح به مدت دو سال اظهار کرد: اگرچه نیت طراحان این بوده که با پیش‌بینی مشوق‌هایی برای کارفرمایان امکان جذب نیروی کار را فراهم کنند ولی نگرانی‌هایی در خصوص معافیت بیمه‌ای کارفرما وجود دارد. از جمله اینکه اگر کارفرما را

از پرداخت ۲۳ درصد بیمه معاف کنیم سازمان تأمین اجتماعی چه سرنوشتی پیدا خواهد کرد؟ اصلاحی گفت: همین حالا ورودی و خروجی تأمین اجتماعی با هم نمی‌خواند و دولت هم تمام تلاشش را می‌کند که بدهی خود را به سازمان بپردازد ولی تأمین اجتماعی برای پرداخت حقوق بازنشستگان و مستمری‌بگیران مشکل دارد. اگر کارفرمایان دو سال از پرداخت حق بیمه معاف شوند، قطعاً به زیان تأمین اجتماعی خواهد بود مگر آنکه دولت با پرداخت بدهی خود این خلأ را جبران کند.

آسیاتک
اینترنت یک، آسیاتک

#اینترنتتو نوکن



۱۵۴۴

asiatech.ir

دارای مجوز FCP به شماره ۱۶-۹۴-۱۰۰۰ سازمان تنظیم مقررات و ارتباطات رادیویی

درپچه



معاون وزیر اقتصاد از پیش‌بینی تورم تک رقمی برای سال پیش‌رو خبر داد

تورم اقتصاد ایران معقول است

معاون وزیر اقتصاد می‌گوید اکنون تورم اقتصاد ایران معقول است و پیش‌بینی‌ها بر این است که با توجه به سیاست‌هایی که دولت برای افزایش تولید و اشتغال پیش خواهد گرفت، تورم اسمال بیش از یک درصد افزایش نیافته و زیر ۱۰ درصد باقی‌ماند.

حسین میرشجاعیان در گفت‌وگو با ایسنا گفت: یکی از مهم‌ترین دستاوردهای دولت یازدهم کنترل تورم ساختاری اقتصاد ایران بوده است، همچنان‌که پیش‌تر همیشه تورم نرخ‌های بالایی داشت؛ چه در زمان رونق و چه در زمان رکود. این تورم در دولت یازدهم کنترل شد و همچنان که دیدیم در سال ۱۳۹۵ میانگین تورم ۱۲ ماهه به ۸.۹ درصد رسید، ولی طبیعی است که تورم طی یک سال تحت عوامل مختلفی ممکن است نوسان داشته باشد. به‌طور کلی تورم از دو دسته سیکل‌های فصلی و سیاست‌های دولت تأثیر می‌گیرد.

معاون وزیر اقتصاد درباره سبک‌های ماهانه توضیح داد: در تورم‌های ماهانه موضوعاتی اثرگذارند که به افزایش تقاضا منجر می‌شوند که در زندگی شخصی مردم قابل ملاحظه است. مثلاً اگر بخواهیم از بهمن‌ماه سال گذشته سیکل‌های ماهانه را بررسی کنیم متوجه می‌شویم که طبق روال هر سال در بهمن‌ماه خریدهای عید در تقاضا تأثیر گذاشت و خرید کالاها عید ایجاد تورم نقطه به نقطه کرد. علاوه بر این موضوع پاداش‌های سالانه نیز توسط دولت در همین ماه به کارمندان اعطا می‌شود. این مورد نیز افزایش نقدینگی را به دنبال دارد بنابراین تورم نقطه به نقطه عموماً در بهمن‌ماه افزایش می‌یابد.

میرشجاعیان ادامه داد: در مورد فروردین نیز باید بگوییم که در فروردین ماه اسمال نیز هر سال افزایش تقاضا به دلیل سفرهای نوروزی رخ داد. اسمال در اردیبهشت‌ماه یک شوک تورمی از نسوی انتخابات داشتیم که همیشه در انتخابات رخ می‌دهد و معمولاً در زمانی فزاینده است که مردم نسبت به انتخاب کاندیدایی مورد نظر خود احساس نااطمینانی می‌کنند و این نااطمینانی وجود دارد که ممکن است نامزدی بر سر کار بیاید که آرامش را در فضای اقتصاد برقرار نکند. اگر به یاد بیاورید در زمان انتخابات سال ۱۳۹۲ و پس از انتخاب حسن روحانی شاهد کاهش قیمت ارز بودیم که این موضوع نشان از آرامش بازار و فعالان کسب‌وکار داشت.

وی همچنین گفت: در کارزار انتخاباتی نیز شاهد افزایش نرخ ارز بودیم، ولی بعد از اینکه پیروزی محقق شد نرخ ارز کاهش یافت. این شوک‌ها که در انتخابات رخ می‌دهد، هر چهار سال یک بار اثر خود را در تورم فصل انتخابات می‌گذارد.

معاون وزیر اقتصاد درباره خردادماه نیز توضیح داد: درباره این ماه دو اتفاق رخ می‌دهد که در تورم تأثیرگذار است؛ اینکه ابتدای ماه زمان انتقال مستشاران است؛ به این ترتیب که قراردادهای قبلی منقضی و قراردادهای جدید منعقد می‌شوند و در قراردادهای جدید قیمت‌ها افزایش می‌یابد و این موضوع در سبب کالای خانوار اثر خود را می‌گذارد. اتفاق دیگر، شروع ماه مبارک رمضان بوده است که خود تقاضا را برای خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها افزایش می‌دهد. به همین دلیل پیش‌بینی ما این است که تورم خوراکی‌ها و آشامیدنی‌ها در خردادماه ممکن است افزایش یابد. بنابراین طبیعی است که این شوک‌ها در تورم نقطه به نقطه تأثیرگذار باشد.



او درباره ماه‌های پیش‌رو نیز گفت: در ادامه سال نیز پیش‌بینی برای شوک خاصی وجود ندارد؛ تا شهریورماه که تقاضا برای خرید لوازم مدرسه آغاز می‌شود. در این ماه نیز افزایش قیمت به این دلیل رخ خواهد داد. از طرفی یکم مهرماه اسمال مصادف می‌شود با یکم محرم؛ در این ماه نیز افزایش تورم نقطه به نقطه رخ می‌دهد چرا که شاهد افزایش تقاضا در کالاها خاصی مورد استفاده در ماه محرم خواهیم بود. آنچه شرح آن رفت سیکل‌های ماهانه و فصلی است که بر تورم نقطه به نقطه تأثیرگذار خواهند بود. نکته اینجاست که با گذر هر یک از شوک‌ها که در تورم نقطه به نقطه اثر افزایشی دارند، دورای کاهش تورم نقطه به نقطه را نیز خواهیم داشت.

میرشجاعیان درباره تأثیر سیاست‌های دولت بر تورم ادامه داد: علاوه بر عواملی که به آن اشاره شد، سیاست‌های دولت نیز بر تورم تأثیر می‌گذارد. ما مفهومی در اقتصاد داریم که به آن منحنی فیلیپس کوتاهمدت می‌گویند. این منحنی ناظر بر رابطه عموماً کوتاهمدت بین تولید و اشتغال و از آن طرف تورم است. این منحنی نشان می‌دهد که افزایش تولید و اشتغال، افزایش تورم را به دنبال خواهد داشت. این موضوع نشان می‌دهد که دولت‌ها وقتی تمایل پیدا می‌کنند به افزایش تولید و اشتغال، به ناچار سیاست‌های انبساطی را پیش می‌گیرند که ممکن است بر سطح تورم تأثیرگذار باشد.

میرشجاعیان توضیح داد: اسمال نیز برنامه دولت این است که تولید و اشتغال را افزایش دهد، ولی به هیچ‌عنوان تمایلی برای ایجاد تورم لیجام‌گسیخته ندارد و پیش‌بینی‌های ما هم به هیچ‌عنوان نشان نمی‌دهد که در سال ۱۳۹۶ تورم لیجام‌گسیخته خواهیم داشت. شاید تورم نسبت به شروع سال در حدود یک درصد افزایش پیدا کند و آن هم به این دلیل است که دولت خود را متعهد می‌داند که سطح بالایی از اشتغال را ایجاد کند و در نتیجه سیاست‌های انبساطی را پیش خواهد گرفت که بخش‌هایی از اقتصاد را تحت تأثیر قرار دهد.

او درباره پیش‌بینی تورم سالانه در سال ۱۳۹۶ گفت: پیش‌بینی بر این است که سیاست‌های دولت در نهایت در سال جاری حدود یک درصد به تورم سالانه نسبت به تورم ۸.۹ درصدی سال گذشته اضافه کند. ولی تأکید می‌کنم که اکنون نمی‌توان پیش‌بینی دقیقی کرد چون مثلاً در سال گذشته ما تورم ۹.۶ درصد را پیش‌بینی کرده بودیم ولی عدد ۸.۹ محقق شد. این نشان می‌دهد که پیش‌بینی نباید از واقعیت فاصله بگیرد. سیاست‌های دولت در سال پیش‌رو بر تورم اثرگذار است و همچنین تورم خارجی از طریق کالاهای وارداتی و همچنین سیاست‌های یکسان‌سازی نرخ ارز نیز تأثیرگذار خواهد بود. ولی لازم است تکرار کنم که پیش‌بینی ما این است که تورم سالانه سال ۱۳۹۶ بیش از یک درصد نسبت به سال گذشته افزایش نیابد.

مدیران بانک‌های دولتی و خصوصی در نشست ۱۷ خردادماه درباره نرخ سود سپرده‌های بانکی در سال پیش‌رو تصمیم‌گیری می‌کنند. به گزارش «فرصت امروز»، سال گذشته نیز در همین ایام بانک‌های خصوصی و دولتی برای کاهش نرخ سود به ۱۵ درصد برای سپرده‌های یک‌ساله توافق و امین کاهش را به شورای پول و اعتبار پیشنهاد کردند. در همین زمینه، شورای پول و اعتبار به کاهش نرخ سود سپرده‌ها به ۱۵ درصد و نرخ سود تسهیلات به ۱۸ درصد رأی داد و نرخ‌های جدید از تیرماه سال گذشته برای بانک‌ها و مؤسسه‌های اعتباری لازم الاجرا شد.

اما با وجود پیشقدم شدن نظام بانکی برای کاهش نرخ سود متناسب با نرخ تورم، گزارش‌ها گویای آن است که در یک سال گذشته برخی بانک‌ها به تصمیم خود پایبند نبوده و سودهای ۲۲ درصدی به سپرده‌گذاران خود پیشنهاد می‌کنند. به عبارت دیگر، در شرایطی که نرخ سود مصوب برای سپرده‌های بانکی حداکثر ۱۵ درصد تعیین شده است و زمره‌های کاهش مجدد نرخ سود نیز این روزها به گوش می‌رسد، اغلب بانک‌ها به این مصوبه پایبند نیستند و پا دور زدن قانون، سودهای به مراتب بالاتری به سپرده‌ها تخصیص می‌دهند.

به باور کارشناسان بانکی، یکی از علل شکسته شدن نرخ سودهای اعلامی، انتشار اوراق اسناد خزانه از سوی دولت آن هم با نرخ سودهای حداقل ۲۲ درصد بود که سبب شد تا بخشی از نقدینگی موجود، به جای سپرده‌گذاری در بانک‌ها، جذب خرید این اوراق شود و به همین دلیل بانک‌ها ناگزیر برای سودهای کوتاه‌مدت روزشمار نیز نرخ خود را افزایش دادند. به دور زدن نرخ سودهای اعلامی کرده‌اند.

مدیران بانک‌های دولتی و خصوصی اسفندماه گذشته نیز برای توافق بر سر نرخ سود جلسهای برگزار کرده بودند اما به نتیجه نرسید. ابتدای اسفصال اما ولی الله سیف از بررسی موضوع نرخ سود بانکی در بانک مرکزی خبر داد و

گزارش ۲



گفت که گزارش آن به شورای پول و اعتبار ارسال می‌شود و ممکن است براساس آن نرخ سود کاهش یابد.

آخرین وضعیت سودهای بانکی

این روزها کمتر و بترین بانکی را می‌توان یافت که تنها به سودهای مصوب شورای پول و اعتبار و مورد توافق خود برای سپرده بسنده کرده باشد. اکنون به راحتی در بسیاری از بانک‌ها سودهای متنوع در قالب طرح‌های مختلفی که برای دور زدن سودهای مصوب وجود دارد، پیشنهاد می‌شود.

به گزارش ایسنا، حدود یک سال از آخرین تغییر در سودهای بانکی می‌گذرد. تیرماه ۱۳۹۵ بود که با آنچه توافق بانک‌ها نامیده شد سودهای سپرده سالانه ۱۸ به ۱۵ درصد کاهش یافته و برای سودهای کوتاه‌مدت روزشمار نیز نرخ حداکثر ۱۰ درصدی تعیین شد. نرخ سود تسهیلات نیز با اختلاف ۱۸ درصدی از سود سپرده به ۱۵ درصد کاهش یافت.

اگرچه در ابتدای امر سودها به ۱۵ درصد رسید، اما چندی تکنید که روال بانک‌ها به گونه‌ای دیگر تغییر کرد. به اینکه بانک‌ها اکنون هم در جواب اول خود در مورد نرخ سود سپرده، میزان سالانه را

نشست مهم مدیران بانکی با موضوع نرخ سود هفته آینده برگزار می‌شود

رقابت ۱۵ تا ۲۳ درصدی بانک‌ها برای جذب سپرده بیشتر



۱۵ درصد اعلام می‌کنند، اما در اغلب بانک‌ها نرخ‌ها از جذابیت بیشتری برخوردار است.

گذری بر شعب بانک‌ها از این حکایت دارد که وقتی سپرده‌گذار تمایلی برای سود ۱۵ درصدی ندارد، اغلب با دریافت مبلغی بالاتر یا تعیین کفی برای میزان سپرده نرخ سودها از ۱۸ درصد عبور کرده و گاه ۲۰ تا ۲۲ درصد را هم در قالب طرح‌هایی که بانک در نظر گرفته

پشت سر می‌گذارد. در مواردی برخی بانک‌ها اعلام می‌کنند که هرچقدر مبلغ شما بالاتر باشد سود بیشتری نیز تعلق خواهد گرفت. جالب اینجاست که همین مورد را بانک‌ها در حدود یک سال پیش و در ابتدای کاهش نرخ به ۱۵ درصد به هیچ‌عنوان زیر بار پرداخت سود بالاتر نمی‌رفتند، اما اکنون روال آنها در رقابت با سایر بانک‌هایی که از ابتدا هم چندان نسبت به اجرای سودهای بانکی منضبط عمل نمی‌کردند، تغییر کرده است.

اما در مورد سودهای روزشمار می‌توان گفت عمده بانک‌ها نسبت به نرخ‌های مصوب پایبند نیستند و مشاهده می‌شود که روزشمارهای ۲۲ درصد و حتی بالاتر در بانک‌ها وجود دارد. آن هم در شرایطی که طبق ضوابط باید نرخ‌های روزشمار

بازخواست کنند. در عین حال که پرداخت سودهای بالا نشان‌دهنده ریسک بیشتر عملیات بانک‌هاست و سپرده‌گذاران هم باید بدانند که این نرخ بالاتر، بهای ریسکی است که متقبل شده و باید پیامدهای آن را بپذیرند.

تنگنای مالی بانک‌ها و رقابت

برای جذب سپرده بیشتر در حال حاضر تنگنای مالی که بانک‌ها با آن مواجه بوده و تا ۵۰ درصد منابع آنها در دسترس نیست، خود عاملی شده تا به رقابتی سخت برای جذب سپرده ورود کنند. این در حالی است که اکنون عمده درآمد بانک‌ها از محل سود تسهیلات تأمین می‌شود که با توجه به اختلاف حدود ۳۳ درصدی که بین نرخ سود سپرده و تسهیلات وجود دارد، چندان پاسخگوی نیازها و هزینه‌های آنها نیست. از سوی دیگر راه اصلی درآمدزایی بانک‌های دنیا یعنی دریافت کارمزد نیز بر بانک‌های ایرانی از جایگاه چندان برخوردار نبوده و خود بر ناتوانی بانک‌ها در تأمین هزینه از محل‌های دیگر افزوده است.

رئیس کل بانک مرکزی اخیراً موضوع تأمین هزینه‌ها از طریق دریافت کارمزد در بانک‌ها را مورد اشاره قرار داده و گفته بود که صورتی که تمام هزینه‌های بانک از محل کارمزد خدمات بانکی تأمین شود، می‌تواند نشان‌دهنده ثبات و پایداری آنها باشد، اما متأسفانه در ایران نه‌تنها از ارائه خدمات بانکی سودی به دست نمی‌آید بلکه زیان نیز ایجاد می‌کند. این در حالی است که در بانکداری امروز بین‌الملل بسیاری از هزینه‌های موجود از محل درآمدهای کارمزد پوشش داده می‌شود. در حال حاضر در ایران کسب درآمد از کارمزد محقق نشده و با وجود اینکه بانک‌ها در بانکداری الکترونیک سرمایه‌گذاری کرده و رو می‌شود هتداز داده و گفته بود که مبلغ مازادی که به‌عنوان سود به سپرده‌گذار پرداخت می‌شود بیابگر رقی می‌است که باید از سهم سهامداران کاسته شده و به سپرده‌گذاران منتقل شود که در این شرایط مسئول این اضافه پرداخت مدیریت بانک‌ها بوده و سهامداران باید از آنها



معاون فناوری‌های نوین بانک مرکزی خبر داد

تحول بانکداری نوین با ورود شبکه‌های اجتماعی

با بیان اینکه برنامه‌های کلیدی این شرکت در چهار بخش هم‌افزایی، توسعه سازمانی، نوآوری و توسعه مشارکت‌ها تقسیم‌بندی شده‌اند، از تشکیل کمیته‌های هماهنگی در گروه خبر داد.

همایونفر خاطرنشان کرد: هدف از تشکیل کمیته‌های هماهنگی ایجاد سیستمی نظام‌مند برای دفت‌ر عملیاتی از خرد جمعی مدیران و کارشناسان گروه ملی انفورماتیک برای ارتقای و بهبود کیفی فعالیت‌های این گروه است.

سند برنامه راهبردی شاپرک بازنگری می‌شود
محسن قادری، مدیرعامل شبکه الکترونیکی پرداخت‌کارت (شاپرک) در ادامه این نشست با بیان اهداف و استراتژی‌های این شرکت اظهار کرد: با تأکید بر اجرای برنامه تحول فرآوانی تولید می‌شود اما این دوامها

به دارایی مولد تبدیل نمی‌شوند و امکان استفاده و بهره‌برداری از آنها در تصمیم‌سازی‌ها میسر نیست. وی افزود: ضرورت طراحی و استقرار سامانه‌های تحلیلی برای استفاده مؤثر از داده‌ها به منظور بهره‌برداری در فرآیند تصمیم‌گیری احساس می‌شود. وی با تأکید بر اجرای برنامه تحول در بانک مرکزی افزود: اکنون ما با چهار چالش شامل اطلاعاتی، نظارتی، سیاستی و چالش‌های مربوط به الگوهای کسب‌وکار مواجهیم که برای هر یک، راهکارها و برنامه‌هایی پیشنهاد شده است و انتظار می‌رود شرکت‌های گروه ملی بتوانند برای تحقق آنها گام بردارند.

نیازمند خلق ایده‌های نو هستیم
مسعود همایونفر، مدیرعامل شرکت ملی انفورماتیک نیز در این نشست گفت: انتظار داریم که همگام با هم‌افزایی در بین شرکت‌ها با باطرارحی رویکردها و خلق ایده‌های نو، گام‌های جدیدی در مسیر نقش آفرینی در حوزه فناوری‌های نوین بانکی برداریم و وی با تبیین برنامه استراتژیک شرکت ملی انفورماتیک اظهار کرد: گروه ملی برای نقش آفرینی بیشتر در عرصه نظام بانکی کشور نیازمند رویکردهای جدید و ترسیم بازارها و ابزارهای نوین است که تلاش شده در بازنگری استراتژی‌های شرکت ملی مورد توجه قرار گیرند.

مدیرعامل شبکه الکترونیکی پرداخت‌کارت یکی از وظایف مهم شاپرک در تدوین مستندات و الزامات شبکه پرداخت کشور دانست و تصریح کرد: در این زمینه اقدامات مهمی صورت گرفته است

نرخنامه



کاهش قیمت دلار و نوسان اندک بازار سکه

صرافان بازار ارز و طلا نرخ هر دلار آمریکا را ۳.۷۳۷ تومان و هر قطعه تمام بهار آزادی طرح جدید را ۱,۲۰۶,۴۰۰ تومان تعیین کردند که نشان‌دهنده کاهش قیمت دلار و همچنین نوسان اندک در بازار سکه است. هر یورو در بازار آزاد تهران ۴,۲۲۸ تومان و هر پوند نیز ۴,۸۲۷ تومان قیمت خورد. همچنین هر نیم سکه ۶۴۸,۰۰۰ تومان و هر ربع سکه ۳۶۸,۰۰۰ تومان فروخته شد. هر گرم سکه یک گرمی ۲۵۴,۰۰۰ تومان خرید و فروش شد و هر گرم طلای ۱۸ عیار ۱۱۴,۹۹۰ تومان قیمت خورد.

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت(تومان)	نوسان
مثقال طلا	۴۹۷,۶۵۰	▲
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۱۴,۸۹۰	▲
سکه بهار آزادی	۱,۱۷۹,۰۰۰	
سکه طرح جدید	۱,۲۰۶,۴۰۰	▲
نیم سکه	۶۴۸,۰۰۰	▼
ربع سکه	۳۶۸,۰۰۰	▼
سکه گرمی	۲۵۴,۰۰۰	▼

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت(تومان)	نوسان
دلار آمریکا	۳,۷۳۷	▼
یورو اروپا	۴,۲۲۸	
پوند انگلیس	۴,۸۲۷	
درهم امارات	۱,۰۳۴	▼

خبر



پیگیری همزمان وزارت خارجه، اقتصاد و بانک مرکزی برای حل مشکل انتقال ارز پتروشیمی‌ها

اختلالی در بازار ارز نداریم

قائم مقام انجمن کارفرمایان صنعت پتروشیمی از پیگیری همزمان وزارتخانه‌های امورخارجه، اقتصاد و بانک مرکزی برای حل مشکل ارز پتروشیمی‌ها خبر داد و گفت: یکی از راهکارهای کوتاهمدت، ایجاد صرفاتی است.

قائم مقام انجمن کارفرمایان صنعت پتروشیمی از پیگیری همزمان وزارتخانه‌های امورخارجه، اقتصاد و بانک مرکزی برای حل مشکل ارز پتروشیمی‌ها خبر داد و گفت: یکی از راهکارهای کوتاهمدت، ایجاد صرفاتی است.

قائم مقام انجمن کارفرمایان صنعت پتروشیمی از پیگیری همزمان وزارتخانه‌های امورخارجه، اقتصاد و بانک مرکزی برای حل مشکل ارز پتروشیمی‌ها خبر داد و گفت: یکی از راهکارهای کوتاهمدت، ایجاد صرفاتی است.



تحریم محصولات پتروشیمی ایران توسط کشور چین نیست. قائم مقام انجمن کارفرمایان صنعت پتروشیمی با اشاره به اینکه شرکت‌های پتروشیمی باید قبل از تحویل محصولات صادراتی خود پول را دریافت کنند، تصریح کرد: باید تأکید کرد که مشکل ایجاد شده به دلیل کمبود محصولات تولید شده نیست و بانک مرکزی ایران، وزارت اقتصاد و وزارت امور خارجه به‌طور همزمان و با قید فوریت به دنبال حل این مشکل هستند.

کریمیایی ادامه داد: در این حالت دو راهکار کوتاهمدت و بلندمدت وجود دارد تا مشکل برطرف شود. در کوتاهمدت گزینه‌ها و راهکارهای مختلفی در کنار رایزنی با مقامات چین در حال انجام است تا مشکل برطرف شود و در بلندمدت راهکار اصلی تنوع بخشی به بازارهای صادراتی محصولات پتروشیمی است.

این مقام مسئول خاطرنشان کرد: به همین دلیل اولویت ما بلندمدت وجود دارد تا مشکل برطرف شود. در کوتاهمدت گزینه‌ها و راهکارهای مختلفی در کنار رایزنی با مقامات چین در حال انجام است تا مشکل برطرف شود و در بلندمدت راهکار اصلی تنوع بخشی به بازارهای صادراتی محصولات پتروشیمی است.

وی ادامه داد: این مشکل غیرقابل حل نیست اما باید تلاش کرد مشکل در کمترین زمان برطرف شود که در این خصوص گزینه‌های مختلفی در حال بررسی است.

کریمیایی با اشاره به اینکه هم‌اکنون و بعد از برجام شرکت‌های پتروشیمی تجهیزات و قطعات مورد نیاز خود را عمدتاً از کشورهای اروپایی تأمین می‌کنند، گفت: شرکت‌های پتروشیمی غیر از اینکه محصولات خود را به چین صادر می‌کنند کمترین مرادوات را با چین دارند و قطعات و تجهیزات مشترک در کشور چین با لحاظ از ملاحظات در حال مطالعه است. قائم مقام انجمن کارفرمایان صنعت پتروشیمی در پاسخ به این سوال که این موضوع می‌تواند در بازار ارز اثرگذار باشد، گفت: سال گذشته ۱۰ میلیارد دلار صادرات محصولات پتروشیمی داشتیم که حدود ۷۰ درصد آن به بازار داخل وارد شد که تقریباً ۷ میلیارد دلار بوده است، در واقع شرکت‌های پتروشیمی در گذشته ماهانه حدود ۵۰ تا ۶۰ میلیون دلار با ارزشی معادل آن را وارد بازار می‌کردند و اکنون بخشی از این ظرفیت در کوتاهمدت با اختلالاتی مواجه شده است که جبران این میزان ارز از سوی بانک مرکزی به هیچ‌عنوان مشکل نیست و لذا نگرانی از بابت نوسانات ارز نداریم و با مدیریت صحیح بازار ارز قابل تنظیم است.

وی ادامه داد: بنابراین من تأکید می‌کنم که این مشکل حل نشده نیست و این انجمن با تمامی توان و با کمک مسئولان داخلی پیگیری و حل مشکل است. گفتنی است علی‌طبع نیا، وزیر اقتصاد نیز برای حل مشکل به وجود آمده به چین سفر کرده است.

عرضه انواع مس مفتول، کاتد و کم عیار



در دومین روز هفته، ۱۲ تن کانسارته فلزات گرانبها، ۱۲۰ تن سولفور مولیبدن، ۷۰۰ تن شمش هزار پوندی ۹۹.۸، ۶۰ تن بیلت و ۶۰ تن شمش الیازی آلومینیوم شرکت ایرالکو در تالار محصولات صنعتی و معدنی عرضه شد. تالار محصولات صنعتی و معدنی بورس کالای ایران روز یکشنبه ۷ خردادماه میزبان عرضه ۳۲۰ تن مس مفتول، ۷۰۰ تن مس کاتد و ۲۰ هزار تن مس کم‌عیار بود. براساس این گزارش، ۴۱ هزار تن گندم خوراکی، ۴ هزار تن گندم دروم، یک هزار تن کنجاله سویا، ۲ هزار و ۲۷۵ تن شکر سفید، ۳۰۰ تن روغن خام و ۳۰۰ تن ذرت دانهای در تالار محصولات کشاورزی عرضه شد. علاوه بر این ۱۲ هزار و ۱۵۱ تن جو دامی در قالب طرح قیمت تضمینی و به صورت فیزیکی در تالار محصولات کشاورزی عرضه شد. تالار فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی بورس کالای ایران نیز در این روز شاهد عرضه ۵۱ هزار و ۵۰۶ تن انواع مواد پلیمری، مواد شیمیایی، وکیوم باتوم و روغن پایه بود. تالار صادراتی بورس کالای ایران نیز در این روز شاهد عرضه ۱۶ هزار و ۵۴ تن انواع قیر، عایق طوبی و گوگرد پاستیلی بود. بازار فرعی بورس کالای ایران نیز در این روز عرضه ۲۲۸ تن نخ پلی‌استر، قند کله و خرد شده، رب گوجه فرنگی و پودر نارگیل را تجربه کرد.

بورس انرژی

۲۰۰ میلیارد ریال ارزش معاملات بازار فیزیکی

در جلسه معاملاتی روز یکشنبه ۷ خردادماه ۹۶، کالاهای قطران ذوب‌آهن اصفهان در رینگ داخلی و حلال ۴۰۲ پالایش نفت اصفهان، حلال ۴۰۲ و آیزورسیسایکل پالایش نفت شیراز در رینگ بین‌الملل بازار فیزیکی عرضه شدند. در جریان معاملات بازار فیزیکی بورس انرژی ایران کالاهای آیزوفیند، آیزورسیسایکل و حلال ۴۰۲ و ۴۰۴ پالایش نفت تبریز، گاز مایع صنعتی، گاز بوتان، گاز پروپان و برش سنگین پتروشیمی بندرامام، نفتی سبک و حلال ۴۰۴ پالایش نفت شیراز در رینگ داخلی عرضه شدند. کل معاملات صورت‌گرفته در بازار فیزیکی بورس انرژی ایران معادل ۱۴ هزار و ۳۶۷ تن به ارزش نزدیک به ۲۰۰ میلیارد ریال بوده است.

شرکت‌ها و مجامع

پیش‌بینی ۴۰۶ ریالی سود هر سهم «حفاری»

شرکت حفاری شمال نخستین پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۲۹ اسفندماه ۹۶ را با سرمایه معادل ۲ هزار و ۶۰۵ میلیارد و ۴۰۵ میلیون ریال به صورت حسابرسی شده اعلام کرد. شرکت حفاری شمال پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۲۹ اسفندماه ۹۶ معادل ۴۰۶ ریال اعلام کرده است که در مقایسه با سال مالی پیش معادل ۳۹ درصد افزایش را نشان می‌دهد. همچنین پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۲۹ اسفندماه ۹۶ معادل ۹۵ شامل افزایش ۱۶ درصدی فروش، افزایش ۳۵ درصدی سود ناخالص، کاهش ۸ درصدی سود عملیاتی و افزایش ۳۹ درصدی سود خالص است. «حفاری» دلیل افزایشی بودن پیش‌بینی‌های سال ۹۶ نسبت به سال گذشته را ناشی از افزایش روز کارکرد دکل دریایی الیما عنوان کرده است.

عملکرد سال ۹۵ «کاسپین»

شرکت داروسازی کاسپین تامین صورت‌های مالی یک‌ساله منتهی به ۳۰ اسفندماه ۹۵ را با سرمایه ۱۵۰ میلیارد ریال به صورت حسابرسی شده منتشر کرد. شرکت داروسازی کاسپین تامین در سال گذشته مبلغ یک‌هزار و ۸۰۸ میلیارد و ۱۱۲ میلیون ریال درآمد عملیاتی کسب کرد. از درآمد عملیاتی این شرکت، بهای تمام شده درآمد عملیاتی کسب کرد. سود ناخالصی و افزایش ۶۶ میلیارد و ۵۲۲ میلیون ریال رسید. از سود ناخالصی دوره نیز هزینه‌های فروش، اداری و عمومی و هزینه‌های عملیاتی کسب شد و سود عملیاتی دوره به مبلغ ۵۹۴ میلیارد و ۶۲۴ میلیون ریال محاسبه شد. از سود عملیاتی دوره نیز هزینه‌های مالی و مالیات کسب شد و با افزوده شدن درآمدهای غیرعملیاتی به آن سود خالص دوره به مبلغ ۳۸۹ میلیارد و ۲۴۸ میلیارد و ۶۰۵ میلیون ریال رسید که نسبت به دوره مشابه در سال ۹۴ معادل ۲۰ درصد افزایش را نشان می‌دهد. به ازای هر سهم کنار گذاشته شد؛ که نسبت به دوره مشابه در سال ۹۴ معادل ۲۰ درصد افزایش را نشان می‌دهد. به ازای هر سهم کنار گذاشته شد؛ که نسبت به دوره مشابه در سال ۹۴ معادل ۲۰ درصد افزایش را نشان می‌دهد. به ازای هر سهم کنار گذاشته شد؛ که نسبت به دوره مشابه در سال ۹۴ معادل ۲۰ درصد افزایش را نشان می‌دهد. به ازای هر سهم کنار گذاشته شد؛ که نسبت به دوره مشابه در سال ۹۴ معادل ۲۰ درصد افزایش را نشان می‌دهد. به ازای هر سهم کنار گذاشته شد؛ که نسبت به دوره مشابه در سال ۹۴ معادل ۲۰ درصد افزایش را نشان می‌دهد.

پیش‌بینی «غچین» برای سال ۹۷

شرکت مجتمع کنت‌و صنعت چین چین نخستین پیش‌بینی درآمد هر سهم ۱۲ ماهه سال مالی منتهی به ۳۱ خرداد ماه ۹۷ را با سرمایه ۱۰۰ میلیارد ریال به صورت حسابرسی نشده اعلام کرد. شرکت مجتمع کنت‌و صنعت چین چین نخستین پیش‌بینی سود هر سهم سال مالی منتهی به ۳۱ خردادماه ۹۷ را مبلغ ۶۵۴ ریال اعلام کرد، که نسبت به EPS سال جاری معادل ۱۸ درصد افزایش را نشان می‌دهد. «غچین» سود خالص در این سال را مبلغ ۶۵ میلیارد و ۴۲۲ میلیون ریال برآورد کرده است. یادآوری می‌شود سود خالص این شرکت در سال مالی منتهی به ۳۱ خرداد ماه ۹۶ مبلغ ۵۵ میلیارد و ۲۰۵ میلیون ریال و سود به ازای هر سهم ۵۲۲ ریال اعلام شده است.

ارزش معاملات بازار سهام تا نصف روزهای رونق کاهش یافت

عقب نشینی خریداران در گروه‌های بزرگ بورسی



سیدمحمدصدرالغروی sudrolgharavi@yahoo.com

بورس اوراق بهادار تهران دومین روز کاری هفته را با افت ۲۰۷ واحدی (معادل ۰.۲۶ درصد) تجربه کرد و تا رقم ۸۰ هزار و ۷۱۳ واحد کاهش یافت. بخش عمده این افت را نماد معاملاتی شرکت‌های مخابرات ایران، نفت و گاز و پتروشیمی تامین و ایران‌خودرو رقم زدند. بدین ترتیب در بازار روز یکشنبه نماد مخابرات ایران با ۴۴ واحد، نماد سرمایه‌گذاری نفت و گاز و پتروشیمی تامین با ۲۱ واحد، نماد ایران‌خودرو با ۱۸ واحد و نماد صنایع پتروشیمی خلیج فارس با ۱۷ واحد کاهش، بیشترین تاثیر منفی را بر محاسبه شاخص کل بورس به نام خود ثبت کردند. همچنین در طرف مقابل، نماد پالایش نفت اصفهان با ۲۱ واحد، نماد فولاد مبارک اصفهان با ۱۸ واحد و نماد پالایش نفت بندرعباس با ۱۷ واحد افزایش، بیشترین تاثیر مثبت را بر محاسبه شاخص کل بورس به نام خود ثبت کردند.

ادامه حاکمیت رکود در بورس

از ابتدای سال جاری تا زمان برگزاری انتخابات ریاست‌جمهوری شاهد رکود بورس

درپچه

تفاوت بازار بورس و فرابورس چیست؟

سازمان بورس و اوراق بهادار بوده و امکان پذیرش در یکی از بازارهای بورس یا فرابورس را ندارند. در مقابل بازار بورس به‌طوری که به دو بازار اول و دوم تقسیم می‌شود. به‌عبارتی دیگر تشکیل از درجه اعتبار بالاتری برخوردار هستند. به گزارش میزان، براساس دستورالعمل پذیرش عرضه و انتقال اوراق بهادار در فرابورس ایران، فرابورس دارای ۹ بازار اول، دوم، سوم، پایه و حرفه، پایه ب، پایه ج، بازار شرکت‌های کوچک و متوسط، مشتقه، بازار ابزارهای نوین مالی است. تقسیم‌بندی این ۹ بازار به این دلیل است که پذیرش شرکت‌های سهامی عام در بازار اول و بازار دوم و پذیرش سایر اوراق بهادار صرفاً در بازار ابزارهای نوین مالی صورت می‌پذیرد. بازار سوم جهت عرضه یکجا و پذیرش‌نویسی اوراق بهادار و بازار پایه جهت درج و نقل‌وانتقال سهام شرکت‌های است که کارگزاران الزام بند ب ماده ۹۹ قانون برنامه پنجم توسعه، مشمول ثبت نزد

نگاه

قوانین و مقررات مناسب لازمه ورود سرمایه‌گذار خارجی است

یک کارشناس بازار سهام درباره لزوم ورود سرمایه‌گذار خارجی در اقتصاد ایران گفت: سرمایه‌گذاری در فضای به وجود می‌آید که قوانین و مقررات مناسبی برای ورود سرمایه‌گذاران وجود داشته باشد. نخستین خواسته یک سرمایه‌گذار مشخص بودن نقش راه قانونگذار و مشخص کردن تغییرات در آن بازه زمانی تعریف شده است. فردین آقابرگی در گفت‌وگو با ایسنا، با تاکید بر نیاز به وجود سرمایه‌گذاران خارجی در کشور گفت: دانستن اصل هوشمندی سرمایه و سرمایه‌گذار یکی از مهم‌ترین راهکارهای تشویق و ترغیب سرمایه‌گذاران برای ورود به عرصه تولید و برطرف کردن دغدغه‌ها و نیازهای اساسی صنعتگران و سرمایه‌داران در این زمینه است. وی ادامه داد: افزایش تولید مستلزم افزایش سرمایه‌گذاری است. باید برای ارتقای کمی و کیفیت تولید به‌طور هدفمند سرمایه‌گذاری شود. این موضوع می‌تواند از طریق ارائه راهکارهای مناسب و توجیه‌پذیر به انجام برسد. این کارشناس بازار سهام تاکید کرد: سرمایه‌گذاری در فضای صورت می‌پذیرد به آرام باشد و قوانین و مقررات مناسبی برای ورود سرمایه‌گذاران وجود داشته باشد. نخستین خواسته یک سرمایه‌گذار مشخص بودن نقشه راه قانونگذار و مشخص کردن عدم تغییرات در آن بازه زمانی تعریف شده است. وی تصریح کرد: برخی موانع برای ورود سرمایه‌گذاران به تولید و صنعت تحت کنترل و اراده دولت و بخشی دیگر خارج از کنترل

تهران و جذب دهها هزار میلیارد تومان پول و نقدینگی به این بخش از فعالیت‌های اقتصادی بودیم. ولی با اتمام فصل انتخابات، شاهد برگشت اوضاع به وضعیت قبلی و ادامه حاکمیت رکود در اکثر بخش‌ها و صنایع هستیم. با شروع ماه رمضان، بورس تهران نیز به فاز استراحت و اصلاح قیمت‌ها وارد شده و شاهد حاکمیت دوباره رکود در این بخش از فعالیت‌های اقتصادی هستیم. بازار سهام روز گذشته در نیمه دوم وقت معاملات همانند روزهای گذشته، با افزایش عرضه‌های و عقب‌نشینی خریداران در اکثر گروه‌های بزرگ و کوچک مواجه شد. به طوری که اکثر نمادها با افت قیمتی دنبال شدند که این امر از شرایط نامطلوب بورس تهران طی روزهای اخیر حکایت دارد. بر این اساس تا دوام روند اب شدن حجم معاملات بازار سهام و آب رفتن حجم معاملات شرکت‌ها باعث شده تا عموم سهامداران و سرمایه‌گذاران بازار سهام با ضرر مواجه باشند. حجم و ارزش معاملات نیز کاهش چشمگیری داشت و به کمتر از نصف ارزش معاملات در روزهای پیشین و ایم رونق خود رسیده است. بر این اساس روز گذشته ارزش کل معاملات انجام شده در بورس و فرابورس و اوراق بهادی در حدود ۲۳۱ میلیارد تومان بود.



نقش نماینده خریدار یا فروشنده را ایفا می‌کنند. همه کارگزاران موظف به انجام وظایف خود در چارچوب قوانین و مقررات موجود هستند و سرمایه‌گذار می‌تواند برای معاملات اوراق بهادار کارگزار خود را با توجه به معیارهایی از قبیل اعتبار، به‌موقع سفارش، دادوستد سهام با مناسب‌ترین قیمت و نحوه ارائه خدمات جانبی انتخاب کند. در مقابل سرمایه‌گذاران اعم از حقیقی یا حقوقی برای انجام معاملات سهام با سایر اوراق بهادار پذیرفته شده در فرابورس باید از طریق یکی از کارگزاران فرابورس اقدام کنند. شرکت‌های کارگزاری فرابورس مجوز سازمان بورس و اوراق بهادار را داشته و عضو کانون کارگزاران هستند؛ لذا سرمایه‌گذاران می‌توانند از بین آنها یکی را - که همگی حکم واحد داشته- و با توجه به مهارت‌های خود توانایی انجام به‌موقع سفارشات و به بهترین قیمت در کنار خدمات جنبی چون آموزش و تحلیل،



لازم برای تامین مالی بخش تولیدی کشور در قانون پیش‌بینی شده است و تجربه استفاده از این ابزارها در سال ۱۳۹۵ نشان داد که به بهترین شکل ممکن می‌توان از بازار سهام منابع لازم را دردمت بسیار کوتاه تامین کرد. اگر چه بخش عمده این نقدینگی فراهم شده، اساسا در جهت پوشش و استمهال بدهی‌های آحاد صنعتگران و تولیدکنندگان به منابع مالی لازم است. این کارشناس بازار سهام افزود: رسالت بازار سهام تامین منابع مالی لازم در بازه بلندمدت (بیش از یک‌سال) برای بنگاه‌های اقتصادی است و در مقطع کنونی لازم است برای سرعت بخشیدن به تحقق این هدف رویه گذشته اصلاح شود و ضمن لحاظ کردن کلیه مقررات و قوانین وضع شده، سرعت لازم را در این امر به‌کار برد. کارشناس بازار سهام افزود: سرعت لازم برای تسریع در فرآیند تاییدکننده امکان دسترسی سریع آحاد صنعتگران و تولیدکنندگان به منابع مالی لازم است. این کارشناس بازار سهام افزود: رسالت بازار سهام تامین منابع مالی لازم در بازه بلندمدت (بیش از یک‌سال) برای بنگاه‌های اقتصادی است و در مقطع کنونی لازم است برای سرعت بخشیدن به تحقق این هدف رویه گذشته اصلاح شود و ضمن لحاظ کردن کلیه مقررات و قوانین وضع شده، سرعت لازم را در این امر به‌کار برد. کارشناس بازار سهام افزود: رسالت بازار سهام تامین منابع مالی لازم در بازه بلندمدت (بیش از یک‌سال) برای بنگاه‌های اقتصادی است و در مقطع کنونی لازم است برای سرعت بخشیدن به تحقق این هدف رویه گذشته اصلاح شود و ضمن لحاظ کردن کلیه مقررات و قوانین وضع شده، سرعت لازم را در این امر به‌کار برد. کارشناس بازار سهام افزود: رسالت بازار سهام تامین منابع مالی لازم در بازه بلندمدت (بیش از یک‌سال) برای بنگاه‌های اقتصادی است و در مقطع کنونی لازم است برای سرعت بخشیدن به تحقق این هدف رویه گذشته اصلاح شود و ضمن لحاظ کردن کلیه مقررات و قوانین وضع شده، سرعت لازم را در این امر به‌کار برد.

بیشترین درصد افزایش

فرآورده‌های نسوز ایران در حالی عنوان نخست جدول بیشترین درصد افزایش را از آن خود کرد که کاشی پارس در جایگاه دوم این گروه قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
کفرا	۲,۵۷۱	۶.۱۵
کیارس	۱۰,۱۹۳	۵
غشان	۴,۴۹۴	۴.۹۸
غشهد	۲,۵۶۱	۴.۹۶
تمحرکه	۱,۸۵۷	۴.۹۲
دیران	۴,۱۳۷	۴.۸۹
چکاو	۳,۷۵۵	۴.۸۳

بیشترین درصد کاهش

سیمان بجنورد صدرنشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. قند شیرین خراسان در رده دوم این گروه ایستاد. نیروترانس هم در میان سهم هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
سیجنو	۷,۰۴۵	(۵)
قشرین	۱۲,۱۶۲	(۴.۹۸)
بنبرو	۹,۹۰۴	(۴.۹۷)
چغیبر	۷,۴۰۱	(۴.۹۷)
سفر	۳,۴۰۲	(۴.۹۵)
کنرام	۱,۸۵۲	(۴.۹۳)
ساروم	۲,۶۸۰	(۴.۸)

پرمعامله ترین سهم

پارس خودرو دیزل پرمعامله‌ترین سهم بازار بورس شناخته شد. پلی اکریل در رده دوم این گروه ایستاد. سرمایه‌گذاری سایپا هم در رده‌های بالا قرار گرفت.

نام	قیمت	تعداد دفعه
خیارس	۱۰۱۲	۲۸,۹۷۹
شیلی	۶۱۸	۲۲,۶۹۴
وسایا	۹۹۳	۱۶,۲۶۲
خرامیا	۸۳۹	۱۴,۸۶۴
خاور	۸۷۱	۱۲,۴۹۱
ولمت	۸۹۲	۱۰,۷۰۴
کیارس	۱۰۱۹۳	۸,۵۷۳

بیشترین ارزش معامله

جایگاه نخست بیشترین ارزش معامله را کاشی پارس به خود اختصاص داد. پارس خودرو رتبه دوم را به دست آورد. مارگرن هم در بالای جدول بیشترین ارزش معاملات قرار گرفت.

نام	قیمت	جمع معاملات
کیارس	۱۰۱۹۳	۸۷,۳۲۶
خیارس	۱۰۱۲	۲۹,۳۴۰
غمارگ	۴۰۲۵	۲۲,۲۷۵
خودرو	۲۷۱۶	۲۰,۶۸۷
ویبمه	۳۹۱۲	۲۰,۵۳۸
شاراک	۳۴۸۶	۱۶,۹۸۲
وسایا	۹۹۳	۱۶,۱۵۱

بیشترین سهام معامله شده

پارس خودرو در حالی رتبه نخست جدول بیشترین سهام معامله شده را به دست آورد که پلی اکریل در این گروه دوم شد و سرمایه‌گذاری سایپا در رتبه سوم قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	تعداد سهام معامله شده
خیارس	۱۰۱۲	۱۸۸۲
شیلی	۶۱۸	۱۱۵۳
وسایا	۹۹۳	۱۱۱۷
خودرو	۲۷۱۶	۱۰۸۲
خرامیا	۸۳۹	۱۰۰۹
کماهه	۴۴۲۶	۷۹۶
فتوال	۱۲۹۴	۷۶۲

بالاترین نسبت P/E

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

نام شرکت	قیمت	P/E
ددام	۶۳۶۹	۱۲۲۴
کسایا	۲۲۲۰	۱۱۲۵
خمحور	۲۳۴۴	۵۸۶
حکمتک	۹۱۱	۴۵۶
خریخت	۱۱۸۴	۳۹۵
فمراد	۳۸۱۲	۲۷۲
تکتو	۲۵۵۲	۲۳۲

کمترین نسبت P/E

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

نام شرکت	قیمت	P/E
خوارزم	۷۷۰	۲۰.۵
کغاز	۴۷۶۲	۲.۳۰
واعتبار	۱۲۸۸	۲.۳۹
پردیس	۱۱۴۸	۳.۴۴
ورنا	۱۱۰.۸	۳.۶۹
پارسین	۱۹۳۹	۴.۱۴
ویلنک	۲۱۷۲	۴.۱۸

متن پیام تبریک شهردار ملارد

پیروز انتخابات مردم ایران و نظام جمهوری اسلامی هستند

ملارد- خبرنگار فرصت امروز - و اینک برگ زرین دیگری از دفتر حضور شهروندان غیور و فهیم ملارد در تاریخ مشارکت رقم خورده تا با دستانتا بر مهرشان در

نوشتن سرنوشت آتی شهر و کشور سهیم باشند. این جانب به نوبه خود از حضور پرشور کلیه شهروندان و احاد مردم در پای صندوق های رای و حضور همیشگی شان به عنوان پشتوانه و حامی مقتدر مسئولین تقدیر و تشکر می نمایم. آنچه شما با قلم هایتان و اراده استوارتان بر اوراق رای رسم نمودید مظهر سطر حماسه آیدانی و حمیت و عزم راسخ ملت غیور ایران در راستای حفظ منافع ملی و پاسداشت این امر زین برگر است. یقینا عزم شما در برگزیدن منتخبین و نمایندگانتان در شورای شهر موجبات استواری گام های توسعه و پیشرفت خواهد بود و عقیده تان بر گزینش مقام دوم کشور (ریاست جمهوری) نشان از علاقه و دلبستگی به آرمان اصلی نظام عهدی وحدت و یکپارگی استی و ره‌آورد این اعتماد قطعا پیش به سوی اهداف متعالی خواهد بود. بدینوسیله یکایک شما حماسه سازان راچ نهداد و از خداوند منان توفیق خدمت‌هرچه‌بیشترمنتخبین‌در‌سایه‌فرمانبات‌ورهنمودهای مقام معظم رهبری (مدظله العالی) را خواستارم .

آبفای هرزگان؛مقام اول مسابقات سراسری شنای وزارت نیرو را کسب کرد

بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز- در پنجمین دوره مسابقات سراسری شنای بانوان صنعت آب و برق که به میزبانی هیات ورزش شرکت توزیع برق استان یزد برگزار شد،روشنگ احمدی زاده موفق به کسب مقام اول ۵۰ متر شنای قورباغه شد. به گزارش روابط عمومی آب و فاضلاب استان، در این دوره از مسابقات که با حضور ۱۲ تیم و ۱۵۰ بانوی ورزشکار در شش رده سنی انجام شد، آبفای هرزگان موفق به کسب مقام قهرمانی مسابقات شنای قورباغه شد.

۸۷ میلیون لیتر نفتگاز به نیروگاه‌های گیلان ارسال شد

رشت- زینب قلیپور- برای تأمین سوخت دوم نیروگاه‌های سیکل ترکیبی استان در زمان قطعی گاز ابتدای سال جاری تاکنون مجموعاً ۸۷ میلیون و ۶۶ هزار لیتر نفتگاز به نیروگاه‌های سیکل ترکیبی استان ارسال شده است. ذخیره سازی سوخت نیروگاه های رشت و سر برکه به دلیل افت یا قطعی فشار گاز از نفتگاز به عنوان سوخت دوم استفاده می کنند با تمهیدات شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه گیلان از ابتدای سال در کل انجام است. از مجموع ۸۷ میلیون و ۶۶ هزار لیتر نفتگاز توزیع شده در استان، ۶۰ میلیون و ۵۵۲ هزارلیتر به نیروگاه سیکل ترکیبی رشت و ۲۶ میلیون و ۵۱۲ هزارلیتر به نیروگاه بوه سر درسد ارسال شده است که این میزان به ترتیب افزایش ۱۰۲۲ و ۲۹۲ درصد است نسبت به مدت مشابه سال قبل نشان میدهد. از ابتدای سال تاکنون همچنین ۵۸میلیون و ۸۵۲ هزار لیتر انواع فرآورده های نفتی (بنزین، نفت سفید و نفتگاز غیرشیرینگاهی) دراستان گیلان توزیع شده که این رقم نسبت به مدت مشابه سال گذشته چهار درصد افزایش را نشان می دهد. از مجموع انواع فرآورده نفتی توزیع شده در استان گیلان ۱۷۶ میلیون و ۱۱۶ هزار لیتر بنزین معمولی، ۱۱ میلیون و ۴۸۰ هزار لیتر بنزین سوپر، شش میلیون و ۷۸۷ هزار لیتر نفت سفید و ۶۴ میلیون و ۴۶۸ هزار لیتر نفتگاز غیر شیرینگاهی است. بیشترین تغییرات مصرف فرآورده ها مربوط به نفت سفید با کاهش ۴۴ درصد می باشد که مدیریت صحیح مصرف، هوشی مناسب و عدم درخواست مردم در فصل بهار و افزایش تعداد خانوارهای تحت پوشش گاز کشی خانگی از مهمترین دلایل این کاهش می باشد.

برگزاری آزمون دستیاران کودکان دانشگاه علوم پزشکی مازندران به روش OSCE

ساری -دهقان - آزمون درون بخشی دستیاران کودکان برای اولین بار در دانشگاه علوم پزشکی مازندران به صورت مهارتی و به روش OSCE برگزار شد. در راستای پیاده سازی بسته های آموزش پاسخگو و عالی محور، ارتقای نظام ارزیابی و آزمونهای علوم پزشکی، از مجموعه طرح تحول و نواوری در آموزش علوم پزشکی و اجرای برنامه راهبردی معاونت آموزشی دانشگاه، با تلاش و مشارکت گروه آموزشی کودکان، برای اولین بار، آزمون درون بخشی دستیاران کودکان در دانشگاه علوم پزشکی مازندران به صورت مهارتی و به روش OSCE در مهارتهای بالینی مرکز آموزشی درمانی بوعلی سینبانی ساری برگزار گردید. این آزمون برای تمام دستیاران کودکان و با بهره گیری از ۵ بیمارنامی آموزش دیده، ۱۰ مولاژ مجیز در ۱۰ ایستگاه مهارتی، با رعایت استانداردهای آزمونهای مهارتی اجرا شد.

طرح نظارتی ویژه ماه مبارک رمضان در استان قزوین اجرا می شود

قزوین- مسعود زارع- رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان قزوین از اجرای طرح نظارتی ویژه ماه مبارک رمضان همزمان در سراسر استان خبر داد. به گزارش روابط عمومی سازمان صنعت، معدن و تجارت استان قزوین مهندس علی برزجمت اعلام کرد: در اسفند ماه مبارک رمضان افزایش تقاضای علوم مردم برای تأمین برخی از کالا ها، بویژه مواد لبنی، پروتئینی، برنج، روغن، قند و شکر، خرما، میوه، سبزیجات و شیرینجهای بر مصرف مرسوم در این ایام، طرح نظارتی ویژه ماه مبارک رمضان در استان اجرا میشود. وی با اشاره به تشدید فعالیت تیم های بازرسی سازمان صنعت، معدن و تجارت و اتاق اصناف در این ایام تأکید کرد: این طرح با هدف صیانت از حقوق مصرف کنندگان و با رویکرد پیشگیری و پایش مستمر بازار و توجه ویژه به موضوع تأمین توزیع به هنگام کالاهای برمصرف در ماه مبارک رمضان همزمان با سراسر کشور در سطح استان اجرا خواهد شد. وی همچنین تسهیل و تسریع در دسترسی مردم به کالاهای مورد نیاز با قیمت مناسب، نظارت بر عملکرد واحدهای تولیدی، توزیعی و خدماتی و برخورد با تخلفات احتمالی با همکاری اتاقهای اصناف و سایر دستگاههای نظارتی را از دیگر اهداف اجرای این طرح اعلام کرد. رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان قزوین خاطرنشان کرد: اقدام نظارتی مسود تأکید در این طرح شامل: خرما، برنج، قند و شکر، شیرینی های پرمصرف، اقلام لبنی و پروتئینی می باشد. وی با تأکید بر ضرورت همکاری همه صنوف با بازرسان در اجرای این طرح اظهار داشت: رعایت نرخ های مصوب و سود قانونی، نصب برچسب قیمت بر روی تمامی کالاهای، صدور پاکتوزر رسمی در قبال فروش کالا، نداشتن صفتی ، از جمله موارد مورد تأکید در اجرای این طرح می باشد که همه صنوف ملزم به رعایت آن می باشند.

شماره ۷۹۶ www.forsatnet.ir

تلفن مستقیم: ۰۲۳۳۹۰۸۶

ارتقای ظرفیت پروژه‌های نمک زدایی در دولت تدبیر و امید

سرمايه گذاري ۱۱ هزار ميلياردی بخش خصوصي در آبفای هرزگان



بندرعباس- خبرنگار فرصت امروز - با تلاش و نگاه ویژه دولت تدبیر و امید و ایجاد فضای امن برای سرمایه گذاران بخش خصوصی، از مجموع ۱۰۸ میلیون متر مکعب آب تولیدی، سالانه حدود ۱۵٫۳ میلیون متر مکعب آن از طریق سرمایه گذاری بخش خصوصی تأمین می شود که حجم سرمایه گذاری انجام شده و در حال اجرا در این بخش بالغ بر ۱۱۰۰۰ میلیارد ریال است. مدیرعامل آبفای هرزگان با اشاره به استمرار دوره خشکسالی در استان و خسارت های ناشی از کاهش شدید آبدهی چاه ها، پایین رفتن سطح آب زیرزمینی و شور شدن منابع آبی به سفره های آب زیرزمینی، تصریح کرد: در راستای مقابله با این مشکل، استفاده از تکنولوژی شیرین سازی آب در پایا سرمایه گذاری بخش خصوصی در دستور کار شرکت آب و فاضلاب هرزگان قرار گرفته است. امین قصمی" گفت: طی چند سال گذشته فعالان بخش خصوصی در اجراء برخی پروژه های بخش آب و فاضلاب در سطح استان هرزگان به روش

در گهان، سوزا، هنگام قدیم و قیل) و شهرهای فین، بندرلنگه و کنگ شده است.

آبفای هرزگان؛ پیشرو در اجرای پروژه های سرمایه گذاری بخش خصوصی

به گفته این مقام مسئول، در حال حاضر استان هرزگان با احداث ۱۵ سایت آبشیرین کن فعال توسط بخش خصوصی در سطح شهرها و جزایر استان از استان های پیشرو در بهره مندی از سیستم شیرین سازی آب دریا از طریق سرمایه گذاری بخش خصوصی است. قسمی افزود: ظرفیت تولید سامانه های نمک زدایی (آبشیرین کن) از آب دریا از ۱۲ میلیون مترمکعب تولید سالانه در سال ۹۲ تا ۱۵ میلیون مترمکعب در سال ۹۶ افزایش یافته است. وی همچنین با اشاره به اینکه: هم اکنون ۹۰ درصد پروژه های آبشیرین کن کشور در این استان در حال اجرا و بهره برداری است، تصریح کرد: خوشبختانه با تلاش ها و نگاه ویژه دولت تدبیر و امید و ایجاد فضای امن برای سرمایه گذاران

سهل آبادی در دیدار با سفیر اندونزی در ایران:

اصفهان و بنگکولو می‌توانند روابط اقتصادی ایران و اندونزی را تقویت کنند



علمودین (Octavino Alimudin)، سفیر اندونزی در این دیدار گفت هدف از سفرم به اصفهان برقراری روابط نزدیک تجاری بین اندونزی و اصفهان است. وی با اشاره به حضور هیات های تجاری اندونزی در ایران گفت: آماده پذیرش هیات های تجاری اصفهان در استان های اندونزی هستیم. وی استان بنگکولو اندونزی را یکی از استان های فعال در بخش صنایع نساجی و غذایی برشمرد و گفت: اصفهان و بنگکولو می‌توانند در زمینه های مختلف روابط اقتصادی و سرمایه گذاری تعریف کنند. وی از اتاق بازرگانی اصفهان و بازرگان این استان برای حضور در نمایشگاه تخصصی اندونزی در ماه شهریور دعوت کرد و گفت: در این نمایشگاه توانمندی های صنعتی، کشاورزی و خدماتی شرکت های اندونزیایی در معرض نمایش قرار می گیرد.

دا: کارگزر تخلیه سریعاً عملیات تخلیه به مخزن

جایگاه راز قطع و مدیریتست جایگاه با هماهنگی رئیس ناحیه و مدیر شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری جایگاه را از اطلاع نلوی تعطیل کرد. سخنگوی منطقه ساری از اتاق آند کرد: مقدار تقریبی ۸ هزار لیتر فرآورده نفتگاز وارد مخزن بنزین شده که از مخزن اولده در مجموع ۷۵ هزار لیتر فرآورده توسط نیروهای عملیاتی شرکت ملی پخش فرآورده های نفتی منطقه ساری تخلیه و به مخزن نفت ساری هدایت شد. خلیل پور توضیح داد: این اتفاق ناخوشایند برای تعدادی از خودروهای ساری رخ داده که منجر به وارد



و اظهار کرد: با بستن سهوی شیلنگ تخلیه نفتکش حامل نفتگاز به مخزن بنزین جایگاه، باعث آلودگی یک مخزن بنزین جایگاه شد و به تعدادی خودرو که در حال سوخت گیری بودند صدمه وارد شد. خلیل پور ادامه

برگزاری اولین نشست کمیته استاندارد سازی جایگاه های CNG در سالجاری



داد: جایگاه های جدیدالاحداث نظیر صاقق زاده، قوه ضاهدالین، خان اوغلان نقرده و ... بدون اخذ مجوزها و تاییده های لازم سازمان استاندارد، بفرغم جدیدالاحداث بودن دارای نواقص بحرانی هستند. مدیر کل استاندارد استان درخصوص بازرسی های انجام شده در سال ۹۵ خاطرنشان کرد: اداره کل استاندارد استان با اهتمام ویژه در این مدت توانستت آمار بازرسی ها را به بیش از ۱۶۰ مورد افزایش دهد. وی افزود: در سالل ۹۶، ۳۵ جایگاه CNG مورد بازرسی قرار گرفته که ۲۵ مورد مربوط به طرح درون سازمانی در رابطه با اصالت قطعات و ۱۰ مورد مربوط به بازرسی انورالی می باشد. در ادامه جلسه مسائل و مشکلاتی نظیر عدم التزام شرکت های تعمیر و نگهداشت طرف قرارداد با جایگاه ها در پیاده سازی و حفظ استانداردهای مربوطه، عدم اشراف جایگاه داران با ضوابط و دستورالعمل ها بهره برداری از جایگاه های جدیدالاحداث بدون اخذ مجوزها و تاییده های لازم از سازمان استاندارد مطرح

برگزاری دوره سیستم‌های ایمنی F&G در شرکت گاز استان اردبیل



همچنین نقص در آنها پرداخت. مهندس فیضی رئیس امور HSE و دپافند غیر عامل شرکت گاز استان اردبیل با اشاره بر لزوم توجه جدی به این موضوع از حوادث اخیر شرکتهای گاز استانی و آموزش های مستمر و البته آموزش اثر بخش تأکید نمودند. مهندس فیضی اظهار داشت: همه تلاش ما برای ایجاد بستر فرهنگی خلاق و نگرشی نو و سیستماتیک، به تبیین تأثیر متقابل عوامل بهداشت، ایمنی و محیط زیست پرداخته و از

اتمام ۱۵ پروژه ایمنی در سد و نیروگاه کارون ۳

مکانیک و دفتر فنی و مهندسی، تیم عملیاتی مکانیک طبق نقشه های طراحی توسعه مسیرهای دسترسی ایمن به تجهیزات و نظارت روزانه اداره ایمنی و بهداشت توانست تعداد ۱۲ پروژه را تا پایان سال ۹۵ با رعایت اصول و مقررات ایمنی و اخذ مجوز کار از واحد بهره برداری به اتمام و تعداد ۳ پروژه از آن را تا مرحله نهایی اجرا کند. وی، ایمن سازی مسیرهای دسترسی به تجهیزات، ساخت و نصب کالور روی فضاهای باز و پرتگاهی مسیرهای ترد پرسنل، ایمن سازی محوطه های پرتگاهی جزئیقل این معار نیروگاه، بهینه سازی مسیر دسترسی به بالای ترانسفورماتورهای قدرت، ساخت و نصب پلکان جهت دسترسی به تابلو برق ترانسفورماتورها و فن کوپیل ها را از

حضور اقوام مختلف استان گلستان در همایش خدمت‌رسانی آب و برق به روستاهای کشور

گرگان- خبرنگار فرصت امروز - همایش خدمت‌رسانی آب و برق به روستاهای کشور با حضور معاون اول رئیس جمهور، وزیر نیرو، مدیران آبفای روستایی استان ها، مدیران عامل شرکت های توزیع برق استان ها و نمایندگان از اقوام مختلف کشور در سالن اجلاس سران تهران برگزار شد.در این همایش که نمایندگانی از اقوام مختلف استان گلستان (ترکمن، سیستانی، کتولی، قزاق، قرلایش و مازنی) حضور داشتند، وزیر نیرو درسخانی گفت: تا ۲ یا ۳ سال آینده کلمه روستای بدون آب شرب و روستای بدون برق از قاموس کشور حذف خواهد شد.حمید چیت‌چیان اظهار داشت: در سال ۹۵ بیش از ۱۱ هزار کیلومتر شبکه آبرسانی احداث و در این سال ۲ هزار و ۹۵۸ روستا آبرسانی شد در حالیکه در سال‌های قبل از آن، به طور میانگین ۲۹۲ روستا آبرسانی می‌شد که این حجم رشد در این بخش قابل توجه است.وزیر نیرو برنام‌های اقتصاد مقاومتی متعهد شدیم که تا پایان سال روستاهای بالای ۱۰ خانوار از برق رسانی کنیم به همین منظور به مرکز آمار مراجعه کردیم و کلیه روستاهای دارای جمعیت بالای از ۱۰ خانوار را که بدون برق بودند شناسایی کردیم.چیت‌چیان افزود: این آمار نشان می‌داد که ۵۸۰ تا ۶۲۲ روستا بالای ۱۰ خانوار بدون برق هستند بنابراین برای ۹۰ هزار و ۲۴۵ خانوار کار برقرسانی انجام شدوی تأکید کرد: تا ۲ یا ۳ سال آینده کلمه روستای بدون آب شرب و روستای بدون برق از قاموس کشور حذف خواهند شد.در پایان همایش از مدیران عامل توزیع برق و مدیران آب و فاضلاب روستایی استانهای کشور تقدیر به عمل آمد.

مدیرعامل شرکت توزیع برق گلستان:

ارائه خدمات برق به ۷۰۰ هزار مشترک در استان گلستان

گرگان- خبرنگار فرصت امروز -مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان گفت: در حال حاضر شرکت توزیع برق گلستان وظیفه ارائه خدمات به ۷۰۰ هزار مشترک برق در سطح استان را برعهده دارد. مهندس علی اکبر نصیری ضمن گرامیداشت روز صنعت برق و روز جهانی کار و کارگر و تبریک این روزها به همکاران رحثمتکش این صنعت در استان گفت: وظیفه شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان برقرسانی به مشترکین خانگی، صنعتی، کشاورزی و عمومی است و فرآیندهای تولید، انتقال و توزیع برق انجام می گیرد تا برق پایدار با کیفیت و مطمئن به دست مشتریان برسد. وی اظهار کرد: هزینه‌های تعمیر، نگهداری و بهره‌بردار برق که به‌صورت همیشگی انجام می‌شود زیاد است، شبکه‌های انتقال و توزیع هم با هزینه‌های بالا نیاز به نگهداری دارند و اگر رسیدگی به‌موقع انجام نشود مشکلات زیادی به وجود می‌آید. مدیرعامل شرکت توزیع نیروی برق استان گلستان گفت: تعداد کل مشترکان برق در ابتدای سال ۹۲، ۵۸۱ هزار و ۴۷۲ اشتراک بوده که این آمار در سال ۹۶ به ۶۷۸ هزار و ۵۷۱ اشتراک رسیده است که آمار حکایت از افزایش ۱۷ درصدی تعداد مشترک دارد.

انتخاب مدیر روابط عمومی سازمان آب و برق خوزستان به عنوان عضو هیئت مدیره انجمن روابط عمومی ایران

اهواز- خبرنگار فرصت امروز - مدیر روابط عمومی سازمان آب و برق خوزستان به عنوان عضو هیئت مدیره انجمن روابط عمومی ایران انتخاب شد. مجمع عمومی عادی نوبت دوم انجمن روابط عمومی ایران با نظارت وزارت کشور و برگزاری اعضای جدید هیئت مدیره انجمن انتخاب شدند. در این دوره از انتخابات، ۲۴ نفر نامزد برای عضویت در هیئت مدیره نهم و ۲ نفر نامزد برای بازرس انجمن ثبت نام کردند و در پایان نیز " رضا علیجانی"، مدیر روابط عمومی سازمان آب و برق خوزستان به عنوان عضو هیئت مدیره انتخاب شد.

طرح ضیافت الهی در ۵۰ بقعه متبرکه استان اجرا می شود

بوشهر- خبرنگار فرصت امروز-معاون فرهنگی و اجتماعی اداره کل اوقاف استان بوشهر از اجرای طرح ضیافت الهی، در بقاع متبرکه که استان خرداد،حجت‌الاسلام سید مهدی حسینی، معاون فرهنگی و اجتماعی اداره کل

واقف و امور خیریه بوشهر در به تبریک فرارسیدن ماه مبارک رمضان، از اجرای طرح «ضیافت الهی» در ۵۰ بقعه متبرکه که استان خیرباد و گفت: طرح ضیافت الهی با هدف ترویج فرهنگ قرآن و عترت و تبدیل این اماکن به قطبهای فرهنگی طی ماه مبارک رمضان اجرا می‌شود. وی برپای نماز جماعت در بقاع متبرکه، اجرای برنامه‌های سخنرانی و بیان احکام شرعی، برگزاری کلاس‌های قرآن، احکام، جزخوانی، قرائت دعای افتتاح و مناجات و دعای ابوحمزه، سفره‌های افطاری ساده با استفاده از ظرفیت خیرین و واقفان، برپایی مراسم‌های شب قدر، جشن میلاد امام حسن (عجبتی)، اجرای نماز انس با قرآن کریم با حضور قاریان ممتاز و ... را از برنامه‌های ضیافت الهی در بقاع متبرکه که استان اعلام کرد.

مدیر کل اوقاف وامور خیریه استان مرکزی :

۷۲ بقعه متبرکه که در استان مرکزی مجری طرح ضیافت الهی است

اراک- خبرنگار فرصت امروز- مدیر کل اوقاف و امور خیریه استان مرکزی گفت: در آستانه فرارسیدن ماه مبارک رمضان، ۷۲ بقعه متبرکه که در این استان مجری طرح ضیافت الهی است، حجت‌الاسلام سید باقر حسینی روز

سه شنبه در نشست خبری (طرح ضیافت الهی) با اصحاب رسانه در اداره کل اوقاف و امور خیریه استان افزود: در ماه مبارک رمضان ۷۲ مبلغ ۲۴ ملیغ اعزامی از شهرستان قم و ۴۸ نفر از مبلغان بومی در طرح ضیافت استان مرکزی مشارکت دارند که ظرفیت مبلغان بومی افزایش چشمگیری داشته است. وی بیان کرد: ۱۶ روحانی مستقر نیز در این طرح شرکت دارند و اجرای نماز صبح در ۱۲ بقعه، نماز ظهر و عصر در ۲۸ و نماز مغرب و عشاء در ۵۰ بقعه متبرکه که استان در ایام الله رمضان پیش بینی شده است. حسینی بیان کرد: ستادی برای برگزاری برنامه ها و آماده سازی طرح ضیافت در استان تشکیل شده است. وی، این غبار رویی، عطر افشانی بقاع متبرکه که روز چهارم خرداد با حضور مردم خانواده در محل خیمه های معرفت و مشاوره را از جمله برنامه های برنامه اصل طرح ضیافت رمضان در استان عنوان کرد.وی افزود:اجرای برنامه منسجم و مشترک با همکاری شهرداری و با حضور مبلغان در راستای بیان احکام، روایت، آماده سازی و نصب ندای روزانه در بقاع متبرکه که امکانی که مبلغان حضور دارند، آماده سازی مساجد، تعویض قرآن از قباق متبرکه و و کتب دعا، برپایی نماز جماعت بیان احکام شرعی، اجرای برنامه های ویژه خواهران شامل احکام بانوان، برگزاری کلاس های جز خوانی، ترتیل و مباحث اخلاقی نیز از دیگر برنامه های پیش بینی شده برای رمضان امسال در استان مرکزی است.

۲ ماموریت مهم در دستور کار انجمن قطعه‌سازان قرار گرفت

دبیر انجمن قطعه‌سازان از دو ماموریت مهم این انجمن در سال جاری خبر داد و گفت: در شرایطی که همچنان موضوع سرمایه در گردش قطعه‌سازان، مشکلاتی را برای اغلب واحدهای قطعه‌سازی ایجاد کرده، انجمن قطعه‌سازان راهکاری ارائه داده تا با گشایش اعتبارات ریالی این مشکل حل شود.

مازیار بیگلر در گفت‌وگو با خبر خودرو اظهار داشت: در صورتی که دولت جدید، گشایش اعتبارات ریالی را بین خودروساز و قطعه‌ساز باز کند، بی‌شک این اقدام کمک بزرگی به رفع مشکل کمبود نقدینگی قطعه‌سازان خواهد کرد.

وی تصریح کرد: استفاده از مهر عدم ساخت و تعرفه ترجیحی اقدام بعدی جهت رفع مشکلات و حمایت از قطعه‌سازان در سال جاری است، چنانکه انتظار می‌رود با دریافت این مجوز جلوی ورود کالاهای مشابه تولید داخل گرفته شود.

وی افزود: با اعمال تعرفه ترجیحی روی مواد اولیه مورد نیاز قطعه‌سازان، پیش‌بینی می‌شود شاهد کاهش قیمت تمام شده تولید و افزایش سطح کیفی قطعات باشیم.

وی اظهار داشت: انجمن قطعه‌سازان در سال ۹۶ علاوه بر برنامه‌های جاری، پیگیری این دو مورد را در دستور کار خود قرار داده که امید است دولت جدید برای انجام این موارد، به انجمن قطعه‌سازان کمک کند چرا که به نتیجه رسیدن این طرح‌ها نیازمند اقدامات و مصوبات دولتی است.

وی در ادامه به وظایف مهم دولت در راستای برنامه‌های موجود جهت حمایت از تولید داخل پرداخت و گفت: بی‌شک دولت نیز باید در سطح کلان فضای کسب‌وکار و فعالیت‌های اقتصادی را مساعد کند. امروز کاهش نرخ سود تسهیلات بانکی، باز کردن خطوط اعتباری، تصحیح قیمت نهاده‌های تولید که روی کلیه تولیدات از قطعات خودرو و سایر کالاها تأثیرگذار است، از جمله مواردی است که باید توسط دولت صورت گیرد تا شاهد بهبود فضای کار و تولید در کشور باشیم.

دبیر انجمن قطعه‌سازان همچنین یکی از موارد مهم را قراردادهای کلان با قطعه‌سازان داخلی عنوان کرد و اظهار داشت: مورد مهمی که تنها مشمول قطعه‌سازان می‌شود، قراردادهای کلان با خودروسازان داخلی است؛ آنچه در این شرایط از دولت و خودروسازان انتظار می‌رود این است که در قراردادهای جدید با خودروسازان خارجی به نحوی عمل شود که قطعه‌سازان داخلی بیشترین نحوه مشارکت را در تأمین قطعات داشته باشند. البته این مشارکت نه تنها برای تأمین قطعات خودروهای مشترک در داخل، بلکه انتظار می‌رود برای سایر خودروهایی که در سایر نقاط دنیا توسط شرکای خارجی تولید می‌شوند وجود داشته باشد تا حتی‌الامکان کمک بزرگی به حوزه صادرات قطعه‌سازان شود. بیگلر تصریح کرد: معتقدیم باید این موارد در سطح کلان توسط دولت و در سطح خردتر در صنعت قطعه‌سازی کشور صورت گیرد.

صنعت خودرو در گرداب انحصار و مدیریت خصولتی

عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی از انحصاری بودن بازار خودرو و مدیریت خصولتی آن به‌عنوان دو آفت بزرگ این حوزه یاد کرد. محمد عزیزی، عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی در تشریح وضعیت صنعت خودرو در کشور گفت: بیشتر سهم شرکت‌های خودروسازی واگذار شده و تنها ۱۷ درصد آن دولتی است، اما نکته آنجاست که بخش اعظم واگذاری‌ها به شرکت‌های خصولتی داده شده که موجب شده تغییر خاصی در عملکرد این شرکت‌ها شاهد نباشیم. وی افزود: اگر بخش خصوصی مشارکت و سهم بیشتری در صنعت خودرو و شرکت‌های خودروسازی داشته باشند، باعث خواهد شد که شرکت سرمایه‌گذاری خودشان تصمیم بگیرند تا این صنعت رقابتی شود، در این صورت رونق و ارتقای کیفیت اتفاق می‌افتد. عزیزی با تأکید بر رقابتی نبودن صنعت خودرو در کشور تصریح کرد: رونق گرفتن صنعت و ارتقای کیفیت محصول و خدمات در بازار رقابتی اتفاق می‌افتد؛ نکته‌ای که در برخی صنایع کشور ما از جمله صنعت خودرو رخ نداده و خودروسازی تقریباً در انحصار دو شرکت قرار گرفته است.

این عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس شورای اسلامی در پایان ضمن بیان اینکه افزایش تعرفه واردات خودرو به ارتقای کیفیت خودروهای داخلی کمک نکرده، اظهار داشت: این افزایش تعرفه با هدف حمایت از خودروسازان داخلی انجام گرفت، اما موجب شد بازار خودرو انحصاری شود و شرکت‌های خودروساز ایرانی توجه کمتری به کیفیت کنند.

مطالبات بلو که شده قطعه‌سازان، راهی برای سرمایه‌گذاری جدید باقی نمی‌گذارد

عضو هیأت‌مدیره انجمن تخصصی صنایع همگن قطعه‌سازی کشور می‌گوید دولت جدید پیش از هر گونه اقدام در حوزه خودروسازی باید استراتژی کلی دست‌یابی به اهداف و برنامه‌های کلان صنعت خودرو و قطعه‌سازی را تدوین کند.

مهدی مطلب‌زاده با اشاره به نقش مؤثر سیاست‌های کلان در صنعت خودرو، تأکید کرد: دستیابی به اهداف صنعت خودرو و قطعه‌سازی بی‌شک به‌واسطه تدوین سیاستی کلان، این صنعت را در مسیر درست و منطقی هدایت خواهد کرد.

وی گفت: اینکه امروز بدون وجود برنامه‌های مدون، صرفاً به دنبال رونق صنعت خودرو و قطعه‌سازی کشور باشیم مطمئناً چهار سال آینده نیز گذشت و تنها برخی آزمون و خطاها صورت خواهد گرفت. وی تصریح کرد: بدون تردید برای داشتن مسیری مشخص، باید سیاست‌های کلی صنعت خودرو تدوین شود تا راه رسیدن به پویایی در این صنعت هموار شود.

وی تأکید کرد: البته این اقدامی نیست که دولت به تنهایی بخواهد پیش ببرد، بنابراین چنانچه خصوصی‌سازی واقعی مورد نظر دولت است، باید بخش خصوصی نیز برای تدوین سند راهبردی صنعت خودرو و قطعه‌سازی کشور به کار گرفته شود.

وی در ادامه بر ضرورت شناسایی و رفع موانع فعالیت در این صنعت تأکید کرد و گفت: آنچه امروز مخل کسب‌وکار صنعت خودرو و قطعه‌سازی است، گام بعدی دولت جدید در این حوزه است که باید در این راستا برداشته شود تا موانع برطرف شود. وی با ابراز خرسندی از تلاطم دولت یازدهم گفت: امید است با ادامه برنامه‌های دولت قبل در دولت دوازدهم، شاهد اقدامات و طرح‌های گسترده‌تری در حوزه خودروسازی و قطعه‌سازی کشور باشیم. این فعال در صنعت قطعه‌سازی تأکید کرد: برای بهتر کردن جریان فعالیت لازم است گفت‌وگو بین بخش خصوصی و دولتی بهتر انجام شود. مطلب‌زاده در ادامه با اشاره به ضرورت تعیین تکلیف وضعیت صنعت خودروی ایران اظهار داشت: باید مشخص شود که صنعت خودروی ایران خصوصی است یا دولتی، چرا که وجود این جریان عملاً مشکلات زیادی را در پرداخت‌ها برای قطعه‌سازان ایجاد کرده است.

جایگاه ایران در آینده بازار جهانی خودرو کجاست؟



«خودروهای آینده مشابه خودروهای امروزی نخواهند بود.» این جمله پیش‌بینی بسیاری از مدیران غول‌های خودروساز جهان از آینده صنعت خودرو است. به اعتقاد این مدیران، خودروهای آینده از لحاظ شکل و شمایل، فناوری و مصرف سوخت شبیه خودروهای کنونی نیستند، بنابراین تقاضا برای این خودروها نیز متفاوت خواهد بود. پیش‌بینی مدیران شرکتهای بزرگ خودروسازی در شرایطی است که به نظر می‌رسد آینده صنعت خودروی جهان با سه عامل پویایی تقاضا، فناوری جدید و مقررات سخت‌گیرانه مصرف سوخت گره خورده است، بنابراین در سال‌های آتی شرکتهایی قادر به ادامه حیات خواهند بود که در تقابل با عوامل مذکور سر بلند بوده و توان پاسخگویی به تقاضای آینده مشتریان در توسعه فناوری و مصرف سوخت را داشته باشند. بر این اساس با توجه به پیش‌بینی‌های یاد شده از روند خودروسازی جهان، این سوال مطرح است که با ادامه فعالیت کنونی

شرکتهای تولیدکننده خودرو چه سرنوشتی در انتظار خودروسازی کشور است؟ و در نهایت خودروسازی ایران به چه سمت و سویی هدایت خواهد شد؟ در پاسخ به این سوالات بد نیست که نگاهی به موقعیت جهانی ایران از لحاظ تولید و فروش خودرو بیندازیم. در گزارشی که ارائه‌کننده آن گروه «price waterhouse coopers» (PWC) است تأکید شده که هم‌اکنون ایران از لحاظ ظرفیت تولید و فروش خودرو در شرایط ممتازی در دنیا قرار گرفته، به طوری که در ارزیابی‌های صورت گرفته پیش‌بینی می‌شود بازار ایران در کنار بازار کشورهای همچون مصر، آفریقای جنوبی و نیجریه طی پنج سال آینده از رشد فروش در خاورمیانه و آفریقا برخوردار باشد. به گزارش نیهای اقتصاد، به این ترتیب گزارش مذکور مشخص‌کننده جایگاه ویژه ایران در تحولات آتی صنعت خودروی جهان است و این در شرایطی است که به نظر می‌رسد عملکرد خودروسازان کشورمان با توجه به نقشی که برای آن

دارند تحولات آینده خودروسازی جهان تعریف شده همخوانی ندارد. در این زمینه بسیاری از کارشناسان قرار گرفتن در فضای پساپسار جهانی را برای صنعت خودروی ایران یک فرصت می‌دانند که می‌تواند تا حدود زیادی تعیین‌کننده سرنوشت این صنعت در تحولات جهانی باشد. حال آنکه برخی دیگر نیز معتقدند تا چالش‌های بی‌شمار صنعت خودروی ایران به‌طور ساختاری حل نشود، نمی‌توان به حضور مؤثر خودروسازی‌ها دل بست. در هر صورت آنچه مشخص است با توجه به پتانسیل تولید و بازار فروش خودرو در ایران، خودروسازی کشورمان می‌تواند نقش مؤثری در تحولات جهانی ایفا کند. حال آنکه دولتی بودن این صنعت و همچنین انحصار خودرو، مانع از تحقق اهداف بلندبرازانه جهانی شده است. به این ترتیب از آنجا که صنعت خودرو یکی از صنایع مورد توجه دولتمردان است و این صنعت اثری جدی در رشد اقتصادی کشور دارد، کارشناسان تأکید دارند صنعت خودروی ایران باید در مسیری حرکت

یاست پلیس به واردات خودرو

رمان دنباله‌دار خودروهای مونتاژ آمریکا



این روزها در حالی بحث بر سر عدم شماره‌گذاری خودروهای ساخت آمریکا توسط راه‌ور ناجا، دوباره داغ شده که در حال حاضر حدود ۲ هزار دستگاه از خودروهای موردنظر در پارکینگ‌ها خاک می‌خورند و تکلیف‌شان مشخص نیست. این خودروها برند ایالات متحده آمریکا نیستند، اما از آنجا که در خاک این کشور تولید می‌شوند، از شماره‌گذاری آنها جلوگیری شده است.

به گزارش خودروکار؛ اگرچه طبق قانون وزارت صنعت، معدن و تجارت، ثبت سفارش و واردات خودروهای آمریکایی ممنوع است، با این حال هنوز این وزارتخانه، قانونی مبنی بر ممنوعیت ورود خودروهای ساخت آمریکا وضع نکرده است. به عبارت بهتر، از نظر مسئولان وزارت صنعت، خودروهایی که برند آمریکا به شمار می‌روند (مانند جنرال موتورز، فورد و کرایسلر) طبق قانون

مصوب شده، امکان ثبت سفارش و واردات ندارند و واردکنندگان نیز اعتراضی به این موضوع ندارند. این در حالی است که برخی خودروسازان غیرآمریکایی مانند تویوتا، هوندا، نیسان و... مشغول تولید در خاک

خودروسازان دست از واردات بکشند



را جایگزین تولید کند. رضایی در ادامه از کاهش درآمد‌های دولت و آسیب رساندن بر تولید و اشتغال در واردات یک سو و سود واردات از سوی دیگر باعث شد خودروساز داخلی ترغیب شود تا واردات

رئیس انجمن کارفرمایی واردکنندگان خودرو، گفت: با رویه فعلی تردیدی نداریم که همکاری با خودروسازان خارجی به تولید مشترک منجر نخواهد شد و در حد حرف باقی خواهد ماند. میثم رضایی با اشاره به تولید مشترک خودرو در قراردادهای جدید خودرویی گفت: در حال حاضر چیزی به‌عنوان سی کی دی وجود ندارد و بعضاً این محصولات به صورت فول از خارج وارد کشور می‌شوند و حتی به میزان ۵۰ درصد هم ساخت برای آنها رخ نداده است. رئیس انجمن واردکنندگان خودرو با بیان اینکه در تولید مشترک باید براساس قانون داخلی‌سازی هر محصول از ۴۰ درصد آغاز و به ۶۰ تا ۸۰ درصد برسد، گفت: اتفاقی که در مشارکت با خارجی‌ها

در حد حرف باقی ماند و مشکلات تولید از یک سو و سود واردات از سوی دیگر باعث شد خودروساز داخلی ترغیب شود تا واردات

امضای تفاهمنامه همکاری بین تام ایران خودرو و زیمنس آلمان

ابزار دقیق و اتوماسیون ایران (AI) امضا شد، طرفین موافقت کردند که از توانمندی‌های یکدیگر در زمینه‌های بازاریابی، شرکت در مناقصات، طراحی، تأمین، نصب و راه‌اندازی پروژه‌ها به‌عنوان یک همکار استراتژیک

پس از مذاکرات انجام شده با شرکت زیمنس آلمان، تفاهمنامه همکاری مشترک بین تام ایران خودرو و این شرکت امضا شد. به گزارش ایسنا، در راستای این تفاهمنامه که در حاشیه نمایشگاه بین‌المللی کنترل،

استفاده کنند. بازارهای هدف مورد نظر در این همکاری صنایع خودرویی، معدنی، نفت، گاز و پتروشیمی است. شرکت در مناقصات، طراحی، تأمین، نصب و راه‌اندازی فنی به ایران و همچنین کاهش قیمت تمام

افزایش ۲۰ تا ۲۵ درصدی تولید قطعات خودرو



رئیس اتحادیه آهنگران و صنعتگران خودرو از افزایش ۲۰ تا ۲۵ درصدی تولید قطعات خودرو خبر داد.

بلال امانی در گفت‌وگو با ایسنا، به بیان توضیحاتی درباره وضعیت صنف متبوع خود پرداخت و گفت: مانند سایر بخش‌های صنعتی طی سال‌های اخیر صنف ما هم با نوعی رکود مواجه شده که شاید ریشه اصلی آن را بتوان در کمبود نقدینگی جست‌وجو کرد.

وی با بیان اینکه طی این سال‌ها دولت از تزریق نقدینگی برای جلوگیری از افزایش تورم جلوگیری کرده است، اظهار کرد: به نظر می‌رسد اکنون کسب‌وکارها به‌شدت منتظر تزریق نقدینگی هستند که حتی شاید به بهای تورم چند درصدی این موضوع نوعی رونق در کسب‌وکار ایجاد کند.

رئیس اتحادیه آهنگران و صنعتگران خودرو افزود: طی سال‌های گذشته در صنف ما ماشین‌آلات برخی از افراد اغلب فرسوده شده و به دلیل کمبود نقدینگی امکان تعویض و نوسازی آنها وجود نداشته است؛ این موضوع مربوط به یک یا دو سال اخیر هم نمی‌شود و طی دهه‌های گذشته همواره به دلیل تحریم‌ها ما در حوزه‌های مختلف عقب مانده‌ایم، اما در دولت‌های دهم و یازدهم شرایط به‌گونه‌ای پیش رفته که بسیاری از واحدهای کسبه صنف ما مجبور به تعطیلی کار خود شده‌اند، چرا که تقاضا در بازار کم بوده و از سویی واردات زیاد انجام می‌شود.

امانی در بخش دیگری از صحبت‌های خود به بحث تولید قطعات خودرو پرداخت و گفت: خوشبختانه با وجود تمام مشکلات به نظر می‌رسد در این حوزه نوعی رونق ایجاد شده و حداقل تولید قطعات خودرو نسبت به سال‌های قبل حدود ۲۰ تا ۲۵ درصد افزایش را مشاهده کرده است.

وی درباره انتقاداتی که در موارد متعدد نسبت به کیفیت قطعات خودروی داخلی مطرح می‌شود، اظهار کرد: واقعیت آن است که باید توجه داشت بین قیمت و کیفیت رابطه‌ای مستقیم وجود دارد. ممکن است یک خودروی ایرانی که قیمتی حدود ۷۰ تا ۸۰ میلیون تومان دارد با خودرویی که متعلق به کشوری مانند کره است و چنین قیمتی دارد برابری کند، اما مردم در اغلب موارد برای خرید خودروی داخلی چنین هزینه‌ای را پرداخت نمی‌کنند و بر همین اساس خودروسازان مجبورند برخی قطعات را به شکل درجه دو استفاده کنند که همین موضوع موجب می‌شود کیفیت خودروها به درجه متوسط برسد، از سوی دیگر باید توجه داشت که ما نمی‌توانیم از یک خودروی ۱۲۰ میلیون تومانی داشته باشیم.

رئیس اتحادیه آهنگران و صنعتگران خودرو در بخش دیگری از صحبت‌های خود نیز به بحث قطعات تقلبی پرداخت و گفت: شاید در این حوزه مؤثرترین اقدام از سوی مکانیک‌ها انجام شود، چرا که آنها می‌توانند با عدم استفاده از قطعات بی‌کیفیت راه را بر تولید بیشتر این قطعات مسدود کنند، اما به هر صورت در صنف ما نیز پیگیری‌هایی صورت گرفته و براساس آنها بسیاری از واحدهایی که اقدام به تولید قطعات تقلبی و بی‌کیفیت خودرو می‌کنند بدون جواز مشغول فعالیت بوده و حتی برای ما هم قابل شناسایی نیستند.

برنامه وزارت صنعت برای ادغام خودروسازان و قطعه‌سازان

وزارت صنعت، معدن و تجارت راهکارهایی را برای ادغام خودروسازان و قطعه‌سازان در نظر گرفته است. یکی از مشکلات صنعت خودرو و به‌ویژه صنعت قطعه‌سازی ایران کوچک بودن بیشتر شرکت‌های فعال در این حوزه است. این موضوع باعث افزایش قیمت و هزینه‌های تولید خودرو و قطعات، عدم سرمایه‌گذاری مناسب در بخش تحقیق و توسعه و انتقال فناوری و در نتیجه پایین بودن کیفیت برخی قطعات در خودروهای تولید شده است. این موضوع در برنامه راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت برای صنعت خودرو مدنظر قرار گرفته و راهکارهایی در این زمینه تعیین شده است. در بخشی از برنامه راهبردی صنعت خودرو با عنوان «توسعه همکاری‌های بین‌بنگامی» راهکارهای زیر برای تحقق این هدف در نظر گرفته شده است: «ایجاد مجموعه‌سازان بزرگ در تولید قطعات و مجموعه‌های رقابت‌پذیر با تأکید بر ادغام و تجمع جهت دستیابی به مقیاس اقتصادی تولید و توسعه متوازن صنعت قطعه‌سازی به میزان حداقل پنج قطعه‌ساز بزرگ در مقیاس جهانی، ایجاد حداقل سه خودروساز بزرگ در مقیاس جهانی با تأکید بر ادغام و تجمع شرکت‌های خودروساز با شرکت‌های داخلی و خارجی، خرید سهام یا سرمایه‌گذاری در سایر بنگاه‌ها برای کسب فناوری و تولید تجهیزات پیشرفته، ایجاد شرکت‌های مشترک بین تولیدکنندگان برای خرید مواد اولیه، تحقیق و توسعه، صادرات و فعالیت‌های دارای ارزش افزوده بیشتر و کاهش قیمت تمام شده و انعقاد قرارداد بلندمدت بین شرکت‌های خدمات پس از فروش و خودروسازان یا واردکنندگان خودرو برای ارتقای خدمات پس از فروش.» وزارت صنعت اخیراً ویرایش دوم «برنامه راهبردی وزارت صنعت، معدن و تجارت» را منتشر کرد که در آن راهبردی‌های این وزارتخانه برای توسعه بخش صنعت کشور پیش‌بینی شده است. بخشی از برنامه راهبردی این وزارتخانه در حوزه صنایع مربوط به «برنامه راهبردی صنعت خودرو» است.

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمد رضا قدیمی
چاپ: شرکت رواق روشن مهر توزیع، شتاب گستر امروز
آدرس: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، بعد از منشاخیز، پلاک ۴۹
دفتر مرکزی: ۰۲۱-۷۲۳۲۳۲۰۰-۸۶-۷۲۳۲۳۲۰

روزنامه فرصت امروز بر اساس رتبه‌بندی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امتیاز ۶/۱۱۶۳ رتبه هشتم روزنامه‌های بخش خصوصی کشور را داراست.

WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

سایت: WWW.FORSATNET.IR ایمیل: INFO@FORSATNET.IR

سیاست

صحت انتخابات شورای شهر تهران به صورت رسمی تأیید شد

رئیس هیأت نظارت بر انتخابات شوراهای استان تهران با تأکید بر اینکه صحت انتخابات شورای شهر تهران تأیید شد، گفت: ۱۹۰ شکایت در مورد انتخابات شورای شهر تهران به این هیأت رسید که هیچ کدام از این شکایات مورد تأیید قرار نگرفت. به گزارش ایرنا، علیرضا رحیمی در حاشیه جلسه علنی مجلس در جمع خبرنگاران افزود: انتخابات شورای شهر تهران به صورت رسمی به تأیید هیأت‌های اجرایی و نظارت رسیده است. وی افزود: در مرحله شمارش و ثبت آرا در کنار چهار نسخه از لیست کامل داوطلبان که توسط نمایندگان فرماندار و هیأت نظارت عدد رأی هر نامزد علامت زده می‌شود، فهرست ۱۱۵ نفره نیز مستهلک از همه افرادی که در لیست‌های

مختلف بودند، وجود داشت که بدون استثناء همه اعضای لیست خدمت نیز جزو لیست ۱۱۵ نفره بودند که به منظور اطمینان از صحت آمار منعکس شده این پنج نسخه به لحاظ آرا با هم مورد تطبیق قرار می‌گرفت. نماینده مردم تهران در مجلس گفت: از این رو هیأت نظارت تهران بیش از ۷۰ ساعت صرف کرد تا به این درخواست‌ها رسیدگی کند. وی تأکید کرد: هیأت‌های اجرایی و نظارت مطلقاً با بازشماری آرا نداشتند، در روز رأی‌گیری هیأت نظارت به جز نیروی بازرسی وزارت کشور بیش از چهار ناظر در شعب داشت و تقریباً هر عضو ۲۰ شعبه را جداگانه مورد بازدید قرار دادند که نه‌تنها تخلفی اتفاق نیفتاد، بلکه حتی بازرسی‌ها اجازه کوچک‌ترین تخلف را نداشتند.

تیتراخبر

✎ نورمن لامونت، فرستاده ویژه دولت انگلیس در امور تجاری با ایران ضمن اشتباه توصیف کردن اظهارات اخیر دونالد ترامپ رئیس‌جمهوری آمریکا علیه ایران تصریح کرد که ایران شایسته واکنش بهتری از سوی غرب است.
✎ سخنگوی وزارت امور خارجه با اشاره به ادعای مطرح شده به نقل از روزنامه ال‌رای کویت مبنی بر انتقال پیام آمریکا به ایران از طریق روسیه، این ادعا را تکذیب کرد.



یلنا دونایوا، کارشناس ارشد آنستینو خاورشناسی وابسته به آکادمی علوم روسیه گفت: ایرانیان با انتخاب دوباره حسن روحانی، به ادامه راهبرد تعامل و دیپلماسی هوشمندانه رئیس‌جمهوری ایران با جامعه جهانی به‌عنوان برگ برنده وی در عرصه بین‌المللی رأی دادند.

جمعه

توزیع نخستین سبد حمایت غذایی در سال ۹۶ از امروز در سراسر کشور

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی گفت که به مناسبت ماه رمضان نخستین سبد حمایت غذایی در سال ۹۶ از امروز توزیع می‌شود. به گزارش باشگاه خبرنگاران جوان، علی ربیعی وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی گفت: امسال سبد حمایت غذایی ماه رمضان را با مجموع هزینه ۲۲۰ میلیارد تومان توزیع می‌کنیم. وی ادامه داد: خانوارهایی که تحت پوشش قرار می‌گیرند ۳ میلیون و ۸۸۸ هزار و ۵۷۴ خانوار هستند که با بعد خانوار تقریباً بیش از ۱۰ میلیون نفر می‌شوند. وی افزود: علاوه بر آن زنان باردار و کودکان دارای سوءتغذیه نیز از قبل شناسایی شده‌اند که آنها در این پوشش حمایتی قرار می‌گیرند. وی تصریح کرد: از آنجایی که

در ماه رمضان قرار داریم و مصرف بیشتر به سمت پروتئین است کالاهای در نظر گرفته شده شامل گوشت قرمز، گوشت سفید، روغن، برنج، خرمای، حبوبات و سایر کالاهای مصرفی ماه مبارک است که هر کسی می‌تواند از هر یک از اقلام به هر مقداری که می‌خواهد خرید کند. وی افزود: برای خانوارهای یک نفره حدود ۲۰ هزار تومان، دونفره ۶۰ هزار تومان و خانوارهای ۳ نفره به بالا به ازای هر نفر ۱۰۰ هزار تومان افزوده می‌شود که در نهایت تا سقف ۱۲۰ هزار تومان کالا دریافت خواهند کرد. ربیعی تأکید کرد: این نخستین سبد حمایت غذایی ماه رمضان است که مطابق سیاست‌هایی که در گذشته داشته‌ایم آن را گسترش خواهیم داد.

تیتراخبر

✎ معاون سنجش و نظارت دانشگاه جامع علمی-کاربردی با بیان اینکه تا اردیبهشت ماه امسال ۱۷۲ مرکز غیرفعال، شناسایی و حکم پایان همکاری داده شد، گفت: ۲۰ مرکز دیگر نیز به سبب عدم احراز شرایط لازم شناسایی شده و مجوز آنها تا قبل از مهرماه امسال لغو می‌شود.



مدیرکل امور فرهنگی و اجتماعی صندوق بازنشستگی کشوری گفت: امکان استفاده ۱۵۰ هزار بازنشسته این صندوق از تورهای گردشگری طی سال جاری فراهم شده است.

فرهنگ

سه‌م پررنگ بازیگران زن بر پرده سینمای ایران

در میان فیلم‌های سینمایی روی پرده بازیگرانی از نسل‌های مختلف حضور دارند که تقریباً سه‌م بازیگران سرشناس زن بیشتر است. به گزارش ایسنا، در «هنگ عنبر ۲» سلکشن رویا» مهناز افشار و ویسکا آسایش دو بازیگر زن مطرح این فیلم هستند. دیگر فیلم سینماها که این روزها اکران است؛ «ویلاهای» است که بازیگران زن اصلی آن همگی چهره‌هایی مطرح هستند. ثریا قاسمی پس از مدت‌ها نقش پررنگی را در فیلمی سینمایی در حال اکران دارد که برای آن جایزه سیمیرغ نقش مکمل زن را از جشنواره سی‌ونهم فیلم فجر دریافت کرد. سیمیرغی که برای دریافت آن در این رویداد شرکت نکرد. طماز طباطبایی و بریناز ایزدیار دو بازیگر مطرح دیگر این فیلم هستند که در «ویلاهای» ایفای نقش کرده‌اند.

هنگامه قاضیانی یکی دیگر از هنرپیشگانی است که در فیلم «برادرم خسرو» ایفای نقش کرده است. در فیلم «متمنجان نهایی» نیز لیلیا زار حضور دارد. «تیک آف» هم دو بازیگر زن دارد که سوگل قلاتیان نقشی متفاوت از آنچه در تئاتر داشته را به نمایش گذاشت. او در این فیلم که بیشتر بازیگران را به‌جبه جنوبی صحبت می‌کنند با پنگاه آهنگرانی همکاری داشته است. پربازگترین فیلمی که در حال حاضر اکران می‌شود هم «آشوب» نام دارد که یکتا ناصر، شهره لرستانی، اشیا محرابی و لیلیا اوتادی بازیگران زن آن هستند. دیگر فیلمی که مدت زمان خیلی زیادی از اکران آن نمی‌گذرد «قطعه کو» است که هانیه توسلی، شقایق فراهانی، خاطره اسدی، مریم بونانی و نیکی مظفری از بازیگران شناخته شده آن هستند.

تیتراخبر

✎ پنج فیلم انیمیشن از تولیدات مرکز گسترش سینمای مستند و تجربی، در جشنواره انیمیشن VAFI کرواسی به نمایش درمی‌آید.
✎ تونی کراوینسکی قائم مقام بخش توسعه بازرگانی سفارت ایتالیا در تهران تصریح کرد: ایران از قابلیت‌های فراوانی برای حضور فعال در بازارهای فرهنگی بین‌المللی برخوردار است.

ورزش

واکنش تاج به منتقدان عملکرد تیم فوتبال جوانان: دوستان دلواپس راهکار ارائه کنند

رئیس فدراسیون فوتبال گفت دلیل اینکه عده‌ای پس از بازی تیم جوانان ایران مقابل پرتغال شروع به انتقاد کردند را نمی‌دانم، اما بهتر است دوستان دلواپس راهکار ارائه کنند. به گزارش ایرنا، مهدی تاج درباره عملکرد تیم جوانان ایران در رقابت‌های جام جهانی عنوان کرد: به کلیه اعضای تیم جوانان شامل کادر فنی و بازیکنان خداقوت عرض می‌کنم. وی افزود: به هر حال حضور در مهم‌ترین رویداد فوتبال در عرصه جوانان در سطح جهان، پس از ۱۶ سال اتفاق مهم و بزرگی است. هر چند که از دید من می‌توانستیم بازی‌هایی که در آنها شکست خوردیم را هم با برد به پایان رسانیم که این موضوع در جای خود قابل بررسی است. رئیس فدراسیون فوتبال

تاج به منتقدان عملکرد تیم فوتبال جوانان: دوستان دلواپس راهکار ارائه کنند
رئیس فدراسیون فوتبال گفت دلیل اینکه عده‌ای پس از بازی تیم جوانان ایران مقابل پرتغال شروع به انتقاد کردند را نمی‌دانم، اما بهتر است دوستان دلواپس راهکار ارائه کنند. به گزارش ایرنا، مهدی تاج درباره عملکرد تیم جوانان ایران در رقابت‌های جام جهانی عنوان کرد: به کلیه اعضای تیم جوانان شامل کادر فنی و بازیکنان خداقوت عرض می‌کنم. وی افزود: به هر حال حضور در مهم‌ترین رویداد فوتبال در عرصه جوانان در سطح جهان، پس از ۱۶ سال اتفاق مهم و بزرگی است. هر چند که از دید من می‌توانستیم بازی‌هایی که در آنها شکست خوردیم را هم با برد به پایان رسانیم که این موضوع در جای خود قابل بررسی است. رئیس فدراسیون فوتبال

تیتراخبر

✎ سرپرست تیم ملی والیبال ایران گفت: سرمربی تیم ملی به شرایط تمرینی ملی‌پوشان در هفته‌نخست لیگ جهانی در ایتالیا اعتراض کرده است.
✎ نایب رئیس هیأت فوتبال استان گیلان که مسئولیت رسیدگی به تیم سپیدرود را دارد در رابطه با شرایط این تیم می‌گوید اگر مشتری مناسبی تمام شرایط را احراز کرد قطعاً این باشگاه را واگذار خواهیم کرد.



در تورنمنت یوئاتسون ۲۰۱۷ سوئد بازیکنان آکادمی کیا برابر بازیکنان آکادمی لاماسیا قرار گرفتند که در پایان این تیم بارسلونا بود که موفق به شکست آکادمی کیا شد.

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول و سردبیر: محمد رضا قدیمی
چاپ: شرکت رواق روشن مهر توزیع، شتاب گستر امروز
آدرس: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، بعد از منشاخیز، پلاک ۴۹
دفتر مرکزی: ۰۲۱-۷۲۳۲۳۲۰۰-۸۶-۷۲۳۲۳۲۰

روزنامه فرصت امروز بر اساس رتبه‌بندی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی با امتیاز ۶/۱۱۶۳ رتبه هشتم روزنامه‌های بخش خصوصی کشور را داراست.

WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

سایت: WWW.FORSATNET.IR ایمیل: INFO@FORSATNET.IR



نمایشگاه گل و گیاه جلسی که در زمین‌های مربوط به بیمارستانی از قرن ۱۷ میلادی در جنوب غربی شهر لندن بر پا شده است، پذیرای بیش از ۵۰۰ نفره نمایش گل است و پیش‌بینی می‌شود ۱۶۵ هزار بازدیدکننده را از سرتاسر جهان به این نمایشگاه جذب کند.

تبدیل ایران به کانون گردشگری منطقه

رونق گردشگری پس از پیروزی روحانی

می‌گوید زمانی که تحریم‌های ضد ایرانی لغو شدند بلافاصله تصمیم به سفر به ایران گرفت. او می‌گوید که پیش از سفر، شعرهای ایران را خوانده و علاقه‌مند به تاریخ این کشور بود. از توافقی هسته‌ای و رفع تحریم‌ها است. او خواستار جذب سرمایه‌گذاری خارجی است. روحانی با حمایت گسترده رأی‌دهندگان در انتخابات بار دیگر پیروز شد. ایرانیان شاهد سیل گردشگران خارجی هستند که به ایران سفر می‌کنند. مسعود محمدیان یک راننده کامیون سابق که با پس‌انداز خود یک کافه کوچک کمی دورتر از میدان اصلی شهر باز کرده است، می‌گوید: «صفهان با سفر گردشگران زنده است و زندگی می‌کند و من بسیار خوشحالم که روحانی دوباره رئیس جمهور شد». این روزنامه اشاره می‌کند که ده‌ها هزار نفر از خارجی‌ها تصمیم گرفته‌اند از جاذبه‌های آن کشور بازدید کنند. این روزنامه می‌نویسد: «روپایی‌ها از کشورهای فرانسه، ایتالیا و آلمان به ایران سفر می‌کنند. این کشورها اصلی‌ترین کشورهای هستند که گردشگرانشان به ایران سفر می‌کنند. از سوی دیگر گردشگرانی از ژاپن و چین نیز به تهران سفر می‌کنند. «سیمونتا مارفولیا» یکی از جهانگردان ایتالیایی

ذهنیتی که پیش از آن از ایران داشته‌اند متفاوت خواهد بود.» این روزنامه می‌نویسد: «حسن روحانی رئیس‌جمهوری ایران شهرت خود را مدیون باز کردن درهای ایران به سوی جهان پس از توافق هسته‌ای و رفع تحریم‌ها است. او خواستار جذب سرمایه‌گذاری خارجی است. روحانی با حمایت گسترده رأی‌دهندگان در انتخابات بار دیگر پیروز شد. ایرانیان شاهد سیل گردشگران خارجی هستند که به ایران سفر می‌کنند. مسعود محمدیان یک راننده کامیون سابق که با پس‌انداز خود یک کافه کوچک کمی دورتر از میدان اصلی شهر باز کرده است، می‌گوید: «صفهان با سفر گردشگران زنده است و زندگی می‌کند و من بسیار خوشحالم که روحانی دوباره رئیس جمهور شد». این روزنامه اشاره می‌کند که ده‌ها هزار نفر از خارجی‌ها تصمیم گرفته‌اند از جاذبه‌های آن کشور بازدید کنند. این روزنامه می‌نویسد: «روپایی‌ها از کشورهای فرانسه، ایتالیا و آلمان به ایران سفر می‌کنند. این کشورها اصلی‌ترین کشورهای هستند که گردشگرانشان به ایران سفر می‌کنند. از سوی دیگر گردشگرانی از ژاپن و چین نیز به تهران سفر می‌کنند. «سیمونتا مارفولیا» یکی از جهانگردان ایتالیایی

توضیح سازندگان «دیوار به دیوار» درباره دابسمش چاوشی

انتخاب شده است. در تیتراژ هم استفاده کردیم. استفاده از این ترانه فقط و فقط به خاطر زیبایی موسیقی و فضای شادی است که داشت و با مجموعه هم متناسب بود. به نظرم این حاشیه‌ها یک بازی سیاسی است و این اصلاً خوب نیست، چرا که ما به واسطه زیبا بودن مفهوم موسیقی از آن استفاده کردیم. رحیمی سپس مطرح کرد: محسن چاوشی این شعر را تقدیم به هیچ کاندیدایی نکرده بود و این‌ها همه سوءتفاهم است. شعر ترانه‌ای که ایشان خوانده‌اند، متعلق به مولاناست.

محسن چاوشی در پیام‌هایی که منتشر کرده بود این شعر را تقدیم به ملت ایران کرده بود. حال کاندیدایی این را به سمت خود کشیده است، به ما ربطی ندارد. او در بخش دیگری از گفت‌وگوی خود با اشاره به اینکه «دیوار به دیوار» یکی از پرریننده‌ترین سرایان‌های تلویزیون بود، مطرح کرد: در این سرای خیلی ملایم حرف‌های خوبی زدیم و خوشبختانه سرایلی بود که در آن حرف دل مردم را گفتیم. وقتی در قسمت آخر آنان گفتن در

تهیه‌کننده مجموعه «دیوار به دیوار» درباره حاشیه‌های پیش آمده درباره آخرین قسمت این مجموعه مبنی بر اجرای دابسمش با صدای محسن چاوشی، نکاتی را مطرح کرد. حمید رحیمی در گفت‌وگوی با ایسنا درباره مطالبی که درباره حمایت عوامل این سرای از دکتر حسن روحانی منتشر شده است، اظهار کرد: فضایی که در قسمت پایانی سرای ساخته شد، هیچ فضای حمایتی نبوده است. مگر می‌شود رنگ بنفش را حذف کنیم، فضای انتخاباتی تمام شده است و دیگر رنگ مطرح نیست، ما باید همه رنگ‌ها را داشته باشیم. او ادامه داد: چرا باید رنگ‌ها را جدا کنیم. ما سرایلی را از هشت ماه پیش برای تولید آغاز کردیم و لزومی ندارد رنگ‌هایمان را جدا کنیم. ما فقط و فقط به سرای خودمان نگاه کردیم و کاری به جناح‌های سیاسی نداریم. این تهیه‌کننده درباره استفاده از صدای محسن چاوشی در قسمت پایانی این مجموعه، توضیح داد: ترانه‌ای که برای این سرای انتخاب کردیم از غزلیات مولاناست. به‌طور کلی عنوان سرای هم از غزلیات مولانا



آرستال با پیروزی دو بر یک مقابل چلسی قهرمان جام حذفی انگلیس شد



باری زینن با پیروزی یک بر یک مقابل آژاکس قهرمان جام حذفی فرانسه شد



ایرسلونا با پیروزی سه بر یک مقابل آلابوس قهرمان جام حذفی اسپانیا شد



باری زینن با پیروزی سه بر یک مقابل آلابوس قهرمان جام حذفی اسپانیا شد

گفت‌وگو با دکتر محمدعلی محمدی، رئیس سازمان مدیریت صنعتی

فروش همه چیز نیست

سازمان مدیریت صنعتی قریب به نیم قرن گذشته به منظور رشد و توسعه کسب‌وکار صنعتی راه‌اندازی شد. هدف اصلی این سازمان آموزش و پرورش مدیرانی لایق و برجسته برای مدیریت سکوه‌های اقتصادی و صنعتی ایران در آستانه تحول صنعتی بود. این سازمان علاوه بر حمایت و ساماندهی مدیران بخش‌های دولتی نقش مؤثری در توانمندسازی ساختار مدیریت بخش خصوصی داشت. از این رو بسیاری از مدیران برجسته سازمان‌های بزرگ دولتی و خصوصی برخاسته از سازمان مدیریت صنعتی بودند که با مشاوره و پژوهش سالیان سال...

۱۲

اشتباه‌های رایج در نوشتن رزومه

۱۶

ضرورت و اهمیت تحقیق و توسعه در سازمان

۱۱

ادیسون در زمینه کسب و کار چه می‌گوید؟

۱۰



مدیریت کسب‌وکار

با تیمی که در اختیار دارید به فعالیت‌تان ادامه دهید

۱۲

بازاریابی و فروش

خود را به مدیر ارشد وفاداری تبدیل کنید

۱۱

فرصت کسب‌وکار

سود ۴۰ تا ۲۰۰ درصدی از فروش یا اجاره واحدها

۱۳

کلینیک کسب‌وکار فرصت امروز

برخی از خدمات

- طراحی، تدوین و اجرای کمپین‌های تبلیغاتی و روابط عمومی
- راه کارهای خلاقانه بازاریابی و برند سازی
- برنامه ریزی استراتژیک
- خدمات جامع راه اندازی کسب و کار
- خدمات جامع تبلیغات و بازاریابی در فضای مجازی
- طراحی و اجرای پروژه‌های وفاداری مشتری
- تحقیقات بازار
- مشاوره مدیریت منابع انسانی
- انجام خدمات جامع چاپ
- انجام خدمات جامع توزیع



بهترین‌ها کنار هم

ویژگی‌ها

- همکاری با بیش از ۳۰۰ کارشناس برجسته با تخصص‌های گوناگون
- انتخاب بهترین کارشناسان متناسب با موضوع و چالش کسب و کار شما
- حصول نتیجه در کمترین زمان ممکن با توجه به تعداد بالای همکاران متخصص
- امکان ایجاد اتاق فکر‌های مختلف و متنوع در کنار هم برای پروژه‌های شما
- امکان انجام کلیه درخواست‌های شما در یک مجموعه و جلوگیری از ناهماهنگی بین پروژه‌های مختلف شما
- امکان تعیین مدیر اختصاصی در کلینیک فقط برای اجرای خواسته‌های شرکت شما
- پاسخ به پرسش‌های شما در تمام طول هفته به صورت آنلاین، تلفنی و حضوری

ایده‌های طلایی

ادیسون در زمینه کسب و کار چه می‌گوید؟

ترجمه: علی آل‌علی



آیا تا به حال در مورد مدت زمانی که لازم است تا یک ایده تبدیل به محصول شود، فکر کرده‌اید؟ چنین امری به‌طور کلی بستگی زیادی به شرکت حمایت‌کننده ایده دارد. برای مثال در کسب‌وکار داروهای درمانی به‌طور متوسط ۱۰ سال زمان لازم است تا یک داروی جدید در مراحل مختلف آزمایش کیفی و سلامت عبور کرده و به تولید انبوه برسد. در صنعت الکترونیک و به‌طور مشخص دنیای کامپیوتر این مدت زمان بسیار کمتر است. برای مثال مدت زمان موردنیاز برای تبدیل کامپیوترهای شخصی به لپ‌تاپ تنها (اجرای ایده) چند ماه بوده است.

مهم نیست چقدر زمان برای تبدیل یک ایده به محصول لازم است، به‌عنوان یک ایده‌پرداز انتظار برای تبدیل ایده‌تان به یک کالای مشخص می‌تواند بسیار زجرآور باشد. درست همانطور که این امر برای توماس ادیسون نفرت‌انگیز بود. بر همین اساس شاید باید مانند این مخترع خستگی‌ناپذیر عمل کرد. ابتدا باید به این نکته اشاره کرد که اگر توماس قصد داشت شخصاً اختراعاتش را به شکل یک محصول مشخص در بیاورد، احتمالاً موفق به ثبت رقم خارق‌العاده ۲۵۰۰ اختراع نمی‌شد. با این حال به لطف روش مخصوصی که این مخترع پیش‌گرفت، این امر امکان‌پذیر شد. شیوه جادویی ادیسون عبارت بود از صرف تمام وقت خود در آزمایشگاه شخصی‌اش و انگاری امر تولید انبوه اختراعات به شرکت‌های متخصص در این زمینه. با این حال به منظور جلوگیری از سرقت اختراعات، وی همه اختراعات فرمول‌های خود را در مرکز ثبت اختراع نام‌نویسی می‌کرد. در سال ۱۸۷۶ توماس اقدام به افتتاح یک مرکز به نام «کارخانه اختراع» در خارج از نیویورک کرد. این نخستین باری بود که چنین مرکزی در آمریکا تأسیس می‌شد. بر این اساس ادیسون تمام وقت خود را در این مرکز و صرف انجام تحقیقات می‌ساخت. این ساختمان شامل دو طبقه بود که طبقه فوقانی کاملاً به آزمایشات شیمی اختصاص داشت. در همین آزمایشگاه بود که ادیسون وسایلی از قبیل میکروسکوپ و ماشین چاپ نوین را اختراع کرد. نحوه پرداخت در آزمایشگاه توماس به صورت ساعتی بود و با توجه به دستمزد مناسبی که پرداخت می‌شد، طیف وسیعی از محققان علاقه‌مند به همکاری با کارخانه اختراع بودند.

ایده کارخانه اختراع در نوع خود بی‌نظیر بود. با این حال نباید تصور کرد که ادیسون در زمینه کسب‌وکار بی‌استعداد بوده و بر همین اساس تولید انبوه ایده‌های خود را به شرکت‌های دیگر واگذار ساخت. در واقع چنین سبک فعالیت‌های حاکمی از هوش بالای مخترع بزرگ قرن بیستم است. با نگاهی مختصر به وضعیت کسب‌وکار در سده حاضر می‌توان بی‌برد که چرا چنین شیوه‌ای علاقه‌مندترین راه ممکن است. به عبارت دقیق، در عرصه‌ای که به سرعت در حال تغییر است، زمان ارزشمندترین دارایی افراد است. بر همین اساس تلاش برای تولید انبوه ایده‌تان تنها زمان و هزینه بالایی را از شما خواهد گرفت. اگر به جای این کار به ثبت ایده‌های‌تان پرداخته و اجرای آن را به شرکت‌ها و آژانس‌های متخصص واگذار کنید، نتیجه توانایی ارائه ایده‌های بیشتر خواهد بود. در این صورت دو راه مقابل شما خواهد بود؛ نخست اینکه منتظر تولید انبوه ایده‌تان باشید و هنگام به نتیجه رسیدن سهم خود را دریافت کنید. در این صورت چند ماهی را باید بدون حساب پول ایده‌تان سر کنید. اما راه دوم اندکی منطقی‌تر است. در این حالت شما از طریق فروش ایده‌های‌تان کسب درآمد خواهید کرد. اگرچه درآمد به دست آمده در این شیوه کمتر از راهکار نخست است، با این حال خطر شراکت در ریسک فروش محصول را نخواهد داشت. به‌عنوان تحلیل‌نهایی باید اشاره کرد که انتخاب هر یک از راهکارهای معرفی شده بستگی به شرایط و موقعیت‌سنجی خودتان دارد. بر این اساس در صورت در اختیار داشتن منابع مالی مناسب صبر کردن برای به نتیجه رسیدن ایده‌تان راهکار مغفولی به نظر خواهد رسید. در غیراین صورت فروش ایده گزینه مناسب‌تری است.

پرستش‌هایی برای پیشرفت

با توجه به مطالب ارائه شده در بخش قبلی، آخرین باری که ایده‌ای جذاب برای اجرا داشتید، چگونه از آن استفاده کردید؟ با مقایسه عملکردتان با شیوه ادیسون به نتایج جالبی خواهید رسید.

استفاده از راهکار توماس ادیسون بخش پایانی ماجراست، با این حال پیش از آن باید نسبت به دراختیار داشتن ایده‌ای مناسب اطمینان حاصل کنید. بر این اساس ابتدا به فکر طراحی یک ایده مناسب باشید و سپس در مورد مراحل بعدی فکر کنید.



دکتر آرش سلطانی

وقتی کودکی ورقه امتحانی را بر می‌کشد باید صبر کند و نتیجه را ببیند به این ترتیب متوجه می‌شود که چه جاهایی اشتباه کرده و به کدام بخش‌ها باید بیشتر توجه کند تا در آینده بتواند نمره بهتری بگیرد. در مورد تبلیغات هم همین‌طور است. اگر انگذاری تبلیغات اندازه‌گیری نشود کار کامل نیست.

البته نمی‌توان با دقت اثربخشی تبلیغات را اندازه‌گیری کرد زیرا به عوامل زیادی از جمله ساخت تصویر برند، افزایش فروش، اطلاع‌رسانی در مورد محصول، معرفی محصول جدید و... بستگی دارد که بر اثربخشی تبلیغات تأثیر می‌گذارد. شرکت‌های زیادی را می‌شناسیم که تبلیغات آنها در سطح بسیار پایینی است اما خوب می‌فروشند و بعضی شرکت‌ها با هزینه‌های سنگین تبلیغات به نتایج مطلوب دست نمی‌یابند، اما ابزارهای سنتی و مدرنی برای اندازه‌گیری اثربخشی تبلیغات وجود دارد که می‌توان از آنها برای تعیین عملکرد تبلیغ در بازار بهره برد. به گفته فیلیپ کاتلر و آرمسترانگ، دو استاد برجسته بازاریابی، برای آگاهی از انگذاری تبلیغات دو حوزه بسیار مهم باید مورد بررسی قرار گیرند:

- تأثیر آن بر ارتباطات

- تأثیر آن بر فروش.

تاریخچه اندازه‌گیری اثربخشی تبلیغات

براساس پژوهش‌های شرکت تحقیقاتی و مشاوره‌ای G&R، تست تبلیغات برای نخستین بار در دهه ۱۹۵۰ با تست آگهی‌های تلویزیونی شروع شد. در آن زمان متخصصان بازاریابی از دو روش استفاده می‌کردند؛ داخل سالن نمایش و کنترل شده و تبلیغات در حال پخش و دنیای واقعی.

این نظریه در طول دهه‌ها گسترش پیدا کرد و در دهه ۱۹۸۰، بازاریابان ایده تست گروه هدف را مطرح کردند که بسیاری از شرکت‌ها هنوز از آن استفاده می‌کنند. با این حال کمپین‌های دیجیتال و اینترنتی حوزه آزمون تبلیغات را متحول کرده‌اند.

با انجام تحقیقات می‌توان انگذاری تبلیغات در تمامی رسانه‌ها اعم از رادیو، تلویزیون، چاپی (مجله، روزنامه یا پست مستقیم)، یوتیوب‌ها (توبان‌ها، اتوبوس‌ها، قطارها) یا اینترنت را افزایش داد. برای گردآوری داده‌های مورد نیاز به صورت مناسب می‌توان از روش‌های مختلفی استفاده کرد.

مزایا و معایب سنجش اثربخشی Measuring Effectiveness

سنجش اثربخشی: دیدگاه بازاریابان Measuring Effectiveness: Marketers' Views

تبلیغاتی‌ها همیشه علاقه‌مند هستند به پاسخ سوال‌های زیر برسدند:

- آیا تبلیغ ارزش هزینه مالی را داشته است؟

- آیا کمپین تبلیغاتی واقعا در دستیابی به اهداف تبلیغاتی موفق بود؟

- آیا آگهی‌های تلویزیونی بهتر از رقیب بودند؟

- آیا تبلیغات چاپی توانستند آگاهی از محصول در میان مصرف‌کننده را ایجاد کنند؟

پاسخ به چنین سوالاتی با انجام آزمون‌هایی پیش از اجرای کمپین، در طول اجرا و پس از اجرا مقصور است. تحقیقات تبلیغات را می‌توان به دو گروه تحقیقات سفارشی و سندیکیایی (صنغی) نیز تقسیم کرد.

تحقیقات سفارشی به سفارش یک مشتری خاص و طبق نیازهای او انجام می‌شود و نتایج تحقیق صرفاً در اختیار مشتری قرار می‌گیرد. تحقیقات سندیکیایی پژوهش تحقیقی منفردی است که توسط شرکت‌های تبلیغاتی صورت می‌گیرد و نتایج آن برای فروش به شرکت‌های مختلف عرضه می‌شود.

What to test

چه چیزی باید اندازه‌گیری شود؟

کاملاً بدیهی است که در عرصه ارزیابی اثربخشی تبلیغات، تبلیغاتی که «اثربخشی تبلیغات» چه معنایی دارد؟

ارزیابی اثربخشی تبلیغات یک فعالیت تحقیقاتی است و به سبب ماهیت آن باید به تعیین روابط علت و معلولی میان کارهای انجام شده و نتایج بپردازد. این اثربخشی تبلیغات را می‌توان در پنج عرصه برای مثال بازاریا، انگیزه‌ها، پیام‌ها، رسانه و نتایج کلی مشاهده کرد. در هر عرصه، باید به توانایی تبلیغات و دستاوردهای آن از نظر رسیدن به اهداف از قبل تعیین شده نظر کرد.

عوامل تبلیغ (Source factors): عامل تبلیغ به شخصی اطلاق می‌شود که در رساندن یک پیام بازاریابی چه مستقیم و چه



غیرمستقیم دخالت دارد. عامل مستقیم، سخنگویی است که پیام را می‌رساند یا محصول یا خدماتی را نشان می‌دهد. عمل غیرمستقیم برای مثال یک شخصیت مشهور در واقع پیامی را نمی‌رساند اما توجه مردم را به تبلیغ جلب می‌کند.

متغیرهای پیام (Message variables): چگونگی ارائه پیام در تبلیغ از نظر لحن، تصویر، زمانبندی و...

ساختار پیام در ارتباطات بازاریابی: ارسال پیام معمولاً شامل نکاتی است که ارسال‌کننده قصد رساندن آن را دارد. یکی از جنبه‌های مهم در استراتژی پیام آگاهی از بهترین روش برای رساندن این نکات و غلبه بر دیدگاه‌های متضادی است که ممکن است مخاطبان داشته باشند. در روش ترتیب‌بندی ارائه، نکته اصلی پیام می‌تواند در ابتدای آگهی یا در انتهای آن باشد که به نظر می‌رسد شروع پیام در ابتدا اثرگذارتر باشد. با این حال نشان دادن قوی‌ترین پیام در آخر، اثر ترغیب‌کنندگی دارد. بنابراین این بازاریابان هستند که تصمیم می‌گیرند پیام آنها بدون واسطه دریافت شود یا دریافت‌کننده پیام را با نتیجه‌گیری شخصی کسب کند.

استراتژی رسانه (Media Strategy): استراتژی رسانه در تبلیغات با ارسال محتوا (در پخش آنلاین) طرح یا فعالیتی است که به کسب‌وکارها کمک می‌کند مخاطبان به هدفشان دسترسی پیدا کنند.

استراتژی رسانه شامل شناسایی خصوصیات مخاطبان یا بازار هدف، کسب‌وکارها یا پیام را دریافت کنند و تعریف خصوصیات رسانه‌ای است که باید برای ارسال پیام با قصد تأثیرگذاری بر رفتار مخاطب هدف یا بازار مرتبط به طرح توجیهی مورد استفاده قرار گیرد.

رسانه‌های جمعی مختلفی که تبلیغاتی‌ها برای ارسال پیام از آنها استفاده می‌کنند یا یکدیگر از نظر تعداد و نوع افرادی که به آن دسترسی دارند، قیمت‌ها، روند پردازش اطلاعات و عوامل کیفی فرق می‌کنند. اختلافات زیادی در روش‌ها و میزان اطلاعاتی که یک رسانه می‌تواند منتقل کند وجود دارد. اطلاعات یک تبلیغ در رسانه‌های چاپی مانند روزنامه‌ها، مجلات، یا پست مستقیم ماندگاری دارد و خوانندگان به میل خود و هر اندازه که بخواهند در معرض تبلیغ قرار می‌گیرند. بر خلاف این در رسانه‌های پخش‌ی مانند رادیو و تلویزیون، میزان ارسال از سوی رسانه کنترل می‌شود.

بودجه تبلیغاتی (Budget decisions): بودجه تبلیغاتی یک کسب‌وکار معمولاً بخشی از بودجه بزرگ بازاریابی و فروش است. پولی را که صرف تبلیغات می‌شود می‌توان به‌عنوان سرمایه‌گذاری برای ساخت کسب‌وکار به حساب آورد. برای آنکه تبلیغات با اهداف بازاریابی هم‌راستا باشد باید ابتدا چند سوال را مدنظر داشت:

- مصرف‌کننده هدف کیست؟

- برای رسیدن به مصرف‌کننده هدف چه رسانه‌ای مناسب‌تر است؟

- چگونه باید مصرف‌کننده هدف را به خرید محصول ترغیب کرد؟

- چه ارتباطی میان هزینه تبلیغات و تأثیر کمپین تبلیغاتی در خرید محصول یا خدمات وجود دارد؟

Where to test

کجا باید آزمایش انجام شود:

- تست‌های آزمایشگاهی

- تست‌های میدانی

When to test

چه زمانی باید اقدام کرد؟

تست تبلیغات در هر مرحله از فرآیند تبلیغات امکان‌پذیر است. پیش از آزمون، آزمایش تبلیغات قبل از اجرای آن است و امکان کشف و حذف نقاط ضعف و معایب را فراهم کرده و به این ترتیب احتمال تپیه تبلیغاتی اثرگذارتر مهیا می‌شود. پیش از آزمون براساس سه سوال مهم بنا شده است:

- آیا مصرف‌کنندگان احساس می‌کنند که تبلیغات حرفی مطلوب در مورد محصول دارد؟

- آیا پیام جاذبه منحصر به فردی دارد که محصول را از محصول رقیب متمایز می‌کند؟

- آیا تبلیغ باورپذیر است؟

تحقیقات پس از آزمون پس از اجرای آگهی در رسانه‌ها انجام می‌شود. این تحقیقات بسیار گران و ماهرانه اما بسیار واقع‌گرایانه‌تر است زیرا تبلیغات در شرایط زندگی واقعی آزمایش می‌شوند. اگرچه پول زیادی صرف پیش از آزمون می‌شود اما تبلیغاتی‌ها علاقه دارند که با پس از آزمون نتایج کمپین‌های تبلیغاتی را براساس دلایل زیر مورد تأیید قرار دهند:

- برای تولید تبلیغات اثرگذارتر لازم است چیزهای خوب حفظ و ناکارآمدها حذف شوند.

- مدیران تبلیغات می‌توانند به مدیران ثابت کنند که صرف هزینه بالا برای تبلیغات به نفع آنهاست.

- اندازه‌گیری نتایج برای تعیین سطح هزینه مطلوب لازم است.

How to test

Testing guidelines

Appropriate tests

چگونه انجام شود؟

خوشبختانه تکنیک‌ها و روش‌های فراوانی وجود دارد که تبلیغاتی می‌تواند برای ارزیابی اهداف خود انتخاب کند. اینکه چه روشی انتخاب شود به زمان اقدام برای اندازه‌گیری اثربخشی تبلیغ بستگی دارد. سه روش برای اینکار وجود دارد: پیش‌آزمون، پس‌آزمون یا آزمون در زمان اجرای کمپین.

پیش از آزمون (Pre-tests):

پیش از آزمون شکلی از تحقیقات سفارشی است و قبل از اجرای کمپین از زمان تولید ایده تا مرحله اجرا و قبل از نمایش عمومی در

رسانه‌ها انجام می‌شود. این آزمون اساساً برای کنترل پتانسیل یک ایده تبلیغاتی یا مفهوم است و اکثراً در شرایط آزمایشگاهی انجام می‌شود. از پیش‌آزمون برای شناسایی نقاط ضعف در تبلیغ و بهبود عملکرد آن و ویرایش از ۶۰ ثانیه به ۳۰ ثانیه یا از ۱۵ ثانیه به ۳۰ ثانیه برای انتخاب تصاویری از یک آگهی برای استفاده در تبلیغات چاپی یک کمپین استفاده می‌شود. پیش از آزمون‌ها در سه مرحله مختلف توسعه تبلیغات انجام شده و از تکنیک‌های کیفی بهره می‌برند.

نخستین مرحله زمانی است که تبلیغات در مرحله ایده یا مفهوم هستند. در این مرحله مفهوم تبلیغات (ارائه متنی یا تصویری از یک مفهوم) و ارتباط آن با مخاطب آزمایش می‌شود. مرحله دوم: آزمون‌ها زمانی انجام می‌شوند که ایده‌ها شکل گرفته و به صورت کمپین آماده شده‌اند. در مرحله سوم زمانی که کمپین‌های منتخب آخرین مرحله شکل‌دهی و تولید را سپری می‌کنند مورد آزمایش قرار می‌گیرد. می‌توان از روش‌های پیش از آزمون زیر برای تعیین انگذاری تبلیغات استفاده کرد:

- تست قبل از نمایش (Copy Testing):

این تست پیش از نمایش تبلیغات (چاپی، تلویزیونی، رادیویی، بیلبورد، اینترنت و...) انجام می‌شود. هیچ کس نمی‌داند که مخاطبان هدف چه پاسخی به تبلیغ نشان خواهند داد.

Copy test بسا تحلیل بازخوردهای گردآوری شده از گروه هدف اثرگذاری یک تبلیغ را پیش‌بینی می‌کند. هر آزمون قوت کیفی تبلیغ را تأیید کرده یا موارد ارتقای آن را شناسایی می‌کند.

- تست مفهومی (Concept Pre-Testing):

تبلیغ پیش از نمایش عمومی آن در نخستین مراحل تولید و قبل از سرمایه‌گذاری کلان انجام می‌شود. آزمایش مفهومی می‌تواند شامل عناصر مختلف تبلیغ مانند بدنه تبلیغ، عناوین، موضوع، رنگ‌ها، گرافیک و... شود.

- آزمون داوری مصرف‌کنندگان (Consumer Jury): چند مصرف‌کننده از یک گروه را به‌عنوان داور انتخاب کنید تا به یک یا دو تبلیغ از میان چند تبلیغ امتیاز دهند.

اعضای داوری باید تبلیغات را ردیابی کرده و به سوالاتی مانند این پاسخ دهند: کدام تبلیغ اثرگذارتر بود یا کدام آگهی شما را به حدی به هیجان آورد که حتماً برای خرید محصول اقدام خواهید کرد و کدام تبلیغ اول از بقیه توجه شما را جلب کرد و... این تست با دو روش انجام می‌شود: روش اولویت‌بندی و روش مقایسه دوتایی.

- روش اولویت‌بندی (The order of merit): در روش اولویت‌بندی مصرف‌کنندگان به‌عنوان داور، تبلیغات را براساس اولویت‌های‌شان رتبه‌بندی می‌کنند. در انتها بهترین آگهی برای اکثریت انتخاب می‌شود. اما ممکن است این بهترین، انتخاب بد از بدتر باشد.

- آزمون مقایسه دوتایی (Paired Comparison test): در یک زمان دو نمونه تبلیغ تک به تک باهم مقایسه می‌شوند. هر تبلیغ به تنهایی با تمام تبلیغات دیگر مقایسه می‌شود. داده‌های کارت‌هایی ثبت و سپس جمع‌بندی می‌شوند. برنده کسی است که بالاترین امتیاز را کسب کرده باشد. این تکنیک از روش اولویت‌بندی ساده‌تر است. تا ۱۰ نمونه تبلیغ دقت بالا می‌رود که بعد کاهش می‌یابد.

- تست پورتفولیو (Portfolio Test):

زیادی نسخه اولیه از تبلیغات وجود دارد که پایگانی می‌شود. پس از بررسی پورتفولیویی از نسخه‌های مختلف یک تبلیغ خاص، از پاسخ‌دهندگان که از میان بازار هدف انتخاب شده‌اند خواسته می‌شود جزییاتی را که می‌توانند به یادآورند ثبت کنند. اگر معلوم شد که یکی از نسخه‌های کنار گذاشته شده بهتر عمل کرده است، تبلیغات اصلی را با استفاده از آن ارتقا می‌دهند.

- تست مجله مجازی (Mock Magazin Test):

این تست به تست پورتفولیو شباهت زیادی دارد اما در این مورد تبلیغات در مجله‌های واقعی قرار داده شده و در معرض دید مصرف‌کننده قرار می‌گیرد.

همان مجلات اما بدون تبلیغات آزمایشی در اختیار گروه کنترل شده قرار داده می‌شود. سپس یک تست یادآوری برای ارزیابی تبلیغات برگزار می‌شود.

- نقشه‌برداری ادراکی (Perceptual Mapping):

نقشه‌برداری ادراکی مقایسه تغییر نگرش گروه‌ها یا افراد طی زمان یا بر اثر شرایط تجربی و ارزیابی اختلاف در ادراک مصرف‌کنندگان در شرایط تجربی مختلف با استفاده از معیار چندبعدی است.

ایستگاه تبلیغات



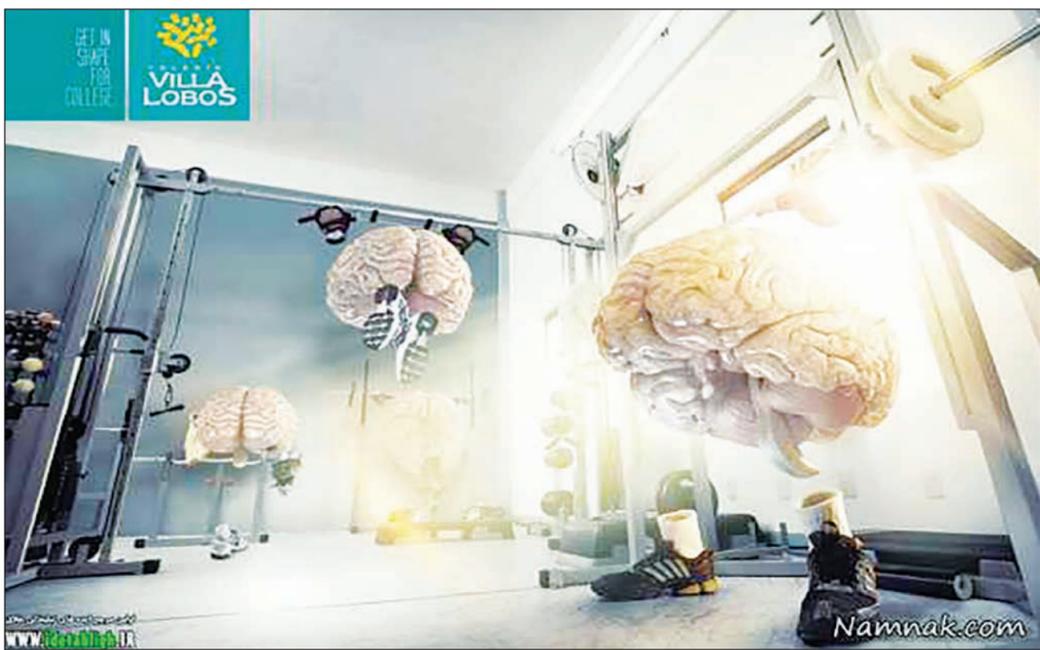
تبلیغات برای استخدام شریک خلاقیت در ویتربنی با نور قرمز



راس وور، یک دستیار مدیر هنری در آژانس تبلیغاتی Amsterdam 180 در جست‌وجو برای کشف یک شریک خلاقیت جدید به سر می‌برد بنابراین او و آژانس تصمیم گرفتند این کار را به سبک سنتی در آمستردام، یعنی قرار دادن او در ویتربنی فروشگاه با نوری قرمز انجام دهند. دستیاران نویسنده علاقه‌مند به ملاقات با آقای وور می‌توانند روز ۱۵ ماه مه از طریق این ویتربنی با نور قرمز یا یک جلسه با کمک وب‌کم به دیدار وی نائل شوند. در صورت تمایل به برقراری ارتباط با او، شما می‌توانید دست به ارسال یک ایمیل به آدرس redlightross@Amsterdam180.com یا جست‌وجو برای یافتن redlightross# در توییتر، اینستاگرام و فیس‌بوک بزنید. به افتخار آل موزلی، رئیس و مدیر ارشد خلاقیت Amsterdam 180، راس یک مدیر هنری مهربان و بخشنده است. او لیاقت تبادل ایده‌ها با یک شخص خاص در ساعات‌های آخر شب را دارد.

آژانس تبلیغاتی: Amsterdam 180
مشنری: Amsterdam 180

تبلیغات خلاق



آگهی: دانشکده Villa Lobos _ شعار: تقویت ذهن

باشگاه مشتریان



بازاریابی مرده است
خود را به مدیر ارشد وفاداری تبدیل کنید
شبنم اعلایی
کارشناس مدیریت



خب، شما تمام این مسیر تا انتهای نردبان سازمان را پیموده‌اید تا تبدیل به مدیر ارشد بازاریابی شوید. خود را تحسین کنید، شما استحقاق آن را دارید! اما آیا این همه چیز است؟ خب، پس لطفا تسلیت مرا ببپذیرید. کار شما منسوخ شده است و در صورتی که خود را به مدیر ارشد وفاداری مبدل نسازید، مطمئن باشید که روزی کسی جایگزین شما خواهد شد. می‌خواهید ثابت کنیم؟ کافی است به اخبار درآمد رکوردشکن ماه گذشته ایل توجه کنید.

ما همه می‌دانیم که کارپرتینو ابرقدرت دارای محصولاتی فوق‌العاده بوده و به طور مداوم در جست‌وجوی راه‌هایی برای خیره کردن چشم‌ها است؛ از ایل‌واچ گرفته تا ایل‌پی. اما گزارشات درآمد به وضوح نشان می‌دهد وفاداری شدید به آیفون - به طور دقیق ۸۷ درصد وفاداری - آن چیزی است که موفقیت را به بار می‌آورد. همه ما این را می‌دانیم، زیرا می‌توانیم کسی را تصور کنیم که درخواست نسخه جدید آیفون را به پیش از اینکه نسخه قبلی درخشش خود را از دست دهد، ارائه می‌دهد. این وفاداری شدید موجب ایجاد اعتماد در دیگران و به نوبه خود منجر به فروش می‌شود؛ آیفون در سه ماه گذشته بدون اینکه ایل تلاش مضاعفی کند، ۷۴/۵ میلیون فروش داشته است.

البته، منهای چند آگهی تلویزیونی و بیلبورد، ایل کاملاً از بازاریابی و تبلیغات پرهیز می‌کند. البته حقیقت دارد بگویید همه که ایل نیستند. اینکه همه بار بار در دوش محصول بگذاریم، برای همه کارساز نیست. اما در اینجا راه‌حلی وجود دارد که می‌تواند برای هر برندی کارساز باشد: عدم تاکید بر بازاریابی سنتی و در عوض تمرکز بر وفاداری.

بسیار اغلب مردم، کلمه «بازاریابی» یک تمرکز تنگ‌ترانه بر فروش محصولات را یادآوری می‌کند؛ یک تلاش یک‌جانبه، اما این یک‌جانبه بودن در دنیایی که رسانه‌های اجتماعی برای مصرف‌کنندگان یک بلندگوی قدرتمند برای صحبت کردن، در حد بازاریابی‌های سنتی هستند، کارساز نیست.

در عوض، وفاداری است که الزام‌آور تعامل با ارزش برندی است، که مردم می‌خواهند با آن آشنا شوند. امروزه مصرف‌کنندگان دارای گزینه‌های فراوان هستند و بیشتر از همیشه آنها برندهای خاصی را که مرتبط با عقاید شخصی و اولویت‌های‌شان است، انتخاب می‌کنند. بهترین راه برای برقراری و تقویت ارزش‌های مشترک، ایجاد محتوایی است که بسیار ویژه است؛ که نه تنها برند، بلکه مشتری را هم متمایز می‌کند. Chipotle، برای ابرای فست‌فود در نظر بگیرد. محصول آنها حلی بوده، گوشه‌شان عاری از هورمون و آنتی‌بیوتیک است و پنیرشان از گاوهای پرورش یافته در مزارع تأمین می‌شود.

اما اعتبار شرکت به دلیل هوشیاری اجتماعی و در نظر گرفتن ناهار یک فرد به‌عنوان چیزی بیش از یک غذا است. سال گذشته، این شرکت کار ابتکاری «فکر رشددهنده» را آغاز کرد که در آن نویسندگانی چون تونی مورسون و مالکوم گلدول متون کوتاهی را نوشتند که روی فنجان‌های این شرکت و سایت اختصاصی‌شان درج شده است.

این ایده از دفتر مدیر ارشد بازاریابی با ژاناس معروفی درنیامد، بلکه این ایده ایجاد شد چون جانانان ساقران فوئر در یک روز چیزی برای خواندن در Chipotle نداشت. این همان وفاداری است، نه بازاریابی.

Chipotle از منابع قابل توجه برای چیزی استفاده می‌کند که به طور مستقیم پولی برای شرکت ایجاد نخواهد کرد، اما نشان‌دهنده ایمان به مشتریان است. J. Crew، یک شرکت دیگر است که با موفقیت، از محتوا برای متمایز کردن خود و مشتریان استفاده می‌کند. وبلاگ این شرکت یک وبلاگ با کلاس بالا در Cozy Chic است که با زحمت فراوان و با مالک‌خانه در دسترس است (اگر این وبلاگ یک فرد بود، فعالیت دلخواهانش نشستن در کنار آتش در فضای باز به هنگام غروب، در حال درست کردن مارشمالو بر چوب سدر معطر می‌بود).

خیبتر این وبلاگ یک داستان درباره تاریخ ژاکت ماهیگیر، یک مقاله درباره عکس یک عکاس طبیعت درباره کار کردن در سراسر جهان در یکی از جلیقه‌های این برند، یک دستورالعمل برای مراقبت از ژاکت ترمه و تور استودیو با طراحان این برند، نمایش داده است. محتوا زیبا، خلاقانه و از همه مهم‌تر، دارای یک شخصیت متمایز است که کاری با شیلینگ (یک بیستم پوند) ندارد.

مشتریان به سوی J. crew، chipotle و ایل می‌روند، زیرا یک طرفدار وفادار بودن برای برند، آنها را مطمئن می‌سازد که افراد خاصی خواهند بود. مردم انتظار راحتی از یک معامله را دارند ولی آنچه طلب می‌کنند، معنا است.

خیبتر این وبلاگ یک داستان درباره تاریخ ژاکت ماهیگیر، یک مقاله درباره عکس یک عکاس طبیعت درباره کار کردن در سراسر جهان در یکی از جلیقه‌های این برند، یک دستورالعمل برای مراقبت از ژاکت ترمه و تور استودیو با طراحان این برند، نمایش داده است. محتوا زیبا، خلاقانه و از همه مهم‌تر، دارای یک شخصیت متمایز است که کاری با شیلینگ (یک بیستم پوند) ندارد.

مشتریان به سوی J. crew، chipotle و ایل می‌روند، زیرا یک طرفدار وفادار بودن برای برند، آنها را مطمئن می‌سازد که افراد خاصی خواهند بود. مردم انتظار راحتی از یک معامله را دارند ولی آنچه طلب می‌کنند، معنا است.

بزرگ‌رفته از مقالات هاروارد بیزنس

این برندهای مهربان

استراتژی بازاریابی براساس مسئولیت اجتماعی



دکتر علیرضا مزیدی

مدیر مشاور و تحلیلگر کسب‌وکار

امروزه شما بیشتر از گذشته درگیر رقابت می‌شوید و فضای کمتری هم برای اشتباه دارید. بیکاری دیگر فقط برای کارگرها و کارمندان نیست و طبق گزارشات میزان بیکاری در سطح مدیران ارشد ۴ برابر شده و ۹۴ درصد مشاغل قبل از رسیدن به پنج سال ابتدایی ورشکست می‌شوند. در محیط نوساختار امروزی قوانین رهبری، تجارت و ارتباطات به طور کامل تغییر کرده است و مشتریان بی‌نیامت انتخاب و بی‌نیامت اطلاعات درباره چگونه انتخاب کردن دارند. برندها بینهایت رقیب دارند و همه ما زیر سونامی‌ای از برندها و اطلاعات هستیم. با وجود این مشتریان در همین زمان به دنبال اطلاعات جذاب و احساسی بیشتری هستند.

آنها انتخاب‌های بیشتری را در بازار نسبت به قبل دارند پس اگر تمایز ایجاد نکنیم قطعاً جزو ۹۴ درصدی می‌شویم که از بازار حذف می‌شوند. مصرف‌کنندگان باریک‌بین و سودجو هستند اما با این حال درباره هرگونه تصمیم برای خرید در مغز خود جست‌وجو می‌کنند.

امروزه یکی از شروط الزام‌آور پیوستن به سازمان تجارت جهانی انجام مسئولیت‌های اجتماعی است. در واقع مسئولیت اجتماعی یک برند به نام تجاری خود «روح» می‌بخشد؛ به‌طور واضح‌تر منجر به گامی اجتماعی مصرف‌کنندگان درباره هویت اجتماعی نام تجاری می‌شود. در نتیجه مسئولیت اجتماعی در جایگاه‌هایی نام تجاری به همان اندازه عواملی مانند کیفیت یا قیمت مؤثر است، حتی شاید در شناسایی نام تجاری از رقبا و ایجاد وفاداری و توسعه ارزش ادراک شده از سوی مصرف‌کنندگان مؤثرتر باشد.

نقش مسئولیت اجتماعی در تبلیغات و بازاریابی

بسیاری از شرکت‌ها تلاش می‌کنند به هر طریق ممکن در قالب محدودیت‌های قانونی موجود برای مخاطبان جذاب به نظر برسند. برخی شرکت‌ها و آژانس‌های تبلیغاتی احساس می‌کنند که چنین رفتاری موجه و منطقی است.

به هر حال، دیگر شرکت‌ها و مخاطبان بر این باورند که تبلیغ‌کنندگان باید احساسی عمیق‌تر نسبت به مسئولیت اجتماعی داشته و قوانین اخلاقی مخصوص به خود را با توجه به ارزش‌های جامعه توسعه دهند. مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها نقش مهمی در تبلیغات و بازاریابی برای ارتقای سطح زندگی مردم می‌تواند داشته باشد. اینکه بعضی از مدیران شرکت‌ها در تبلیغ‌های خود کیفیت زندگی مشتریان را در نظر نمی‌گیرند، به این معنا نیست که همه تبلیغ‌ها و اساساً علم مدیریت بازار خلاف مسئولیت اجتماعی است.

به عبارت دیگر، مدیریت بازار به دنبال افزایش فروش و در نتیجه افزایش سوددهی و دارایی شرکت است، اما اینکه این افزایش فروش به واسطه یک روش اخلاقی و با لحاظ کردن مسئولیت اجتماعی باشد یا نباشد، به تصمیم و تعهد مدیر سازمان مربوط است و نمی‌توان حکم کلی درباره همه داد.

گام نخست در بازاریابی مسئولیت اجتماعی

نیازسنجی بازار برای انتخاب و تولید محصول است. این مرحله هم از نظر مالی

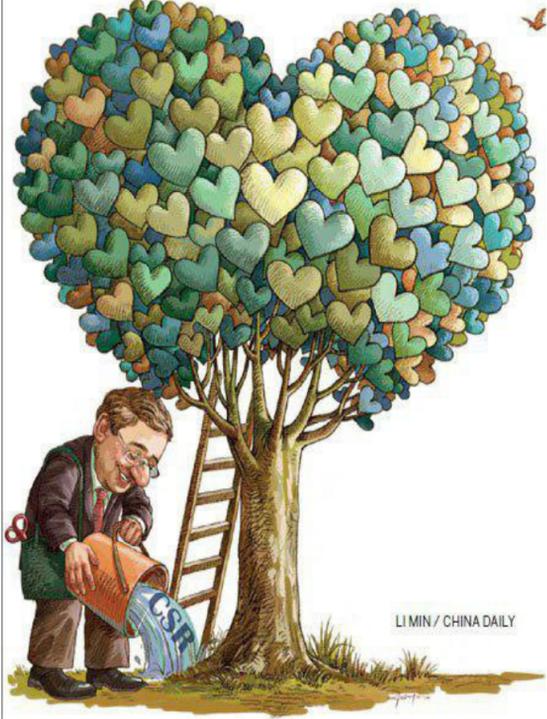
و هم از نظر اخلاقی بسیار حیاتی است. اگر نیازسنجی بازار با در نظر گرفتن مسئولیت اجتماعی انجام و محصولی بسیار مفید انتخاب شود، بخش عمده‌ای از راه طی شده است. مانند تولید روغن‌های صمغ‌درصد طبیعی و بدون پالم که از بروز بیماری‌های قلبی و عروقی و ... جلوگیری می‌کند و سلامت جامعه مورد توجه این تولیدکنندگان قرار گرفته است.

علت نقش مسئولیت اجتماعی و تعهد به توسعه پایدار و سلامت جامعه و انجام مسئولانه وظایف اجتماعی در ایجاد اعتبار برای شرکت‌ها و تصویر بهتری از شرکت‌ها در میان مصرف‌کنندگان و ذی‌نفعان، همه اینها خود می‌تواند یک استراتژی ارزش‌افزاینده واقعی در نظر گرفته شود.

تبلیغات با چاشنی مسئولیت اجتماعی

شرکت‌ها نظرات مختلفی درباره مفهوم مسئولیت اجتماعی داشته و آنها را جهت بیان آشار منفی محصولات خود برای مخاطبان به کار می‌برند. شرکت‌های سازنده سیگار آشکارا دوست ندارند که خطرات مصرف سیگار برای سلامت افراد را توضیح دهند. برخی آژانس‌های تبلیغاتی به این دلیل با چنین شرکت‌هایی کار نمی‌کنند زیرا بر این باورند که از لحاظ اخلاقی قادر به تبلیغ یک محصول مضر نیستند.

برخی دیگر احساس می‌کنند ارائه اطلاعات مورد نیاز درباره عواقب زیان‌بار یک محصول برای سلامتی افراد کافی است. آنها باید در هر صورت متوجه این موضوع باشند که تصاویر و ایده‌ها در یک آگهی تبلیغاتی شاید مهم‌تر از اطلاعات ارزشمند پزشکی بوده و باعث شود برخی بینندگان انتخاب‌های ناسالمی بکنند. هر آژانس یا شرکت تبلیغاتی باید استانداردهای اخلاقی مخصوص به خود را برای مقابله با چنین موقعیت‌هایی تعیین کند.



بسیاری از شرکت‌ها در آگهی‌های خود حمایت از عوامل اجتماعی نظیر محیط زیست را تبلیغ می‌کنند. این تا زمانی خوب است که آنها درباره نحوه یاری‌رسانی خود صادق باشند. به گفته کریس مور در کتاب «اخلاق با تبلیغات»، ۵۸۰ درصد از آمریکایی‌ها بیشتر مایل به حمایت از شرکت‌هایی هستند که در پدیده‌ها و عوامل اجتماعی مشارکت می‌کنند. به هر حال، همکاری‌های این شرکت‌ها گاهی اوقات نتایج مشکوک و مهمی دارند. در تبلیغات یک برند می‌بینیم که آن برند ۱۰۰ میلیون تومان از سود خود را برای کمک به بیماران سرطانی هزینه کرده است و سپس چهار برابر آن مبلغ را برای تبلیغ رفتار خوب خود خرج می‌کند. این اقدام اخلاقی و بشردوستانه یک شرکت شاید در پرتو سرمایه‌گذاری کلان‌تر آن برای بیان اعمال خوب خود کم‌رنگ شود. مخاطبان آگاه از این واقعیت شاید احساس کنند که تصویر این شرکت از خود غیرقابل اعتماد است.

چگونه CSR و بازاریابی را با هم ترکیب کنیم؟

اگر شما موافق مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها و مسئولیت اجتماعی شرکت‌ها رابطه مستقیمی وجود داشته باشد، چند راه مختلف برای شروع این کار برای شرکت شما وجود دارد.

۱- تمرکز روی مسئولیت‌های اجتماعی و سلامت جامعه

روی مسئولیت‌های اجتماعی تمرکز کنید. کاری که کسب‌وکار شما انجام می‌دهد منعکس‌کننده فرهنگ شرکت و شماست و می‌تواند احساسات مثبتی را برای مصرف‌کنندگان شما اعمال کند. همچنین سلامت جامعه باید باور قلبی شما باشد و فقط برای کسب سود نباشد. اگر مصرف‌کنندگان طرح‌های کوه‌هدمت کمتر مورد استقبال بنابرین تمایل و رضایت بیشتری برای خرید توجیه به نتایج به دست آمده از امروز به فکر آیندگان نیز بود. چراکه آینده جامعه را فرزندان‌مان تشکیل می‌دهند و گاهی بیشتر از خود ما مورد اهمیت قرار می‌گیرند.

۲- طولانی‌مدت فکر کنید، نه کوتاه‌مدت

مؤسسه CFA یک مقاله منتشر کرده است که در آن نویسندگان روند نتایج کوه‌هدمت را مورد بحث قرار داده‌اند و ارزش طرح‌های بلندمدت را کشف کردند. معمولاً شرکت‌های کوه‌هدمت حامی یادش بدهند، مصرف‌کنندگان قرار می‌گیرند و باید با توجیه به نتایج به دست آمده از امروز به فکر آیندگان نیز بود. چراکه آینده جامعه را فرزندان‌مان تشکیل می‌دهند و گاهی بیشتر از خود ما مورد اهمیت قرار می‌گیرند.

۳- نگرانی‌ها و ایده‌ها را از جامعه بگیرید

شرکت‌ها همانند اعضای جامعه به این درک رسیده‌اند که آنها توسط جامعه به وجود آمده و قوانین خود را از جامعه‌ای می‌گیرند که در آن فعالیت می‌کنند. آنها باید نقش، محدوده و هدف‌شان را در کنار درک کامل تأثیرات و مسئولیت‌های زیست‌محیطی و اجتماعی مرتبط سازند. می‌توانید ایده‌ها و نگرانی‌های جامعه را از طریق رسانه‌های اجتماعی یافت کنید و سپس با مخاطبان خود به اشتراک بگذارید تا ایده‌ها و راهکارهای جذاب‌تری را دریافت کنید. برای برانگیختگی احساسات مصرف‌کنندگان می‌توانید از داستان‌های احساسی و حتی نمونه‌های واقعی جامعه استفاده کنید تا ضرورت و اهمیت موضوع را بیشتر از پیش نشان دهد و از مخاطبان بخواهید تا در مورد آن بحث کنند.

امروزه برندهای بزرگی همچون کوکاکولا، ایل، مایکروسافت، سامسونگ و ال‌جی و... از استراتژی بازاریابی براساس مسئولیت اجتماعی برای پیشبرد اهداف برند و افزایش فروش خود استفاده می‌کنند. اگر محصول جدید تولید می‌کنید یا می‌خواهید محل‌تان را گسترش دهید، مراقب مسئولیت‌های اجتماعی شرکت‌تان باشید، اگر کارهای‌تان تأثیر منفی اجتماعی داشته باشد، شما از بازار رقابتی دور خواهید شد. قبل از اینکه خیلی دیر شده باشد به همه موانع توجه و رسیدگی کنید.

کلید

ضرورت و اهمیت تحقیق و توسعه (R&D) در سازمان

ما همواره در طول شبانه‌روز با حجم بسیاری از داده‌ها روبه‌رو هستیم و مدام بمباران داده‌ای می‌شویم. چه در مترو باشیم چه در ایستگاه اتوبوس چه در حال رانندگی و چه در حال پیاده‌روی. سراسر شهرها و خیابان‌ها پر است از تابلوها و بیلبوردها، همچنین شبکه‌های اجتماعی و رسانه‌های جمعی مانند تلویزیون، رادیو، تلگرام و ... که هر کدام به طور جداگانه داده‌هایی را به ما انتقال می‌دهند.

در این بین وقتی تبلیغی توجه ما را جلب می‌کند، ذهن‌مان بلافاصله سایر داده‌ها را کنار گذاشته، شروع به تحلیل آن داده‌ها کرده و در واقع با پردازش داده‌ها، آنها را به اطلاعات یا به نوعی یک خروجی برای خودمان تبدیل می‌کند تا قابل استفاده شود. پس در واقع اطلاعات، پردازش داده‌ها و در حقیقت OUT POT داده‌ها هستند که با استفاده از آنها می‌توانیم درک بهتری از موضوع داشته باشیم. در واقع تنها عاملی که سبب می‌شود ما بهترین تصمیم را در زمان و جای مناسب بگیریم، جمع‌آوری و آنالیز به‌نگام داده‌ها و تبدیل آنها به اطلاعات است. پس در حقیقت داده می‌تواند مربوط به هر چیز و هر جایی باشد اما زمانی که این اطلاعات پردازش شود و مورد استفاده هدف خاصی قرار گیرد، در آن صورت تبدیل به اطلاعات شده است. بسیاری از شما نام نایک، سونی، آدیداس و ایل و ... را بارها و بارها شنیده‌اید.

این برندها سالیان سال است که در کورس رقابت هستند و همواره از رقبای خود بهتر عمل کرده و می‌کنند. به راستی راز موفقیت آنها در چیست؟

نواآوری و خلاقیت بخش اصلی این راز است اما یک راز دیگری هم وجود دارد که بدون آن هرگز نمی‌توانند در بازار خود بهترین باشند و بتوانند به نیاز مشتریان خود پاسخ مناسب بدهند و آن چیزی نیست جز واحد R&D یا واحد تحقیق و توسعه. در حقیقت بدون واحد تحقیق و توسعه، نوآوری و خلاقیت معنا و مفهوم ندارد. چیزی که به جرات می‌توانم بگویم در اکثر شرکت‌های ایرانی رعایت نمی‌شود و به آن به‌عنوان یک موضوع بی‌اهمیت نگاه می‌شود. در شرکت‌های بزرگ به‌عنوان اسکلت اصلی مزیت یک بیزینس تلقی می‌شود. حال با توجه به مطالب فوق، چطور می‌توان توسط واحد R&D به چنین موفقیتی دست یافت. در ابتدا مدیریت اطلاعات بازاریابی را در یک ساختار شکست کار (WBS) برای درک بهتر نمایش و شرح می‌دهیم. مطمئناً در نخستین نگاه به اهمیت موضوع و اینکه چگونه می‌توان این اطلاعات را گردآوری کرد، پی خواهید برد.

ساختار شکست مدیریت اطلاعات بازاریابی (WBS)

- مدیریت اطلاعات بازار: که به سه بخش داده‌های داخلی، هوشمندی بازار و تحقیقات بازار تقسیم می‌شود.
- واحد بازاریابی: به‌عنوان مثال بخش حسابداری، صورت‌های مالی را تهیه کرده و اطلاعات دقیقی از فروش، هزینه و جریان نقدینگی تهیه می‌کند که خود به چهار بخش زیر تقسیم می‌شود:

- ۱- واحد خدمات‌رسانی: گزارش‌هایی در خصوص زمانبندی تولید، ارسال و انبار تهیه می‌کند.
 - ۲- واحد فروش: گزارش‌هایی در خصوص رفتار خرده‌فروشان و اقدامات رقبا تهیه می‌کند.
 - ۳- واحد بازاریابی: اطلاعات جمعیتی، روانشناختی و رفتارهای خرید مشتریان را جمع‌آوری می‌کند.
 - ۴- واحد خدمات: اطلاعاتی در مورد رضایت مشتری و مشکلات خدمات‌رسانی به آنها را تهیه می‌کند.
- در واقع موارد فوق بازتابی از نحوه عملکرد شرکت، نقاط ضعف و قوت شرکت در خصوص برآورد نیازهای مشتری و ارائه خدمات به آنها را در اختیار ما قرار می‌دهد.
- هوشمندی بازار: جمع‌آوری و تحلیل منظم اطلاعات است که به طور عمومی در مورد رقبا و توسعه بازار در دسترس است. از امتحان کردن پرسنل شرکت رقیب و بررسی محصولات رقیب گرفته تا تحقیق در اینترنت، رفتن به نمایشگاه‌ها و جشنواره‌ها. شرکت‌ها معمولاً اطلاعات محرمانه را از طریق گزارش‌های سالانه، نشریات اداری، نمایشگاه‌های بازرگانی، مطبوعات، آگهی‌ها و وبسایت‌ها به طور عمومی منتشر می‌کنند. اینترنت غنی از اطلاعات است. حتماً چیزهای ساده‌ای مثل فرصت‌های شغلی معرفی شده توسط شرکت هم می‌تواند اطلاعات زیادی را افشا کند. از دیگر منابع اطلاعاتی می‌توان به بانک اطلاعاتی کمیسیون اوراق بهادار بورس (سامانیک کدال) - که در واقع اطلاعات مالی شرکت‌ها را هر سه ماه یک بار منتشر می‌کند (البته شرکت‌های پذیرفته شده در بورس را) - دفتر برندها‌ها و درخواست ثبت اختراع اشاره کرد. همان‌طور که می‌بینید منابع اطلاعاتی فراوانی در اطراف ما وجود دارند که به راحتی می‌تواند اطلاعات ارزشمندی از رقبا را در اختیارمان قرار بدهند.
- تحقیقات بازار: طراحی و جمع‌آوری، تحلیل و گزارشات سیستماتیک و منظم اطلاعات مربوط به وضعیت خاص بازاریابی است و به درک بهتر در خصوص میزان رضایت مشتریان و رفتارهای خریدشان می‌انجامد. همچنین می‌توان پتانسیل و سهم بازار را شناسایی کرد یا اندازه‌گیری میزان اثربخشی به قیمت‌گذاری محصول، توزیع و فعالیت‌های ترویجی پرداخت که این فرآیند از چهار گام تشکیل شده است:

- ۱- تعریف مسئله و اهداف تحقیق: هر پروژه و تحقیقات بازاریابی یکی از سه اهداف زیر را دارد:
 - الف) هدف تحقیقات اکتشافی: جمع‌آوری اطلاعات مقدماتی که در تعریف مسئله و پیشنهاد فرضیه به کار می‌رود.
 - ب) هدف تحقیقات توصیفی: توصیف چیزهایی مثل پتانسیل بازار برای محصولی خاص یا ترکیب جمعیتی و گرایش مشتری که محصولی را خریداری می‌کند.
 - ج) هدف تحقیقات تبیینی: بررسی فرضیه در مورد علت و معلول. به طور مثال آیا ۱۰ درصد کاهش هزینه در شهریه دانشگاه آنقدر باعث افزایش ثبت‌نام می‌شود که کاهش ۱۰ درصدی درآمد جبران شود.
 - ۲- تهیه برنامه تحقیقاتی: در برنامه تحقیق ممکن است برای جمع‌آوری اطلاعات مورد نیاز از داده‌های دست اول، دست دوم یا هر دو آنها استفاده شود.
 - الف) داده‌های دست اول: داده‌هایی که برای هدف خاصی جمع‌آوری می‌شوند.
 - ب) داده‌های دست دوم: داده‌هایی هستند که در حال حاضر در جایی وجود دارند و برای هدف دیگری تهیه شده‌اند.
 - ۳- اجرای برنامه تحقیق: شامل جمع‌آوری، پردازش اطلاعات و تحلیل آنها است که جمع‌آوری اطلاعات را می‌توان توسط کارمندان بخش تحقیقات بازار یا شرکت‌های دیگر انجام داد.
 - ۴- تفسیر و گزارش یافته‌ها
- با تلفیق کلیه موارد فوق، جایگاهمان در صنعت نسبت به رقبای، نقاط ضعف و قوت‌مان و فرصت و تهدیدهای بازار را شناسایی و برترین استراتژی را برای پاسخ به آن خواهیم داشت.

کارتابل

با تیمی که در اختیار دارید به
فعالیت تان ادامه دهید

ترجمه: علی آلی



اگر تجربه مدیریت یک شرکت را داشته باشید، بدون شک گاهی اوقات وسوسه تغییر تیم کارمندان به سراغتان آمده است. در واقع چنین انگیزه‌های هنگامی در ذهن ایجاد می‌شود که تیم فعلی در انجام فعالیت‌های شرکت ناموفق عمل کرده و راه‌کاری بهتر از جایگزین کردن تیم فعلی وجود نداشته باشد. اغلب تصور بر این است که تغییر تیم کارمندان به احتمال فراوان منجر به بهبود اوضاع می‌شود. با این حال به منظور بررسی دقیق‌تر چنین ادعایی در ادامه به تجربه دو تن از افراد باتجربه در این زمینه اشاره خواهیم کرد.

ایده

لوئیس گروستر، فردی است که بیشتر به دلیل نجات غول تولید کامپیوتر IBM در دهه ۹۰ میلادی به یاد آورده می‌شود. این مدیر کارکنسته در یکی از چنجالی‌ترین اعترافات خویش ادعا کرده است که هنگام بروز مشکلات فراوان در IBM، وی مخالف تغییر تیم کارمندان موجود و جایگزین کردن آن با یک تیم خارج از شرکت بود. گروستر در این مورد چنین اظهار نظر کرده است: «در آن زمان نظر من در مورد تغییر تیم موجود چندان مساعد نبود. در واقع چنین عملی به نظر یک ریسک بزرگ می‌آمد. باور اینکه یک تیم از کارمندان خارج از شرکت را استخدام کرده و منتظر وقوع معجزه‌ای با عملکرد آنها باشیم، نه‌تنها ساده‌لوحانه است، بلکه نتایج جبران‌ناپذیری را نیز به همراه دارد. من تجربه حضور در بسیاری از شرکت‌ها را داشته‌ام و آنچه به‌عنوان یک فرد تازه‌وارد به دست آورده‌ام، حاکی از امکان بهبود اوضاع بدون نیاز به تغییر کادر شرکت است. با این حال من مورد برند IBM چنین ایده‌ای اندکی بلندپروازانه به نظر می‌رسد. از هرچه بگذریم، IBM برندی است بزرگ به همراه محصولات و بازارهای فروش گسترده. نکته مهم‌تر از وسعت بازار و محصولات برند، کارمندان این شرکت بود. عبارت ساده، این برند دارای بهترین کارمندان ممکن است و در هر دوره زمانی اگر بخواهید تیم کارمندان را عوض کنید، بدون شک این افراد بیگار نمانده و در کمترین زمان ممکن برندهای رقیب آنها را جذب می‌کنند.»

تجربه لوئیس گروستر نشان می‌دهد که در مورد برندهای بزرگ استفاده از ایده تغییر کادر مناسب نیست. هنگامی که تیمی از بهترین کارمندان ممکن را در اختیار دارید، باید در جای دیگری به دنبال ایرادات باشید. بر همین اساس مدیر سابق برند IBM به جای تغییر کارمندان برند تصمیم به تغییر شیوه عملکرد و بازاریابی شرکت گرفت. ارباب مانداوی نیز به گونه‌ای دیگر در همان نتیجه‌ای دست یافت که گروستر رسیده بود. در واقع مانداوی معتقد بود که هیچ کس را نمی‌توان تغییر داد؛ «شاید امکان بهبود عملکرد افراد وجود داشته باشد، اما ایجاد تغییر در رفتار و منش آنها به هیچ‌وجه ممکن نیست. اگر بخواهم با شما صادق باشم، انسان تنها قادر به تغییر رفتار و عملکرد خودش است. اینکه شما به قصد تغییر کارمندان وارد یک شرکت شوید، فقط شکست برای‌تان به ارمغان خواهد آورد. بهتر است تفاوت‌های افراد را پذیرفته و تنها در پی بهبود نقاط ضعف‌شان باشید. این تجربه من در بیش از ۷۰ سال فعالیت حرفه‌ای است. هنگامی که به این نتیجه رسیدیم که افراد را نمی‌توان تغییر داد، پس از مدت‌ها روانم آرام گرفت. تغییر کارمندان دغدغه‌ای بود که سال‌ها من را آزار می‌داد.»

آنچه در عمل باید انجام دهید

- نکته‌ای که بسیاری از مدیران هنگام بروز شکست به آن توجه می‌کنند، ناکارآمدی تیم کارمندان است. با این حال براساس آنچه در ایده حاضر ارائه شد، تقصیر اصلی بر گردن شیوه مدیریتی است که در زمان بروز حادثه در شرکت جریان داشته است.

- اگر به فکر تغییر تیم شرکت‌تان هستید، تنها به ذکر یک توصیه اکتفا نخواهم کرد. به یاد داشته باشید که تیم کارمندان جدید در مدت زمان کوتاه قادر به فهم تمام جزئیات شرکت نیستند. بر همین اساس تغییر تیم را باید به زمانی موکول کنید که دغدغه خاصی در کسب‌وکار‌تان وجود نداشته باشد.

- تغییر شیوه مدیریتی یک از مواردی است که نیازمند دقت و اطلاعات بالاست. در واقع اگر شیوه مدیریتی جایگزین‌تان به خوبی عمل نکند، نه‌تنها متحمل ضرر خواهید شد، بلکه جزئیات شیوه مدیریتی سابق‌تان نیز برای رقیب برما خواهد شد.

- بازمینی در شیوه مدیریتی و فعالیت شرکت باید با استفاده از نظرات افراد درگیر در فعالیت‌های برند انجام شود. بر همین اساس توصیه من استفاده از کارمندان شرکت در تهیه برنامه جایگزین است.



برای مطالعه ۷۰۲ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

تغییر شغل

پاسخ: اگر احساس می‌کنید توانایی‌های شما نادیده گرفته می‌شود و از کارفرما و نوع کار او راضی نیستید تغییر شغل گزینه خوبی برای شماست. معمولاً کارمندان اگر از طرف مدیرشان مورد تشویق و حمایت قرار نگیرند حتی اگر از حقوق‌شان هم راضی

باشند از کار خود لذت نمی‌برند. همچنین احتمال خرابکاری و اشتباهات دیگر در میان افرادی که احساس پوچی و سرافکندگی می‌کنند و حتی تحقیر می‌شوند بیشتر است. با این حال به شما توصیه می‌کنم اگر تصمیم به ترک مجموعه گرفته‌اید برای خودتان هدف تعیین کنید

و از آموزش غافل نشوید. سعی کنید لحظاتی لذت‌بخش در کارتان ایجاد کنید و به خودتان احترام بگذارید. همچنین مشاغل مختلفی را در نظر بگیرید و از آنها فهرست برادری کنید و تمامی احتمالات را در نظر داشته باشید.

گفت‌وگو با دکتر محمدعلی محمدی، رئیس سازمان مدیریت صنعتی

فروش همه چیز نیست

در محیط بیرونی وجود دارد. فلسفه مشاوره به مدیر این بود که اول به درستی فرصت‌های امروز و آینده را تشخیص دهد و دوم تهدیدهای امروز و آینده را بشناسد. برای اینکه یک بنگاه بتواند فرصت‌ها و تهدیدها را به درستی و به موقع تشخیص دهد و راه‌های مقابله با تهدیدها را شناسایی کند نیاز به قابلیت شناخت دارد.

قابلیت دوم سازمان کمک به تشخیص نقاط قوت و ضعف‌های درون سازمان است. برخی از این‌ها نقاط قوت و ضعف‌ها مربوط به زمان حال است که اگر بخواهیم از فرصت‌های آینده بهره‌برداری کنیم و تهدیدهای آینده به سازمان آسیب نرساند باید چه کارهایی را انجام دهیم و لازم است کدام ضعف‌های مان را برطرف کنیم.

در زمینه خدمات مشاوره‌ای، سازمان مدیریت صنعتی چه می‌کند؟

فعالیت‌های مشاوره‌ای سازمان به دو صورت کمک می‌کند؛ اول مشخص می‌کند که در این سازمان فرآیند، ساختار و سیستم‌ها چه نقض‌ها و ضعف‌هایی دارند که باید برطرف شود یعنی نگاه سیستمی به سازمان بود و دوم مدیر برای شایستگی اداره یک سازمان چه کمبودهایی دارد، به عبارتی چه مهارت‌ها و آگاهی‌هایی نیاز دارد که الان ندارد.

بخش مشاوره سازمان مدیریت صنعتی دو دسته منابع انسانی دارد؛ منابعی که در آن مقیم هستند و منابعی که به صورت شبکه‌ای با آن کار می‌کنند. بخشی توسط افراد ثابت یا قراردادی در سازمان مدیریت صنعتی که متخصص هستند فعالیت می‌کنند و بخشی توان مشاوره دارند و در جاهای مختلف کارهای اجرایی می‌کنند که به صورت پاره وقت در پروژه‌های اجرایی ما کار می‌کنند.

ساختار آموزش و پژوهش سازمان چگونه است؟

بعد دوم مشاوره بخش آموزش است. در بخش آموزش‌ها سازمان مدیریت صنعتی دو دسته آموزش داریم؛ دسته اول آموزش‌های تخصصی کاربردی کوتاه‌مدت، دسته اول آموزش‌های عالی هستند که این آموزش‌ها مقطع‌دار است. آموزش‌های عالی دو دسته‌اند؛ آموزش‌هایی که تحت نظارت و اعتبار وزارت علوم انجام می‌شود. یک دسته آموزش‌های عالی داریم که هم‌سطح آموزش‌های کارشناسی ارشد یا بالاتر از کارشناسی ارشد است. برای مدیرانی که در فرآیند کنکسور وزارت علوم نمی‌توانند عبور کنند. دسته دوم آموزش‌ها دوره‌های کوتاه‌مدت تخصصی هستند که بعد از دوره‌ها را تشکیل می‌دهند یعنی سازمان مدیریت صنعتی بیشتر آموزش‌هایش از دوره‌های تخصصی مدیریت کاربردی است که دوره‌ای تخصصی حرفه‌ای بیشترین متقاضی را دارد. بخش سوم سازمان، پژوهش برای بنگاه‌ها بود. مثلاً بررسی بازار محصول یک شرکت یا آینده نگری یک کسب‌وکار برای یک بنگاه. مثلاً آینده کسب‌وکار یک بنگاه را بررسی کنیم و گزارشی از آینده آن صنعت به بنگاه بدهیم. بعد دیگر پژوهش در مورد شناخت بنگاه‌ها و سازمان‌های برتر است.



یا پرورش مدیران تراز جهانی را طراحی کردیم که شروع شده و دوره‌های بعدی آن سال جدید برگزار می‌شود.

در بخش آموزش‌مان دوره‌های تخصصی زیادی را متناسب با خواست جامعه وارد کرده‌ایم مثلاً یکی از دوره‌ها مدرسه تابستانی است برای بچه‌های ۱۴ تا ۱۸ سال. مدرسه تابستانی کسب‌وکار که در تابستان برای کسب‌وکار آموزش بینند بسیار مورد استقبال بوده و بچه‌ها بسیار تحت تأثیر قرار گرفته‌اند که عمدتاً بچه‌های مدیرانی بوده‌اند که پدرانشان صاحب شرکت هستند.

بسیاری از اینها پدرانشان در سازمان مدیریت صنعتی درس خوانده بودند و بچه‌های‌شان را هم به اینجا فرستادند. این دوره آموزشی دوماهه و هفته‌ای ۲-۳ روز است. در دوره‌های آموزشی‌مان دوره‌های حمل‌ونقل و مدیریت توزیع و بخش را طراحی کردیم. هم در سال گذشته نرخ دوره‌های آموزشی‌مان بالای ۵۰ درصد بوده است. در بخش مشاوره هم خدمات مهندسی اجرا را طراحی کردیم که اعتقادمان این است که ضعف سازمان‌ها در بخش اجرایی نه استراتژی. خدمات کلیدی بازاریابی را راه انداختیم

در مسیر تعالی سازمانی حرکت می‌کنند و داوطلب هستند که ارزیابی شوند، براساس مدل بنیاد کیفیت اروپا استفاده می‌کنند تا ارزیابی کند که در مسیر تعالی چقدر خوب پیش رفته است.

امسال سومین سال است که جایزه ملی مدیریت انرژی نیز داده می‌شود که سازمان مدیریت صنعتی از طرف سه وزارتخانه (وزارت نفت، وزارت نیرو و وزارت صنعت، معدن تجارت) و نهاد معاونت رئیس‌جمهور وظیفه‌ای را به عهده گرفته است تا بنگاه‌ها را از لحاظ مصرف انرژی و مدیریت صنعت، معدن تجارت) و نهاد معاونت رئیس‌جمهور وظیفه‌ای را به عهده گرفته است تا بنگاه‌ها را از لحاظ مصرف انرژی و مدیریت انرژی ارزیابی کند و به آنها جایزه بدهد.

شما از شبکه مدیریت سازمانی به‌عنوان یک سرمایه یاد کردید. درست است؟

بله. یکی از سرمایه‌های بزرگ سازمان مدیریت صنعتی، شبکه مدیریت سازمان در سراسر کشور است. ما در ۲۷ استان نمایندگی داریم که همه بخش خصوصی هستند و مجوز به‌عنوان بخش خصوصی داده شده است.

در این دو سالی که آمدید چه برنامه‌های جدیدی اضافه کرده‌اید؟

در سال ۹۵ دوره جدیدی تحت عنوان ورد پلاس منیجرها

ارتباط

فرزندپروری و کارآفرینی



اندیشمندان حوزه کسب‌وکار بازیگران متعددی را برای اکوسیستم کارآفرینی در نظر می‌گیرند. در یک نگاه کلی، خانواده، جامعه، آموزش عالی، رسانه‌ها، آموزش و پرورش هر کدام یک بازیگر تعیین‌کننده در اکوسیستم کارآفرینی هستند.

رسانه‌ها می‌توانند هم در برجسته‌سازی و تشویق افراد یک جامعه تأثیر داشته باشند و هم در آموزش کارآفرینی. همچنین آموزش عالی و آموزش و پرورش با تربیت علمی نقش عمده‌ای در تربیت کارآفرینان دارند. اما خانواده به‌عنوان مهم‌ترین نهاد جامعه بشری از تمامی بازیگران این حوزه می‌تواند تأثیر بیشتری بر تربیت فرزندان خلاق و کارآفرینان آینده داشته باشد.

انسان از بدو ورود به جهان هستی تا پایان زندگی تحت تأثیر متغیرهای مختلفی است. افراد، محل زندگی و کار، دوستان و بسیاری چیزهای دیگر می‌تواند بر رفتار و کردار یک فرد تأثیر بگذارد تا بعد از چندین سال نهای شخصیت یک فرد کم‌کم شکل بگیرد، اما بدون شک خانواده یکی از مهم‌ترین نهادهایی هست که بر شخصیت و بلاغت یک فرد تأثیر بسزایی دارد.

خانواده هم از لحاظ ژنتیکی تأثیر دارد و هم اینکه یک فرد بیشترین وقت خود را در مهم‌ترین سنین زندگی، یعنی کودکی و نوجوانی در میان خانواده می‌گذراند و نمی‌توان سهم بالای آن را در شکل‌گیری شخصیت یک فرد به حساب نیاورد.

دانشمندان حوزه روانشناسی ثابت کرده‌اند که شخصیت یک فرد تا حدود زیادی در سنین کودکی شکل می‌گیرد. تقریباً به جرات می‌توان گفت تمام رفتارها و افکاری که در سنین کودکی داشته‌ایم در سنین بالاتر حالت تکامل یافته‌تر آن را مشاهده می‌کنیم.

با نگاهی به گذشته خود در می‌یابیم که همان فردی که در بازی‌های کودکانه، بیشتر نقش یک رهبر و لیدر را ایفا می‌کرد امروزه در دنیای کسب‌وکار نیز چنین نقشی را دارد یا برعکس، فردی که در سنین کودکی همواره نقش منفعلی و گوشه‌گیری را ایفا کرده، در سنین بالاتر و در دنیای کسب‌وکار نیز همان ویژگی‌ها را دارد. کارآفرین شدن و موفق شدن در کسب‌وکار تا حدود بسیار زیادی به ویژگی‌های شخصیتی فرد بستگی دارد و اکثر این ویژگی‌ها در دوران کودکی شکل می‌گیرند. این چیزی است که اکثر فعالان حوزه کسب‌وکار و کسانی که دغدغه ترویج فرهنگ کارآفرینی دارند به آن بی‌توجه هستند.

کارآفرین شدن نیاز به یک سری ویژگی‌های شخصیتی دارد، مانند جسور بودن، قدرت رهبری کردن، ریسک‌پذیری، آینده‌نگری، خلاق بودن، مسئولیت‌پذیری و کار تیمی، وابسته نبودن و قدرت تصمیم‌گیری، میل به استقلال و بسیاری موارد دیگر، که هر کدام از این ویژگی‌ها با کتاب خواندن و شرکت در یک دوره آموزشی یا تحصیل در یک رشته خاص به دست نمی‌آید. البته که هر کدام از این موارد تأثیر خود را دارد اما باید دقت داشت که دوران کودکی و سبک فرزندپروری والدین بیشترین تأثیر را بر ویژگی‌های کارشناسی والدین در سبک فرزندپروری خود باید مسئولیت‌پذیری و ریسک‌پذیری را به فرزند خود بیاموزند.

نقش و مسئولیت دادن به فرزندان، مشورت کردن با آنان و نظر خواستن از آنان می‌تواند در کودکان احساس مهم بودن را کودکان القا کند. از طرفی انجام بازی‌های فکری یا استفاده از اسباب بازی‌هایی که کودکان را به فکر واد می‌دارد می‌تواند روحیه خلاقیت و نوآوری بودن و ایده دادن را در کودکان پرورش دهد.

آنکه کوچک‌ترین رفتار والدین و خانواده می‌تواند در شکل‌گیری شخصیت فرزند نقش داشته باشد. شاید یکی از واردترین نقدها در زمینه آموزش کارآفرینی این است که ما بدون توجه به ویژگی‌های شخصیتی افراد برای همه نسخه یکسان تجویز می‌کنیم. فردی که از سنین کودکی محافظه‌کار و ریسک‌پذیر تربیت نشده را نمی‌توان در سنین بالاتر تغییر داد یا اینکه تغییر در وی بسیار سخت خواهد بود. لذا باید گفت گام اول در تربیت و پرورش یک کارآفرین خانواده برداشته می‌شود. خانواده‌ها باید زمان، انرژی و هزینه بیشتری را برای تربیت فرزندان خود بگذارند و لازم است تا دولت، فعالان حوزه کسب‌وکار، آموزش و پرورش و سایر دست اندرکاران این نکته کلیدی را به خانواده و والدین گوشزد کنند تا به جای ماهی دادن به فرزند وی را از همان سنین پایین ماهیگیری تربیت کنند و این چیزی است که نیاز به سال‌ها زمان و هزینه دارد تا ما با جامعه‌ای روبه‌رو شویم که در آن کارآفرینی یک ارزش است.



گزارش ۲

یک کارشناس مسائل اقتصادی:

جذب سرمایه‌گذاری خارجی باید منجر به ایجاد اشتغال شود



کارشناس مسائل اقتصادی با بیان اینکه جذب سرمایه‌گذاری دغدغه همه کشورها است، گفت: این سرمایه‌گذاری‌ها منجر به ایجاد اشتغال می‌شود و کشورها سعی می‌کنند مزایای نسبی خود را پیدا و سرمایه‌گذاران را به سمت آن جذب کنند. به گزارش تسنیم، محمدحسین برخوردار با بیان اینکه جذب سرمایه‌گذاری دغدغه همه کشورها است، گفت: این سرمایه‌گذاری‌ها منجر به ایجاد اشتغال می‌شود.

در همین راستا کشورها سعی می‌کنند مزایای نسبی خودشان را پیدا و سرمایه‌گذارها را به سمت آن رشته جذب کنند.

وی به ایران اشاره کرد و ادامه داد: ایران به دلیل تک‌محصولی بودن یعنی تکیه بر نفت، بیشتر سرمایه‌گذاری‌ها به آن سمت جذب شده است درحالی‌که زیرمجموعه زنجیره صنعت نفت تکمیل نشده تا مزیت نسبی برای کشور به وجود بیاید. بنابراین نتوانسته‌ایم مسئله اشتغال‌زایی را به وسیله صنعت نفت اصلاح کنیم. این کارشناس مسائل اقتصادی در مصاحبه با رادیو گفت‌وگو تصریح داشت: با وجود پتانسیل‌های مناسبی که در صنعت نفت داریم، در جذب سرمایه‌گذاری نتوانسته‌ایم به خوبی سرمایه‌گذار جذب کنیم. البته از قیل از انقلاب ذهنیت مردم ایران نسبت به سرمایه‌گذاری منفی بوده زیرا نمایندگان کشورهای خارجی برای منافع کشورهای دیگر می‌جنگیدند و برای ایران نفعی در نظر نمی‌گرفتند و تنها محصول ناپیای به برند خارجی عرضه می‌شده است.

وی اضافه کرد: امروز نیز خیلی خوشحال هستیم که مثلاً سرمایه‌گذار خارجی جذب کرده‌ایم درحالی‌که عملاً داریم محصولات تولید شده وارد می‌کنیم یعنی به همان شکلی که قیل از انقلاب وجود داشته است و این سرمایه‌گذاری خارجی محسوب نمی‌شود.

سرمایه‌گذاری در بخش ریلی باید مرتفع شود

عضو کمیسیون عمران عامل اصلی عدم تکمیل شبکه ریلی را کمبود منابع مالی برشمرد و گفت: برای بهبود شرایط باید زمینه را برای جذب سرمایه‌گذاری‌ها فراهم کنیم. به گزارش روابط عمومی شرکت راه‌آهن ایران، توسعه حمل‌ونقل ریلی حتی در دولت تدبیر و امید مورد توجه قرار گرفته و افزایش سهم بخش ریلی در ترانزیت کالا و اتصالات تمامی نقاط کشور به‌ویژه قطب‌های صنعت به شبکه ریلی از برنامه‌های دولت است.

تبدیل شدن به یکی از کشورهای ترانزیتی در منطقه با گسترش مسیرهای ترانزیتی با قطار در کریدورهای بزرگ در شمال- جنوب و غرب- شرق کشور نیز از اهدافی است که رئیس‌جمهوری آن را در دستور کار وزارت راه و شهرسازی قرار داده است.

محمدمحمدی افتخاری، عضو کمیسیون عمران با بیان اینکه بخش حمل‌ونقل ریلی ایران جهت رسیدن به اهداف چشم‌انداز ۱۴۰۴ خود درصدد جذب سرمایه‌گذاری هفتگت در بخش زیرساخت‌های خود باید باشد، گفت: در این بین با افزایش امکان جذب سرمایه‌گذاری داخلی و خارجی می‌توان انتظار شکوفایی در این بخش را داشت.

وی افزود: یکی از دلایل اصلی عدم تکمیل شبکه ریلی کمبود منابع مالی است که به نظر می‌رسد دولت قدم‌های محکم‌تری را برای تأمین مالی مورد نیاز صنعت ریلی بردارد. وی بر حمایت مجلس از بخش حمل‌ونقل ریلی تأکید کرد و گفت: با توجه به برنامه و هدف راه‌آهن برای رسیدن به سهم ۳۰ درصدی در بخش بار، سرمایه‌ها باید در بخش نوسازی ناوگان و توسعه خطوط بیش از دیگر بخش‌ها صورت گیرد. افتخاری خاطر نشان کرد: سهم راه‌آهن از مجموع جابه‌جایی‌ها بسیار پایین است، بنابراین برنامه‌ریزی‌ها باید به شکلی تدوین شود که تا پایان برنامه هفتم ۸۰ درصد ترانزیت بار را از آن بخش ریلی کنیم.

اختصاص ۶۳۷ میلیون تومان برای سرمایه‌گذاری دانش‌بنیان

رئیس دبیرخانه هیأت امنای دانشگاه آزاد لرستان گفت: ۶۳۷ میلیون تومان به امور سرمایه‌گذاری دانش‌بنیان اختصاص یافته است. به گزارش افلاک، بهروز دوستی اظهار کرد: امسال ۶۳۷ میلیون از بودجه پژوهشی دانشگاه به امور سرمایه‌گذاری دانش‌بنیان اختصاص یافته، همچنین ۲۰۷ میلیون تومان برای تأسیس و اداره مراکز رشد و پارک‌های علم و فناوری در نظر گرفته شده است.

دوستی یادآور شد: شورای سرمایه‌گذاری و امور اقتصادی دانش‌بنیان گامی در تحقق و شکل‌دهی دانشگاه کارآفرین است.

رئیس دبیرخانه هیأت امنای لرستان تصریح کرد: این شورا با کارشناسی، ممیزی مسیر تقویت درآمدهای غیرشهریه‌ای را هموارتر می‌کند.

وی در ادامه با بیان اینکه ۳ میلیارد و ۴۷ میلیون تومان از بودجه پژوهشی امسال دانشگاه آزاد و لرستان از محل شهریه‌هاست، خاطر نشان کرد: بخش زیادی از بودجه پژوهشی امسال دانشگاه به تجهیز آزمایشگاه‌ها اختصاص می‌یابد. رئیس دبیرخانه هیأت امنای لرستان گفت: حدود ۳ میلیارد تومان تجهیزات آزمایشگاهی در سال جاری خریداری می‌شود.

سرمایه‌گذاری در بخش مسکن، یکی از شاخص‌های پویایی اقتصادی محسوب می‌شود. در حال حاضر به گفته کارشناسان، بازار مسکن در رکود به سر می‌برد و گرانی ایجاد شده در این حوزه، تورم روانی است که بنا بر جریان طبیعی بازار مسکن نبوده است. به گزارش پول‌نیز، حال برای بسیاری از کسانی که می‌خواهند وارد حوزه مسکن شوند این سوال مطرح است که آیا سرمایه‌گذاری در این بخش سودده خواهد بود یا خیر. در این گزارش تلاش کرده‌ایم با افراد فعال در این حوزه اعم از سازندگان و مشاوران املاک گفت‌وگو کنیم تا بتوانیم نمایی از این بستر بدهیم.

شما برای آغاز پروژه‌های ساختمانی، نخستین چیزی که احتیاج دارید زمین است و مواردی مانند پروانه ساخت، مصالح، طرح تفصیلی و... در مرتبه‌های بعدی قرار می‌گیرند. وضعیت زمینی که برای ساخت‌وساز انتخاب می‌شود در سوددهی یا ضرردهی پروژه تعریف شده بسیار تأثیرگذار است. نخستین مسئله مربوط به طرح تفصیلی شهرداری و میزان تراکم گرفتن است که بنا بر موقعیت زمین تعریف می‌شود. برای مثال اگر شما زمینی بالای ۲۵۰ مترمربع در اختیار داشته باشید می‌توانید آپارتمانی بالای ۴ طبقه بسازید و اگر بالعکس زمینی با متراژ زیر ۲۵۰ مترمربع را برای پروژه‌تان انتخاب کرده باشید، عوامل بسیاری در تعیین قیمت نهایی زمین مؤثرند.

عوامل مؤثر بر قیمت زمین در تهران
از عوامل مؤثر می‌توان به مجوز ساخت، کاربری، موقعیت مکانی، متراژ زمین و قرار داشتن در منطقه‌ای مناسب اشاره کرد. برای مثال اگر زمینی متراژ بالایی داشته باشد، قیمت بالاتری در مترمربع خواهد داشت نسبت به زمینی با همان موقعیت و با متراژ پایین‌تر و نیز اگر زمینی در منطقه‌ای تجاری و شلوغ قرار داشته باشد قیمت بالاتری خواهد داشت و این مسئله در مورد فضای مسکونی بالعکس است.

قیمت زمین در منطقه ۷ متنوع و به شرح زیر است (میلیون تومان)
داخل فرعی‌ها زمین ۱۵ تا ۱۵، بالای عباس‌آباد ۱۳ تا ۱۸، بر خیابان اصلی از ۲۰ تا ۶۰، خیابان سه‌رودی قسمت شمالی ۸۰، طرح اصلی سه‌رودی جنوبی و اطراف ۹ تا ۱۲ و در خیابان اصلی ۲۵.

هزینه ساخت به ازای هر مترمربع به عواملی چند بستگی دارد که مهم‌ترین آن، زمین است. در مرتبه بعدی هزینه پروانه ساخت، مصالح، نیروی کار و مشاعات قرار می‌گیرد. هزینه جواز کسب در مناطق مختلف و بنا بر متراژ زمین و موقعیت آن و نیز میزان درخواست طبقات، پارکینگ و... متفاوت است که در شهرداری براساس طرح

گزارشی از کسب‌وکار سازندگان ساختمان

سود ۴۰ تا ۲۰۰ درصدی از فروش یا اجاره واحدها



تفصیلی شهر تهران و دیگر موارد افزوده موردنظر تهیه و تأیید می‌شود که جدای از هزینه مشاعات آب، فاضلاب و... در نظر گرفته می‌شود.

قیمت مصالح

قیمت مصالح ساختمانی در بناها که بخش مهمی از هزینه‌های وارده به برآورد ساخت‌وساز را شامل می‌شود در بخش‌های مختلف تقریباً برابر است و تفاوت چندانی ندارد. این کنار هم گذاشتن‌های قیمت مصالح، هزینه ساخت ساختمان را در قسمت مصالح چیزی حدود ۰،۸ تا یک‌میلیون تومان را شامل می‌شود که بنا را بر استفاده از مصالح درجه اول گرفته‌ایم! که البته این قیمت متوسط هزینه مصالح است و در قسمت‌های بالای شهر که ساختمان‌ها از کیفیت بالاتری برخوردارند، هزینه‌های مصالح که بدون در نظر گرفتن قیمت متوسط به بالا لحاظ می‌شود، شامل مصالح لوکس هم خواهد شد.

قیمت نهایی آپارتمان

بعد از اینکه ساخت‌وساز به پایان رسید و بعد از محاسبه هزینه‌ای صورت گرفته، قیمت آپارتمان براساس متر مربع تعیین می‌شود. البته در شرایط کنونی اغلب سازندگان مسکن، وقتی که قصد می‌کنند آپارتمانی را بسازند، قیمت آپارتمان را در همان منطقه در نظر گرفته و بعد از پایان کار قیمتی بالاتر از آپارتمان‌های مجاور ارائه می‌کنند که این مسئله نیز می‌تواند در ایجاد قیمت کاذب آپارتمان‌ها نیز تأثیرگذار باشد. یکی از عوامل دیگر نرخ ۰،۱۵ درصدی تورم است که بنا به تغییرات در بازار سرمایه و مسکن پدید نمی‌آید، بلکه با توجه به تورم

بهتری پیدا خواهد کرد) زیرا وقتی شما ساختمانی را می‌سازید که به‌سرعت تبدیل به پول نمی‌شود، سرمایه شما به کناری افتاده و درواقع شما متحمل ضرر می‌شوید. گروه دوم اما به شرایط خوشبین بوده و بدترین حالت سود را برای سرمایه‌گذاری در این حوزه ۳۰ تا ۴۰ درصد می‌دانند و از گروهی از سازندگان صحبت به میان می‌آورند که روی داشتن سودی ۲۰۰ درصدی حساب باز کرده‌اند.

عده‌ای نیز ساخت‌وساز را امری سودآور دانستند؛ اینکه اگر شما قصد فروختن واحدهای‌تان را نداشته باشید می‌توانید آنها را اجاره بدهید که باز هم سود خواهید کرد. در هر صورت شما چه بخواهید بفروشید و چه بخواهید اجاره دهید سود می‌کنید. موردی که تقریباً همه در مورد آن متفق‌القول بودند این است که خریدوفروش در بازار مسکن نسبت به ساخت‌وسازی که در بازار می‌شود در وضعیت بدی قرار دارد و این شرایط به این دلیل برای سازنده بد است که اگر ۵ میلیارد تومان در این کار سرمایه‌گذاری کرده است و به سرعت می‌خواهد به ۱۰ میلیارد تومانش دسترسی داشته باشد نتواند و این پول به اندازه یک سال بخواهد به‌صرفه نیست.

می‌شود که از نگاه مشاوران املاک این گرانی بیشتر عاملی روانی دارد تا واقعی. اغلب سازندگان حوزه مسکن معتقد هستند که تصمیمات سازمان شهرداری در گرانی مسکن مؤثر بوده است. مهم‌ترین مسئله نرخ جواز شهرداری است که بی‌قاعده افزایش پیدا کرده است. برای مثال شما برای زمینی ۱۲۰۰ مترمربع در منطقه ۷ باید یک میلیارد تومان هزینه پرداخت کنید. الان شهرداری مجوز طبقه ششم برای ساخت نمی‌دهد اما طرح تجمیع -که براساس آن، دو مال که زمینی کنار هم دارند، دو زمین را یکی کرده و یک ساختمان را برای این دو زمین تعریف می‌کنند- را هم کنتسل کرده است که به دو سازنده یک طبقه تشویقی می‌داد.

آیا آغاز کردن پروژه‌های ساختمانی منطقی است

در مورد بازار مسکن و شرایط آن از مشاوران املاک پرسیدیم که عده‌ای شرایط را بد توصیف کردند و در رکود دانستند. اما گروه دوم نسبت به شرایط بازار مسکن خوشبین بوده و شرایط بازار را بهتر از گذشته توصیف کردند. با توجه به شرایط بازار و پیش‌بینی‌های صورت گرفته از سازندگان مسکن پرسیدیم که آیا شرایط را برای آغاز پروژه‌های مسکونی مناسب می‌دانند یا خیر که با پاسخ‌های متنوعی مواجه شدیم؛ گروه اول معتقد بودند اگر پولی که در کنار بخش سرمایه‌گذاری می‌شود در بانک قرار بگیرد سود بیشتری را برای سرمایه‌گذار به‌همراه خواهد داشت (که سودبانکی نیز با همین استدلال می‌گویند اگر سودبانکی پایین بیاید بازار مسکن وضعیت

رونمایی از فرصت‌های جدید سرمایه‌گذاری در صنعت برق ۷ استان کشور

شرکت سهامی مدیریت تولید، انتقال و توزیع نیروی برق ایران (توانیر) به منظور جذب سرمایه‌گذار در احداث ۳۲۵ مگاوات نیروگاه تولید پراکنده در هفت استان کشور فراخوان داد. به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی وزارت نیرو (پاون)، این فراخوان در راستای اجرای سیاست‌های اصل ۴۴ قانون اساسی و افزایش مشارکت بخش خصوصی در توسعه مولدهای مقیاس کوچک اعلام عمومی شده است. در قالب این فراخوان، استان خوزستان با ۷۵ مگاوات، بیشترین فرصت سرمایه‌گذاری در احداث نیروگاه‌های تولید پراکنده را به خود اختصاص داده است. همچنین استان‌های مازندران، لرستان، همدان و مرکزی نیز هر کدام با ۵۰ مگاوات ظرفیت پیش‌بینی شده، در رده دوم این فراخوان قرار دارند. بر پایه این گزارش، استان کردستان با ۳۴ مگاوات و استان ایلام با ۱۶ مگاوات نیز جزو آخرین استان‌هایی هستند که در لیست فرصت‌های سرمایه‌گذاری معرفی شده در این فراخوان قرار دارند. این گزارش می‌افزاید: سرمایه‌گذاران علاقه‌مندی می‌توانند جهت کسب اطلاعات بیشتر به پایگاه اینترنتی توانیر و بخش تولید پراکنده به آدرس http://www.tavanir.org.ir/en_dg/generators مراجعه کنند. به گزارش ایران، تولید پراکنده، به تولید برق از منابع کوچک انرژی گفته می‌شود. تولید پراکنده به مواردی اطلاق می‌شود که برق در همان محل مصرف یا در نزدیکی محل مصرف تولید می‌شود. تولید پراکنده نیروگاه‌های مقیاس کوچکی هستند که ظرفیت حداکثری تولید آنها ۲۵ مگاوات است. براساس این گزارش، مولدهای مقیاس کوچک، افزون بر داشتن بازده بالا، از تلفات شبکه انتقال جلوگیری می‌کنند و امکان بازیابی بخشی از تلفات گرمایشی را نیز فراهم می‌کند که از جمله مزایای این نوع نیروگاه‌ها به‌شمار می‌رود. همچنین سرمایه‌گذاری مورد نیاز برای احداث این مولدها در مقایسه با نیروگاه‌های بزرگ بسیار کمتر بوده و با توجه به پراکنده بودن این واحدها و نزدیک بودن آنها به محل مصرف، از نظر پدافند غیرعامل اهمیت دارد. همچنین تولید همزمان برق، گرمایش و سرمایش از دیگر مزایای واحدهای تولید پراکنده است.

قوانین و مقررات مناسب، لازمه ورود سرمایه‌گذار خارجی است

یک کارشناس بازار سرمایه درباره لزوم ورود سرمایه‌گذار خارجی در اقتصاد ایران گفت: سرمایه‌گذاری در فضایی به وجود دارد که قوانین و مقررات مناسبی برای ورود سرمایه‌گذاران وجود داشته باشد. نخستین خواسته یک سرمایه‌گذار مشخص و بدون دغدغه راه قانونگذاری مشخص کردن عدم تغییرات در آن بازه زمانی تعریف شده است. به گزارش ایسنا، فردین آقاپوری می‌تأکید بر نیاز به وجود سرمایه‌گذاران خارجی در کشور گفت: دانستن اصل هوشمندی سرمایه و سرمایه‌گذار یکی از مهم‌ترین راهکارهای تشویق و ترغیب سرمایه‌گذاران برای ورود به عرصه تولید و برطرف کردن دغدغه‌ها و نیازهای اساسی صنعتگران و سرمایه‌داران در این زمینه است. وی ادامه داد: افزایش تولید مستلزم افزایش سرمایه‌گذاری است. باید برای ارتقای کیفیت تولید به‌طور هدفمند سرمایه‌گذاری شود. این موضوع می‌تواند از طریق ارائه راهکارهای مناسب و توجه‌پذیر به انجام برسد. این کارشناس بازار سرمایه تأکید کرد: سرمایه‌گذاری در فضایی صورت می‌گیرد که آرام باشد و قوانین و مقررات مناسبی برای ورود سرمایه‌گذاران وجود داشته باشد. وی تصریح کرد: بخش و مولد سرمایه‌گذاران در تولید و صنعت تحت بررسی و ارائه دولت و بخشی دیگر خارج از کنترل دولت است. اما در مجموع اتخاذ سیاست اقتصادی در بازه زمانی معقول و مناسب عمدتاً می‌تواند موجب برطرف شدن عمده مشکلات فعلی باشد. آقاپوری اضافه کرد: مقایسه رضایتمندی سرمایه‌گذاران در داخل کشور نخستین مرحله از ارزیابی سرمایه‌گذاران است. کما اینکه فعالان بازار سرمایه می‌دانند که هر کس در بدو ورود، سابقه فعالیت دیگران را مورد ارزیابی قرار می‌دهد. وی با بیان اینکه رقابت بازار پول و بازار سرمایه معنا ندارد، تأکید کرد: بازار پول و سرمایه دو بال اقتصاد هستند و باید با هم رشد کنند و هر دو بازار در جهت رشد اقتصاد کشور پیش روند. این کارشناس بازار سرمایه با اشاره به اینکه نرخ بهره بانکی رقیبی برای سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه است، گفت: در حال حاضر نرخ سود سپرده بانکی ۱۸ درصد، نرخ تورم ۹ درصد و نرخ بهره بین بانکی ۲۲ درصد است که این نرخ‌ها چندان معنایی برای اقتصادی که می‌خواهد رشد کند ندارد. وی با اشاره به عدم تحقق تکنرخی شدن ارز، گفت: دولت به‌عنوان بزرگ‌ترین مصرف‌کننده ارز با ممانعت از واقعی‌سازی نرخ آن، به تولیدکنندگان و صادرکنندگان لطمه می‌زند. آقاپوری در درباره نقش اقتصاد مقاومتی در بازار سرمایه، گفت: یکی از اهداف مهم اقتصاد مقاومتی سرعت در انجام فرآیند تأمین مالی است تا نیازهای مالی بنگاه‌های اقتصادی را به نحو مطلوب تأمین کند. در راستای نامگذاری شعار امسال با عنوان تولید و اشتغال، ابزارهای لازم برای تأمین مالی بخش تولیدی کشور در قانون پیش‌بینی شده است و تجربه استفاده از این ابزارها در سال ۱۳۹۵ نشان داد که به بهترین شکل ممکن می‌توان از بازار سرمایه منابع لازم را در مدت بسیار کوتاه تأمین کرد. اگرچه بخش عمده این نقدینگی فراهم شده، اساساً در جهت پوششی و استمهال بدهی‌های دولت مورد استفاده قرار گرفت، اما این فرآیند تأییدکننده امکان دسترسی سریع احاد صنعتگران و تولیدکنندگان به منابع مالی لازم است. این کارشناس بازار سرمایه افزود: رسالت بازار سرمایه تأمین منابع مالی لازم در بازه بلندمدت (بیش از یک‌سال) برای بنگاه‌های اقتصادی است و در مقطع کنونی لازم است برای سرعت بخشیدن به تحقق این هدف رویه گذشته اصلاح شود و ضمن لحاظ کردن کلیه مقررات و قوانین وضع شده، سرعت لازم را در این امر به‌کار گرفت، چراکه شرایط کنونی و مجموعه عوامل مؤثر بر وضعیت اقتصادی کشور مسا ایجاد می‌کند که خودکفایی لازم به جهت تنگناهایی که ناخواسته به‌وجود آمده است را بتوانیم به‌دست خودمان برطرف کنیم و علاوه بر هدف‌گذاری برای استفاده از سرمایه‌های خارجی در اولویت اول از امکانات و سرمایه‌های داخلی کشور برای تجهیز منابع مالی تولیدکنندگان به نحو شایسته بهره ببریم. وی اظهار کرد: برای تحول در انجام امور و فرآیندها در بازار سرمایه در جهت همسویی با شعار اقتصاد مقاومتی، تولید و اشتغال باید به‌گونه‌ای اصلاح شود که به‌عنوان مثال اگر در گذشته فرآیند پذیرش اوراق برای اعمال آیین فروش (اختیار فروش تبعی) پروسه زمانی خاصی را در برداشت، به نحوی با سرعت بیشتر و مدت کوتاه‌تر انجام شود که برخی ناشران به سمت مکانیزم‌های مشابه در خارج از بورس ترغیب نشوند. همان‌گونه که تعداد قابل توجهی از ناشران هم‌اکنون با انعقاد قراردادهایی مشابه اختیار فروش تبعی به جهت نیاز مبرم به منابع مالی و عدم امکان فراهم شدن این منابع در بازه زمانی مورد نظر مجبورند دست به اقداماتی بزنند که نه‌تنها با قانون منافات دارد، بلکه ریسک‌های نکول و ایجاد اختلافات را نیز در پی دارد.

قیمت زمین در مناطق ۱ تا ۷ تهران، ۷ اردیبهشت‌ماه سال ۹۶

منطقه	قیمت زمین / یک مترمربع (میلیون)
۱	۱۲ به بالا
۲	۱۰ - ۱۳ به بالا
۳	شمال دولت ۵،۵ تا ۱۰ / ۱۱ دروس / ۲۰ تا ۲۴
۴	۱۲ تا ۱۳
۵	۹ تا ۱۰
۶	۶،۸ تا ۷،۲
۷	* ۶،۸ تا ۷،۲
۸	۵،۵ تا ۸
۹	۳ تا ۱۵
۱۰	۲،۵ تا ۳،۴
۱۱	۲،۵ تا ۳،۵
۱۲	۲ تا ۳،۳
۱۳	۲،۱ تا ۳،۴
۱۴	۳ تا ۱۰
۱۵	۲ تا ۱،۵
۱۶	۱،۷ تا ۲،۳
۱۷	۳،۷ تا ۴،۵
۱۸	۴،۵ تا ۵
۱۹	۴،۵ تا ۵
۲۰	۱،۶ تا ۴،۵
۲۱	۳،۲ تا ۴،۳
۲۲	۳ تا ۵،۵

قیمت زمین در مناطق ۸ تا ۱۳ تهران، ۷ اردیبهشت‌ماه سال ۹۶

منطقه	قیمت زمین / یک مترمربع (میلیون)
۱	۱۲ به بالا
۲	۱۰ - ۱۳ به بالا
۳	شمال دولت ۵،۵ تا ۱۰ / ۱۱ دروس / ۲۰ تا ۲۴
۴	۱۲ تا ۱۳
۵	۹ تا ۱۰
۶	۶،۸ تا ۷،۲
۷	۶،۸ تا ۷،۲
۸	۵،۵ تا ۸
۹	۳ تا ۱۵
۱۰	۲،۵ تا ۳،۴
۱۱	۲،۵ تا ۳،۵
۱۲	۲ تا ۳،۳
۱۳	۲،۱ تا ۳،۴
۱۴	۳ تا ۱۰
۱۵	۲ تا ۱،۵
۱۶	۱،۷ تا ۲،۳
۱۷	۳،۷ تا ۴،۵
۱۸	۴،۵ تا ۵
۱۹	۴،۵ تا ۵
۲۰	۱،۶ تا ۴،۵
۲۱	۳،۲ تا ۴،۳
۲۲	۳ تا ۵،۵

جدول هزینه ساخت و ساز در مناطق ۱ تا ۷ تهران در تریخ ۸ اردیبهشت‌ماه سال ۹۶

منطقه	هزینه ساخت و ساز / مترمربع (میلیون تومان)
۱	۳ به بالا
۲	۲
۳	شمال دولت ۱ تا ۱،۵ / ۱،۵ دروس ۳
۴	۱،۴ تا ۱،۵
۵	۱،۲
۶	۰،۸ تا ۱،۲
۷	۱،۵ تا ۲
۸	۱،۶ تا ۱،۷
۹	۰،۶ تا ۲
۱۰	۰،۷ تا ۰،۸
۱۱	۰،۷ تا ۰،۸
۱۲	۰،۸
۱۳	۰،۷ تا ۰،۸
۱۴	۰،۹
۱۵	۰،۹ تا ۱،۲
۱۶	۱
۱۷	۰،۸ تا ۱
۱۸	۱،۲ تا ۱،۳
۱۹	۰،۵
۲۰	۰،۶۵ تا ۱،۸
۲۱	۱،۵ تا ۳،۲
۲۲	۰،۷ تا ۲

گردشگری

معروف ترین شهرهای زیر آب

همیشه دنیای زیر آب و هر آنچه در آن بوده، برای انسان‌ها اسرارآمیز بوده است. شهرهایی در دنیا در زیر آب وجود دارند که در شرایط خیلی خاص و عجیبی کشف شده‌اند. تمدن‌های کهن و پیشرفته‌ای که در زیر آب می‌زیست‌ه‌اند و دانشمندان اصلاً انتظار مواجه شدن با چنین تمدن‌های پیشرفته‌ای را نداشته‌اند. در این مطلب تعدادی از معروف‌ترین شهرهای زیرآب معرفی می‌شوند که در مکان‌های اسرارآمیز و غیرقابل پیش‌بینی‌ای کشف شده‌اند.

بنای Yonaguni

دانشمندان هنوز نتوانسته‌اند با هم به توافق برسند که بنای Yonaguni ساخته دست بشر است یا یک مجموعه پیچیده که توسط طبیعت به‌وجود آمده است. آنها می‌گویند اگر این بنای سنگی عظیم، یادگاری از تمدن‌های گذشته باشد، توسط انسان‌های پیچیده و بسیار پیشرفته‌ای ساخته شده که در ۵ تا ۱۰هزار سال پیش زندگی می‌کرده‌اند که این موضوع کمی غیرعادی است.
خرابه‌های این بنا در سال ۱۹۸۶ توسط غواصان در نزدیکی جزیره Yonaguni Jima در ژاپن کشف شد. دانشمندان بر این باورند که این شهر ۲۰هزار سال پیش در اثر زلزله‌ای غرق شده و به زیر آب فرورفته است. دلایلی که دانشمندان این سازه را به انسان‌ها ربط می‌دهند، وجود زوایای خاص در معماری این بنا، وجود راه‌پله و پتانسیل‌های فرهنگی و نمادهایی از انسان‌ها و حیوان‌ها در نمای بنا است.

کاخ کلئوپاترا (Cleopatra's Palace)

کلئوپاترا نام آخرین فرعون مصر بوده که حدود دو دهه روی شهر الکساندریا فرمانروایی می‌کرده است. البته طی زلزله‌ای این مکان ۱۴ قرن پیش زیر آب محو شد. در سال ۱۹۹۶ کاخ کلئوپاترا توسط یک تیم غواصی دوباره کشف شد و علاوه بر این مقادیر بسیار زیادی از وسایل ساخت انسان هم در اطراف آن پیدا شد که شامل مجسمه سلطنتی، جواهرات بی‌مانند، سکه و اشیای بارزش دیگر است.

پاولوپتری (Pavlopetri)

یکی از قدیمی‌ترین شهرهای غرق شده دنیا، پاولوپتری است که در اعماق دریای مدیترانه و در نزدیکی یونان قرار دارد و قدمت آن به ۵۰۰۰ سال پیش تخمین زده شده است. بعضی بر این عقیده‌اند که این شهر، شهر گمشده اسپوره‌ای آتلانتیس است، چرا که نخستین شهر زیر آبی است که از افسانه‌اش قدیمی‌تر است. این شهر در سال ۱۹۶۷ توسط نیکولاس فلمینگ و تیم باستان‌شناسی‌اش از دانشگاه کمبریج کشف شد و یافته‌های آنها به‌عنوان بزرگ‌ترین یافته‌های عصر برنز شناخته می‌شود.

پاولوپتری به اندازه‌ای منحصربه‌فرد است که حتی تمام خیابان‌ها، کوچه‌ها، ساختمان‌ها، حیاط‌ها، گورستان‌ها و حتی مکان‌های مذهبی آن تماماً مشخص و واضح هستند.

شهر شیر (Lion City)

وقتی یک شهر به‌طور عمد غرق می‌شود و به دست فراموشی سپرده می‌شود، باید چه کرد؟ در چین شهری به نام Shicheng وجود دارد که به «آتلانتیس شرق» مشهور است. این شهر به‌صورت عمدی و به دست دولت در سال ۱۹۵۹ غرق شد و تا سال ۲۰۱۱ به‌دست فراموشی سپرده شد. معماری خانه‌های این شهر از خاندان‌های MING و QING که ۶۰۰ سال پیش بر آنجا حکومت می‌کرده‌اند گرفته شده و حالا این شهر غرق شده به یک بهشت واقعی برای توریست‌های ماجراجو تبدیل شده است.

منبع grunge.com

سلامت

هر آنچه باید در مورد افسردگی پس از عمل بدانید!

سارا کیومرثی

s.kiumars92@gmail.com

افسردگی پس از عمل امری بسیار شایع است. نداشتن سلامت کامل، هزینه عمل و دیگر نگرانی‌ها منجر به این افسردگی می‌شوند. دانستن علت این افسردگی و راه‌های مقابله با آن برای خانواده‌ها بسیار مفید خواهد بود. افسردگی یک بیماری روانی است که می‌تواند زندگی را برای فرد مشکل سازد. نشانه‌های افسردگی عبارتند از خستگی، دشواری در تصمیم‌گیری، اشتهای زیاد یا کم، خواب کم یا زیاد، از دست دادن علاقه به فعالیت‌های روزانه، اضطراب، استرس، تحریک‌پذیری، بی‌قراری، ناامیدی و فکر آسیب به خود یا دیگران. افسردگی به روان و جسم فرد آسیب می‌رساند.

علت افسردگی پس از عمل چیست؟

عوامل بسیاری در به وجود آمدن آن نقش دارند. علائم افسردگی پس از عمل عبارتند از واکنش نسبت به بیپهوشی، آنتی‌بیوتیک، درد و ناراحتی در دوران نقاهت، واکنش نسبت به مسکن‌های خاص، تنش‌های فیزیکی، ذهنی و احساسی ناشی از جراحی یا اختلال و رویارویی با امکان مرگ که این علائم در هر فرد متفاوت است.

مطالعات اخیر نشان داده‌اند که اگر افسردگی پس از عمل در فردی به وجود آید و او برای درمان آن اقدامی نکند، این بیماری می‌تواند پس از عمل ادامه‌دار شود. یکی از نشانه‌های اصلی افسردگی، استرس بالاست که شامل استرس روانی، جسمی، ذهنی و احساسی می‌شود. بروز هرگونه اختلالی که منجر به احساس درد در فرد شود، داشتن بیماری جدی، استرس روانی، ذهنی و احساسی را در فرد به وجود می‌آورد. جسمی در فرد شود. داشتن بیماری جدی، استرس روانی، ذهنی و احساسی را در فرد به وجود می‌دهد. در اکثر مواقع سعی در حفظ تعادل زندگی شخصی، اجتماعی و کاری استرس روانی را افزایش می‌دهد. چگونه افسردگی پس از عمل را کاهش دهیم؟ احساس اضطراب قبل از عمل در هر فرد امری طبیعی است و همانطور که گفته شد این افسردگی بسیار رایج است. راه‌هایی برای کاهش این افسردگی وجود دارد که عبارتند از:

- کنترل علائم افسردگی: افراد باید سعی کنند این علائم را کنترل و فوراً به پزشک خود مراجعه کنند.
- نزدیک‌تر شدن به دوستان و اعضای خانواده: صحبت کردن با دوستان و اعضای خانواده در کاهش افسردگی بسیار مؤثر است چرا که احساس حمایت از جانب دوستان و خانواده به بهبودی سریع‌تر فرد کمک قابل توجهی خواهد کرد.

- ورزش منظم: ورزش روزانه می‌تواند از افسردگی پس از عمل جلوگیری کند. ورزش قوای جسمی و همچنین انرژی و عزت نفس فرد را افزایش می‌دهد و بدن را برای عمل آماده می‌کند.

شایان ذکر است که این نوع افسردگی در عمل‌های جراحی قلب، مغز، پلاستیک، هیسترکتومی و جراحی

تومور بیشتر دیده می‌شود.

راه‌های مقابله با این بیماری نیز عبارتند از ورزش منظم، خواب منظم، کنار آمدن با احساسات، امید به بهبودی و غذای سالم.

منبع: medicalnewstoday



قاب

قدم گذاشتن در پریا کانیون (Paria Canyon) مکانی در آرizonای شمالی، ممکن است این حس را به شما منتقل کند که به سیاره‌ای دیگر منتقل شده‌اید.این چشم‌انداز از سنگ‌های سفید و شن و ماسه‌های قرمز رنگ نشان می‌دهد که فقط با یک وسیله چهارچرخ قابل دسترسی است و اما حوض طبیعی سبز رنگ، این یک حیات فرا زمینی نیست بلکه فقط یک حوض پرتکاپو با جلبک است.



مدرسه مدیریت

اشتباه‌های رایج در نوشتن رزومه

سارا کیومرثی

s.kiumars92@gmail.com

اما به‌راستی چرا اشتباه‌های رزومه بسیار رایج است؟ می‌دانید که رزومه خلاصه‌ای از تجربیات کاری، سوابق تحصیلی و مهارت‌های فردی است. به همین جهت باید اطمینان حاصل کنید که هیچ‌کدام از اشتباه‌های زیر در رزومه‌تان وجود نداشته باشند زیرا وقتی رزومه را تحویل کارفرمایان به آنچه انجام داده‌اید اهمیتی کارفرما دهید اصلاح آن امکان‌پذیر نیست، پس قبل از تحویل رزومه کاری‌تان از این اشتباه‌ها جلوگیری کنید.

اگر شما در حال نوشتن نخستین رزومه کاری‌تان یا تجدیدنظر در رزومه برای جست‌وجوی کاری نیمه‌حرفه‌ای هستید یا اجتناب از این مشکلات رایج می‌توانید رزومه کاری کاملی بنویسید.

اجتناب از اشتباه‌های املایی و غلط‌های دستوری

رزومه شما باید از نظر گرامری به‌طور کامل درست باشد و اگر نباشد کارفرمایان یا خوانندگان رزومه‌تان درمورد شما به نتایجی چون «این شخص نمی‌تواند درست بنویسد یا این شخص به‌طور واضح به مسائل بی توجه و بی‌اهمیت است» می‌رسند. کارفرمایان زمان کمی را صرف خواندن رزومه‌تان می‌کنند اما این دلیلی بر رعایت نکردن نکات دستوری و املایی‌تان نیست.

عدم توجه به جزئیات

کارفرمایان نیاز دارنداز آنچه شما در کسب‌وکار سابق‌تان انجام داده‌اید آگاه باشند. برای مثال:

۱- کنار کردن همراه کارکنان در محیط یک رستوران

۲- کارآموزی، استخدام، آموزش دادن، نظارت بیش از ۲۰ نفر کارمند در یک رستوران با ۳ میلیون دلار مزد سالانه.

هر دو این عبارات می‌تواند یک فرد را توصیف کند اما جزئیات در مثال دوم جلب توجه بیشتری می‌کند.

تلاش برای رعایت استانداردها

زمانی که تلاش می‌کنید در سراسر رزومه خود برای تمامی کارفرمایان استانداردها را رعایت کنید ممکن است رزومه شما در سطح زناله پرت شود زیرا کارفرمایان رزومه مخصوص خودشان را می‌خواهند.

آنها انتظار دارند شما به روشنی و به‌طور خاص بیان کنید که چرا و چگونه برای موقعیت خاصی در سازمان مناسب هستید؟

به‌جای دستاوردها وظایف خود را مشخص کنید

لیست کردن و نوشتن وظایف شغلی سابق‌تان در رزومه کاری کار آسانی است. برای مثال، حضور در جلسات گروه، ثبت صورتحساب‌ها، کار با کودکان در محیط مراقبت روزانه و به‌روزرسانی فایل دپارتمان‌ها. با این حال باید بدانید کارفرمایان به آنچه انجام داده‌اید اهمیتی نمی‌دهند. آنها به دنبال اظهاراتی از قبیل استفاده از لپ‌تاپ برای ضبط جلسات هفتگی و وارد کردن آنها در یک فایل براساس کلمات مایکروسافت برای مرجع سازمانی آینده، طراحی و توسعه سه فعالیت برای کودکان پیش دبستانی و آماده‌سازی آنها برای تعطیلی ۱۰دقیقه‌ای، شناسایی ۱۰ سنال ارزش فایل‌های بزرگ و تسهیل دسترسی آنها برای اعضای گروه هستند، همچنین کارفرمایان می‌خواهند بدانند نقاط قوت شما یا مسئولیت‌های شرکت هماهنگی دارد یا خیر؟ بنابراین تأثیرگذارترین وظایف شغلی‌تان را بنویسید.

اطلاعات مهم را فراموش نکنید

شما ممکن است از ذکر مشاغل قبلی خود اجتناب کنید اما باید بدانید اخلاق کاری و مدیریت زمان مهم‌ترین نکات برای کارفرمایان است.

لینک‌های مرتبط

معمولاً رزومه مانند اسناد دیگر بی‌روح و خشک است، بنابراین تا جایی که به ساختار رزومه آسیب وارد نشود می‌توانید برای معرفی خودتان از لینک‌های پروفایل وبلاگ شخصی استفاده کنید که این اطلاعات را باید در قسمت اطلاعات تماس ذکر کنید.

ترتیب زمانی معکوس

نوشتن ترتیب سوابق باید حتماً از آخر به اول باشد یعنی آنچه را که اخیراً تجربه کرده‌اید، در نخستین نگاه به چشم بخورد.

از نوشتن جملات بسیار طولانی یا بسیار کوتاه دوری کنید

با وجود آنچه خواننده و شنیده‌اید هیچ قانونی در مورد اندازه یا طول رزومه وجود ندارد، اما چرا؟ زیرا افراد، انتظارات و اولویت‌های مختلفی دارند که شامل رزومه نیز می‌شود. این گفته بدان معنی نیست که باید رزومه‌های طولانی ارسال کنید، بلکه بهتر است اطلاعات رزومه را در دو صفحه بگنجانید. اگر می‌توانید در یک صفحه همه اطلاعات را به‌طور کامل جای دهید قطعاً بهتر است، اما نباید اطلاعات‌تان را بسیار کوتاه و مختصر کنید تا رزومه‌تان مطابق با استانداردهای صفحه‌ای باشد.

توجه به هدف

رزومه کاری‌تان باید هدفمند باشد زیرا کارفرمایان با خواندن رزومه‌تان به داشتن هدف در زندگی‌تان پی خواهند برد. بنابراین در رزومه کاری‌تان، اهداف شما برای انجام کار باید برجسته‌سازی شود همچنین موقعیت‌های شغلی‌ای که در آن قرار گرفته‌اید اهداف‌تان را بیان می‌کنند و تجربه‌های کاری‌تان بیان‌کننده توانایی‌های شما هستند، بنابراین سعی کنید رزومه‌ای بنویسید که اهداف شما از کار را به روشنی نمایش دهد.

منبع: monster.com



دور دنیا

اطهارات دروغین و بی‌پایه ترامپ علیه ایران

سارا کیومرثی

s.kiumars92@gmail.com



یکی از مقامات عالی امنیتی ایران اظهار کرد که اظهارات ترامپ علیه ایران دروغین و بی‌پایه است. علی شمشخانی، دبیر شورای عالی امنیت ملی ایران اعلام کرد که اظهارات اخیر دونالد ترامپ، رئیس‌جمهور ایالات متحده علیه ایران کاملاً نادرست و بی‌اساس است. شمشخانی روز شنبه در مصاحبه با یک روزنامه روسی اظهار کرد: این ادعا کاملاً بی‌اساس است و به هیچ وجه درست نیست و جامعه جهانی این ادعا را باور نخواهد کرد. دونالد ترامپ در دیداری که از کشور عربستان سعودی داشته، از تمامی ملت‌ها خواسته در جهت منزوی کردن ایران گام بردارند و در ادامه ایران را باعث به وجود آمدن درگیری‌های فرقه‌ای، وحشت و تروریسم دانسته و متهم کرده است.

ترامپ، به‌عنوان رئیس‌جمهور ایالات متحده، نخستین سفر خود را به یک کشور خارجی که ملتی برای حمایت از تروریسم شناخته شده آغاز کرده است. همچنین شمشخانی تأکید کرد که ایران خود قربانی تروریسم است. وی همچنین در ادامه سخنانش اظهار کرد: ایران تقریباً حدود ۴۰ سال با تروریسم مبارزه کرده است و هزاران نفر در طول جنگ برای مبارزه با تروریسم به شهادت رسیده‌اند، اما آمریکا تنها در حادثه ۱۱ سپتامبر درکی از تروریسم داشته است. حمله ۱۱ سپتامبر یک سری از حملات در ایالات متحده بود که نزدیک به ۳۰۰۰ نفر در آن حملات کشته شدند و حدود ۱۰میلیارد دلار به اموال و زیرساخت‌ها آسیب زد. از بین ۱۹ نفر از هواپیمارایان اتباع عرب بوده و شواهد موجود نشان می‌دهد برخی از آنها با مقامات عالی‌رتبه سعودی در ارتباط بوده‌اند.

شمخانی با تأکید بر تلاش‌های ایران و روسیه برای حل بحران سوریه، عربستان سعودی و وهابیت را از منابع اصلی تروریسم خواند و افزود: وهابیت ایدئولوژی افراطی‌ای است که بر عربستان حکمفرماست که به‌طور آزادانه توسط روحانیت حمایت می‌شود و الهام‌بخش تروریسم در سراسر جهان است. داعش و دیگر گروه‌های تروریستی تکفیری از این ایدئولوژی استفاده می‌کنند تا مردم ادیان دیگر را کافر نشان دهند و آنها را به شهادت برسانند.

منبع: presstv

کیوسک

دانش‌آموزان حواس‌پرت را با کمک این نرم‌افزار شناسایی کنید!

سارا کیومرثی

s.kiumars92@gmail.com

مدرسه‌های تجاری در پاریس در نظر دارد به‌زودی به کمک نرم‌افزاری کم‌هزینه به هوش مصنوعی و آنالیز چهره، دانش‌آموزانی را که به درس توجهی نمی‌کنند، شناسایی کند. این نرم‌افزار که نستور نام دارد از اوایل ماه سپتامبر در کلاس‌های مجازی این مدرسه مورد استفاده قرار خواهد گرفت.

طبق گفته‌های مارسل سانت، بنیانگذار ICA، با کمک این نرم‌افزار می‌توان عملکرد دانش‌آموزان و معلمان را بهبود بخشید. نستور با استفاده از دوربین نصب شده روی رایانه هر دانش‌آموز، حرکات چشم و حالات چهره آنان را بررسی کرده و دانش‌آموزان حواس‌پرت را شناسایی می‌کند. سپس در پایان هر درس، سولاتی را مطرح می‌کند که در حین حواس‌پرتی این دانش‌آموزان طراحی شده‌اند و دانش‌آموزان موظف به پاسخ به این سولات هستند.

این نرم‌افزار در ابتدا در کلاس‌های مجازی و سپس در کلاس‌های واقعی مورد استفاده قرار خواهد گرفت تا به دانش‌آموزان در هنگام حواس‌پرتی‌شان اخطار داده شود. سانت در پاسخ به خبرنگاران اعلام کرد که این نرم‌افزار به افرادی که واحدهای زیادی را به صورت مجازی برداشته‌اند کمک قابل توجهی خواهد کرد. از دیدگاه سانسنت، کلاس‌ها و دوره‌های مجازی با گذشت این همه سال موفق نبوده‌اند. درمدرسه‌ای تجاری در مادرید، کلاس‌های مجازی به نام «بنچرها در جهان» تشکیل شده است که در آن اساتید مطالب را روی پرده نمایش آموزش می‌دهند. این سیستم آموزشی همانند نستور به سیستم‌های «تشخیص حالات چهره» مجهز است تا میزان توجه دانش‌آموزان را اندازه بگیرد.

طرفداران هوش مصنوعی از این فناوری به‌عنوان ملمسی دیجیتال استفاده می‌کنند و معتقدند که این سیستم می‌تواند با نیازهای افراد مطابقت کند و عادات مطالعه صحیح را بهبود ببخشد. همچنین معلمان با کمک این نرم‌افزار می‌توانند از نظرات دانش‌آموزان در رابطه با تأثیر روش تدریس آنان مطلع شوند.

رز لایکسن، استاد دانشگاه درباره این نرم‌افزار گفت که استفاده از آن تنها برای کلاس‌های مجازی با تعداد محدودی از دانش‌آموزان مناسب است.

به گفته سانت، فیلم‌های ضبط شده توسط این نرم‌افزار رمزگذاری شده اما در حافظه آن ذخیره نمی‌شوند. همچنین اطلاعات موجود در آن به کسی فروخته نخواهد شد. این شرکت تنها نرم‌افزار خود را به مدارس می‌فروشد. نستور علاوه بر آنالیز چهره افراد می‌تواند ساعتی را برای مطالعه هر فرد در نظر بگیرد و عملکرد دانش‌آموزان را طبق برنامه‌ریزی خود تحت نظر داشته باشد. سانت در ادامه گفت که تصمیم‌گیری درباره ذخیره و استفاده از اطلاعات این نرم‌افزار بر عهده مدرسه‌هاست. به اعتقاد او، این نرم‌افزار تنها همیاری برای معلمان است و هیچ‌گاه نمی‌تواند جایگزین آنان باشد.

منبع: the verge