روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

چهارشنبه
۳۰ تیر
۱۳۹۵

Wed. 20 Jul 2016
۱۵ شوال ۱۴۳۷ - سال سوم
شماره ۵۵۸-۲۰صفحه - ۱۰۰۰ تومان
www.forsatnet.ir

تحلیلی بر استفاده از رسانه‌های سنتی در کمپین‌های بازاریابی

رسانه سنتی، بودن یا نبودن؟

با وجود تحولات اساسی در نقش و جایگاه استفاده از رسانه‌های مدرن همچنان باید گفت جایگاه رسانه‌های سنتی در کمپین‌های بازاریابی امروزی را نمی‌توان کمرنگ‌تر از رسانه‌های مدرن دانست چرا که جامعه و بازار هدف رویکردهای متفاوتی دارند و دارای...

۱۰

دولت مجبور به انتخابی دردناک بین وجهه تبلیغاتی و منافع ملی است

پرداخت یارانه نقدی یا حل مشکل بیکاری

۴

تجارت

گروه سرمایه‌گذاران ایتالیایی در بازدید از فرصت امروز:

توافق هسته‌ای علاوه بر اقتصاد ایران اقتصاد اروپا را هم شکوفا می‌کند

سمیه سهیلی | فرصت امروز

۳

سرمقاله

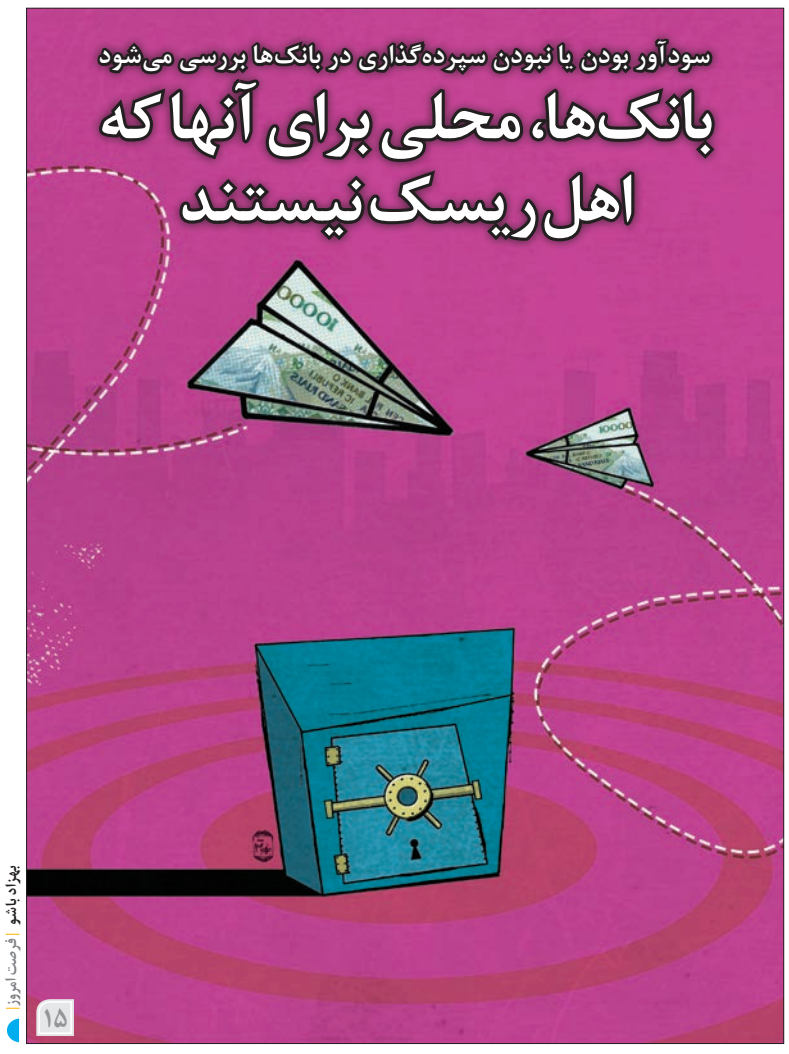
شعار زدگی و خلأ نهادهای مدنی

حسین حقگو
کارشناس اقتصادی

مطالبات اقتصادی اکنون بحق مهم‌ترین خواست‌های جامعه ایرانی است؛ جامعه‌ای که پس از آسودگی خیال از کاهش تنش‌های بین‌المللی و توافق برجام اکنون کار و کسب و درآمد شرافتمندانه را طلب می‌کند. رئیس جمهوری با درک همین ضرورت در جمع مردم کرمانشاه ضمن اشاره به اقدامات دولتش در اصلاحات اقتصادی قول داد که رونق را به کشور بازگرداند، کار ایجاد کند، اموال غارت شده به بهانه تحریم را به جای خود بازگرداند و... .

در این میان مردم نیز در بین سخنان ایشان شعارهایی...

۱



سودآور بودن یا نبودن سپرده‌گذاری در بانک‌ها بررسی می‌شود

بانک‌ها، محلی برای آنها که اهل ریسک نیستند

بهزاد باشو | فرصت امروز

۱۵

بررسی تاثیرات ناامنی ترکیه بر بازارهای نفت

۲

آل اسحاق: چاره‌ای جز تامین مالی از طریق بانک‌ها نیست

رئیس سابق اتاق بازرگانی معتقد است با وجود تنگناهای نظام مالی چاره‌ای جز نقش‌آفرینی بیشتر شبکه بانکی برای خروج از رکود وجود ندارد.

یحیی آل‌اسحاق، رئیس سابق اتاق بازرگانی تهران در گفت‌وگو با خبرگزاری خبرآنلاین درباره مشکلات تامین مالی بنگاه‌های تولیدی گفت: «واقعیت این است که اقتصاد کشور ما مانند سایر کشورها شاید کمی هم بیشتر، وابسته به نظام بانکی است تا جایی که بیراه نیست اگر اقتصاد ایران را یک اقتصاد بانک محور بدانیم. این محوریت پیامدهای فراوانی برای بانک‌های کشور به دنبال داشته و دارد؛ نه تنها در مشکلات اقتصادی بلکه در تمامی حوزه‌ها؛ نخستین بخشی که به کم‌کاری یا سودجویی متهم می‌شود، بانک‌ها هستند و بیشترین انتظار هم از بانک‌ها می‌رود تا جایی که در اغلب موارد وجه انتفاعی بودن و ضرورت سودآوری برای یک بانک فراموش می‌شود.»

رئیس اتاق بازرگانی ایران و عراق خاطرنشان کرد: «گذشته از این انتظارات، واقعیت این است که خواه ناخواه در شرایط فعلی و با توجه به ناکارآمدی ابزارها و روش‌های تامین مالی مانند بازار سرمایه و سرمایه‌گذاری خارجی، بانک‌ها همچنان باید بار تامین مالی بخش واقعی اقتصاد را به دوش بکشند تا اقتصاد کشور از پیچ تند رکود فعلی عبور کند.»

وی افزود: «ضرورت این نقش‌آفرینی زمانی بیشتر مشخص می‌شود که متوجه باشیم بزرگ‌ترین مشکل بنگاه‌های تولیدی، تامین مالی است. این مشکل خود را در تامین سرمایه در گردش و در بازپرداخت تسهیلات به‌شدت نشان می‌دهد، بنابراین طبیعی است که انتظار از بانک‌ها در شرایط فعلی بالاتر از هر زمان دیگری باشد.»

آل اسحاق با اشاره به طرح اصلاح برای نظام بانکی که از سوی دولت در حال تدوین است، گفت: «خوشبختانه برنامه‌ها و سیاست‌های خوبی تدوین شده است و این طرح نشان می‌دهد که مدیران اقتصادی کشور اعم از وزیر اقتصاد و رئیس کل بانک مرکزی به مشکلات اشراف دارند و به دنبال رفع موانع موجود هستند.» رئیس سابق اتاق بازرگانی تهران در تشریح ریشه مشکلات فعلی نظام بانکی کشور یادآورشد: «بخشی از این مشکلات مربوط به توان و ساختار نظام بانکی است؛ با توجه به منجمد شدن ۳۳ درصد از منابع بانکی و عدم بازگشت معوقات جهت‌گیری تسهیلات باید به سمت تولید باشد، در حالی که چنین نیست.»

وی اضافه کرد: «در حوزه تولید، بخش‌های حساسی مانند بخش‌های اشتغال‌زا و بنگاه‌های کوچک و متوسط وجود دارند که نقش مهمی در اشتغال‌زایی و تولید دارند، در حالی که متاسفانه این بخش‌ها از هیچ حمایت بانکی برخوردار نیستند، قهرا نتیجه این می‌شود که تسهیلات به حداقل می‌رسد و تامین مالی صورت نمی‌گیرد.»

آل اسحاق تصریح کرد: «نظام بانکی کشور نظم مشخصی ندارد، هم در بخش نظارتی و هم در بخش‌های مدیریتی، از سویی جهت گیری‌های متناسب با واقعیات اقتصاد از نظم و جهت‌گیری‌های درست گاهی فاصله دارد و با واقعیات تطبیق ندارند. به طور مثال در موضوع سود سهام بانک‌ها وقتی بانکی سود اعلام می‌کند، اگر نظام حسابرسی دقیق وجود داشته باشد، خواهیم دید که این سودها اوهام است و این کاهش‌ها اتفاقا نتیجه عکس می‌دهد و جهت‌دهی بانک را منفی کرده و نظام بانکی را با چالش بزرگی روبه‌رو می‌کند.»

سرمقاله

شعار زدگی و خلأ نهادهای مدنی

مطالبات اقتصادی اکنون بحق مهم‌ترین خواست‌های جامعه ایرانی است؛ جامعه‌ای که پس از آسودگی خیال از کاهش تنش‌های بین‌المللی و توافق برجام اکنون کار و کسب و درآمد شرافتمندانه را طلب می‌کند. رئیس جمهوری با درک همین ضرورت در جمع مردم کرمانشاه ضمن اشاره به اقدامات دولتش در اصلاحات اقتصادی قول داد که رونق را به کشور بازگرداند، کار ایجاد کند، اموال غارت شده به بهانه تحریم را به جای خود بازگرداند و... .

در این میان مردم نیز در بین سخنان ایشان شعارهایی در مورد کار و تامین معیشت و مبارزه با فساد سر می‌دادند؛ شعارهایی که آقای روحانی را واداشت به مستمعین خود گوشزد کند که این مشکلات با «شعر» و «شعار» حل نمی‌شود و فکر و برنامه می‌خواهد. رئیس جمهوری در واقع بر این موضوع تاکید کرد که فرآیند «عمل» بسیار دشوارتر و چندلایه‌تر از حرف و «شعار» است و نمی‌توان به صرف گفتار مشکلات را حل کرد. این امر به ظاهر بدیهی اما به واقع وجه تمایز دولت - ملت‌های مدرن از حاکمیت‌های سنتی است. در واقع در جوامع پیشرفته نه دولت‌ها به سادگی می‌توانند شعارهای توخالی سر دهند و نه جامعه چنین وعده‌هایی را به سهولت باور می‌کند. آنچه به نظر این رابطه معقولانه را طی زمان شکل داده است وجود «نهادهای مدنی» است؛ نهادهایی که هم تنگناهای دولت را برای جامعه تبیین و صورت‌بندی می‌کنند و هم مشکلات مردم و مطالبات آنان را معقول و منطقی و قابل دسترس برای دولت‌ها می‌سازند و پیگیر تحقق آنها از دولت‌ها در چارچوب ظرفیت هایشان می‌شوند. جالب است که درست در همین روز در هیات نمایندگان اتاق ایران، رئیس این نهاد مدنی نیز از عدم شکل‌گیری «فهم ملی» از مشکلات گلایه کرد و عنوان داشت که به جای هم‌افزایی و مباحثات کارشناسی برای حل مشکلات اقتصادی و مبارزه با فساد شاهد فضای «مچ گیری» و «جدال رسانه‌ای» هستیم. به نظر می‌رسد جای نهادهای مدنی فعال و مقتدر در فضای کشورمان به‌عنوان پشتوانه مورد نیاز برای اصلاحات آن هم اصلاحات، عمیق و ساختاری بسیار خالی است؛ خلایی که غیر از آسیب‌های هر روزه می‌تواند در بزنگاه‌هایی سبب غلبه یافتن «شعار»هایی شود که مردم گرفتار و مستاصل را به دنبال خود بکشاند. آنچنان که در همین سال‌های اخیر با وعده‌های «آوردن نفت بر سر سفره» و «خانه باغ» و «حق اولاد یک میلیون تومانی» و... شاهدش بودیم. بر این اساس می‌توان گفت اگر چه بزرگ‌ترین مشکل کنونی جامعه ایران مشکل «اقتصادی» است اما بخش مهمی از پاسخ را نه در «اقتصاد» بلکه باید در «جامعه» و «نهادهای مدنی» قدرتمند و توانمندسازی هر چه بیشتر این نهادها جست تا با مجموع کردن توان عظیم اجتماعی در جهت منافع ملی و در فضایی عقلانی و به دور از شعار، امکان فرارفتن از وضعیت امروز به وضعیت مطلوب آینده فراهم شود و عوام‌فریبان را که متأسفانه باز صدای پایشان به گوش می‌رسد راهی خانه کرد.

بررسی تاثیرات ناامنی ترکیه بر بازارهای نفت

الهه ابراهیمی
ebrahimi1941@gmail.com

کشور ترکیه اگرچه تولیدکننده نفت و گاز نیست، اما به دلیل موقعیت استراتژیک در صورت ناامنی، در ثبات یا بی‌ثباتی بازار نفت تاثیرگذار است. کارشناسان ضمن تایید این تاثیرگذاری بر این باورند که تداوم ناامنی این کشور تاثیر عمده‌ای بر کشور ایران نخواهدداشت.

در چند روز گذشته شاهد ناآرامی‌هایی در فضای سیاسی ترکیه بودیم. ناامنی در ترکیه به دلیل موقعیت استراتژیک در مسیرهای تجاری انرژی از خاورمیانه، آسیای مرکزی و روسیه به بازارهای اروپا پیامدهایی در بازارهای جهانی نفت خواهد داشت. براساس آمار موجود، روزانه بیش از ۹ میلیون بشکه نفت خام و محصولات نفتی از طریق تنگه‌های ترکیه بین دریای سیاه و مدیترانه حمل می‌شود که این رقم حدود ۳درصد از کل عرضه جهانی نفت را تشکیل می‌دهد.

مهران امیر معینی، مشاور موسسه مطالعات بین‌المللی انرژی با اشاره به اینکه از ترکیه دو خط لوله آذربایجان و عراق عبور می‌کند، به «فرصت‌امروز» می‌گوید: «ناامنی در این کشور در بی‌ثباتی بازار نفت تاثیرگذار خواهد بود، مهم‌ترین اثر را نیز در کشورهای عراق و آذربایجان خواهد داشت. شاید در نگاه اول میزان نفت عبوری از این کشور در مقایسه با مازاد یک و نیم میلیون بشکه‌ای ناچیز باشد، اما در درازمدت با توجه به مسیرهای تجاری در بازار نفت تاثیرگذار خواهد بود.»

وی با بیان اینکه ترکیه مسیر مهمی برای انتقال گاز به اتحادیه اروپا محسوب می‌شود، می‌افزاید: «هر گونه اختلال درازمدت در بازار نفت و گاز تاثیرگذار است و نمی‌توان این تاثیر را نادیده گرفت.»

نرسی قربان، کارشناس بین‌المللی نفت و گاز در این باره به «فرصت امروز» می‌گوید: «نابسامانی در امنیت این کشور و تداوم یافتن آن می‌تواند برای کشورهای دیگر از جمله آذربایجان تاثیرات عمده‌ای داشته باشد، زیرا خط لوله باکو – جیهان که روزانه یک میلیون بشکه نفت ازاین طریق جابه‌جا می‌شود. همچنین خط لوله گاز آذربایجان که از مسیر ترکیه می‌گذرد نیز در تداوم ناامنی‌ها مشکل‌ساز خواهدشد.»

بدون شک این نابسامانی‌ها بر فضای اقتصادی ترکیه اثرگذار است و هر اندازه که بازار این کشور ثبات خود را از دست بدهد، می‌تواند بر روند همکاری ترکیه با کشورها به‌خصوص ایران تاثیرگذار باشد. اما در خصوص تاثیر ناامنی ترکیه در روابط با ایران باید به این نکته اشاره کرد که هم‌اکنون حجم صادرات گاز ایران به ترکیه سالانه بیش از ۹ میلیارد مترمکعب است و روزانه بیش از ۵۰۰ بشکه نفت به ترکیه صادر می‌شود. این شرایط برای تاجران ایران نگران‌کننده است، زیرا ایران به ترکیه صادرات نفت و گاز دارد و همین موقعیت تجاری هر دو طرف را در معرض‌خطرقرارمی‌دهد.

ایران از ترکیه به‌عنوان کشور ترانزیت نفت و گاز هیچ استفاده‌ای نمی‌کند از این رو اتفاقات داخلی دراین کشور تاثیر عمده‌ای در نفت و گاز ایران نخواهد داشت و ایران نگران امنیت خط لوله نفت یا گاز خود نیست با این وجود تاثیرات محدودی به دلیل همسایگی خواهد داشت

نرسی قربان درباره اتفاقات اخیر کشور ترکیه و تاثیرآن در روابط با ایران به «فرصت‌امروز» می‌گوید: «هر اتفاقی در ترکیه رخ دهد نیاز این کشور به گاز و حتی نفت ادامه خواهد داشت. گاز صادراتی ایران به ترکیه در مرز تحویل داده می‌شود و نفت نیز از طریق پایانه‌ها منتقل می‌یابد.»

وی می‌افزاید: «ایران از ترکیه به‌عنوان کشور ترانزیت نفت و گاز هیچ استفاده‌ای نمی‌کند از این رو اتفاقات داخلی دراین کشور تاثیر عمده‌ای در نفت و گاز ایران نخواهد داشت و ایران نگران امنیت خط لوله نفت یا گاز خود نیست با این وجود تاثیرات محدودی به دلیل همسایگی خواهد داشت.»

در این باره جلال ابراهیمی، دبیر کل شورای بازرگانی ایران و ترکیه و کارشناس مسائل ترکیه نیز تا حدودی با نرسی قربان موافق است، اما بر این باور است که ترکیه مصرف‌کننده نفت و گاز ایران است و اگر صنایع ترکیه به دلیل مسائل سیاسی دچار رکود شود در مصرف نفت و گاز و حتی کالای نفتی از جمله فرآورده‌ها تاثیرگذار خواهد بود و می‌تواند این تاثیرات در کلان عمده باشد. ترکیه یکی از مبادی اصلی صادرات محموله‌های نفتی ایران است و ثبات در این کشور به رونق اقتصادی ایران کمک خواهد کرد.

وی با بیان اینکه ترکیه با ایران تفاهم‌نامه و قراردادهای متعددی در حوزه نفت و گاز دارد و این موارد به راحتی قابل تغییر نیست، به «فرصت‌امروز» می‌گوید: «بدون شک کودتای نافرجام در ترکیه در صادرات و عبور محموله‌های گاز و نفت ایران تاثیری ندارد و حتی اگر کودتای دیگری رخ دهد که در آن قدرت جابه‌جا شود این مسائل به دلیل بین‌المللی بودن، پابرجا خواهد بود مگر اینکه مسائل خاصی به وجود آید.»

مهران امیر معینی درباره تاثیرگذاری ترکیه بر نفت و گاز ایران نیز می‌گوید: «ایران در همسایگی ترکیه قرار دارد و بازار خوبی برای نفت و گاز ایران است، بدون شک ناامنی در این کشور بازارهای ایران را تحت‌الشعاع قرارخواهدداد.»

پالایشگاه

پالایشگاه منگلور هند ۱,۴ میلیارد دلار از بدهی به ایران را پرداخت کرد

مدیرعامل شرکت پالایش و پتروشیمی منگلور هند اعلام کرد این پالایشگاه ۱,۴میلیارد دلار از بدهی نفتی ۲,۵۶ میلیارد دلاری به ایران را از سال ۲۰۱۳ تاکنون پرداخت کرده است.

به گزارش ایرنا، ایچ کومار روز سه شنبه در گفت‌وگو با خبرنگاران، تحریم‌ها و بسته بودن کانال‌های نقل و انتقال پول را از دلایل پرداخت نشدن بدهی ایران ذکر کرد و افزود: بعد از لغو تحریم‌ها از طریق بانک دولتی هند و آلمان برای پرداخت بدهی این شرکت به ایران استفاده می‌کنیم.

ای.کی. ساهو، مدیر بخش مالی پالایشگاه دولتی هند نیز گفت که ۱۱۷ مورد صورتحساب دراین دوره پرداخت شده است که ۴۵ درصد به روپیه و مبالغ باقیمانده در ساز و کار پایانی قرار دارد.

شرکت نفتی «اسار» - بزرگ‌ترین خریدار هندی نفت ایران نیز دو هفته پیش (۱۰تیر)، ۵۰۰ میلیون دلار از بدهی نفتی، ۲میلیارد و ۶۰۰ میلیون دلاری خود را به ایران پرداخت کرد. این مبلغ با کمک بانک دولتی هند و بانک آلمانی ئی‌ای اچ به حساب شرکت ملی نفت ایران واریز شده است. روزنامه انگلیسی زبان پایونیر در گزارشی به نقل از منابع مطلع نوشت، شرکت‌های پالایش و پتروشیمی منگلور و ایندین اویل بیش از یک میلیارد دلار از بدهی‌های قبلی خود را تاکنون به ایران پرداخت کرده‌اند.

شرکت هندوستانی پترولیوم نیز ۱۷ میلیون و ۵۰۰هزار دلار از ۲۳ میلیون دلار بدهی خود را به ایران پرداخت کرده است. منابع دولتی و صنعتی هند اعلام کردند از ماه ژوئن سال جاری میلادی، پالایشگران هندی بدهی خود را به ایران از طریق بانک دولتی هند و بانک ئی‌ای‌اچ انجام داده‌اند، این روش باعث شتاب در پرداخت‌ها می‌شود، زیرا حساب اصلی بیشتر پالایشگران در بانک دولتی است.

بنابه گفته این منابع، شرکت‌های نفتی هند بقیه بدهی خود به ایران را در دو تا سه ماه آینده تسویه می‌کنند. هند ماه مه سال جاری (خرداد) در آستانه سفر نخست‌وزیر هند به ایران ۷۵۰ میلیون دلار از بدهی نفتی این کشور را به ایران پرداخت کرد.

انرژی تجدیدپذیر

فناوری اینولاکس گامی نو در عرصه انرژی‌های تجدیدپذیر است

ضریب تولید ۶۰ تا ۹۰درصدی

فعال بخش‌خصوصی در حوزه انرژی‌های تجدیدپذیر ضریب تولید ۶۰ تا ۹۰ درصدی برق، پایین بودن هزینه تولید، تعمیر و نگهداری، بازگشت سریع سرمایه و دسترسی به اهداف تولید انرژی پاک را ازمزایای استفاده از فناوری توربین بادی اینولاکس در مقایسه با دیگر توربین‌های بادی برشمرد.

مسعود سه دهی، در گفت وگو با ایرنا با اشاره به فناوری‌های توربین بادی اینولاکس افزود: اساس کار این توربین‌ها بر متمرکز کردن منبع انرژی استوار شده است. وی افزود: در حالی که ضریب تولید نیروگاه‌های خورشیدی ۱۰ تا ۲۰ درصد و نیروگاه‌های بادی فعلی در مناطق بادخیز ۴۰درصد است، اصلا نیروگاه‌های قابل اعتمادی به شمار نمی‌روند، اما در مقابل هر توربین اینولاکس بسته به سرعت باد در منطقه از ضریب تولید ۶۰ تا ۹۰ درصدی برخوردار است. مدیرعامل شرکت نیروگاه‌های بادی «توان گستران راما» (وات ویند) با اشاره به رابطه مستقیم توان این نوع از توربین‌های بادی با طول پره و سرعت باد، گفت: دو برابر شدن طول پره، توان این دستگاه را چهار برابر و دو برابر شدن سرعت باد، توان آن را تا هشت برابر افزایش می‌دهد و به این ترتیب، باد در تسخیر و کنترل در می‌آید.

به گفته وی، در توربین‌های بادی قدیمی، کل سیستم باید همراه با تغییر جهت باد تغییر مسیر داده و بگردد، اما در اینولاکس نیازی نیست، وجود پره‌های کوتاه‌تر قابلیت گردش ۳هزار و ۶۵۰ دور در دقیقه‌ای به پره‌ها می‌دهد و دیگر نیازی به وجود سیستم کنترل زاویه پره که در توربین‌های قدیمی در سرعت گردش ۱۲ متر بر ثانیه اعمال می‌شود، نیست و همه اینها هزینه‌های این فناوری را کاهش داده است. سه دهی افزود: این سازه را می‌توان در مناطق مختلف در جنس‌ها و وزن‌های مختلف از جمله فایبرگلاس و پارچه‌های تحت کشش تا سیمانی و بدنه‌های ضدسایش طراحی کرد و به‌طور نمونه ساخت سازه‌های سیمانی این محصول در سیستان و بلوچستان، گرد و خاک همراه با بادهای ۱۲۰ روزه منطقه را فیلتر می‌کند. مدیرعامل شرکت وات ویند گفت: توربین‌های اینولاکس تحولی در عرصه توربین‌های بادی به شمار می‌رود و علاوه بر رفع مشکلات توربین‌های فعلی بادی، رقیبی برای سایر توربین‌های فسیلی نیز به شمار می‌رود.

نیرو

برجام استفاده از فناوری‌های روزجهان را درصنایع آب و برق فراهم کرد

برنامه تولید هزارمگاوات برق از انرژی‌های تجدیدپذیر

وزیر نیرو گفت: امکان تامین مالی پروژه‌ها و استفاده از فناوری‌های برتر جهان در صنایع آب و برق کشور پس از اجرایی شدن برنامه جامع اقدام مشترک (برجام) فراهم شده است.

به گزارش ایرنا، حمید چیت‌چیان این سخنان را دیروز در نخستین روز از چهارمین همایش دو روزه انرژی بادی ایران در محل وزارت نیرو عنوان کرد و افزود: امروز پس از برجام بسیاری از سرمایه‌گذاران خارجی علاقه‌مند به تولید محصولات خود در داخل ایران هستند و امکان فعالیت مشترک شرکت‌های داخلی با خارجی فراهم شده‌است.

به گفته وزیر نیرو، از سال ۲۰۱۵ میلادی تاکنون بیش از ۱۴۷ هزار مگاوات نیروگاه تجدیدپذیر در جهان نصب شده است و ایران نیز براساس تعهدی که در همایش بین‌المللی «کاب۲۱» پاریس داده، در نظر دارد تا در برنامه ششم توسعه سالانه هزار مگاوات نیروگاه تجدیدپذیر در کشور وارد مدار کند.

به گزارش ایرنا، استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر و نو به دنبال حضور ایران در همایش بین‌المللی زیست محیطی پاریس فرانسه مشهور به «کاب۲۱» که از ۳۰ نوامبر تا ۱۱ دسامبر سال ۲۰۱۵ (۹ تا ۲۰ آذرماه ۹۴) در پاریس برگزار شد، قوت گرفت.

این عضو کابینه دولت یازدهم با اشاره به قانون تشویق و حمایت از سرمایه‌گذاری خارجی، یادآور شد: این قانون در سال ۱۳۸۰ به تصویب رسیده و پیرو آن، سازمان سرمایه‌گذاری خارجی در کشور شکل گرفته است.

چیت چیان گفت: علاوه بر آن، در سیاست‌های کلی نظام مطرح شده توسط مقام معظم رهبری به این مسئله اشاره شده و در قانون برنامه پنج‌ساله پنجم توسعه کشور نیز پرداختن به این موضوع و فراهم کردن زمینه‌های آن مورد تاکید قرار گرفته است.

چیت چیان گفت: از سال گذشته تاکنون تحولات خوبی برای توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر در ایران و جهان صورت گرفته و به‌ویژه انواع فناوری‌های جدید در این عرصه معرفی شده است.

چیت‌چیان رشد سرمایه‌گذاری در انرژی‌های تجدیدپذیر را تحولی اساسی در صنعت برق جهان برشمرد و ادامه داد: هرچند آهنگ رشد استفاده از این فناوری‌ها در اروپا کاهش یافته، اما در سایر نقاط جهان رشد کرده است.

وی بیان داشت: با افت قیمت انرژی‌های فسیلی در یک سال گذشته، انتظار می‌رفت رشد استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر کند شود، اما عکس آن اتفاق افتاد.

سهم ۷۵ درصدی تجدیدپذیرها در نیروگاه‌های ساخته شده در سال ۲۰۱۵

وزیر نیرو خاطرنشان کرد: کاهش قیمت انواع سیستم‌های استفاده از انرژی‌های تجدیدپذیر در جهان و قابلیت رقابت آنها با شیوه‌های سنتی تولید برق، نشان از تحول قابل ملاحظه‌ای است که در این صنعت رخ داده است.

به گفته وی، برنده شدن برخی صنایع فعال در این عرصه در برخی مناقصه‌ها با قیمت‌های بسیار نازل، از جمله در مراکش با نرخ سه سنت یورو در هر کیلووات ساعت تولید برق یا کشور امارات با نرخ ۲,۹۹ سنت یورو در هر کیلو وات ساعت تولید برق خورشیدی، حاکی است که باید به سرعت برای توسعه این نوع از انرژی‌ها در کشور حرکت کرد.

چیت چیان تصریح کرد: نزدیک به ۷۵درصد از مجموع ظرفیت جدید نیروگاهی که در سال ۲۰۱۵ در جهان ساخته شده، به انرژی‌های تجدیدپذیر اختصاص داشته است.

وی یادآور شد: ایران در جریان برگزاری همایش کاپ ۲۱ پاریس به‌صورت داوطلبانه متعهد شده که تا سال ۲۰۳۰ میلادی، ۷هزار و ۵۰۰ مگاوات انرژی‌های تجدیدپذیر را در کشور نصب کند.

این عضو کابینه دولت یازدهم اضافه کرد: علاوه بر آن، در جریان تدوین برنامه ششم توسعه، مصوب شد تا ۵هزار مگاوات از ظرفیت یاد شده در طول اجرای این برنامه (سالانه هزار مگاوات) از محل توسعه انرژی‌های تجدیدپذیر نصب شود.

چیت‌چیان خاطرنشان کرد: شبکه برق کشور آنقدر انعطاف‌پذیر است که نصب و وارد مدار کردن این ۷هزار و ۵۰۰ مگاوات برق از محل نیروگاه‌های تجدیدپذیر در آن به سادگی امکانپذیر است.

چیت چیان افزود: وجود ۱۱ هزار و ۵۰۰ مگاوات نیروگاه‌های برق آبی، نیروگاه‌های گازی و بیش از هزار مگاوات نیروگاه‌های تلمبه- ذخیره‌ای در کشور، قابلیت ذخیره‌سازی برق در ساعت‌های مورد نظر را فراهم کرده و این انعطاف را به شبکه برق کشور می‌دهند تا کمبود نیروی برق را به‌ویژه در ساعت‌های پیک شب جبران کند.

پتروشیمی

جهانگیری در بازدید از طرح آمونیاک و اوره مرودشت:

جلوگیری از خام فروشی سیاست اصلی دولت است

معاون اول رئیس‌جمهوری گفت: سیاست اصلی دولت جلوگیری از خام فروشی و تولید محصولات با ارزش افزوده بیشتراست.

به گزارش شانا، اسحاق جهانگیری دیروز در حاشیه بازدید از طرح آمونیاک و اوره شهدای مرودشت با بیان اینکه یکی از مزیت‌های اصلی کشور منابع نفت و گاز است، اظهار کرد: از سیاست‌های اصلی دولت این است که منابع تا حد مقدور خام فروخته نشود و به ارزش افزوده بیشتری تبدیل شود.

وی افزود: در این راستا صنعت پتروشیمی یکی از مهم‌ترین صنایعی است که می‌تواند اقتصاد کشور را به حرکت درآورد و با تولیدات خود در واحدهای زیرمجموعه مختلف، افزون بر ایجاد اشتغال، ارزش افزوده بیشتری تولید کند. جهانگیری با بیان اینکه صنایع پتروشیمی دانش بالایی دارد، ادامه داد: در راستای اقتصاد مقاومتی، اقتصاد ایران باید دانش‌بنیان باشد و یکی از پایگاه‌های اصلی صنایع برای دانش بنیان شدن صنعت پتروشیمی است.

وی تصریح کرد: خوشبختانه مجموعه مزیت‌های کشور در این رشته صنعتی جمع شده است و طرح آمونیاک و اوره شهدای مرودشت طرح مهمی است که با سرمایه‌گذاری ۵۵۰ میلیون یورو و ۴هزار میلیارد ریال به اجرا و بهره‌برداری رسیده است.

افزایش ارزش تولید محصولات پتروشیمی بیش از ۵ میلیارد دلار

وزیر نفت گفت: طرح‌های برنامه‌ریزی شده برای افتتاح در سال ۹۵ با سرمایه‌گذاری ۵,۴ میلیارد دلاری، ارزش تولید سالانه محصولات پتروشیمی کشور را بیش از ۵میلیارد دلار افزایش می‌دهد.

به گزارش شانا، بیژن زنگنه در آیین بهره‌برداری رسمی از طرح آمونیاک و اوره شهدای مرودشت گفت: طرح‌های برنامه‌ریزی شده برای افتتاح در سال ۹۵ را با سرمایه‌گذاری ۵,۴ میلیارد دلار و ارزش تولیدات سالانه پتروشیمی برای این طرح‌ها را حدود ۵.۱ میلیارد دلار به قیمت پایه سال ۹۰ اعلام کرد.

به گفته وزیر نفت، مجموع این طرح‌ها در سال ۹۵، ارزش تولید محصولات پتروشیمی را بیش از ۵میلیارد دلار افزایش می‌دهد. وی با اعلام طرح‌های پتروشیمی برای سال ۹۶ به پتروشیمی‌های هگمتانه، مرجان، بوشهر، فاز نخست پتروشیمی ابن سینای ماهشهر اشاره کرد و از ۸میلیارد دلار طرح پتروشیمی تا نیمه سال ۹۶ خبر داد که اجرای آن به تولید بیش از ۶,۷ میلیارد دلار به قیمت‌های پایه سال ۹۰ منجر می‌شود. زنگنه همچنین استان فارس را قطب دوم تولید گاز ایران پس از بوشهر خواند و گفت: در آینده می‌توانیم تولید گاز را افزایش دهیم.

وی درباره پالایشگاه دوم شیراز نیز توضیح داد: امیدوارم جهانگیری تلاش کند مشکل این طرح حل شود و به سامان برسد، خوراک آن را وزارت نفت باید تامین کند که تخصیص دادیم، اما مشروط به آن است که کارهای زیست‌محیطی آن حل شود.

ظرفیت تولید اوره ایران به سالانه ۵,۵ میلیون تن رسید

معاون وزیر نفت در امور پتروشیمی گفت: با راه‌اندازی واحد سوم آمونیاک و اوره شهدای مرودشت با ظرفیت ۶۸۰ هزار تن آمونیاک و یک میلیون و ۷۵ هزار تن اوره گرانول، ظرفیت تولید آمونیاک ایران به ۴.۵ میلیون تن و ظرفیت تولید اوره به ۵.۵ میلیون تن در سال رسیده است.

به گزارش شانا، مرضیه شاهدایی نیز در این مراسم گفت: صنعت پتروشیمی در کشوری که حدود ۹,۵ درصد ذخایر نفت و ۱۷.۱ ذخایر گاز جهان را دارد، از صنایعی است که به دلایل استفاده از مزیت‌های نسبی کشور و ایجاد ارزش افزوده از آغاز تاکنون مورد توجه سیاست‌گذاران وبرنامه‌ریزان کشور بوده‌است.

به گفته شاهدایی، مجتمع‌های پتروشیمی که از فرآیندهای پیچیده شیمیایی استفاده می‌کنند، بستری بالقوه برای رخداد حوادث بزرگ صنعتی به شمار می‌روند که در صورت بی‌توجهی به الزام‌های اچ اس یی می‌توانند سبب خسارت به محیط‌زیست، سلامت کارکنان و جوامع اطراف خود شوند. شاهدایی از شرکت ملی صنایع پتروشیمی ایران به‌عنوان سازمان توسعه‌ای و دوستدار و حامی محیط‌زیست یاد کرد که همواره با تدوین و ابلاغ دستورعمل‌ها و استانداردهای لازم‌الاجرا و نظارت و پایش فعالان صنعت نفت در توسعه پایدار این صنعت گام برداشته است.

اتاق اصناف

رئیس اتاق اصناف اصفهان:

تعداد اتحادیه‌های صنفی اصفهان از ۱۰۴ به ۹۷ اتحادیه کاهش یافت

پاک‌نـژاد، رئیس اتاق اصناف اصفهان گفت: اخیرا اتحادیه مهمانپذیران و هتلداران اصفهان در یکدیگر ادغام شدند و صنایع مسگری نیز با قدمت نیم قرن در دو اتحادیـه صنایع اسـتیل و صنایع دسـتی به ادغام درآمد.

سـیدمحمدرضا پاک‌نـژاد در گفت‌وگو بـا پایگاه اطلاع‌رسـانی اتاق اصناف ایران درباره مصوبه هیات نظـارت مبنی بر ادغـام اتحادیه‌های صنفی همگن، فاقد بنیه مالی و حدنصاب کافی اظهار داشت: وجود اتحادیه‌هـای کوچک به نفع اصناف نیسـت و ادغام ایـن اتحادیه‌های کوچـک در اتحادیه‌هـای بزرگ ضروری است.

وی با بیان اینکه کاهش تعداد اتحادیه‌های صنفی در اقتـدار نظام صنفی موثر اسـت، گفت: هر چقدر مدیریـت یک اتحادیه قوی‌تر باشـد، توانایی صنفی آن اتحادیه بالاتر خواهد بود.

رئیـس اتاق اصنـاف اصفهان در عیـن حال این نکتـه را مورد اشـاره قرار داد که برخی از روسـای اتحادیه‌هـای صنفـی فاقـد دانـش روز و ناکارآمد هسـتند و ضرورت دارد که از نیروهای جوان و آشنا به مدیریت روز کسب‌وکار استفاده شود.

وی دربـاره واکنش روسـای اتحادیه‌های صنفی اصفهـان به موضوع ادغام اتحادیه‌های همگن گفت: آن دسـته از اتحادیه‌های کـه دارای قدمت دیرینه هستند و مدیریت ناکارآمدی داشتند، از بابت ادغام نگران و ناراحت هستند.

پاک‌نژاد ضمن اعلام اینکه با ادغام صنوف همگن، تعـداد اتحادیه‌های صنفی در اصفهان از۱۰۴ به ۹۷ اتحادیه رسـید، افزود: اخیرا اتحادیه مهمانپذیران و هتلداران اصفهان در یکدیگر ادغام شـدند و صنایع مسگری نیز با قدمت نیم قرن در دو اتحادیه صنایع استیل و صنایع دستی به ادغام درآمد.

وی همچنیـن از طـرح ادغـام اغذیه‌فروشـان و پیتزافروشـان و همچنین ادغام اتحادیه چادردوزان به دلیل نبود حدنصاب کافی در اتحادیه همگن خود و اتحادیه ماشین‌های دوخت و چرخ‌های خیاطی در دو اتحادیه لوازم خانگی و خرازی خبر داد.

رئیس اتاق اصناف اصفهان در مورد واکنش صنوف اصفهان به ادغام نیز گفت: اگرچه در ابتدا نگرانی‌های مقطعی پیش آمد اما در نهایت همه پذیرفتند که اداره صنف، مدیریت کارآمد و به روز را می‌طلبد.

صنعت غذایی

راه‌اندازی صندوق ۴۵۰ میلیاردی برای شیر

صندوق حمایت از صنعت شیر با مصوبه و ابلاغ دولت و با اعتبـار اولیه ۴۵۰ میلیارد تومان در آینده نزدیک راه‌اندازی می‌شود که به گفته رئیس مرکز اصلاح‌نژاد و بهبود تولیدات دامی وزارت جهادکشاورزی، این اعتبار به‌عنوان سرمایه در گردش در اختیار فعالان این صنعت از تامین‌کننـدگان نهاده دامـداران تا عرضه‌کنندگان محصولات لبنی قرار می‌گیرد.

محمدرضا ملاصالحی در گفت‌وگو با ایسـنا، اظهار کـرد: صندوق حمایت از صنعت شـیر با اعتبار اولیه ۴۵۰ میلیارد تومان که در طول سه سال به آن تزریق می‌شود، راه‌اندازی شده و سـرمایه در گردشی برای کل زنجیره تولید محصـولات و فرآورده‌های لبنی از تامین‌کنندگان نهاده‌های تولیـد تا دامداران، صنایع لبنی و عرضه‌کنندگان این محصولات خواهد بود.

وی افزود: یک بستر الکترونیک نیز برای تبادلات مالی در این زنجیره تولید راه‌اندازی می‌شود تا همه عملیات‌های مالی در قالب آن انجام شـود؛ به‌عنوان مثال اگـر دامداری تـا پیش از این بـرای دریافت بهای محصولش (شـیرخام) حدود ۹۰ روز به انتظار می‌نشسـت با راه‌اندازی این صنـدوق در همان روز تحویل شـیرخام به کارخانه لبنی بهای تولیدش را دریافت می‌کنـد و دیگر تولیدکنندگان و فعالان در این زنجیره نیز از این صندوق می‌توانند بهره بگیرند.

رئیس مرکـز اصلاح‌نژاد و بهبـود تولیدات دامی وزارت جهاد کشـاورزی ادامه داد: صندوق حمایت از صنعت شـیر مختص صنایع لبنی نیسـت و همه فعـالان زنجیره تولیـد محصولات لبنی را شـامل می‌شود که در واقع جایگزینی برای خانه شیر است که در بسیاری از کشورها وجود دارد.

ملاصالحی تصریح کرد: گرچه اعتبار ۴۵۰ میلیارد تومانی این صندوق کافی نیست، اما سهامداران این صندوق که همان فعـالان زنجیره تولید محصولات لبنی هستند باید بخشی از سهام را خریداری کنند و از سـوی دیگر نیز دولـت در ادامه از این صندوق حمایـت خواهد کرد و این مبلغ تنها اعتبار اولیه‌ای برای راه‌اندازی و آغاز به کار این صندوق است.

وی گفـت: صندوق حمایت از صنعت شـیر پس از مراحـل ثبـت و تایید از سـوی مراجع ذی‌صلاح راه‌اندازی می‌شـود که با توجه به زمان‌بر بودن طی مراحـل اداری نمی‌توان بـازه زمانـی دقیقی برای راه‌اندازی آن اعلام کرد.

گروه سرمایه‌گذاران ایتالیایی در بازدید از روزنامه فرصت امروز:

توافق هسته‌ای علاوه بر اقتصاد ایران، اقتصاد اروپا را نیز شکوفا می‌کند

در حالـی کـه همچنـان مخالفـان برجـام صدایشـان بلنـد اسـت، هیات‌هـای تجـاری، اقتصـادی مرتـب بـه ایـران می‌آیند و شـاید هیات‌های ایتالیایی فعال‌ترین آنها باشند.

گروهـی از سـرمایه‌گذاران ایتالیایی که برای سـرمایه‌گذاری در بخش‌هـای مختلف به ایران آمده‌انـد، معتقدنـد توافـق هسـته‌ای عـلاوه برکمک به اقتصاد ایـران می‌تواند اقتصاد اروپا را نیز شکوفا کند.

ایـن گـروه از سـرمایه‌گذاران ایتالیایـی در ایران شرکتی تاسـیس کرده‌اند تا از طریق آن نه تنها پای سـرمایه‌گذاران بیشتری را به ایران باز کنند که سرمایه‌گذاران اروپایی و به‌خصوص ایتالیایی علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری در صنایع کوچک و متوسط را به ایران بیاورند.

شـرکت اصلی آنها در لندن ثبت شده و دکتر فرانکو مورلو، مدیرعامل این شرکت است.

پروژه‌هـای آنها در ایران در حوزه انرژی‌های نو اسـت و به‌زودی کارشان را در استان کرمان کلیـد خواهند زد. دکتـر مورلـو، دکترکازاتی، مهنـدس لونـا نـوا و مهنـدس آلبرتـی مارکو در بازدیـد از روزنامـه فرصـت امـروز از روند سرمایه‌گذاری در ایران و اهداف‌شان گفتند.

آنها وضعیت ایران را قابل اعتماد دانسـته اما ادامـه روند این اعتماد را بسـته به ادامه دولت روحانی می‌دانند که پس از سال‌ها توانسته نگاه به ایران را در سطح جهانی تغییر دهد.

مینو گله
مترجمان: ساسان شمس‌مستوفی
محمد رضوی شیرازی

به نظر شـما که تجربـه چندین سـفر را به ایران داریـد و در حال سـرمایه‌گذاری در ایران هستید، چه مشـکلاتی در این مسیر وجود دارد؟

مورلـو: ببینیـد ما فکـر می‌کنیم تمـام خارجی‌هایی که ایـن مدت به ایـران آمدنـد اعتقاد دارند کـه ایران ثبات اقتصـادی دارد، امـا ثبات رویه نـدارد، مـا در اغلب جلسـاتمان این را گفتیـم. قوانیـن شـما دائما عوض می‌شـوند. مثلا تعرفه خرید تضمینی برق در سـال گذشـته دو بـار تغییر کـرد. در مـورد مشـکلات و موانـع سرمایه‌گذاری درکشور شما، دولت ما کاملا از ما حمایت می‌کند که در ایران سـرمایه‌گذاری کنیم. اینجا هم دیدیم که دولت ایران از سرمایه‌گذار خارجی حمایت می‌کند. اما مشـکل بزرگ ما مراودات بانکی اسـت که هنوز شرایط نقـل و انتقال فراهم نشـده اسـت اما امیدواریم به‌زودی حل شود.

طـرف قـرارداد شـما فقـط بخـش دولتـی ایـران اسـت، یـا همکاری‌هایـی بـا بخش خصوصی هم خواهید داشت؟

کازاتی: قرارداد ما با سـازمان انرژی‌های نو (سـانا) از زیرمجموعه‌هـای وزارت نیرو اسـت. سـرمایه‌گذاری ما در انـدازه ۲۰۰ مگاوات است که بیش از ۲۰۰ میلیون دلار سـرمایه‌گذاری را شامل می‌شود. اما امکان جذب یکباره این سـرمایه‌گذاری در حال حاضر وجود ندارد و در طول سـه تا چهار سال این کار انجام خواهد شد. اما با برخی شرکت‌های خصوصی که قبلا از این سازمان مجوز گرفته‌اند اما توان سرمایه‌گذاری ندارند، در حال مذاکره هستیم که بتوانیم از طریق تجمیع این شرکت‌ها سرمایه‌گذاری را انجام دهیم. همچنین ما آماده فاینانس در زمینه نفت، پتروشیمی، داروسـازی و خودرو در ایران‌هستیم.

آیـا مشـخص شـده، ایـن سـرمایه‌گذاری در کدام استان‌ها انجام خواهد شد؟

مارکو: با توجه به محدودیت‌هایی که در زمینه سـاعات تابش خورشید وجود دارد، اسـتان‌های فـارس، یزد، کرمان و بخشـی از خراسـان جنوبی از مناطقی هستند که در نقشه‌های جهانی بیش از ۱۷۰۰ سـاعت تابش خورشید دارند. در حال حاضـر و با توجه به مذاکرات چند روزه که داشـتیم، کارمان را با دو یا سه نقشه در اسـتان کرمان شروع خواهیم کرد و با یکی از کسانی که در استان یزد مجوز دارد، مذاکره کردیم.

سرمایه‌گذاری در این بخش کار تازه‌ای در ایران است، اینکه ایران چقدر ظرفیت و پتانسـیل در این حـوزه دارد، یا اینکه در این بخش با چه کشورهایی می‌تواند مقایسه شـود. شـاید ایـن قیـاس بتواند ابعـادی از این سـرمایه را نشـان دهد. ارزیابی شما چیست؟

لونـا: ۳۰ درصد کشـور ایـران در طـول سـال در تابش خورشـید قرار دارنـد. ایـن موقعیـت در مقایسـه با کشورهای شمال ایران و اروپا بی‌نظیر است. در مقایسـه با کشورهای خلیج فارس اگرچه آنها تابـش خوبی دارند اما گرمـای هـوا باعث پاییـن آمدن کارایی تجهیزات می‌شـود یعنی ایران بهتریـن موقعیت را داراسـت. هم به لحـاظ موقعیت تابش خورشـید و هم وسعت زمین و قیمت آن. چهار استان فارس، یزد، کرمان و بخشی از خراسان جنوبـی بیش از ۱۶۰۰ سـاعت تابش خورشـید در سـال دارند. این میزان در اروپا در نهایت ۱۰۰۰ ساعت است. شـرایط برجـام ایران را آمـاده جذب سـرمایه‌گذاری کـرده اسـت و اتفاقا ایران شرایط بسیار خوبی دارد، چراکه بدهی بین‌المللی‌اش تقریبا صفر است. ۹۹ هزار میلیـارد دلار کل بدهی‌های بین‌المللـی اسـت که سـهم آمریکا و انگلسـتان از همه بیشتر است و ایران تنها ۱۶ میلیارد دلار بدهی بین‌المللی دارد. پـس ایران برای سـرمایه‌گذاری خارجی از نظر سود و بازگشت سرمایه بکر است. جذابیت‌هایی که دولت برای سـرمایه‌گذاری خارجی گذاشته برای آنها خیلی ترغیب‌کننده است.

آیـا بـرای تولیـد تجهیـزات و ماشـین‌آلات ایـن نیروگاه‌هـا در ایران، صحبتی شده است؟

کازاتـی: گام اول ما این اسـت که ایـن کار را در ایـران اجرایی کنیم و بعـد از آن در مورد تولید برق تصمیم ما این اسـت که ایـن کار را در ایران صنعتی‌سازی کرده و تکنولوژی آن را به ایران بدهیـم. دولت ایران به دنبال ۵هزار مگاوات برق خورشـیدی است که رقم بسیار بالایی است در حالی که برای هـر ۱۰ مگاوات ۲۰ هکتار زمین لازم اسـت. به نظر من با توجه به این رقم در حال حاضر اینکه ایران بخواهد صنعت این کار را در کشـورش ایجاد کند، توجیه اقتصادی ندارد، اما امکان گسـترش آن در آینده که حجم تولید بالاتر خواهد رفت وجود دارد.

از زمانی که مسـئله برجام مطرح شـده وهیات‌های خارجی به ایران می‌آینـد، آنهـا ایـران را بـه دلیل امنیتـش در منطقـه بـرای کانون سـرمایه‌گذاری مناسـب می‌دانند. مثلا خودروسـازهای فرانسوی این بحث را مطرح کردنـد و روی ایران بـرای بازارهـای صادراتی‌شـان در منطقـه فکر می‌کنند، آیا شـما هم در برنامه‌تان هسـت که ایران هاب منطقه باشد؟

کازاتی: متاسفانه در جامعه جهانی از ایران، سوء برداشت وجود دارد. به محض اینکه می‌گویید می‌خواهیم به ایران برویم همه به شـما می‌گویند خطرناک است. بـه نظر من ایران بایـد روی این موضوع تبلیغات زیـاد و جدی انجـام دهد. این فوبیا که نسـبت به ایران وجـود دارد به دلیل عدم اطلاع‌رسـانی مناسب از سوی شماست. باید بیشـتر کار کنید. من در ایـران فرصت‌هـای خیلی خوبـی برای سـرمایه‌گذاری می‌بینم و واقعا شرایط با آنچـه در خارج از ایـران وجود دارد فرق می‌کند. ایران امنیت فوق‌العاده‌ای دارد اما شناخته شده نیست و احتیاج به کار دارد.

بـرای کار بـا بخش‌خصوصـی چطور؟

مارکو: مشـکل عمده مـا مراودات بانکـی اسـت. ضمانت‌نامـه رد و بدل نمی‌شـود. به نظر من الان لازم است دولت ایران خودش گارانتی‌هایی را به دولت‌هـا بدهد تا سرمایه‌گذاران‌شـان بـه ایـران بیاینـد. بخش‌خصوصی ما بـا بخش‌خصوصـی همـه کشـورها مسـتقیم و بدون دردسر کار می‌کند، اما با بخش‌خصوصی شـما نمی‌توانیم کارکنیم چـون ضمانت لازم توسـط بانک‌ها وجود ندارد.

آیا ترجیح شـما هست زمانی که همه شرایط برای شما مطلوب شد، با بخش خصوصـی ایران کار کنید یا می‌خواهیـد حتما ضمانت دولت را داشته باشید.

لونـا نوا: هر دو دولت رابطه بسـیار خوبی با هم دارند. بخش خصوصی هر دو کشور هم نیاز دارند با هم کار کنند اما نقشی که دولت‌ها دارند نمی‌توانند ایفا کنند. شـما باید وضعیت مناسب سـرمایه‌گذاری را در کشـورتان در مجامع بین‌المللی هر چقدر می‌توانید تبلیغ کنید.

الان نگاه شـما به ایـران چطور اسـت و آینده خودتـان را چطور می‌بینید؟

مارکـو: در ایتالیـا خیلی‌ها معتقد هسـتند ایران اقتصاد اروپـا را نجات داده اسـت و مـا هم خیلی مشـتاق هسـتیم. شـرایط اقتصادی کـه اروپا دارد و بـازار ۸۰ میلیونـی ایران برای ما فرصتـی ایجاد کرده که کارهایی را کـه نمی‌توانیم آنجا انجام دهیم، اینجا عملی کنیم. ما به بازار ایران امیدواریم.

ایـن نیـاز می‌تواند کمـک کند مراودات بانکی زودتر برقرار شود؟

لونـا: مـن نمی‌دانم ایـن یک بحث سیاسی است که به آمریکا ارتباط دارد.

شما به‌عنوان بیزینسمن با توجه به شـرایطی که در ایـران دیدید، چقدر می‌توانید به سرمایه‌گذاران ایتالیایی پیشـنهاد کنید که برای سرمایه‌گذاری به ایران بیایند؟

کازاتی: من همیشـه با کسانی که در ارتبـاط هسـتم و می‌شناسـم در مورد فرصت‌هایی کـه در ایران وجود دارد صحبت می‌کنم و آنها را تشـویق می‌کنم کـه به ایـران بیاینـد. ایران واقعا پتانسـیل بالای اقتصـادی دارد. ما به دنبال این نیسـتیم که کارکوتاه و موقتـی انجام دهیـم بلکه به حضور طولانی‌مدت فکر می‌کنیم.

سـوال مـن از فرانکـو مورلـو، مدیرعامل اسـت که گفتند شـش سالی می‌شود که به ایران رفت‌وآمد می‌کنـد. دوران تحریم‌ها، مذاکرات وامروز هم برجام، ایـران امروز را با روزهای دوران تحریم چقدر متفاوت می‌بینید، آیا آنقدر که گفته می‌شد فضای ایران تغییر کرده است؟

مورلو: سـه سـال اخیر با چهار سال قبـل از آن خیلـی فـرق می‌کنـد، ما بـرای کوچک‌ترین کار یـا رابطه‌ای که می‌خواستیم برقرار کنیم خیلی مشکلات و موانع داشـتیم. یا اصلا نمی‌شد کاری کنیم شـرایط بسیار سخت بود. اما الان شرایط ۹۰ درصد بهتر شده است.

مارکـو: بـا ایرانـی هم کـه اینجا صحبـت می‌کنیم آنها دوسـت دارند تغییرات سـریع‌تر باشـد و به مرحله دیگـری برسـیم. در مـورد شـرایط اقتصـادی کشـورتان فکـر می‌کنـم خودتان بهتـر از همه قضاوت خواهید کرد. برای کسی که خارج از ایران بوده قابل درک نیسـت و نمی‌تواند قضاوت درستی داشته باشد.

صنایع کوچک

مدیرعامل سازمان صنایع کوچک خبر داد

ارائه خدمات جدید توسط صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری صنایع کوچک

مدیرعامل سـازمان صنایع کوچک و شهرک‌های صنعتـی از ارائـه خدمـات حمایتی جدید توسـط صندوق ضمانت سـرمایه‌گذاری صنایع کوچک خبر داد و گفت: دولت با ایجاد مشـوق‌ها و حمایت‌های مختلف در قالب چارچوب‌هـای قانونی برنامه‌ریزی شـده، عزم جدی برای حمایـت از صنایع کوچک و متوسط دارد.

به گزارش ایسنا، علی یزدانی، معاون وزیر صنعت، معـدن و تجارت اظهار کـرد: یکی از ماموریت‌های شـرکت شـهرک‌های صنعتـی در اسـتان‌ها در حوزه زیرسـاختی اسـت که باید با ایجـاد تعامل با دستگاه‌های اجرایی صورت پذیرد.

وی یادآور شـد: رسالت‌های این سـازمان در دو حـوزه ایجـاد و توسـعه زیرسـاخت‌های صنعتی و دیگری حمایت از صنایع کوچک و متوسط، تعریف می‌شود.

یزدانـی بـا اشـاره بـه مشـوق مالیاتـی بـرای سرمایه‌گذاران در قانون رفع موانع تولید رقابت‌پذیر و ارتقای نظام مالی کشور تصریح کرد: براساس این قانون واحدهای تولیدی و معدنی مستقر در مناطق ویژه اقتصادی یا شـهرک‌های صنعتی به‌اسـتثنای واحدهای تولیدی و معدنی مسـتقر در مناطق ویژه اقتصادی یا شـهرک‌های صنعتی مسـتقر در شعاع ۱۲۰ کیلومتری مرکز اسـتان تهران (به اسـتثنای شهرک‌های صنعتی استان‌های قم و تهران) مشمول نـرخ صفر مالیاتی موضوع این ماده هسـتند و دوره برخـورداری محاسـبه مالیـات با نرخ صفـر برای واحدهـای مذکور به مدت هفت سـال و در صورت استقرار شهرک‌های صنعتی یا مناطق ویژه اقتصادی در مناطق کمتر توسعه‌یافته به مدت ۱۳سال خواهد بود.

معـاون وزیـر صنعت، معدن و تجـارت در بخش دیگری از سـخنان خود به خدمات صندوق حمایت از تحقیقات و توسـعه صنایع الکترونیک اشاره کرد و افزود: اعطای تسـهیلات مالی، صدور ضمانت‌نامه ارائـه خدمـات کارشناسـی و سـرمایه‌گذاری ریسـک‌پذیر محورهـای اصلی خدمات قابـل ارائه توسط این صندوق است.

خبرنامه

تسهیلات ۱۰۰ میلیاردی بانک دی برای تولید فرآورده‌های پلاسمایی

بانک دی در سال اقتصاد مقاومتی، اقدام و عمل به یکی از شرکت‌های تولیدکننده فرآورده‌های پلاسمایی و بیولوژیک مورد نیاز بیماران ۱۰۰ میلیارد ریال تسهیلات اعطا کرد.

به گزارش اداره کل روابط عمومی بانک دی، معاونت اعتبارات و بازاریابی بانک دی با هدف کمک به تولید ملی و ارتقای صنایع داخلی، اعطای تسهیلات به بخش‌های تولیدی و حیاتی کشور را در اولویت برنامه‌های سال ۹۵ خود قرار داده و در این زمینه در سه ماهه اول سال جاری به یک شرکت تولیدکننده محصولات پزشکی تسهیلات ارائه کرد.

تولید دارو از پلاسمای خون برای بیماران خاص از جمله پروژه‌های علمی روز دنیا در زمینه داروسازی است و اغلب کشورهایی که از اهداکنندگان خون قابل توجهی برخوردارند، گام در مسیر تولید این داروها می‌گذارند.

پلاسمای خون یا آب خون مایعی است که ۹۱ درصد آن را آب، یک درصد املاح و یون‌های معدنی، ۷درصد پروتئین و یک درصد باقی مانده را ویتامین‌ها، مواد قندی و لیپیدی، هورمون‌ها، اسیدهای آمینه، گلوکز و چربی و مواد دفعی تشکیل می‌دهند.

با این وجود، پلاسما عنصر تشکیل‌دهنده ۵۵ درصد خون و یکی از عناصر حیاتی در طبیعت است که مطابق پژوهش‌های علمی می‌تواند مواد اولیه برخی داروهای بیولوژیک را تشکیل دهد. بانک دی پیش از این سبد تسهیلاتی ویژه‌ای برای جامعه پزشکان و تولیدکنندگان صنایع پزشکی در نظر گرفته و تسهیلات متنوعی را پرداخت کرده بود.

صندوق امین سامان با استقبال گسترده سرمایه‌گذاران رکوردزنی کرد

صندوق سرمایه‌گذاری امین سامان به بالاترین ارزش خالص دارایی در دوره فعالیت پنج ساله خود رسید.

به گزارش اداره روابط عمومی بانک سامان، رضا حیدری مدیر بانکداری اختصاصی با اعلام این خبر گفت: صندوق امین سامان با هدف تجمیع سرمایه‌های مشتریان خود و بهره‌برداری از مزایای سرمایه‌گذاری در مقیاس بزرگ تشکیل شده و در پنج سال گذشته توانسته است به‌عنوان تکمیل‌کننده خدمات و محصولات بانک ایفای نقش کند. حیدری افزود: از منظر فنی، وجوه جمع‌آوری‌شده در صندوق مذکور برای سرمایه‌گذاری در اوراق و سپرده‌های دارای بازدهی ثابت در بازار پول و سرمایه مصرف می‌شود. ازاین‌رو می‌توان این نوع سرمایه‌گذاری را در ردیف کم‌ریسک‌ترین سرمایه‌گذاری‌ها در کنار سپرده‌های بانکی طبقه‌بندی کرد.

مدیر بانکداری اختصاصی بانک سامان تصریح کرد: در حال حاضر فعالیت اصلی این صندوق، سرمایه‌گذاری در حوزه‌های مختلفی همچون اوراق مشارکت، سپرده بانکی، اوراق بهادار تضمین‌شده موجود در بازار است که این کار با به‌کارگیری نیروهای متخصص و گردآوری و تحلیل اطلاعات و مدیریت دارایی‌های سبد، با اولویت قرار دادن موضوع ریسک صورت می‌گیرد.

حیدری اضافه کرد: عملکرد صندوق مذکور در مجموع پنج سالی که از تأسیس آن می‌گذرد قابل قبول بوده است و با استقبال سرمایه‌گذاران توانسته رقم ارزش خالص دارایی‌های خود را به ۹۳۰ میلیارد ریال برساند که یک رکورد محسوب می‌شود.

حیدری خاطرنشان کرد: درحال حاضر، نرخ پیش‌بینی بازده صندوق امین سامان سالانه ۱۸درصد است که این نرخ حداقل نرخ قابل دستیابی برای صندوق به‌حساب می‌آید. اما متوسط عملکرد صندوق در سال ۹۵ بالای ۲۰. ۸ درصد بوده که سود حاصل‌شده، در پایان هر ماه به حساب سرمایه‌گذاران واریز شده است.

تفاهم‌نامه همکاری بیمه‌کوثر با سازمان بسیج حقوقدانان ایران

تفاهم‌نامه بیمه‌کوثر با سازمان بسیج حقوقدانان ایران در راستای اجرای سراسری و پرقدرت پروژه ملی بیمه حامی به امضا رسید.

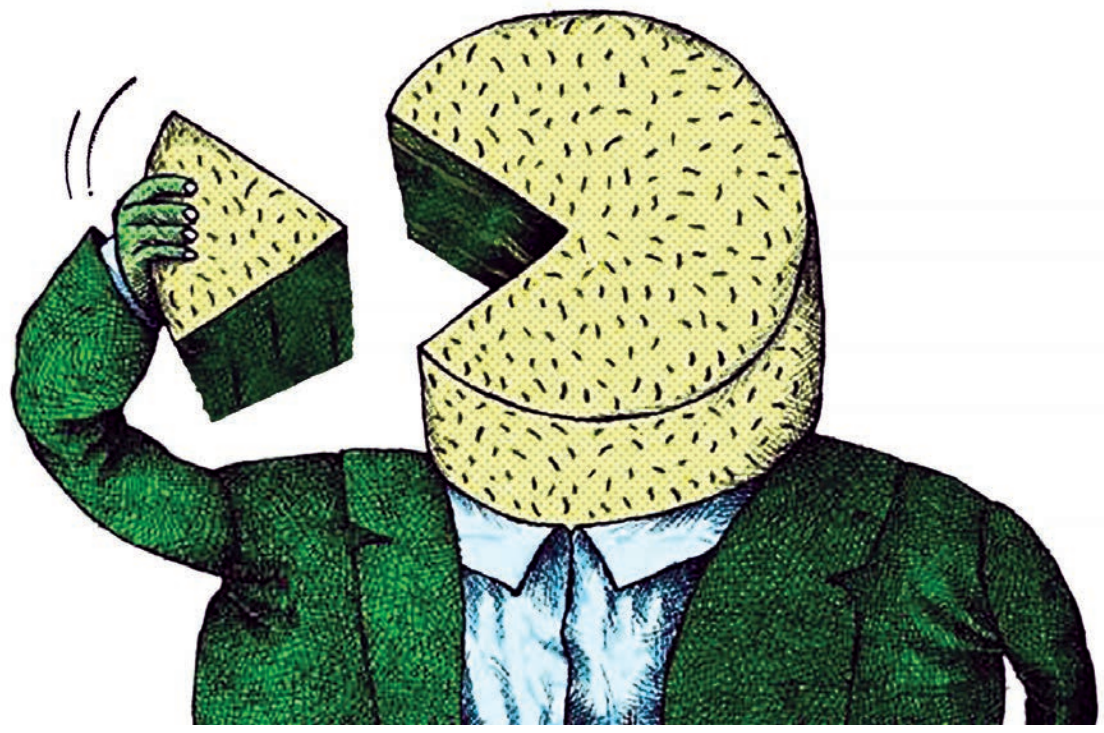
به گزارش روابط‌عمومی و اعلام مدیر بیمه‌حامی بیمه‌کوثر، براساس این تفاهم‌نامه با همکاری طرفین و بهره‌مندی از نیروهای متخصص و متعهد و بسیجی، بستر مناسبی برای خدمات‌رسانی به تمامی اقشار جامعه در سراسر کشور فراهم خواهد شد.

لاله کریمی، سازمان بسیج حقوقدانان را مجموعه‌ای پویا و فراگیر متشکل از حقوقدانان برجسته و پایبند به ارزش‌های حرفه‌ای و مشتاق حضور در عرصه‌های مورد نیاز دانست و تصریح‌کرد: بیمه‌کوثر سعی دارد با همکاری این سازمان در راستای فرهنگ‌سازی و ایجاد بستر مناسب برای تحقق و گسترش عدالت و دفاع از آزادی و بهبود رفاه و آرامش جامعه، گامی هرچند کوچک بردارد.

وی با بیان اینکه سازمان بسیج حقوقدانان ایران، بزرگ‌ترین سازمان متشکل از حقوقدانان است، خاطرنشان‌کرد: امید است با اجرای سراسری بیمه حامی گرهی از مشکلات حقوقی جامعه گشوده و با ارائه خدمات این رشته بیمه‌ای نو، از بسیاری از مشکلات اجتماعی پیشگیری شود.

دولت مجبور به انتخابی دردناک بین وجهه تبلیغاتی و منافع ملی است

پرداخت یارانه نقدی یا حل مشکل بیکاری



نسیم نجفی
nasim64najafi@gmail.com

سال ۸۹ در تاریخ اقتصاد ایران ماندگار شده است. در این سال بود که دولت وقت یکی از پر سرو صداترین برنامه‌های اقتصادی را به اجرا درآورد و اقتصاد ایران را وارد مسیری کرد که لااقل برای یک دهه از اصلی‌ترین محورهای دولت بعد شد.

اصلاح قیمت، حذف یارانه برخی اقلام اساسی و حامل‌های انرژی و پرداخت آن در قالب یارانه نقدی به مردم برنامه‌ای بود که با وجود ظاهر جالب آن، دغدغه‌های زیادی را در پی داشت. محمود احمدی‌نژاد رئیس جمهوری وقت اعتقاد داشت که در صورت اجرای دقیق برنامه می‌توان مبلغ ۲۵۰ هزار تومان به هر ایرانی یارانه داد، اما این اقدام تنها در ازای ۸ برابر شدن قیمت حامل‌های انرژی ممکن می‌شد؛ امری که معلوم نبود مردم زیر بار آن بروند. اجرای برنامه یارانه نقدی با وجود هدف‌های بلندپروازانه‌ای که برای آن در نظر گرفته شد در عمل شکل دیگری به خود گرفت. اگرچه در روستاهای دورافتاده با خانوارهای پرجمعیتی که میزان مصرف آنها نسبت به خانوارهای شهری به‌شدت کنترل شده و محدود است، یارانه نقدی بسیار جذاب است، اما در خانوارهای شهری به دلیل الزامات زندگی شهری و مصرف بالای حامل‌های انرژی و دیگر اقلام، یارانه‌ای که در ازای اصلاح قیمت این اقلام به هر فرد تعلق می‌گیرد به سختی تکافوی حتی یکی از فیش‌های آب یا برق را می‌دهد و به همین دلیل نارضایتی‌هایی را در پی داشته است. این در حالی است که دولت یازدهم با میراثی روبه‌رو بوده که با توجه به افت شدید قیمت نفت، هر ماه مجبور به تزریق میزان زیادی نقدینگی به اقتصاد و حساب‌های مردم است؛ امری که طیب نیا از آن به‌عنوان کابوس دولت نام می‌برد.

ضدو نقیض مجلس قبل

این شرایط موجب شد تا برای نخستین بار در سال ۹۲ موضوع حذف یارانه افراد پر درآمد مطرح شود؛ افرادی که در عمل هیچ نیازی به یارانه نقدی ندارند و این یارانه حتی تکافوی پول توجیبی فرزندان آنها را هم نمی‌دهد.

علی‌محمد احمدی، نماینده دهلران در مجلس پیشین در این زمان با اعلام این خبر گفته بود: در هیچ کجای دنیا این تجربه وجود ندارد که به همه مردم به شکل فراگیر و یکسان یارانه بدهند. تمام اهداف یارانه‌ای این است که برابری‌های توزیع درآمد تعدیل شود و مکانیزمی که ما دنبال می‌کنیم نه از کارایی برخوردار است و نه از عدالت، در بعد کارایی معمولا یارانه‌هایی مفید هستند که می‌توانند الگوی مصرف را جهت داده و تخصیص را بهبود بخشند که این ویژگی‌ها در یارانه ما وجود ندارد.

مجلس وقت اقدام به تهیه طرحی کرد که براساس آن دولت حداقل باید سه دهک از پردرآمدترین افراد جامعه را حذف کند و براین اساس دهک‌های ۸، ۹ و ۱۰ یارانه‌بگیر و یا به عبارتی ۳۰ درصد یارانه‌بگیران جامعه حذف می‌شدند.

اما غلبه برخی دیدگاه‌های خاص در مجلس وقت موجب شد تا سرانجام پرونده حذف یارانه نقدی سه دهک بالای درآمدی در جلسه علنی به مسیری برود که قابل پیش‌بینی نبود، چراکه به‌رغم تصویب کلیات آن توسط نمایندگان و موافقت دولت، جزییات آن در قالب تبصره‌های لایحه اصلاح قانون بودجه ۹۲ تصویب نشد تا برای زمان نامعلوم دیگری کلاه‌گردانی دولت برای تأمین اعتبار به منظور پرداخت به مردم ادامه داشته باشد.

اما چندی بعد درحالی‌که مجلس وقت آخرین روزهای خود را می‌گذراند اقدام به تصویب مصوبه دیگری کرد که براساس آن یارانه سه دهک پر درآمد جامعه حذف می‌شود، اما با این وجود هنوز مراحل اجرایی فراهم نشده است.

اشتغالی که می‌تواند باشد و نیست

این در حالی است که پرداخت سالانه ۴۲ هزار میلیارد تومان یارانه نقدی، در صورت اصلاح می‌تواند نقدینگی پرتوانی را وارد بخش تولید کند و اقتصاد کشور را از رکود نجات دهد. این میزان یارانه در سال در حالی از سوی دولت پرداخت می‌شود که بیش از ۲ میلیون و ۵۰۰ بیکار روی دست اقتصاد و جامعه مانده است و اصلاح نظام پرداخت یارانه می‌تواند برای بسیاری از بیکارها شغل به وجود بیاورد.

حسین راغفر، کارشناس اقتصادی در گفت‌وگو با «فرصت امروز» در این باره گفت: پرداخت یارانه به شکل فعلی غلط است. این یارانه باید تنها به دهک‌های پایین جامعه تعلق بگیرد، درحالی‌که در حال حاضر این موضوع برای همه افراد به صورت یک حق تلقی می‌شود.

وی افزود: پرداخت یارانه به این شکل با روحیه کار و تحرک در جامعه منافات دارد. در برخی روستاها این موضوع موجب شده که افراد تنها با دریافت یارانه زندگی کنند و از کار و تلاش دست بردارند.

راغفر تأکید کرد: در صورتی که شکل پرداخت یارانه تغییر کند و یارانه تنها به افراد فقیر و مستمند جامعه تعلق گیرد دولت می‌تواند از منابع حاصل از آن به تقویت بخش‌های آسیب‌پذیر تولید بپردازد و شرایطی را فراهم کند تا گروه‌های محروم جامعه از شغل و امکانات بهتری برای زندگی برخوردار باشند.

گزارش ۲

پورابراهیمی: ادامه مسیر یارانه برای نظام ممکن نیست

روسای کمیسیون‌های اقتصادی و برنامه و بودجه مجلس در یک میزگرد تلویزیونی درباره حذف یارانه دهک‌های بالا بر لزوم اختصاص منابع هدفمندی به بخش تولید تأکید کردند و گفتند که نحوه هزینه‌کرد یارانه‌ها باید تغییر کند.

به گزارش ایسنا، محمدرضا پورابراهیمی، رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس در این رابطه اظهار کرد: در زمان بررسی بودجه سال ۹۵ در کمیسیون تلفیق پیشنهادی مطرح شد که برای حذف یارانه دهک‌های بالا، ضمانت اجرایی محکمی پیش‌بینی شود چرا که متأسفانه خیلی از قوانین تدوین شده، اما متأسفانه دولت به دلایل مختلف از اجرای آن استنکاف کرده و ما معتقد بودیم که اگر در مجلس این را جدی نگیریم، خروجی کار همان خواهد شد که در سال‌های گذشته اتفاق افتاده است.

وی افزود: در سال‌های گذشته ما سالانه ۴۲ هزار میلیارد تومان پرداخت نقدی یارانه داشتیم و اکنون هم گرفتار آن چیزی هستیم که بابت هدفمندی به دست نیاورده‌ایم. در واقع ما از بودجه عمومی برداشت و آن را به‌عنوان یارانه نقدی به مردم پرداخت کرده‌ایم، درحالی‌که تحلیل ما این بود که منابع باید آزاد شود و به حوزه تولید و اشتغال بیاید.

این نماینده مجلس با اشاره به پیش‌بینی برخورد تعزیری با دهک‌های بالای یارانه‌بگیر در بودجه ۹۵ اضافه کرد: ما معتقدیم این کار جهت الزام دولت به اجرای قانون ضروری است.

پورابراهیمی ادامه داد: طبق آمار سال گذشته مرکز آمار در خصوص درآمدهای خانوارها، پردرآمدترین دهک‌ها سالانه به‌طور متوسط ۱۰۴ میلیون تومان درآمد دارند درحالی‌که تقریبا ۷ میلیون نفر دهک کم‌درآمد داشتیم. طبق این آمار ۴ دهک سالانه بیش از ۳۵ میلیون تومان درآمد دارند.

وی با اشاره به اظهارات وزیر اقتصاد در مجلس مبنی بر شناسایی ۱۰ میلیون نفر از دهک‌های بالا و آمادگی دولت برای حذف یارانه این افراد تصریح کرد: در هر حال اطلاعاتی که از طرف دولت ارائه می‌شود مبنای تصمیم ما خواهد بود.

رئیس کمیسیون اقتصادی مجلس با اشاره به اینکه یک سال از فعالیت دولت یازدهم باقی است، خاطرنشان کرد: به هر حال سال آینده انتخابات ریاست جمهوری را در پیش داریم و حساسیت‌هایی وجود دارد که حتی با درصد خطای کم موجبات مسائل دیگری را فارغ از بحث کارشناسی در حوزه هدفمندی فراهم می‌کند.

پورابراهیمی اضافه کرد: وقتی مجلس می‌گوید سه دهک را حذف کنیم عملا این به معنای کمک به دولت برای کاهش پرداختی‌هاست، یعنی حدود ۱۲هزار میلیارد تومان از منابع می‌تواند در اختیار دولت قرار بگیرد تا در حوزه اشتغال و تولید هزینه شود.

این نماینده مجلس تأکید کرد: این موضوع برای ما قابل درک است که هر دولتی در سال آخر فعالیتش این حساسیت را دارد که به نحوی عمل کند که تبعات اجتماعی آن در انتخابات اثر نگذارد.

پورابراهیمی با اشاره به تصمیم مجلس برای حذف یارانه دهک‌های بالا تأکید کرد: سال گذشته پیش از انتخابات مجلس کمیسیون تلفیق این تصمیم را اتخاذ کرد و هزینه این تصمیم سیاسی بر عهده مجلس قرار گرفت.

وی درباره نحوه اجرای هدفمندی یارانه‌ها نیز گفت: مدل‌های زیادی در بحث هدفمندی کار شد و ما در نهایت به این نتیجه رسیدیم که نحوه پرداخت بخشی از تعهدات مرتبط با تفاوت قیمت حامل‌های انرژی به چه شکلی باشد اما از ابتدا مسیر حرکت ناصحیح بود. قرار نبود به این شکل عمل شود. البته قانون متقن و محکم بود، اما اجرای آن ناقص بود و بعدا در دولت فعلی هم استمرار پیدا کرد.

وی ادامه داد: آنچه نگرانی ایجاد می‌کند این است که این شیوه اجرای هدفمندی نه‌تنها به تولید کمکی نکرده، بلکه سهم بودجه عمومی را نیز کسر می‌کند. همچنان که در سال ۹۴ عدد تحقق یافته ما به‌التفاوت قیمت ۳۲ هزار میلیارد تومان و پرداخت‌های نقدی ۴۲ هزار میلیارد تومان بود، درحالی‌که تعهدات تا سقف ۴۸ هزار میلیارد تومان بود و این عددها نشان می‌دهد نه‌تنها از این منابع به بخش تولید اختصاص نیافته، بلکه تولید به چالش اصلی خیلی از خانوارها تبدیل شده و آنها حاضرند اشتغال داشته باشند، اما یارانه دریافت نکنند.

غلامرضا تاجگردون، رئیس کمیسیون برنامه و بودجه نیز در همین رابطه با اشاره به عدم حذف یارانه دهک‌های بالا توسط دولت که در قانون بودجه سال ۹۵ پیش‌بینی شده بود، گفت: دلیلی ندارد دولت منتظر این بماند که ببیند مصوبه مجلس در اصلاحیه بودجه ۹۵ چه خواهد شد، چرا که اگر قرار باشد اصلاحی صورت بگیرد در مورد حذف یارانه ۲۴میلیون نفر قرار نیست اصلاحی انجام شود بلکه صرفا قرار است حکم تعزیری که برای عدم اجرای این قانون پیش‌بینی شده برداشته شود.

وی افزود: در جریان بررسی بودجه ۹۴ که من ریاست کمیسیون تلفیق را بر عهده داشتم بحث مفصلی انجام شد و ما مصوبه‌ای برای حذف یارانه دو دهک بالا داشتیم. آن زمان در جلسه معاون اول رئیس جمهوری و جمعی از وزرا با نمایندگان وزرا گفتند نمی‌توانیم دو دهک را حذف کنیم. آقای ربیعی گفت ما در نهایت می‌توانیم ۷ میلیون نفر را حذف کنیم یعنی در دی‌ماه سال ۹۳ امکان حذف یک دهک وجود داشت اما حالا می‌گویند یارانه ۳ میلیون نفر حذف شده و این نگران‌کننده است.

نرخنامه

دلار ۳,۵۰۷ تومان

صرافان بازار ارز و سکه نرخ هر دلار آمریکا را ۳,۵۰۷ تومان و هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید را ۱,۰۸۷,۰۰۰تومان تعیین کردند.

هر یورو در بازار آزاد ۳,۹۰۵ تومان و هر پوند نیز ۴,۶۹۸ تومان قیمت خورد. همچنین هر نیم سکه ۵۴۶,۰۰۰ تومان و هر ربع سکه ۲۸۱۰۰۰ تومان فروخته شد. هر سکه یک گرمی ۱۸۲,۰۰۰ تومان خریدوفروش شد و هر گرم طلای ۱۸ عیار ۱۱۰,۸۱۹ تومان قیمت خورد.

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت	
مثقال طلا	۴۸۰,۵۰۰	▲
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۱۰,۸۱۹	▲
سکه بهار آزادی	۱,۰۸۶,۰۰۰	▲
سکه طرح جدید	۱,۰۸۷,۰۰۰	▲
نیم سکه	۵۴۶,۰۰۰	
ربع سکه	۲۸۱۰۰۰	▼
سکه گرمی	۱۸۲,۰۰۰	

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت	
دلار آمریکا	۳,۵۰۷	
یورو اروپا	۳,۹۰۵	▲
پوند انگلیس	۴,۶۹۸	▲
درهم امارات	۹۵۹	▲
لیر ترکیه	۱,۲۱۰	▲
یوان چین	۵۴۱	▼
ین ژاپن	۳۴	
دلار کانادا	۲,۷۴۰	▼
فرانک سوئیس	۳, ۵۹۱	▼
دینار کویت	۱۱,۶۰۰	
ریال عربستان	۹۴۰	▼
دینار عراق	۲۷۲	▼
روپیه هند	۵۷	
رینگت مالزی	۹۰۱	▼

بانکنامه

نگاهی به تحولات «لیر» در روزهای واپسین کودتا

قیمت لیر در روزهای اخیر و بعد از کودتای ارتش در ترکیه که روز جمعه و شنبه اخیر صورت گرفت، با افت قابل ملاحظه‌ای در بازار مواجه شد و در بازار آزاد تهران نیز هر لیر ترکیه حدود ۱۵ تومان طی چهار روز کاهش قیمت پیدا کرد.

به گزارش فارس، قیمت لیر که در هفته پیش از کودتا بین ۱۲۳۰ تا ۱۲۴۰ تومان در بازار فروخته می‌شد، بعد از تحولات سیاسی در ترکیه با شیب نزولی در مرحله اول به کانال ۱۲۲۰ تومان سقوط کرد؛ به‌طوری که روز شنبه (۲۶ تیر) لیر در بازار آزاد ۱۲۲۲ تومان به فروش رسید و با ادامه این روند در روز بعد به یکی از کمترین نرخ‌های خود در سال جاری، یعنی ۱۲۱۴ تومان رسید. این افت قیمت در لیر مبادله‌ای نیز در روزهای اخیر قابل مشاهده بود.

البته در روز دوشنبه تا حدودی حرکت نرخ لیر معکوس و به قیمت ۱۲۱۸ تومان در بازار آزاد عرضه شد.

قیمت لیر مبادله‌ای در روز پنجشنبه هفته گذشته، یعنی پیش از کودتا ۱۰۶۴ تومان بود، اما در روز شنبه با ۴۴ تومان کاهش به ۱۰۲۰ تومان رسید و روز گذشته نیز این کاهش را تا حدودی جبران کرد و به ۱۰۵۰ تومان رسید.

به‌طور کلی در روزهای اخیر و پس از وقوع کودتا در ترکیه، دلار آمریکا ۴.۸ درصد در برابر لیر ترکیه افزایش یافت و ۳.۰۱۴۹ لیر معامله شد.

سایر ارزهای بازار نوظهور هم وضعیت مشابهی داشتند و دلار ۱.۴ درصد در برابر پزوی مکزیک، راند آفریقای جنوبی ۲.۵ درصد و روبل روسیه ۱.۳ درصد در برابر ارز آمریکا کاهش یافتند.

براساس گزارش وال استریت ژورنال، سرمایه‌گذاران به سوی ین ژاپن که در زمان آشفتگی سیاسی و اقتصادی به دارایی مطمئن تبدیل می‌شود هجوم بردند. دلار آمریکا رشد اولیه را معکوس کرد و با ۰.۴ درصد کاهش در برابر ین، ۱۰۴.۹۴ ین معامله شد.

به گفته تحلیلگران، بعید به نظر می‌رسد این کودتا در ارزیابی ریسک در بازارهای جهانی تغییر عمده‌ای ایجاد کند.

پیش از این اتفاق نیز بازار سهام ترکیه از نظر عملکرد با ۱۵ درصد رشد پس از قزاقستان با رشد ۲۰ درصدی در رتبه دوم قوی‌ترین بازارهای سهام اروپای شرقی قرار داشت. همچنین در میان همه بازارهایی که از سوی بلومبرگ دنبال می‌شوند بازار ترکیه در رتبه نهم بهترین بازار قرار داشته و از همه بازارهای توسعه‌یافته عملکرد بهتری داشته است.

اقتصاد این کشور در سه ماهه اول تحت تأثیر رشد هزینه مصرفی، ۴.۸ درصد توسعه یافت که بهتر از نرخ مورد پیش‌بینی اقتصاددانان بود.

خبر

درج نماد اوراق در آستانه انتشار مرابحه فولاد مبارکه در سامانه پس از معاملات

شرکت سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار و تسویه وجوه (سمات) از درج نماد اوراق مرابحه فولاد مبارکه در سامانه پس از معاملات خبر داد. شرکت فولاد مبارکه که با سرمایه ۷,۵ هزار میلیارد تومانی عنوان‌دار بزرگ‌ترین شرکت بورس ایران از لحاظ سرمایه اسمی است، برنامه عرضه ۱۰۰ میلیارد تومان اوراق مرابحه را اعلام کرده بود. مسئولان فرابورس هم زمان و شرایط پذیره‌نویسی این اوراق دو ساله و معاف از مالیات و با نرخ سود ۲۰ درصدی (پرداخت هر ۳ ماه یکبار) را دو روز سه شنبه و چهارشنبه جاری (۲۹ و ۳۰ تیر)تعیین کردند که از طریق کارگزاران فرابورس قابل خرید خواهد بود. در پذیره‌نویسی این اوراق با نماد فولاد ۹۷، حداقل خرید یک ورقه ۱۰۰ هزار تومانی بوده و محدودیتی برای خرید اشخاص حقیقی و حقوقی نیست. معاملات دست دوم این اوراق نیز پس از اتمام پذیره‌نویسی در بازار ابزارهای نوین مالی فرابورس آغاز می‌شود. هدف از این تأمین مالی هم تأمین مواد اولیه مورد نیاز شرکت فولاد مبارکه مشتمل بر خرید سنگ آهن ریز دانه از شرکت معدنی و صنعتی چادرملو است.

فرابورس

استقبال چشمگیر سرمایه‌گذاران از پذیره‌نویسی اوراق مرابحه «فولاد»

معاون عملیات و نظارت بازار فرابورس ایران از تقاضای چشمگیر در جریان پذیره‌نویسی اوراق مرابحه فولاد مبارکه اصفهان خبر داد. بازار فرابورس در روز گذشته شاهد پذیره‌نویسی یک میلیون اوراق مرابحه شرکت فولاد مبارکه اصفهان به ارزش یک هزار میلیارد ریال بود. بهنام محسنی، معاون عملیات و نظارت بازار فرابورس ایران با اعلام این خبر گفت: پذیره‌نویسی این اوراق با استقبال قابل توجه سرمایه‌گذاران مواجه شد به نحوی که ۱۵هزار میلیارد ریال تقاضای خرید در سامانه ثبت شد. به گفته وی، با توجه به وجود تقاضای بیش از ۱۵برابری در مقابل میزان عرضه شده در نماد اوراق مرابحه شرکت فولاد مبارکه اصفهان و در راستای اجرای مفاد ماده ۱۰۴ دستورالعمل اجرایی نحوه انجام معاملات اوراق بهادار در فرابورس ایران، نماد معاملاتی مذکور رأس ساعت ۱۲ جهت فرآیند تسهیم به نسبت، متوقف شد. محسنی ادامه داد: طبق پیام ناظری که در جریان معاملات اعلام شد، حداکثر تعداد اوراق قابل خریداری توسط هر صندوق سرمایه‌گذاری ۵۰ هزار ورقه و حداکثر تعداد اوراق قابل خریداری توسط سایر اشخاص حقیقی یا حقوقی ۲۰ هزار ورقه در نظر گرفته می‌شود. وی با بیان اینکه اوراق فولاد دارای نرخ ۲۰ درصد بوده و سود آن به صورت سه ماه یکبار پرداخت می‌شود، افزود: بازارگردان این اوراق متعهد به معامله روزانه حداقل ۵۰ هزار ورقه در دامنه مظنه یک درصد است.

بورس کالا

عرضه۷۷هزار تن جو دامی در تالار محصولات کشاورزی

تالار محصولات کشاورزی بورس کالای ایران روز سه‌شنبه ۲۹ تیرماه شاهد عرضه ۷۷ هزار و ۹۵۷ تن جو دامی در قالب طرح قیمت تضمینی بود.

۹ هزار تن شکر سفید کارخانه‌های قندکشت و صنعت کارون، کرج، فیروزکوه و کشت و صنعت دهخدا در تالار محصولات کشاورزی عرضه شد. ۸۵ تن کنجاله سویا کرمانشاه و ۱۰ تن برنج منجمد۱ شرکت گسترش و توسعه صنایع بهپرور نیز در این تالار عرضه شد. تالار محصولات صنعتی و معدنی نیز در این روز عرضه ۲ هزار و ۲۰۰ تن کک متالورژی شرکت کک‌سازی زرند، ۲۰۰ تن شمش هزار پوندی و ۸۰۰ تن بیلت آلومینیوم ایرالکو، ۴۶ تن تیرآهن ۱۲ شرکت ذوب‌آهن اصفهان و ۱۳ کیلوگرم شمش طلای معدن زرشوران را تجربه کرد. علاوه بر این تالار فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی نیز در این روز میزبان عرضه ۴۹ هزار و ۴۰۰ تن قیر، وکیوم باتوم و مواد پلیمری بود. تالار صادراتی نیز در این روز شاهد عرضه ۲۲ هزار و ۳۰۰ تن عایق رطوبتی، قیر، لوب کات سبک و وکیوم باتوم بود.

شرکت‌ها و مجامع

پیش‌بینی‌های سبز چند شرکت بورسی و فرابورسی منتشر شد

شرکت‌های بازرسی فنی و کنترل خوردگی تکین‌کو، لامیران، مهندسی نصیرماشین، ملی صنایع مس ایران و گروه سرمایه‌گذاری مسکن (سرمایه‌گذاری مسکن) و گروه کشت و صنعت پیاذر پیش‌بینی درآمد هر سهم در سال مالی ۱۳۹۵ را به صورت حسابرسی نشده ارائه دادند.

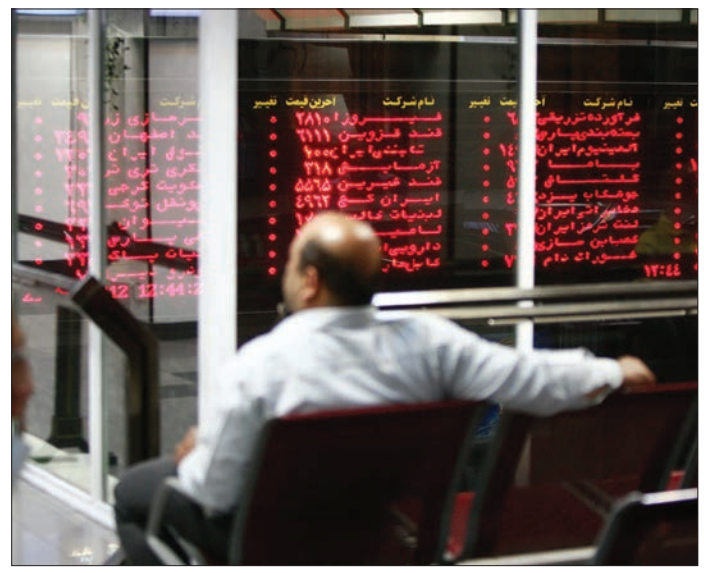
«رتکو»، با سرمایه ثبت شده ۹۰ میلیارد ریال، مبلغ ۹۳۲ ریال سود به ازای هر سهم پیش‌بینی کرد. شرکت بازرسی فنی و کنترل خوردگی تکین‌کو، سود خالص دوره سه ماهه سال مالی منتهی به ۳۰ اسفند ۱۳۹۵ را مبلغ ۱۰۵ میلیارد و ۲۴۵ میلیون ریال برآورد کرد.

«فلامی»، با سرمایه ۶۰ میلیارد ریال، مبلغ ۲۹۸ ریال سود به ازای هر سهم در دوره ۹ ماهه سال مالی منتهی به ۳۱ خرداد ۱۳۹۵ محاسبه کرد. شرکت لامیران، سود خالص شرکت را ۱۷ میلیارد و ۸۸۵ میلیون ریال برآورد کرد.

گروه خودرو، دارو و بانک پیشرو بودند

رشد ۱۱۶واحدی شاخص کل با پشتوانه حجم معاملات

سیدمحمدصدرالغروی
sadrolgharavi@yahoo.com



روز سه‌شنبه شاخص کل بورس اوراق بهادار تهران با افزایش حجم و ارزش معاملات همراه بود، چنانکه در بازار، شاهد پیشی‌گرفتن تقاضا از عرضه بودیم که منجر به رشد شاخص کل بورس شد. همچنین شاخص کل بورس در چهارمین روز کاری بورس در هفته جاری با افزایش ۱۱۶,۷واحدی به رقم ۷۴۳۱۳,۶ واحد رسید. گروه‌های سرمایه‌گذاری‌ها، محصولات شیمیایی و سیمان، آهک و گچ اثر منفی و گروه‌های خودرو و ساخت قطعات، مواد و محصولات دارویی و بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری اثر مثبت روی شاخص کل بورس داشتند. همچنین جو فروش در گروه‌های سیمان، آهک و گچ، بیمه و صندوق بازنشستگی و شرکت‌های چندرشته‌ای صنعتی و جو خرید در گروه‌های خودرو و ساخت قطعات، تسهیلات مسکن و فلزات اساسی مشاهده شد. با وجود جو مثبت در بازار سهام، در حال حاضر فعالان بازار سهام به جای بررسی بنیادی و تکنیکالی شرکت‌ها، براساس شایعات و اخبار اقدام به نوسانگیری کرده و این موضوع باعث شده تا نوسانات بازار و رفتار هیجانی در بورس شدت یابد. در عین حال در گزارش‌های سه ماهه نخست سال جاری نیز انتظار تغییر محسوسی نمی‌رود و اگر تغییری ایجاد شود در شش ماهه دوم سال ۹۵ و ابتدای سال آینده ایجاد خواهد شد.

با گروه‌های بازار سهام

روز گذشته نمادهای گروه فرآورده‌های نفتی، کک و سوخت هسته ای، مجددا با افزایش تقاضا مواجه شد. در این گروه که شرکت‌های پالایش نفت بندرعباس و پالایش نفت اصفهان به جهت برگزاری مجمع بسته شده‌اند، شاهد معاملات متعادل پرحجم‌تری بودیم. در گروه استخراج زغال‌سنگ، شاهد افزایش قیمت سهام قابل معامله بودیم و مجددا شرکت زغال سنگ نگین طبس با صف خرید مواجه شد. تنها سهمی که در این گروه در محدوده منفی ۰,۸ معامله شد، شرکت صنعتی و معدنی شمال شرق شاهرود بود. در گروه کاشی و سرامیک، از هفت نماد فعال و قابل معامله این گروه، سه شرکت با افزایش قیمت و چهار شرکت با کاهش قیمت همراه بود. نکته جالب توجه این گروه شرکت صنایع کاشی و سرامیک سینا بود که مانند چند روز متوالی گذشته با صف خرید بسته شد به‌طوری که به علت ندادن حجم مبنا قیمت پایانی آن تغییر چندانی نمی‌کند. احتمالا در روزهای آینده باید شاهد رفع گره معاملاتی در این سهم توسط ناظر باشیم.

گروه لاستیک و پلاستیک جزو گروه‌هایی بود که مورد استقبال سهامداران قرار گرفت به‌طوری که شرکت‌های ایران تایر و درخشان تهران با صف خرید به کار خود پایان دادند. یکی از دلایل استقبال سهامداران را می‌توان بعد تکنیکالی و در کف قیمتی و حمایتی نمادهای این گروه دانست. در گروه خودرو و قطعات ساخت، به‌طور کلی شاهد معاملات مثبت و متعادلی بودیم. از ۲۳ نماد قابل معامله در این گروه، ۱۸ شرکت با افزایش قیمت و پنج شرکت با کاهش قیمت همراه بودند. گروه فلزات اساسی، شاهد استقبال سهامداران از این گروه شد، چنانکه شرکت‌های ملی سرب و روی ایران، فروسیلیس ایران، آهن و فولاد ارفع و فولاد خراسان با صف خرید بسته شدند و در مقابل شرکت فرآوری مواد معدنی ایران تنها صف فروش این گروه بود. همچنان یکی از دلایل استقبال سهامداران حقوقی و حقیقی در این گروه بحث افزایش قیمت‌های جهانی است. در گروه انبوه‌سازی، املاک و مستغلات، شاهد معاملات نسبتا خوبی بودیم. در این گروه شاهد دومین روز هستیم که نماد کرمان صف خرید خود را حفظ می‌کند. در گروه بانک‌ها و موسسات اعتباری، شاهد معاملات متعادل رو به مثبت بودیم و اکثرا در نزدیکی صفر تابلو به کار خود پایان دادند.

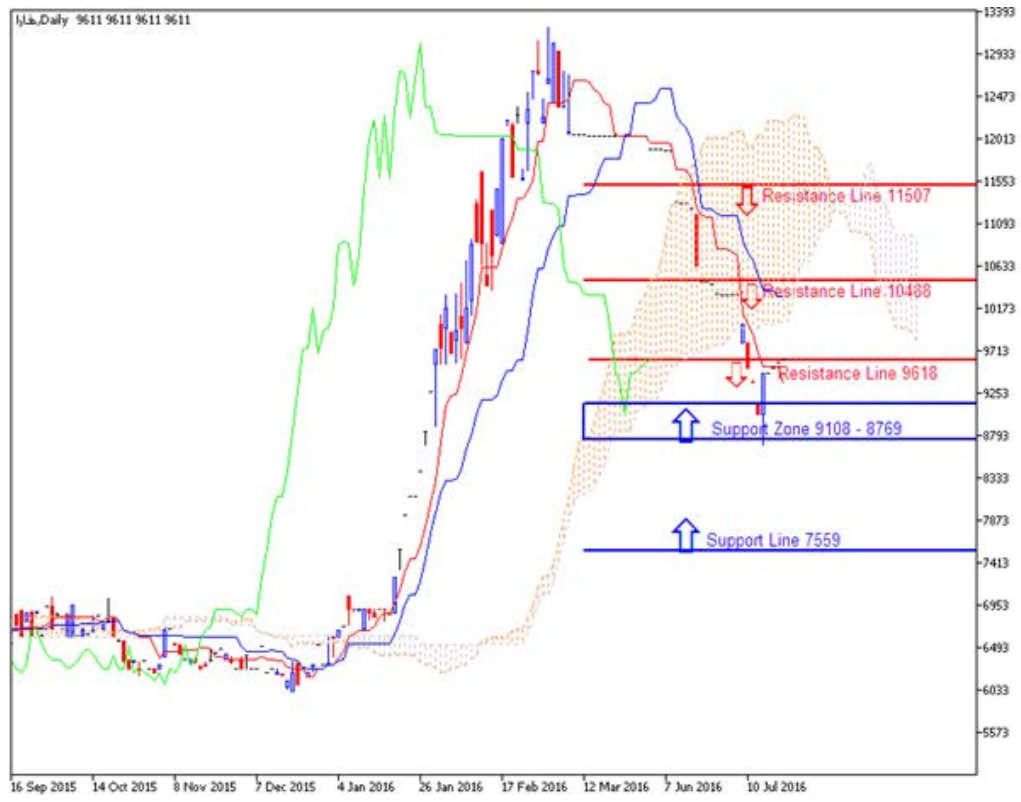
روند صعودی شاخص کل فرابورس

معاملات ۲۹ تیر ۱۳۹۵ بازار فرابورس با خریدوفروش ۵۷۱ میلیون و ۶۱۰ هزار ورقه بهادار به ارزش ۳ هزار و ۷۸ میلیارد و ۲۴۰ میلیون ریال در ۳۹ هزار و ۹۰۲ نوبت پایان یافت. بیشترین حجم معاملات روز گذشته در نماد بانک دی با دادوستد ۳۰ میلیون سهم به ثبت رسید و بالاترین ارزش معاملات نیز به میزان ۴۲ میلیارد ریال در همین نماد رقم خورد. شاخص کل فرابورس با ادامه روند صعودی به میزان ۸ واحد، نمایشگر عدد ۷۸۰,۰۸ شد و در این میان، نماد پالایش نفت تهران، پتروشیمی زاگرس و تولید نیروی برق دماوند بیشترین تأثیر مثبت را بر آیفکس داشتند. همچنین بیشترین افزایش قیمت روز سه‌شنبه به سهام شرکت‌های تدبیرگران فارس و خوزستان، پالایش نفت تهران و صنایع نسوز توکا اختصاص یافت و بیشترین افت قیمت نصیب سرمایه‌گذاری مسکن پردیس و بانک گردشگری شد. بالاترین حجم و ارزش معاملات ETF مربوط به صندوق سرمایه‌گذاری آرمان آتی کوثر با معامله یک میلیون و ۲۵۰ هزار سهم به ارزش ۱۴ میلیارد ریال بود و پس از آن صندوق سرمایه‌گذاری اعتمادآفرین پارسیان و گنجینه آینده روشن بیشترین حجم معامله را داشتند. علاوه بر این، بیشترین حجم معاملات اوراق با درآمد ثابت مربوط به دادوستد ۲۰۰ هزار ورقه اسناد خزانه اسلامی بود ضمن آنکه ارزش معاملات در نمادهای اسناد خزانه اسلامی به ۵۹۶ میلیارد ریال رسید. همچنین، اوراق حق تقدم استفاده از تسهیلات مسکن در محدوده ۹۰۰ تا ۹۶۰ هزار ریال معامله شد و بیشترین افت قیمت اوراق مربوط به نماد اردیبهشت ۹۴ بود. طی رور گذشته نماد معاملاتی شرکت بیمه دی پس از برگزاری مجمع عمومی عادی سالانه صاحبان سهام و شرکت داروسازی تولید دارو پس از برگزاری جلسه هیأت‌مدیره در خصوص افزایش سرمایه و ارائه اطلاعات پیش‌بینی با سرمایه جدید، بازگشایی شد.

تحلیل تکنیکال

تحلیل کوتاه‌مدت و میان‌مدت نمودار قیمتی شرکت داروسازی فارابی (دفارا)

افشین مهدی‌زاده
تحلیلگر



همانطور که تحلیل‌های گذشته شرکت داروسازی فارابی (دفارا) عنوان شد محدوده حمایتی ۹۱۰۸ ریال و ۸۷۶۹ ریال این سهم از ادامه نزول قیمت این سهم جلوگیری کرده و قیمت پس از برخورد با محدوده حمایتی خود، حرکت صعودی را آغاز کرده است.

با توجه به خارج شدن شاخص کل از محدوده خط روند نزولی خود می‌توان به شروع حرکات صعودی در بازار امیدوار بود، اما در حال حاضر باید دید واکنش قیمت به مقاومت خود در قیمت ۹۶۱۸ ریال چگونه خواهد بود، در صورت عبور قیمت از این مقاومت، می‌توان انتظار صعود را تا قیمت ۱۰۴۸۸ریال برای این سهم پیش‌بینی کرد و در صورت شکست مقاومت ۱۰۴۸۸ ریال مقاومت بعدی این سهم ۱۱۵۰۷ خواهد بود.

نگاه

نشانه‌های بهبود، آرام آرام پدیدار می‌شود

با وجود گذشت یک سال از آغاز برجام هنوز به‌طور کامل این توافق مهم بین‌المللی، آثار عملیاتی خود را براقتصاد نگذاشته است و برای ملموس شدن آثار مثبت آن نیازمند زمان بیشتری هستیم. حسین صالحی، مدیر معاملات کارگزاری اقتصاد بیدار در گفت‌وگو با سنا با اشاره به اینکه هنوز آثار واقعی توافق هسته‌ای ایران با گروه ۱+۵ به‌طور کامل در اقتصاد داخلی نمایان نشده است، گفت: فعالان بازار سرمایه ترجیح می‌دهند در این شرایط جانب احتیاط را رعایت کنند. صالحی معتقد است طبیعی است سهامداران در این فضا و موقعیت گاهی دست به عصا راه بروند. وی با اشاره به انتشار اطلاعات سه ماهه شرکت‌ها اظهار داشت: براساس شواهد موجود، سهامداران در حال بررسی اطلاعات جدید شرکت‌ها هستند تا با سنجش وضعیت آنها اقدام به سرمایه‌گذاری با دید بلندمدت کنند. صالحی همچنین درباره گزارش‌های سه ماهه اظهار داشت: به نظر من گزارش‌های سه ماهه شرکت‌هایی که محصولات معدنی و فلزات اساسی ارائه می‌دهند، مناسب خواهد بود اما با توجه به آنکه قیمت سهام معدنی‌ها هم در این بازه زمانی رشد کرده و از این اتفاق‌ها تأثیر مثبتی گرفته، بنابراین نمی‌توان انتظار داشت قیمت سهام این گروه متاثر از انتشار اطلاعیه‌های مربوط، دگرگون شود. مدیر معاملات کارگزاری اقتصاد بیدار به افزایش قیمت برخی فلزات، فولاد و سنگ‌آهن در ماه‌های گذشته اشاره کرد و گفت: این محصولات به دلیل بهبود وضعیت اقتصاد جهانی به‌ویژه چین و افزایش قیمت‌ها در بازارهای جهانی، رشد قیمتی خوبی را تجربه کردند. به گفته وی، از آنجایی که قیمت این محصولات در بازارهای داخل کشور از نرخ جهانی تأثیر می‌گیرد، بنابراین قیمت این محصولات با افزایش روبه‌رو شد. صالحی با اشاره به اینکه بخش زیادی از این مواد در چین مصرف می‌شود، بیان کرد: اوایل سال ۹۵ امید به مصرف مواد فلزی و معدنی در چین افزایش پیدا کرد اما در هفته‌های گذشته گزارش‌های منتشر شده از اوضاع اقتصادی چین نشان داد هنوز رونق به اقتصاد این کشور بازنگشته و بهبود اقتصاد این کشور به زمان بیشتری نیاز دارد. بنابراین روند افزایشی قیمت این مواد متوقف شد، به‌طوری که در برخی موارد شاهد بازگشت قیمت‌ها نیز بودیم. این کارشناس بازار سرمایه به افت‌وخیز قیمت‌ها در بازارهای جهانی متاثر از خبرهای مختلف اشاره کرد و افزود: با توجه به خبرهای ضدونقیض و افت‌وخیزهای قیمتی در بازارهای کالایی جهان نمی‌توان به رشد قیمت پایدار کالاها امید بست. وی با اشاره به اینکه برای تثبیت بهبود اقتصاد جهان باید منتظر زمان بیشتری بود، گفت: اما در بازار داخلی در صورتی که اقتصاد کشور و صنایع مختلف در مسیر رشد قرار بگیرند، می‌توان انتظار داشت که بعد از ارائه گزارش‌های شش ماهه، نشانه‌های بهبود وضعیت در بازار سرمایه آرام‌آرام پدیدار شود.

نماگر بازار سهام

بیشترین درصد افزایش

لابراتوار داروسازی دکتر عبیدی در حالی عنوان نخست جدول بیشترین درصد افزایش را از آن خود کرد که حمل و نقل توکا در جایگاه دوم این گروه قرار گرفتند.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
دعبید	۷,۳۰۷	۱۴.۴۶
حتوکا	۲,۱۵۸	۵.۷۳
ثاباد	۱,۷۶۵	۵.۱۲
ختراک	۳,۷۰۰	۴,۹۳
کهرام	۲,۱۸۲	۴,۹
ثاژن	۵,۳۵۲	۴,۸۶
فروس	۲,۲۷۰	۴,۸۵

بیشترین درصد کاهش

پتروشیمی پردیس صدر نشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. سرمایه گذاری آتیه دماوند در رده دوم این گروه ایستاد و سیمان شاهرود هم در میان سهم هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
شپدیس	۸,۴۱۹	(۵)
واتی	۳,۸۳۱	(۴.۹۹)
سرود	۱,۵۷۳	(۴.۵۵)
سخوز	۲,۱۶۱	(۴,۳)
ولصنم	۱,۵۴۵	(۳,۷۴)
سشمال	۱,۳۸۸	(۳,۴۸)
مرقام	۳,۷۹۴	(۳,۲۶)

پرمعامله ترین سهم

بانک صادرات ایران پرمعامله ترین سهم بازار بورس شناخته شد. سایپا در رده دوم این گروه ایستاد. بانک پاسارگاد و زامیاد هم در رده های بالا قرار گرفتند.

نام	قیمت	تعداد دفعه
وبصادر	۱۰۰۵	۲۴۳.۱۰۱
خساپا	۱۲۷۸	۸۳,۵۲۲
وپاسار	۱۱۸۶	۸۰,۹۴۱
خزامیا	۱۰۱۰	۶۳,۴۸۰
خاور	۱۱۷۰	۴۵,۷۳۵
وساپا	۱۲۶۰	۳۴,۸۴۴
مبین	۳۶۹۸	۲۵,۵۲۴

بیشترین ارزش معامله

جایگاه نخست بیشترین ارزش معامله را بانک صادرات ایران به خود اختصاص داد و سایپا رتبه دوم را به دست آورد. بانک پاسارگاد و پتروشیمی مبین هم در بالای جدول بیشترین ارزش معاملات قرار گرفتند.

نام	قیمت	جمع معاملات
وبصادر	۱۰۰۵	۲۴۴.۳۲۳
خساپا	۱۲۷۸	۱۰۶,۷۷۲
وپاسار	۱۱۸۶	۹۶,۰۲۴
مبین	۳۶۹۸	۹۴,۳۹۷
شپدیس	۸۴۱۹	۹۳,۷۹۸
خودرو	۳۱۷۶	۷۸,۱۴۴
واتی	۳۸۳۱	۷۵,۲۷۴

بیشترین سهام معامله شده

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

نام شرکت	قیمت	تعداد سهام معامله شده
خساپا	۱۲۷۸	۴۲۷۳
وپاسار	۱۱۸۶	۳۷۱۸
خودرو	۳۱۷۶	۲۹۶۹
وبصادر	۱۰۰۵	۲۸۶۸
خزامیا	۱۰۱۰	۲۲۸۳
خاور	۱۱۷۰	۱۹۳۱
وساپا	۱۲۶۰	۱۴۵۳

بالاترین نسبت P/E

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

نام شرکت	قیمت	P/E
کساپا	۲۵۲۹	۱۲۶۴
پتایر	۳۳۲۲	۴۷۵
کسرام	۲۰۲۴	۳۳۷
خمحور	۳۴۳۰	۲۴۵
تکنو	۱۶۴۲	۲۰۵
خکمک	۹۳۱	۱۸۶
شدوص	۲۴۱۹	۱۲۷

کمترین نسبت P/E

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

نام شرکت	قیمت	P/E
کگاز	۵۱۶۴	۲.۱۶
وخارزم	۱۰۳۴	۲.۷۶
پردیس	۹۷۱	۲.۹۱
آکنتور	۴۸۱۶۶	۳.۱۹
پارسیان	۲۴۳۶	۳.۵۹
ختبار	۲۰۴۸	۳.۷۹
وبانک	۱۹۸۵	۳.۷۷

عمران

بازار مسکن، تغییر فرمول اجاره را نپذیرفت

رئیس اتحادیه مشاوران املاک استان تهران با بیان اینکه بازار مسکن تغییر فرمول اجاره بها را نمی‌پذیرد، گفت: تغییرات نرخ سود بانکی یک سال و نیم دیگر در بازار مسکن اثر می‌گذارد.

حسام عقبایی در گفت‌وگو با ایلنا با بیان اینکه نمی‌توان با قوه قهریه بازار را تغییر داد و به‌صورت دستوری عمل کرد، اظهار داشت: بازار تغییر فرمول اجاره‌بها را نمی‌پذیرد.

وی با بیان اینکه فرمول اجاره‌بها تحت تأثیر کاهش نرخ سود بانکی تغییر کند را نمی‌توان به بازار تحمیل کرد، گفت: نرخ اجاره تابعی از ارزش ملک است که قیمت املاک هم تغییر محسوسی نکرده است.

رئیس اتحادیه مشاوران املاک با تأکید بر اینکه کاهش نرخ سود بانکی در کوتاه‌مدت هیچ تأثیری روی بازار اجاره نمی‌گذارد، گفت: چند روز بیشتر نیست که از کاهش نرخ سود بانکی چه در بخش تسهیلات و چه در بخش سپرده می‌گذرد و نمی‌توان انتظار داشت که در این مدت زمان کوتاه بر بازار اجاره اثرگذار باشد. عقبایی تاکید کرد: طی یک سال یا یک سال و نیم آینده می‌توان انتظار داشت که کاهش نرخ سود بانکی بر بازار اجاره اثرگذاری داشته باشد و می‌توان تأثیر کاهش نرخ سود بانکی را پس از گذشت این مدت در بازار دید. وی ادامه داد: اگر امروز اعلام شود که قیمت اجاره چند برابر می‌شود و قیمت هر یک میلیون تومان در فرمول اجاره افزایش می‌یابد، در این صورت هم موجران حاضر به تغییر قیمت‌ها و تغییر فرمول اجاره‌بها نیستند، چرا که بازار این افزایش قیمت را هم نمی‌پذیرد و این موضوع عملیاتی نیست و طبیعی است که کاهش نرخ اجاره و تغییر فرمول اجاره‌بها در مدت زمان کوتاه را بازار نپذیرد.

عقبایی در پاسخ به این سؤال که فرمول هر یک میلیون تومان ۳۰هزار تومان بر اجاره محاسبه می‌شود بر چه مبنا و اساسی است، گفت: بخشی از اقتصاد براساس عرف است و عرف یک منبع اصلی در علم حقوق و اقتصاد محسوب می‌شود و این فرمول هم به ۵۰ سال قبل برمی‌گردد و بازار آن را پذیرفته است و یک معیاری برای قانون‌گذاری است.

رئیس اتحادیه مشاوران املاک استان تهران درباره وضعیت بازار اجاره در حال حاضر گفت: اینکه عده‌ای مدعی هستند بازار اجاره آشفته شده و بیشتر موجران به دنبال اجاره هستند و رهن کمتری دریافت می‌کنند را قبول ندارم، چرا که براساس بازار اجاره متاثر از تغییرات نرخ سود بانکی نیست.

وی ادامه داد: عده‌ای که کسب‌وکارشان از محل دریافت اجاره تأمین می‌شود به دنبال گرفتن اجاره هستند، چرا که تأمین معاش‌شان از این راه است و از سال‌های گذشته هم همین روال بوده و هست و ربطی به تغییرات نرخ سود بانکی ندارد و چیز جدیدی نیست. عقبایی گفت: عده‌ای که به دنبال گرفتن رهن و سپرده‌گذاری آن در بانک‌ها هستند از سال‌های گذشته هم محدود بوده و باز هم با تغییرات نرخ سود بانکی این موضوع تغییری نکرده است. وی افزود: موجرانی که به دنبال افزایش نرخ رهن هستند معمولا از جمله کسانی هستند که می‌خواهند بخشی از هزینه خرید خانه را با رهن پوشش دهند.

روسیه ۲/۲میلیارد یورو وام اجرای طرح به ایران می‌دهد

روسیه در چارچوب توافق‌ها و قراردادهای امضا شده با ایران، دو وام به مجموع ارزش ۲، ۲میلیارد یورو در اختیار جمهوری اسلامی قرار می‌دهد که برای اجرای دو طرح ریلی و نیروگاهی پیش‌بینی شده هزینه خواهد شد.

به گزارش ایرنا به نقل از خبرگزاری ایتارتاس، بنا بر اعلام دولت روسیه این وام در قالب دو بخش یک‌میلیارد و ۲۰۰میلیون یورو و یک‌میلیارد یورویی زمینه اجرای دو طرح را به‌صورت مشترک در ایران فراهم می‌کند. وام اصلی مربوط به ایجاد نیروگاه برق حرارتی است که ۸۵درصد هزینه احداث بلوک‌های تولید برق را تامین می‌کند. همچنین وام پرداختی یک میلیارد یورویی برای برقی کردن خط راه‌آهن ۴۹۵ کیلومتری گرمسار - اینچه برون هزینه خواهد شد و همزمان ۳۲ ایستگاه، ۹۵ تونل، ۷ ایستگاه انشعابی و مقر نگهبانی مسیر نیز در طول اجرای طرح نوسازی خواهد شد. بازپرداخت این دو وام پنج‌ساله و با کارمزد ۲/۷۷ صدم درصد خواهد بود. در جریان نشست آبان ماه سال ۹۴ کمیسیون مشترک همکاری ایران و روسیه در مسکو که به تهیه نقشه راه توسعه روابط دو کشور منجر شد، مجموعه‌ای از برنامه‌ها و اجرای طرح‌های مشترک در بخش‌های مختلف از جمله صنعتی، نیروگاهی، ریلی و انرژی در ایران با همکاری طرفین پیش‌بینی و قرار شد مسکو بخشی از هزینه‌های این طرح‌ها را به‌صورت وام اعتباری در اختیار تهران قرار دهد.

آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آئین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برای رای شماره ۱۳۹۵۶۰۳۰۱۰۴۱۰۰۰۶۰۴ مورخ ۹۵/۳/۱۱ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک قشم تصرفات مالکانه بلامعارض متقاضی آقای ابوافضل پورخلجی فرزند عبدالرضا به شماره شناسنامه ۱۴۹۰ صادره از تهران در ششدانگ یک قطعه زمین نیمه مشجر با بنای احداثی در آن به مساحت ۲۰۰/۱۳ مترمربع از پلاک ۱۸۴۱ فرعی از ۲۰ اصلی واقع در میگون خریداری از مع الواسطه از زیور سلیمان‌میگونی و از اکبر سلیمان‌میگونی محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید ظرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

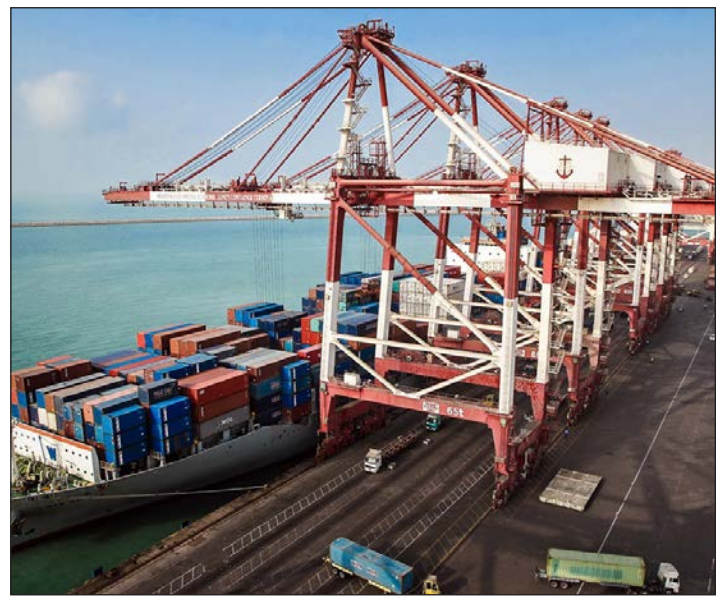
تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۵/۴/۱۵ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۵/۴/۳۰

۱۲۵۸۳ کفیل اداره ثبت اسناد و املاک قشم با تجدید احترام عبدل زاده

قطب دریایی ایران، دور از دستان بخش‌خصوصی

انتظار ۳ ساله یک بندر در سکوت شکست

جواد هاشمی
j.hashemi1992@gmail.com



لغو تحریم‌های دریایی، بازگشت ۱۳ لاینر بین‌المللی و آمادگی برای ورود چندده میلیون دلار تجهیزات بندری جدید تنها بخشی از اخبار امیدبخشی است که مدیرعامل سازمان بنادر از وضعیت بزرگ‌ترین بندر تجاری ایران داده است. اگر به این اخبار، آمارهای جدیدی از افزایش مداوم تخلیه و بارگیری محموله‌های اقتصادی در این بندر را نیز اضافه کنیم، امیدها برای ارتقای جایگاه بندر شهید رجایی که در افق ۱۴۰۴ به‌عنوان هاب دریایی منطقه معرفی شده به شکلی قابل توجه افزایش می‌یابد.

این شرایط امیدوارکننده که اجرایی شدن برجام آن را کلید زده است با ابهامات گسترده‌ای نیز روبه‌روست؛ ابهاماتی که بیش از آنکه ریشه در حوزه‌های عملیاتی داشته باشند، اسیر نامشخص بودن سیاست‌های کلان شده‌اند.

اقتصادی‌ترین بندر ایران که در سال‌های گذشته طعم تلخ تحریم‌ها را پیش از دیگر حوزه‌های دریایی کشور چشیده و با تحریم اپراتور خصولتی خود مجبور شده با لاینرهای بین‌المللی خداحافظی کند، در شرایطی گام به عرصه پسابرجام گذاشته که هنوز اپراتور نهایی و مشخصی ندارد و سازمان بنادر نیز نتوانسته با وجود وعده‌های چندباره مناقصه انتخاب شرکت جدید را برگزار کند.

حالا و در سومین سال از نامشخص بودن شرایط انجام مزایده در بندر رجایی، سازمان بنادر اعلام کرده گام‌های نخست در این زمینه را سرانجام برداشته است و در آینده نزدیک کار یکسره خواهد شد؛ موضوعی که به نظر می‌رسد از حدود یک ماه پیش و در سکوت خبری رسما کلید خورده است. اسلامی، معاون دریایی سازمان بنادر در این رابطه گفته یک ماه پیش فراخوان انجام و اسناد فروخته شده است و در حال حاضر در مهلتی هستیم که شرکت‌ها باید اسناد تکمیلی تحویل دهند و تا یک ماه برای تحویل و ارائه اسناد مهلت دارند.

وی با بیان اینکه مزایده بین‌المللی بوده و شرکت‌های داخلی و خارجی زیادی استقبال کردند و بیش از ۲۰شرکت داخلی و خارجی اسناد خریده‌اند، اظهار داشت: در مهلت قانونی شرکت‌هایی که اسناد تکمیلی ارسال کنند از جوانب مختلف بررسی می‌شوند و براساس قانون، اپراتور بندر شهید رجایی مشخص می‌شود.

سازمان بنادر به بخش‌خصوصی اعتماد ندارد

معاون سازمان بنادر در حالی خبر از حضور دو شرکت اپراتور فعلی این بندر در مزایده هفته‌های آینده داده که در طول سال‌های گذشته برخی از سرمایه‌گذاران خصوصی بخش نسبت به خصولتی بودن این شرکت‌ها شکایت داشته و از بی‌اعتمادی به سرمایه‌گذاران واقعی این صنعت ناراضی بودند؛ معضلی که به نظر می‌رسد هنوز و با وجود تمام شعارها ووعده‌ها پابرجاست.

محمد پلمه، کارشناس مسائل دریایی و رئیس هیأت‌مدیره انجمن کشتیرانی معتقد است: با وجود آنکه سرمایه‌گذاران دریایی ایران به توانایی بالایی رسیده‌اند و حتی طرح‌هایی بین‌المللی را به نتیجه رسانده‌اند، اما هنوز به نظر می‌رسد نگاهی در سازمان بنادر وجود دارد که به توانایی‌های سرمایه‌گذاران به‌طور کامل اعتماد ندارد.

وی با بیان اینکه سیاست‌ها در بنادر ایران باید از تخصیص سهمیه به ایجاد فضای رقابتی تغییر پیدا کند، تصریح کرد: در شرایطی که ما می‌توانیم در مناطق مختلف رقابتی عمل کنیم و نرخ‌ها را به شکلی تعبیه کنیم که نتیجه آن افزایش توانایی بخش‌های مختلف باشد، هنوز از سیستم سهمیه‌ای استفاده می‌کنیم و این ما را عقب نگه می‌دارد. وقتی سرمایه‌گذار ایرانی به سومالی می‌رود و طرحی کامل را در خارج از آب‌های ایران دنبال می‌کند، چرا نباید شرایطی فراهم شود که از این توانایی در آب‌های ایران بهره بگیریم.

پلمه با اشاره به شرایط سال‌های گذشته بندر شهید رجایی اظهار کرد: ما مدت طولانی در انتظار برگزاری مزایده این بندر بودیم و هرچند جزییاتی از آن را در اختیار نداریم اما می‌توان امیدوار بود که با نهایی شدن این مناقصه، کارها از نظر امکاناتی با بهبودی نسبی همراه شود. فاز سوم بندر شهید رجایی برای ایران اهمیت بسیاری خواهد داشت و شاید این مزایده گره این امر را نیز باز کند، هرچند تمام اینها در گرو اعتماد و خودباوری به سرمایه‌گذاران داخلی است.

نتیجه امیدبخش نخواهد بود

سعید ایزدیان، مدیرعامل شرکت دریایی فارسیان آسیا نیز در گفت‌وگو با «فرصت امروز» از نامشخص بودن شرایط سرمایه‌گذاران در بندر شهید رجایی گفت و تصریح کرد: در طول سال‌های گذشته بارها وعده نهایی شدن اپراتور بندر شهید رجایی ارائه شده و با وجود اینکه تمام سرمایه‌گذاران از این امر استقبال کرده‌اند، اما در عمل این اتفاق هرگز نیفتاده است. این موضوع باعث می‌شود شائبه سودبخش بودن تداوم شرایط فعلی برای برخی افراد در ذهن‌ها به وجود آید.

وی با اشاره به روند نامشخص مزایده فعلی گفت: وقتی پس از تأخیری طولانی مزایده فعلی آغاز به کار کرده نیز باز شاهد این هستیم که صحبت از ترمینال اول است و هنوز شرایط ترمینال دو معلوم نیست، این موضوع شرایط سرمایه‌گذاران را سخت می‌کند و اوضاع را طوری می‌چیند که سازمان بنادر تنها نهاد راضی از تمام این ماجراها باشد.

هرچند خبر نهایی شدن برگزاری مزایده بندر شهید رجایی در کنار دیگر اخبار امیدبخش منتشر شده می‌تواند گامی بزرگ برای خارج شدن از بلاتکلیفی سه ساله باشد، اما ناامیدی بخش‌خصوصی از برخی سیاست‌ها و نبود نگاه مثبت به توانایی‌های آنها باعث شده هر صحبتی از آینده به اما و اگر ختم شود؛ اما و اگرهایی که نپرداختن به آنها نتیجه‌ای جز کنار رفتن سرمایه‌گذاران واقعی عرصه دریایی ایران نخواهد داشت.

گزارش ۲

تشکیل کمیته بررسی سوانح ساختمانی در وزارت راه و شهرسازی

معاون وزیر راه و شهرسازی از تشکیل کمیته بررسی سوانح ساختمانی در وزارت راه و شهرسازی خبر داد.

به گزارش ایرنا، با وقوع حوادث ساختمانی در شهرهای انزلی، یزد و مشهد جلسه‌ای در محل معاونت مسکن و ساختمان به ریاست حامد مظاهریان، معاون وزیر راه و شهرسازی تشکیل شد. حامد مظاهریان، معاون مسکن و ساختمان وزیر راه و شهرسازی در جلسه هم‌اندیشی وقوع برخی از حوادث ساختمان در سطح کشور و لزوم جلوگیری از تکرار آنها گفت: موضوع این است که رابطه وزارت راه و شهرسازی با سوانح ساختمانی چیست؟ ما باید تعریف درستی از موقعیت، وظایف و اقداماتی که انجام می‌دهیم داشته باشیم. طی این سه حادثه ساختمانی در شهرهای انزلی، یزد و مشهد طبق آخرین آمار تنها یک نفر جان باخته است. اما این حادثه می‌توانست به فاجعه‌ای ملی تبدیل شود و نظام مسئولیت در این‌گونه حوادث زیر سؤال برود.

معاون مسکن و ساختمان وزیر راه‌وشهرسازی ادامه داد: در این حوادث نمای برجی در انزلی دچار آتش‌سوزی غیرمتعارف شد که به دلیل تحویل‌نشدن پروژه کسی آسیب ندید. همچنین ساختمانی چهار طبقه در شهر یزد که با استفاده از فناوری‌های‌نوین ساخته شد فرو ریخت که در آن حادثه متأسفانه یک کارگر جان باخت و حادثه دیگر، آتش‌سوزی برجی در مشهد بود که مشکلات متعددی را برای مردم منطقه ایجاد کرد. اگرچه در حادثه مشهد و آتش‌سوزی برج سلمان گزارشی از تلفات جانی تا به حال نداشته‌ایم اما وقوع این حوادث باعث شد تا وزارت راه و شهرسازی در این زمینه به چاره‌اندیشی برای جلوگیری از تکرار روند معیوب بیندیشد.

مظاهریان تأکید کرد: تشکیل کمیته بررسی سوانح ساختمانی در مورد پاسخگویی به حوادث ساختمانی از جمله مواردی است که در وزارت راه و شهرسازی تشکیل آن در دست بررسی است.

معاون وزیر راه و شهرسازی با اشاره به اینکه در حوادث مربوط به حوزه‌های راه از جمله هوایی، ریلی و جاده‌ای کمیته‌های تخصصی وجود دارد که در این‌گونه موارد پاسخگو هستند، افزود: هر سانحه هوایی که اتفاق می‌افتد ۱۱ کمیته فعال می‌شوند که نشان از اهمیت و دقت دارد و گزارش باید ظرف ۴۰۰ روز به نتیجه برسد. در مورد حوادث جاده‌ای نیز کمیته‌ای وجود دارد که حوادث را بررسی می‌کند و نظر نهایی و رسمی را وزارت راه و شهرسازی درباره حوادث جاده‌ای ارائه می‌کند. این جلسه با این هدف تشکیل شده است که ببینیم در قبال حوادث ساختمانی، وزارت راه و شهرسازی چه رویکردی داشته باشد.

معاون وزیر راه و شهرسازی گفت: سالانه یک هزار و ۸۰۰ نفر بر اثر سوانح کار در ایران کشته می‌شوند که از این میزان نیمی از آنها مربوط به سوانح ساختمانی است. سوانح ساختمانی خیلی پیچیده‌تر از سوانح هوایی است، زیرا در کشور تنها ۵۰۰ هواپیما داریم اما در ایران بیش از ۲۰ میلیون خانه داریم که بروز سانحه و حادثه در آنها می‌تواند به فاجعه‌ای منجر شود. همچنین هواپیما موضوع همگنی است اما ساختمان اصلاً همگن نیست و پیچیدگی‌های زیادی دارد. مضافا اینکه در موضوع جاده و ریل همه عوامل در وزارت راه و شهرسازی وجود دارد. بدین معنا اگر حادثه‌ای رخ دهد در کمیته‌ای که تشکیل خواهد شد بررسی می‌شود.

مظاهریان با تفکیک حوادث ساختمانی به حین ساخت و پس از آن، براساس آمار و شواهد آتش‌سوزی را مهم‌ترین حادثه ساختمانی عنوان کرد و گفت: باید در نظر داشته باشیم که بالاخره در حوادث ساختمانی باید یک ارگان پاسخگو باشد.

در جلسه مشترک ایران و اتریش مطرح شد

اتریش هاب بارگیری ایران در اروپا شود

قائم‌مقام وزیر راه و شهرسازی در نشست با هیات اتریشی درباره موارد متعددی گفت و گو کرد تا با تهیه فهرستی مشخص از پروژه‌های قابل همکاری، راه رسیدن به تفاهم‌نامه‌ای همه‌جانبه باز شود.

به گزارش پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، نخستین اجلاس کمیته مشترک حمل ونقل دو کشور اتریش و ایران برگزار شد. اشتیفت، سفیر اتریش در ایران در این جلسه گفت: بعد از برجام و سفر رئیس‌جمهوری اتریش با هیات ۱۲۰ نفره، در نظر داریم حجم مبادلات با بیش از ۱۰۰درصد رشد به یک میلیون دلار افزایش یابد.

سفیر اتریش یادآور شد: به طور حتم امضای تفاهم‌نامه بین دو طرف موجب گسترش روابط خواهد شد و باتوجه به همکاری طولانی اتریش و وزارت راه و شهرسازی ایران و تجربه بالای ما در زمینه‌های جاده و راه‌آهن مطمئن هستم این مبادلات راهگشا خواهد بود. قائم مقام وزیر راه‌وشهرسازی با تاکید بر اینکه «باید تحت این تفاهم‌نامه برای بخش‌های مختلف وزارتخانه یک چشم‌انداز تعریف کرد» گفت: از این طریق می‌توان به سمت تحقق یک میلیارد دلار در سال حرکت کرد. فخریه کاشان خاطرنشان کرد: طبق قوانین ایران در صورت مشارکت طرف خارجی در پروژه باید از توان داخل کشور از جمله طراحی و ساخت استفاده شود. همچنین انتقال فناوری و تامین مالی پروژه از سوی بانک‌های اتریشی نیز از دیگر شروط همکاری است.

وی با اشاره به الگوی پیشنهادی وزارت راه‌وشهرسازی در حوزه جاده‌ای گفت: اتریش می‌تواند نقش هاب ترانزیت ایران برای انتقال کالا از خاورمیانه به قلب اروپا باشد. البته در گذشته نیز تخلیه و بارگیری کالاهای ارسالی و ترانزیتی از سوی ایران به اروپا در اتریش انجام می‌شد.

فخریه کاشان در ادامه پیشنهادی در حوزه هوایی مطرح کرد و گفت: اتریش پتانسیل لازم برای استفاده از توان هواپیمایی ایران و ایجاد یک ارزش مالی دوطرفه را دارد. امروز بسیاری از مسافران هوایی ایران از طریق ترکیه و دوبی به کشورهای واقع در اروپا و آمریکا اقدام می‌کنند در حالی که اگر مسافران ایرانی در فرودگاه وین در اتریش اقدام به پرواز برای کشورهای مقصد کنند علاوه بر منفعت اقتصادی برای دو طرف در زمان سفر نیز برای مسافران ایرانی صرفه‌جویی می‌شود.

حمل و نقل

سند موافقت‌نامه کریدور خلیج‌فارس - دریای سیاه نهایی شد

به گفته مدیرکل دفتر ترانزیت و حمل‌ونقل بین‌المللی سازمان راهداری در دور دوم مذاکرات کارشناسی درخصوص نهایی‌سازی پیش‌نویس متن سند موافقت‌نامه حمل‌ونقل بین‌المللی و ترانزیتی کریدور خلیج فارس و دریای سیاه، شش کشور به توافق دست یافتند.

به گزارش پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، محمدجواد عطرچیان اظهار داشت: این مذاکرات با حضور کشورهای جمهوری اسلامی ایران، ارمنستان، آذربایجان، گرجستان، بلغارستان و یونان برگزار شد و در نتیجه شش کشور متن سند نهایی پیش‌نویس موافقت‌نامه را نهایی و آماده امضای وزرای حمل‌ونقل شش کشور فوق‌الذکر کردند.

وی تصریح کرد: در جریان این مذاکرات جمهوری اسلامی ایران به‌عنوان «امین موافقت‌نامه» از جانب سایر کشورها برگزیده شده و کار پیگیری اسناد و نهایی‌سازی آن در مجالس شش کشور، پس از امضای وزرا و مبادله اسناد و بررسی تقاضاها به عهده جمهوری اسلامی ایران گذاشته شد.

عطرچیان افزود: در جریان دور دوم مذاکرات کشورهای آذربایجان، یونان، ارمنستان و جمهوری اسلامی ایران درخصوص برخی از بندهای موافقت‌نامه، نکته نظراتی را مطرح کردند که مقرر شد جمهوری اسلامی ایران موضوع را در سند نهایی پیگیری کند و به اطلاع اعضا برساند.

مدیرکل دفتر ترانزیت و حمل‌ونقل بین‌المللی با اشاره به مسیر جغرافیایی کریدور، بیان کرد: کریدور حمل‌ونقل بین‌المللی و ترانزیتی خلیج فارس - دریای سیاه به‌عنوان کریدور حمل‌ونقل چندوجهی از بنادر جنوبی کشور آغاز و پس از عبور از مرزهای شمال کشور وارد کشورهای ارمنستان و آذربایجان می‌شود و سپس از این کشورها به بنادر پوتی و باتومی در گرجستان اتصال پیدا می‌کند. بندر بورگاس و وارنا در بلغارستان مقصد بعدی کالاها از طریق دریای سیاه خواهد بود و از آنجا به یونان و سایر کشورهای اروپایی می‌رود. عطرچیان افزود: در جریان دو دور مذاکرات سخت و فشرده که با ابتکار عمل جمهوری اسلامی ایران همراه بود، مسیر جدید ترانزیتی برای نقل وانتقال کالاهای حوزه‌های خلیج فارس و جمهوری اسلامی ایران از طریق کشورهای حوزه قفقاز به دریای سیاه و بلغارستان و اروپای شمالی، مرکزی و جنوبی طراحی شد و با لغو روادید برای رانندگان و تجار در بین کشورهای گرجستان، آذربایجان و ارمنستان این مسیر گزینه مناسبی برای نقل و انتقال کالاهای تجاری از مسیر مطمئن، امن و ارزان است.

وی خاطرنشان کرد: کارشناسان حوزه حمل ونقل از این موافقت‌نامه که برای نخستین بار بین چهار کشور منطقه در آسیا و قفقاز با دو کشور از اتحادیه اروپا (بلغارستان و یونان) منعقد شد، تحت عنوان برجام حمل‌ونقلی یاد می‌کنند. این توافق تاریخی که برای نخستین بار و پس از ۱۵ سال بین شش کشور مهم در مسیر تجاری و بازرگانی برای حمل‌ونقل کالا پایه‌گذاری شد منجر به تسهیل حمل‌ونقل و افزایش تجارت در منطقه و توسعه روابط بازرگانی و اقتصادی کشورهای عضو خواهد شد.

فلایت‌چک تمام دستگاه‌های ناوبری فرودگاه امام را تایید کرد

مدیرامور فرودگاهی شرکت شهر فرودگاهی امام خمینی(ره) خبر داد هواپیمای فلایت‌چک شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی ایران وارد فرودگاه امام(ره) شد و بعد از وارسی، تمامی دستگاه‌های ناوبری فرودگاه امام را تایید کرد.

به گزارش مهر، کوروش فتاحی گفت: فلایت‌چک شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی ایران وارد فرودگاه امام(ره) شد.

مدیرامور فرودگاهی شرکت شهر فرودگاهی امام خمینی(ره) توضیح داد: برای نخستین بار روز گذشته دستگاه‌های کمک ناوبری، چراغ‌های پاپی و طرح‌های خروجی فرودگاه بین‌المللی امام خمینی(ره) از سوی هواپیمای فلایت چک شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی ایران تحت وارسی قرار گرفت.

فتاحی توضیح داد تمامی دستگاه‌های ناوبری از سوی فلایت چک مورد تایید قرار گرفت.

پس از سقوط هواپیمای فلایت چک (جت فالکن) سازمان هواپیمایی کشوری در آب‌های خلیج فارس و اطراف جزیره کیش در اسفند سال ۹۲ تاکنون، وارسی‌های پروازی در فرودگاه‌های کشور توسط هواپیماهای استیجاری از دیگر کشورها صورت می‌گرفت، اما با خرید هواپیمای جدید توسط مدیریت جدید شرکت فرودگاه‌ها و ناوبری هوایی ایران در شرایط سخت تحریم، این وظیفه مستقیما و براساس اصلاح اساسنامه شرکت فرودگاه‌ها به کارشناسان و خلبانان این شرکت محول شد.

خبر

مرسدس اتوبوس خودران ساخت

خودران بودن دیگر تنها مختص خودروهای کوچک نیست؛ شرکت مرسدس بنز به تازگی از نخستین اتوبوس شهری خودران رونمایی کرد.

به گزارش ایسنا به نقل از گیزمودو، این خودرو که «اتوبوس آینده» نام دارد، مسیر ۲۰کیلومتری فرودگاه اسخیپول آمستردام تا شهر هارلم را با موفقیت طی کرد و پیچ‌های جاده، تقاطع‌ها و مناطق مسکونی را بدون کمک راننده گذراند.

این اتوبوس از جدیدترین سیستم خودران مرسدس موسوم به «سیتی پایلوت» (CityPilot) استفاده می‌کند. این سیستم اجازه می‌دهد اتوبوس در مسیرهای ویژه تا حداکثر سرعت ۷۰ کیلومتر تا حدی به‌طور خودران حرکت کند. البته در همه شرایط، یک راننده باید برای نظارت بر ایمنی در اتوبوس حضور خواهد داشت.

«اتوبوس آینده» با توجه به داشتن جی‌پی‌اس، رادار و دوربین، فقط برای خط ویژه طراحی نشده و می‌تواند در ایستگاه‌ها توقف داشته، از تونل‌ها عبور کند، با چراغ راهنمایی ارتباط برقرار و در مواجهه با موانع و عابران پیاده ترمز کند.

برخلاف سایر خودروهای خودران، این اتوبوس به شبکه شهری متصل بوده، از این رو می‌تواند با چراغ‌های راهنمایی و سایر زیرساخت‌های شهری ارتباط برقرار کند. همچنین هوش مصنوعی این اتوبوس به آن اجازه می‌دهد تا راحتی بیشتری را در زمان حرکت برای مسافران فراهم کند.

البته خودروساز آلمانی قصد ندارد سیستم سیتی‌پایلوت اتوبوس آینده را به شکل کامل تولید کند، بلکه بخش‌هایی از این سیستم را در اتوبوس‌های شهری پیاده‌سازی می‌کند تا برای مثال آنها بتوانند به‌طور خودران بین ایستگاه‌ها حرکت کنند.

مرسدس همچنین قصد دارد که از فناوری نیمه‌خودران برای ارتقای بهره‌وری دستگاه‌های انتقال قدرت خود که درصد آلایندگی آنها نزدیک صفر است، استفاده کند.

اتوبوس آینده تنها به نمایش فناوری رانندگی خودران مرسدس نپرداخته، بلکه همچنین ایده این شرکت برای سفرهای شهری راحت‌تر و فناورانه‌تر را نشان داد. مسافران در این اتوبوس می‌توانند تلفن‌های همراه خود را به‌طور بی‌سیم و از طریق پدهای شارژ القائی شارژ کنند و در عین حال، اطلاعات را روی نمایشگرهای بزرگ بررسی کنند.

این خودرو نخستین نمونه اتوبوس خودران نبوده، اما نخستین نمونه‌ای است که برای سیستم حمل‌ونقل عمومی طراحی شده است.

جدیدترین وضعیت تولید دوگانه‌سوزها

مراسم آغاز تولید پژو ۲۰۶ تیپ ۲ با موتور TU3 ساخت داخل

در خرداد ماه امسال تولید برخی سواری‌های دوگانه‌سوز کاهش و برخی افزایش یافته است.

به گزارش ایسنا، براساس جدیدترین آمارهای اعلام شده در خرداد ماه امسال تولید پژو ۴۰۵ دوگانه‌سوز ایران خودرو مرکزی ۳۶.۶ درصد کاهش یافته و از ۲۷۷۳ دستگاه در خرداد ماه ۱۳۹۴ به ۱۷۵۸ دستگاه کاهش رسیده است.

تولید پژو پارس دوگانه‌سوز ایران خودرو مرکزی نیز با افت ۱۰۰ درصدی همراه بوده است، به‌گونه‌ای که تولید این خودرو از ۲۶۸۰ دستگاه در خردادماه ۱۳۹۴ به صفر رسید.

تولید سمند دوگانه‌سوز ایران خودرو مرکزی نیز مانند دیگر خودروهای دوگانه‌سوز این شرکت کاهش یافته و با افت ۳۲.۷ درصدی از ۳۲۱۸ دستگاه در خرداد ماه ۱۳۹۴ به ۲۱۶۵ دستگاه رسیده است، اما تولید پژو ۴۰۵ دوگانه‌سوز ایران خودرو خراسان افزایش یافته و از صفر دستگاه در خرداد ماه ۱۳۹۴ به ۳۴۹۰ دستگاه رسیده است.

تولید پژو پارس دوگانه‌سوز ایران خودرو خراسان نیز با افزایش همراه بوده و از صفر دستگاه در خرداد ماه سال گذشته به ۱۳۹۲ دستگاه رسیده است.

خرداد ماه امسال تولید سمند دوگانه‌سوز ایران خودرو تبریز نیز افزایش یافته و از صفر دستگاه در خرداد ماه ۱۳۹۴ به ۱۰ دستگاه رسیده است.

در این مدت تولید پراید دوگانه‌سوز پارس خودرو با کاهش همراه بوده و با افت ۳۴.۴ درصدی از ۱۹۰۷ دستگاه در خرداد ماه پارسال به ۱۲۵۱ دستگاه رسیده است.

تولید پراید دوگانه‌سوز سایپا برخلاف پارس خودرو افزایش یافته و با رشد ۱۲.۳ درصدی از ۱۷۷۰ دستگاه در خرداد ماه پارسال به ۱۹۸۷ دستگاه رسیده است.

خرداد ماه امسال تولید تیبا دوگانه‌سوز سایپا کاشان نیز با کاهش ۲۳.۷ درصدی از ۷۹۳ دستگاه در خرداد ماه پارسال به ۶۰۵ دستگاه رسیده است.

در گفت‌وگو با معاون صادرات گروه خودروسازی سایپا مطرح شد

سایپا در آفریقا کشورگشایی می‌کند

بازارهای صادراتی دو خودروساز بزرگ ایران، همواره یکی از نقاط چالش‌برانگیز برای آنها بوده است. تنش‌های سیاسی، جنگ و کاهش قیمت نفت، بازارهای خارجی دو شرکت سایپا و ایران‌خودرو را از اوج به زیر کشیده است. عده‌ای دلیل این روند را فقدان مطالعه بازار در انتخاب این بازارها می‌دانند و عده‌ای دیگر تحمیلی بودن آنها از سوی دولت‌ها به خودروسازان را دلیل دیگر عنوان می‌کنند. اما حالا یک‌سالی هست که این دو خودروساز به سمت قاره سیاه شیف کرده و کشورهای این قاره را به‌عنوان اهداف صادراتی آینده انتخاب کرده‌اند؛ همان کاری که غول‌های خودروسازی جهان نیز به سمت آن رفته‌اند. حالا محسن دستخوش جوان، معاون صادرات گروه خودروسازی سایپا می‌گوید که سایپا بیش از پیش برای حضور در آفریقا برنامه‌ریزی کرده است. با او در زمینه وضعیت بازارهای فعلی و آتی این شرکت گفت‌وگو کرده‌ایم.

عسل داداشلو
dadashloo@gmail.com

سمیه سهیلی | فرصت امروز

آخرین بازار خارجی سایپا، لبنان بوده است. براساس چه ایده‌آلی این بازار انتخاب شده و قرار است سایپا چگونه در این کشور فعالیت کند؟

بازارهای دارای پتانسیل را با کمک مرکز تحقیقات و مطالعات استراتژیک سایپا در قالب یک جدول اولویت‌بندی کرده‌ایم. این اولویت‌بندی براساس مولفه‌های رقابتی، نزدیکی سیاسی، اقتصادی و فرهنگی و مسافت بوده است. از جمله این بازارها کشور لبنان است. نحوه حضور ما در بازار لبنان به صورت صادرات خودروی کامل خواهد بود. کشور لبنان اقتصادی آزاد دارد و حجم بازارش کم است، بنابراین تصمیم گرفتیم در این بازار با واردات خودروی کامل با مجموع گروه محصولات خودروسازی سایپا برای نخستین بار حضور داشته باشیم. یعنی در این بازار محصولات شرکت سایپا، سایپا دیزل، بن رو، زامیاد و سایپای کاشان و پارس خودرو عرضه خواهند شد. ایجاد شبکه فروش، خدمات پس از فروش و همزمان ارسال قطعات یدکی نیز در این بازار صورت خواهد گرفت. نخستین محموله اواخر ماه مبارک رمضان به لبنان ارسال شده است و طی یک ماه آینده پس از وصول خودروها به مقصد، افتتاح رسمی حضور سایپا در این بازار را همزمان با برگزاری یک نمایشگاه خواهیم داشت.

صادرات چند هزار دستگاه در سال برای این بازار پیش‌بینی شده است؟

بازار لبنان، از نظر حجم بازار بزرگی نیست، اما از نظر موقعیت استراتژیک لبنان که یک بندر صادراتی است برای ما اهمیت دارد. لبنان به‌عنوان یک پایگاه صادراتی برای ما خواهد بود. پیش‌بینی ما برای سال اول هزار دستگاه بوده و برای سال‌های بعدی تا سقف ۵ هزار دستگاه افزایش خواهد داشت.

طبیعتا اگر قرار باشد لبنان به یک هاب صادراتی تبدیل شود، سایپا باید در آنجا سرمایه‌گذاری کند.

خیر. ما در سوریه یک سایت تولیدی داریم. با توجه به پیمان موجود میان کشورهای عربی مبنی بر اینکه اگر یک کالا در یکی از این کشورها تا سقف ۴۰درصد به خودکفایی برسد، قابلیت صادرات بین این کشورها بدون تعرفه گمرکی را دارد، اگر ما بتوانیم حوزه بازاریابی در منطقه را توسعه بدهیم، می‌توانیم از سایت خودمان در سوریه که ظرفیت تولید ۳۰ هزار دستگاه دارد، استفاده کرده و از لبنان به‌عنوان یک پایگاه صادراتی استفاده کنیم.

اکنون سایپا در چند بازار خارجی حضور دارد؟

تقریباً در ۴۰ بازار حضور داریم. در برخی از بازارها صرفاً با صادرات قطعات OEو در سایر بازارها با صادرات خودروی کامل یا ایجاد سایت تولیدی حضور داریم. در منطقه خاورمیانه در کشورهای عراق، سوریه و لبنان حضور داریم که در عراق و سوریه سایت تولیدی داریم. در منطقه شمال آفریقا در کشورهای مصر، الجزایر، لیبی و به تازگی در تونس حضور داریم و در الجزایر هم با سرمایه‌گذاری ۷۵ درصدی طرف الجزایری سایت تولید راه‌اندازی کرده‌ایم. در غرب آفریقا در کشورهای سنگال، ساحل عاج، نیجریه، کامرون و غنا حضور داریم که قصد داریم در نیجریه سایت تولیدی راه‌اندازی کنیم. در شرق آفریقا، با تجهیز سایت سودان که متعلق به خود سودانی‌ها بود، خودرو مونتاژ می‌کنیم. در آمریکای لاتین، در کشور ونزوئلا سایت مشترکی با سرمایه‌گذاری مشترک دولت ونزوئلا و شرکت‌های سایپا و ایران خودرو راه‌اندازی شده است که ۶۴ درصد این سرمایه‌گذاری متعلق به دولت ونزوئلا است.

شما در سنگال هم با سایت تولیدی حضور دارید، همان سایتی که در راه‌اندازی سرد کارخانه دردسرساز شد و برق همه پایتخت را قطع کرد، آیا همچنان در این سایت فعال هستید؟

سایت سنگال با سرمایه و مشارکت ایران خودرو و دولت سنگال راه‌اندازی شده و ما برای اینکه بهره‌وری آن سایت بیشتر شود، خودروی پراید را با توجه به اقتصادی بودنش، در آنجا مونتاژ کردیم. اکنون نیز در برنامه‌های خود ادامه این همکاری را برنامه‌ریزی کرده‌ایم.

یعنی سایپا هیچ سرمایه‌ای به سنگال نبرده است؟

خیر. همکاری ما با سایت سنیران اتو در قالب فروش پک خودرو بوده است.

سایت تولیدی ونزوئلا نیز تعطیل است؟

از آنجا که طرف ونزوئلایی در پرداخت وجه به ما دچار مشکل شده است، صدور محموله‌ها متوقف شده و سایت از جهت تولید به‌صورت بسیار محدود فعال است اما در زمینه خدمات پس از فروش همچنان فعالیت ادامه دارد.

میزان بدهی دولت ونزوئلا به شما چقدر است؟

مجموع بدهی‌های دولت ونزوئلا به ایران، حدود ۵۰۰ میلیون دلار است. در بخش خودرو شرکت سایپا ۳۵میلیون دلار از آن کشور طلب دارد. معادل همین مبلغ را نیز شرکت ایران خودرو طلب دارد.

شما در کشورهای CIS هم حضور داشتید؟

ما در اوکراین حضور داشتیم و نزدیک به ۵۰۰ دستگاه از خودروی تیبا را به این بازار صادر کردیم که با استقبال خوبی هم مواجه شد اما وقتی به اوج رسیدیم مصادف با اختلاف اوکراین و روسیه شد و قوانین این کشور با حضور دولت جدید تغییر کرده و به سمت صفر کردن تعرفه‌ها با اروپا رفت و شرایط بازار را به ضرر ما تغییر داد، بنابراین ما نتوانستیم در این جنگ تعرفه‌ای پیروز شویم.

ما در بیشتر بازارهای صادراتی خودروسازان ایرانی با مشکل مواجه شدیم. منتقدان دلیل وجود این مشکلات را فقدان مطالعه بازار یا تحمیل شدن این بازارها از سوی دولت به خودروسازان می‌دانند. شما دلیل این مشکلات را چه می‌دانید؟

عمده بازارهایی که ما در آنها حضور داریم، مبتنی بر مطالعه بازار بوده است. قبل از اینکه مشکلات سیاسی در منطقه ما رخ بدهد ما بازارهای پر رونقی داشتیم. مثلاً در سوریه طرف ما بخش‌خصوصی سوریه بود که ۶۰ هزار دستگاه خودرو در این کشور تولید و عرضه کردیم اما به دلیل بروز بحران و جنگ، فعالیت ما کمتر شد. البته اکنون سایت تولیدی ما در مقیاس پایین تولید می‌کند. در عراق نیز ما وضعیت بسیار مناسبی داشتیم حتی داعش تا ۵ کیلومتری سایت ما در عراق هم آمد اما ما به فعالیت خود ادامه دادیم.

برخلاف تصور عوام خودروی عراق با آپشن‌های کمتر با قیمت ۸هزارو ۵۰۰دلار به مصرف‌کننده ارائه می‌شود و ما ۱۵۰ هزار دستگاه خودرو را به این کشور صادر کرده‌ایم. بنابراین این سایت هم سیاسی نبوده است. اما در ونزوئلا به دلیل روابط خوب سیاسی و شرایط خوبی که در این کشور فراهم شد، خط تولید ایجاد شد و خودروهای ایرانی اقتصادی‌ترین خودروها در ونزوئلا هستند اما از نظر سودآوری پرسودترین صادرات گروه سایپا بوده است.

پس شما معتقدید به نوعی ما بدشانسی آورده‌ایم؟

عمده بازارهای ما در کشورهایی بوده که دچار تنش شده‌اند. خاورمیانه از جهت سیاسی و امنیتی دچار بی‌ثباتی شده و حتی آذربایجان که تجربه رشد اقتصادی بی‌نظیری داشت با پایین آمدن قیمت نفت، دچار شکست اقتصادی شد درحالی‌که یکی از بازارهای خوب ما بود و ما ۲ هزار و ۵۰۰ دستگاه خودرو به این کشور صادر کردیم. بنابراین تمام خودروسازان دنیا در بازارهای این منطقه با مشکل مواجه شده‌اند.

چرا همواره بازارهای شما با ایران خودرو مشترک بوده است؟

البته در تمامی بازارها چنین نبود. اما به‌طور کلی درست است زیرا سطح استاندارد هر دو شرکت سایپا و ایران خودرو یکی است و خودروهای آنها در سگمنت‌های متفاوتی است و همچنین در همه کشورها از محصولات هر دو شرکت استقبال کرده‌اند با این تفاوت که تیراژ خودروهای سایپا بیش از ایران‌خودرو بوده است. ضمن اینکه سبد محصولات دو شرکت، کامل کننده یکدیگر بوده و هر دو شرکت از مزایای رقابتی و محدودیت‌های یکسان برخوردارند.

بازارهای آینده شما کدام بازارها خواهند بود؟

براساس اولویت‌بندی و مطالعه بازاری که صورت گرفته، نیجریه، ساحل عاج، غنا، کامرون، اتیوپی و احیای سودان بازارهای آینده ما خواهند بود. همچنین در آسیا نیز به دلیل برنامه تولید خودروهای فرمان راست سایپا، بنگلادش، پاکستان و هند و همچنین در آفریقا بازارهای اوگاندا و کنیا را در برنامه خواهیم داشت.

گزارش ۲

سرمایه‌گذاری آئودی روی خودروهای برقی و توسعه توانمندی تکنولوژیک

معراج آگاهی
منبع: رویترز

براساس اطلاعات منتشر شده از سوی منابعی در شرکت خودروسازی آئودی، این شرکت قصد دارد تا همانند شرکت مادر خود، یعنی فولکس واگن در یک دهه آینده روی خودروهای برقی و توسعه توانمندی‌های تکنولوژیکی خود سرمایه‌گذاری کند. گفتنی است اتخاذ این تصمیم در پی وقوع جنجال‌های گسترده در رابطه با تقلب رخ داده در شرکت فولکس واگن آلمان صورت پذیرفته است.

در این راستا شرکت آئودی قصد دارد تا یک سوم از بودجه بخش تحقیق و توسعه خود را به بهبود وضعیت خدمات دیجیتال و تولید خودروهای خودران تا سال ۲۰۲۵ میلادی اختصاص دهد. با وجود تصمیم این خودروساز آلمانی برای سرمایه‌گذاری در این بخش، نام خودروهای خودران و دیگر جزئیات مربوط به این پروژه به دلیل محرمانه بودن آن افشا نخواهد شد. لازم به ذکر است شرکت آئودی رقمی معادل ۴ میلیارد و ۲۴۰ میلیون دلار در سال ۲۰۱۵ میلادی در بخش تحقیق و توسعه خود سرمایه‌گذاری کرده است.

شرکت آئودی به منظور دستیابی به اهداف از پیش تعیین شده در برنامه مذکور قصد دارد در برنامه تولید و توسعه محصول خود تغییراتی ایجاد کرده و به‌عنوان مثال از تنوع پیشرانه‌ها و سیستم‌های تعلیق ارائه شده در بازار خودروی آلمان بکاهد.

لازم به ذکر است که شرکت خودروسازی آئودی قصد دارد از خدمات سیار خود برای مشتریان خودروهای لوکس این شرکت رونمایی و در صورت درخواست آنها، خدمات سیار را به آنان ارائه کند این شرکت همچنین به دنبال گسترش تولید خودروهای برقی و افزایش سهم آنان از بازار تا سال ۲۰۲۵ میلادی است. گفتنی است این خودروساز محبوب آلمانی تا سال گذشته میلادی یک میلیون و ۸۰۰ هزار دستگاه خودرو تولید و به بازارهای داخلی و بین‌المللی عرضه کرده است.

اطلاعات مربوط به استراتژی جدید آئودی در شرایطی مطرح می‌شود که «روپرت استادلر» مدیر اجرایی این شرکت قصد دارد با دعوت از ۲هزار مدیر شاغل در این کمپانی خودروسازی آلمانی درباره برنامه‌ها و نقشه راه جدید این شرکت در صنعت خودروسازی جهان در روز چهارشنبه و در جریان کنفرانسی در مونیخ سخنرانی کند.

با وجود انتشار اخبار مذکور سخنگوی شرکت آئودی از هرگونه اظهار نظر در رابطه با گزارش‌های منتشرشده در رسانه‌های اقتصادی آلمان مبنی بر تغییر استراتژی شرکت آئودی خودداری کرد.

در چارچوب تغییرات احتمالی آئودی، این شرکت قصد دارد نخستین خودروی SUV برقی خود را براساس طرح مفهومی « e-tron quattro » که در نمایشگاه خودروی فرانکفورت در سال گذشته میلادی به نمایش گذاشته شد، تولید و به بازار عرضه کند. به عقیده بسیاری از کارشناسان و فعالان حوزه صنعت خودرو، SUV برقی آئودی به منظور رقابت با خودروی Model X تسلا به بازار عرضه خواهد شد. گفتنی است محصول جدید آئودی یک کراس اوور برقی متوسط بوده و احتمالا با نام « Q۶» به بازار عرضه خواهد شد.

در این میان بسیاری بر این باورند که جنجال‌های رخ داده در رابطه با تقلب فولکس واگن در ارائه اطلاعات صحیح از میزان آلایندگی خودروهای این شرکت در آمریکا و اروپا از جمله علل اصلی تصمیم اخیر مدیران آئودی برای سرمایه‌گذاری در پروژه‌های مربوط به تولید خودروهای برقی بوده است.

بازار خودرو

قیمت خودروهای پارس‌خودرو

مدل خودرو	قیمت نمایندگی(تومان)	قیمت بازار(تومان)
ون برلیانس H2L	۱۲۱,۲۰۰,۰۰۰	۱۱۵,۰۰۰,۰۰۰
برلیانس H220 اتوماتیک	۴۳,۴۶۰,۰۰۰	۴۵,۰۰۰,۰۰۰
برلیانس H220 دنده‌ای	۳۸,۰۱۰,۰۰۰	۳۸,۵۰۰,۰۰۰
برلیانس h230	۳۸,۰۱۰,۰۰۰	۳۸,۹۰۰,۰۰۰
برلیانس h230	۴۳,۴۶۰,۰۰۰	۴۵,۹۰۰,۰۰۰
برلیانس H320 اتوماتیک	۵۰,۹۹۰,۰۰۰	۵۴,۵۰۰,۰۰۰
برلیانس H320 دنده‌ای	۴۶,۲۰۰,۰۰۰	۴۷,۸۰۰,۰۰۰
برلیانس h330	۴۴,۳۸۰,۰۰۰	۴۷,۳۰۰,۰۰۰
برلیانس H330 اتوماتیک	۵۴,۲۲۰,۰۰۰	۵۵,۲۲۰,۰۰۰
تندر ۹۰ E1 یورو ۴	۳۳,۳۳۵,۰۰۰	موجود نیست
تندر ۹۰ E2	۳۷,۴۴۰,۰۰۰	۳۹,۰۰۰,۰۰۰
رنو ساندرو	۴۳,۰۵۰,۰۰۰	۴۵,۴۰۰,۰۰۰
رنو ساندرو	۴۹,۰۵۰,۰۰۰	۵۱,۸۰۰,۰۰۰
رنو کولیوس	۱۶۸,۴۰۰,۰۰۰	۱۵۱,۰۰۰,۰۰۰
وانت پادرا انژکتوری	۴۲,۷۰۰,۰۰۰	۴۰,۳۰۰,۰۰۰
پارس تندر ۹۰ فیس لیفت لوگان	۳۹,۵۰۰,۰۰۰	۴۰,۶۰۰,۰۰۰
چانگان CS35	۶۴,۰۰۰,۰۰۰	۶۸,۰۰۰,۰۰۰
چانگان ایدو	موجود نیست	۶۶,۰۰۰,۰۰۰
کولیوس تیپ ۲	۱۷۸,۴۷۰,۰۰۰	۱۵۵,۰۰۰,۰۰۰

قیمت خودروهای مدیران‌خودرو

مدل خودرو	قیمت نمایندگی(تومان)	قیمت بازار(تومان)
ام وی ام ۳۱۵ هاچ بک جدید	۴۲,۳۵۷,۰۰۰	۴۰,۲۰۰,۰۰۰
ام وی ام ۱۱۰ چهار سیلندر -	۲۲,۴۱۰,۰۰۰	۲۰,۲۰۰,۰۰۰
ام وی ام 110S طراحی جدید- نسخه کامفورت	۲۹,۸۱۰,۰۰۰	۲۷,۰۰۰,۰۰۰
ام وی ام 110S طراحی جدید- نسخه لاکچری	۳۱,۸۱۰,۰۰۰	۲۹,۰۰۰,۰۰۰
ام وی ام ۳۱۵ صندوقدار	۴۲,۳۵۷,۰۰۰	۴۰,۲۰۰,۰۰۰
ام وی ام ۵۳۰ - 2000cc یورو ۳	۴۴,۵۱۰,۰۰۰	۳۸,۵۰۰,۰۰۰
ام وی ام ۵۵۰ اتوماتیک	۵۷,۵۶۰,۰۰۰	۵۸,۵۰۰,۰۰۰
ام وی ام ۵۵۰ دنده‌ای	۴۹,۳۱۰,۰۰۰	۵۰,۰۰۰,۰۰۰
ام وی ام X33	۶۶,۴۶۰,۰۰۰	موجود نیست
ام وی ام x33 دنده‌ای	۷۳,۶۶۰,۰۰۰	۶۷,۰۰۰,۰۰۰
ام وی ام X33 تیگو	۶۶,۰۰۰,۰۰۰	۶۲,۰۰۰,۰۰۰
چری تیگو CVT 5 EXCELLENT LUXURY	۹۳,۸۳۰,۰۰۰	۹۳,۰۰۰,۰۰۰
چری تیگو ۵ CVT لاکچری	۹۰,۶۳۰,۰۰۰	۸۹,۹۰۰,۰۰۰
چری تیگو CVT 5 کامفورت COMFORTABLE	۸۴,۷۰۰,۰۰۰	موجود نیست
چری تیگو ۵ MT	۷۷,۷۰۰,۰۰۰	موجود نیست

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی

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

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۴۳۳ (خط ویژه)
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۴۳۴
فکس تحریریه: ۸۶۰۷۳۲۰۳
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۴۹۳۱۶۶
سامانه پیامکی: ۵۰۰۰۱۲۴۳
امور مشترکین: ۸۶۰۷۳۳۱۷
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه:
WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

چهارشنبه | ۳۰ تیر ۱۳۹۵ | شماره ۵۵۸ | صفحه ۸
ایمیل: INFO@FORSATNET.IR سایت: WWW.FORSATNET.IR

گرما، مهمان آخر هفته کشور

براساس تحلیل آخرین داده‌ها و نقشه‌های پیش‌یابی هواشناسی، طی دو روز آینده روند افزایش نسبی دما برای غالب نقاط کشور پیش‌بینی می‌شود.

مدیر کل پیش‌بینی و هشدار سریع سازمان هواشناسی در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه امروز ارتفاعات البرز شرقی، ارتفاعات هرمزگان، جنوب کرمان و جنوب سیستان وبلوچستان با افزایش ابر، بارش پراکنده و گاهی رعد وبرق همراه خواهند بود، گفت: طی دو روز آینده روند افزایش نسبی دما برای غالب نقاط کشور پیش‌بینی می‌شود.

احد وظیفه درباره وضعیت هوای تهران گفت: آسمان تهران طی امروز و فردا صاف تا کمی ابری گاهی با وزش باد همراه خواهد بود؛ همچنین حداکثر و حداقل دما در روز چهارشنبه ۳۸ و ۴۰ درجه و در روز پنجشنبه ۴۰ و ۳۰ درجه سانتیگراد خواهد بود.

وزیر کشور:

شورای نگهبان مخالفتی با برگزاری انتخابات در ۲۹ اردیبهشت ندارد

وزیر کشور با اشاره به اینکه برگزاری انتخابات در سال ۹۶ از اولویت‌های اصلی وزارت کشور است، اظهار کرد: وزارت کشور تاریخ ۲۹ اردیبهشت را برای برگزاری انتخابات ریاست جمهوری و شوراهای شهر و روستا به شورای نگهبان پیشنهاد داده است.

به گزارش ایسنا، عبدالرضا رحمانی فضلی صبح دیروز در گردهمایی معاونان سیاسی، اجتماعی و امنیتی استانداری‌های سراسر کشور اظهار کرد: شورای نگهبان هم مخالفتی با برگزاری انتخابات در این تاریخ ندارد، اما منتظر اعلام رسمی شورای نگهبان در این باره هستیم. وی در ادامه اظهار کرد: انتخابات شوراهای شهر و روستا بسیار فراگیر بوده و رقابت هم بیشتر است، بنابراین می‌طلبد که معاونان استانداری‌ها مسائل اختلافی قومی و محلی را مهم بدانند و نسبت به آن هوشیار باشند و اجازه ندهند از هم‌اکنون بسترهای اختلاف تقویت شود، زیرا این اختلافات موجب تنش در مقطع انتخابات می‌شود.

رحمانی فضلی با بیان اینکه ما مجری انتخابات هستیم و هیچ دخالتی را از سوی هیچ فرد یا نهادی نمی‌پذیریم اظهار کرد: ما این مسئله را در انتخابات مجلس اثبات کردیم. دولت در انتخابات ۹۶ هم کاملا بی‌طرف خواهد بود و همه باید مر قانون را رعایت کنند.

بررسی زمان برگزاری انتخابات ریاست جمهوری در شورای نگهبان

در همین حال نجات‌الله ابراهیمیان، عضو حقوقدان شورای نگهبان گفت که نخستین جلسه شورای نگهبان با حضور سه عضو جدید حقوقدان و سه فقیه ابقا شده امروز برگزار و زمان انتخابات در همین جلسه بررسی می‌شود.

او گفت: قرار است در این جلسه، تاریخ پیشنهادی وزارت کشور برای زمان برگزاری دوازدهمین دوره انتخابات ریاست‌جمهوری بررسی شود. پیش‌تر سیامک ره‌پیک، معاون اجرایی و امور انتخابات شورای نگهبان به ایسنا گفته بود که وزارت کشور برگزاری این انتخابات را در دو تاریخ ۲۹ اردیبهشت و ۵ خرداد ۹۶ پیشنهاد کرده است؛ موضوعی که بررسی کارشناسی شده و گزارش آن آماده است.

ظریف:

وقتی تمام سند منتشر شود، دنیا افتخاری که دوستان مذاکره‌کننده هسته‌ای آفریدند را می‌بینند

وزیر امور خارجه در واکنش به خبر یکی از خبرگزاری‌های آمریکایی مبنی بر وجود سند محرمانه در مورد برنامه هسته‌ای ایران گفت: همه رسانه‌های دنیا تمام سند را ندیده‌اند تا از افتخاری که دوستان مذاکره‌کننده ایجاد کردند، باخبر باشند.

به گزارش ایرنا، محمدجواد ظریف دیروز در حاشیه کنگره پرسش مهر ۱۶ که در سالن اجلاس سران برگزار شد در جمع خبرنگاران این مطلب را در پاسخ به سوالی درمورد خبر یکی از خبرگزاری‌های آمریکایی مبنی بر وجود سند محرمانه درخصوص برنامه هسته‌ای ایران بیان کرد.

وی اظهارداشت: همه رسانه‌های دنیا تمام سند را ندیده‌اند تا از افتخاری که دوستان مذاکره‌کننده ایجاد کردند، باخبر باشند، ولی با این وجود همه رسانه‌ها می‌گویند؛ ایران بعد از ۱۰ سال به سرعت به سمت غنی‌سازی صنعتی می‌رود.

رئیس دستگاه دیپلماسی خاطرنشان کرد: وقتی تمام این سند منتشر شود، مشخص می‌شود ما ظرف ۱۵ سال به کجا خواهیم رسید.

ظریف همچنین درباره گزارش اخیر دبیرکل سازمان ملل اظهارداشت: بان کی مون، دبیر کل سازمان ملل نقشی در تدوین برجام نداشته است و همان‌طور که مشاهده شد کاری کردند که خیلی منفعتی برای اجرای برجام نداشته است و مشخص شد که کار مفیدی هم نیست.

وی درباره اتهام‌های وارد شده به ایران در این گزارش به‌خصوص فرستادن سلاح به عراق نیز تصریح کرد: در بیانیه‌ای که همزمان با قطعنامه ۲۲۳۱ صادر کردیم، اعلام شد که به اقدامات خود در مقابله با تروریسم ادامه می‌دهیم و این سیاست ما است و ارتباطی با برجام ندارد.

پایان دادگاه رسیدگی به پرونده متهمان تعرض به سفارت عربستان

حکم ۱۰ روز دیگر صادر می‌شود

دومین جلسه دادگاه متهمان تعرض به سفارت عربستان به ریاست قاضی فرشید دهقانی صبح دیروز با رسیدگی به پرونده هشت متهم باقیمانده از میان متهمان این پرونده برگزار شد.

به گزارش ایرنا، دومین و آخرین نشست دادگاه رسیدگی به پرونده متهمان تعرض به سفارت عربستان با حضور متهمان و وکیل مدافع متهمان و اصحاب رسانه در شعبه ۱۰۶۰ مجتمع قضایی کارکنان دولت برگزار شد.

بنا بر اظهار قاضی پرونده، حکم متهمان پرونده تعرض به سفارت عربستان در مدت قانونی و حداکثر تا ۱۰روز آینده ابلاغ خواهد شد.

برای ۲۱ نفر از متهمان پرونده تعرض به سفارت عربستان در دو جلسه دادگاه کیفرخواست صادر شده است. یکی از متهمان جلسه دیروز دادگاه پرونده تعرض به سفارت عربستان طلبه بود. به دستور قاضی، پرونده رسیدگی به پرونده این متهم به دادگاه ویژه روحانیت ارجاع خواهد شد.

حجت‌الاسلام‌والمسلمین محمد جعفر منتظری، دادستان کل کشور نیز دیروز در حاشیه برگزاری آیین تکریم و معارفه دادستان قدیم و جدید نظامی استان تهران، از جلسه رسیدگی به اتهامات متعرضان به سفارت عربستان در دادگاه ویژه روحانیت خبر داد و گفت: این دادگاه به‌زودی برگزار می‌شود. غلامحسین محسنی اژه‌ای، سخنگوی قوه قضاییه نیز در بیست و دوم فروردین ماه در نود و چهارمین نشست خبری‌اش پرونده حمله به سفارت عربستان را یکی از پرونده‌های مهم سال ۹۴ خواند و گفت: در این پرونده ۱۲۱ نفر از کسانی که دستگیر شده بودند قرار تامین مناسب و بازداشت صادر شد و ۲۴ نفر دیگر نیز احضار شدند که منجر به صدور قرار یا برخی نیز آزاد شدند.

وی ادامه داد: تاکنون در این پرونده برای ۴۸ نفر کیفرخواست صادر شده که سه، چهار نفر آنان نیز در دادگاه ویژه روحانیت هستند.

اتهام متهمان این پرونده اخلال در نظم از طریق جنجال و تجمع غیرقانونی و مشارکت و تخریب عمدی اموال سفارت عربستان بوده که تعدادی از متهمان به هر دو عنوان اتهام و تعداد دیگری به دلیل اخلال در نظم عمومی محاکمه می‌شوند.

روز شنبه ۱۲ دی ماه۱۳۹۴ برخی از افراد خودسر در اعتراض به اقدام حاکمان سعودی در اعدام شیخ نمر رهبر شیعیان مبارز عربستان به سفارت این کشور در تهران تعرض کردند.

نماینده دائم آمریکا در سازمان ملل:

ایران تاکنون به همه تعهدات خود در قبال برجام عمل کرده است

نماینده دائم آمریکا در سازمان ملل گفت: با گذشت یک سال از حصول توافق هسته‌ای میان ایران و کشورهای ۱+۵ (برجام)، تهران به‌طور آشکار به همه تعهدات خود در قبال این توافق‌نامه عمل کرده است.

به گزارش ایرنا، سامانتا پاور در نشست روز دوشنبه شورای امنیت که برای بررسی موضوع عدم گسترش سلاح‌ها برگزار شد، با ذکر اینکه ایران تاکنون به همه تعهدات خود در قبال برجام عمل کرده است، اجرای این تعهدات از سوی ایران را مایه پیشرفت صلح و امنیت جهانی و سبب خرسندی کشورش ذکر کرد. وی خروج بیش از ۹۸ درصد از اورانیوم غنی شده ایران به خارج، تعطیلی رآکتورهای اراک و از کار افتادن دوسوم از سانتریفیوژهای ایران را نشانه‌های بارزی از پایبندی ایران به مفاد این توافق‌نامه دانست و افزود که در سایه نظارت‌های آژانس بین‌المللی هسته‌ای بر فعالیت‌های هسته‌ای ایران، کشورش به‌طور مستمر در جریان این برنامه‌ها بوده و تاکنون شاهد هیچ‌گونه عدولی از سوی ایران نبوده است.

پاور در ادامه تصریح کرد که آمریکا رویکرد سریع ایران به اجرای تعهدات خود در قبال برجام را تایید و نسبت به آن ابراز خرسندی می‌کند و مدعی شد که همین رویکردها موجب پیدایش تغییرات محسوس واقعی شده که بی‌تردید به پیشرفت صلح و امنیت جهانی که هدف اولیه شورای امنیت سازمان ملل است کمک شایانی کرده و جهان در سایه این توافق امن‌تر است.

ارتش ترکیه: چند ساعت قبل از کودتا از آن مطلع شده بودیم

ارتش ترکیه دیروز اعلام کرد که چند ساعت قبل از اجرای کودتا اطلاعاتی را درمورد آن به دست آورده بود.

به گزارش ایسنا، به نقل از شبکه خبری روسیا الیوم، ارتش ترکیه در بیانیه‌ای اعلام کرد که چند ساعت قبل از اجرای کودتا توسط گروهی از نظامیان، از تلاش آنها برای کودتا مطلع شده بود.

در بیانیه ارتش ترکیه آمده است: بیشتر نیروهای ارتش ارتباطی با کودتا نداشته‌اند. طبق این بیانیه، نیروهای مسلح ترکیه تمام اراضی کشور را تحت کنترل خود درآورده‌اند.

پیش‌تر نیز مجله ترکیه‌ای «نکته» گزارش داده بود که سازمان اطلاعات ملی ترکیه چند ساعت قبل از اجرای کودتا، از مقدمه چینی‌ها برای آن مطلع بود و این مسئله را به اطلاع فرماندهی ارتش نیز رسانده است. طبق گزارش نکته، سازمان اطلاعات ترکیه اطلاعات درباره کودتا را روز جمعه ۱۵ ژوئیه در ساعت ۱۶:۰۰ به دست آورد. در ساعت ۱۶:۳۰ نیز هاکان فیدان، رئیس سازمان اطلاعات ملی ترکیه به یاشار گولیر، معاون فرمانده نیروهای مسلح ترکیه این مسئله را اطلاع داده است.

در همین حال، خلوصی آکار، رئیس ستاد مشترک نیروهای مسلح ترکیه در ساعت ۱۸:۳۰ دستور بسته شدن حریم هوایی ترکیه را داده و پرواز جنگنده‌ها و تحرک نیرو و خودروهای زرهی را ممنوع کرده بود.

این مجله نوشت، قرار بود که کودتا در ساعت ۳:۰۰ صبح روز شنبه ۱۶ ژوئیه آغاز شود، اما این کودتا در ساعت ۲۱:۰۰ روز جمعه ۱۵ ژوئیه آغاز شد و علت آن لو رفتن برخی جزییات محرمانه کودتا بود.

سیاست

اردوغان: خبر مهمی درباره حل اختلافات با همسایگان اعلام می‌کنم

رئیس‌جمهوری ترکیه در اظهاراتی از تصمیم خود برای اعلام خبری مهم در مورد حل اختلافات آنکارا با کشورهای همسایه خبر داد.

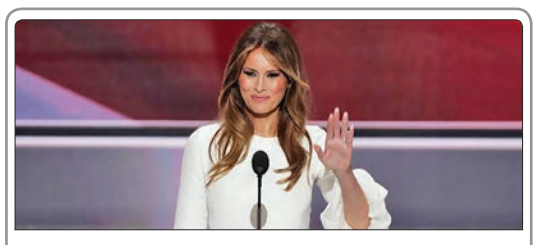
به گزارش خبرگزاری مهر به نقل از ینی شفق، این خبر مهم قرار است امروز اعلام شود.

رجب طیب اردوغان در سخنرانی در جمع هوادارانش اعلام کرد: دولت، روز چهارشنبه تصمیم مهمی را برای کنار گذاشتن اختلافات با همسایگان خواهد گرفت. ما هر طوری که شده به این روند غلبه خواهیم کرد. دولت ما در حال آماده‌سازی مهمی است و جلسه شورای امنیت ملی را روز چهارشنبه تشکیل می‌دهیم و بعد از آن جلسه، تصمیم مهمی را اعلام می‌کنیم.

اردوغان در حالی این مطلب را اعلام کرده که بعد از برکناری احمد داوداوغلو از سمت نخست‌وزیری ترکیه و روی کار آمدن دولت جدید، آنکارا از در دوستی با روسیه وارد شد و خبرهایی نیز در مورد تصمیم ترکیه برای تغییر سیاست در خصوص سوریه منتشر شد. پیش از این، ترکیه با نامه رسمی اردوغان به ولادیمیر پوتین رئیس جمهوری روسیه، روابط تیره دو کشور بعد از سقوط جنگنده روس‌ها را بر طرف کرده است.

تیتراخبار

- اعضای پارلمان انگلستان در پاسخ به هشدار نخست‌وزیر این کشور مبنی بر ضرورت حفظ تسلیحات هسته‌ای، به نوسازی ناوگان زیردریایی‌های هسته‌ای این کشور رأی مثبت دادند.
- منابع محلی در سوریه اعلام کردند دیروز ۱۱۷ غیرنظامی در حمله ائتلاف تحت رهبری آمریکا در حلب کشته شدند.



ملانیا ترامپ همسر دونالد ترامپ متهم است که در سخنرانی خود در گردهمایی حزب جمهوریخواه آمریکا سخنانی را در حمایت از همسرش ایراد کرد که ۸ سال پیش، میشل اوباما، همسر باراک اوباما در کارزار تبلیغاتی گفته بود

جامعه

وزیر بهداشت: افزایش ناگهانی بیمه‌شدگان به طرح تحول سلامت ضربه زد

وزیر بهداشت، درمان و آموزش پزشکی گفت: افزایش ناگهانی شمار بیمه‌شدگان به طرح تحول سلامت ضربه زد و به جای اینکه پنج میلیون تن بیمه رایگان شوند، به یکباره ۱۱ میلیون بیمه شدند.

به گزارش ایرنا، سیدحسن هاشمی دیروز در اجلاس مدیران پرستاری افزود: قرار بود بیمه ۵ میلیون تن از هموطنان که از اقشار نیازمند هم هستند فقط برای خدمات بستری باشد که ۵۵۰ میلیارد تومان هم برای این کار پیش‌بینی شده بود، اما بیمه‌ها با پوشش یکباره ۱۱میلیون تن، بدون تأمین بودجه از طرح تحول سلامت عبور کردند، خدمات دفترچه آنها به خدمات سرپایی گسترش یافت و هزینه‌ها چند برابر شد.

هاشمی افزود: پوشش خدمات بستری برای هر نفر ۱۶هزار تومان برای دولت بار مالی داشت و اما افزایش خدمات دفترچه نیازمند بودجه ۳۴هزار تومانی برای هر تن بود که این ما به التفاوت تأمین نشد و در نهایت بیمه دچار عقب ماندگی در پرداخت مطالبات شد که در پی آن پرداخت کارانه پزشکان و کادر درمانی به تعویق افتاد.

وزیربهداشت خاطرنشان کرد: امروز بیمه‌ها در مجموع بین ۷ تا ۸هزار میلیارد تومان به وزارت بهداشت بدهکارند.

تیتراخبار

- اسماعیل نجار، رئیس سازمان مدیریت بحران کشور با اشاره به جان باختن سالی ۱۸ هزار نفر در تصادفات جاده‌ای کشور گفت: روزانه حدود ۵۳ نفر در حوادث جاده‌ای از بین می‌روند و حدود ۲۵۰ نفر هم زخمی می‌شوند.
- با تصویب شورای شهر تهران، ایستگاه ۶۹ آتش‌نشانی به نام شهید آتش نشان «علی قانع» نامگذاری شد.

مدیرعامل شرکت کالای شهروند با تأکید بر نگاه ویژه شهردار تهران برای توسعه شعب فروشگاه‌های زنجیره‌ای شهروند در سایر استان‌های کشور تأکید کرد: به‌زودی شعبه‌های این فروشگاه در سراسر کشور توسعه پیدا خواهند کرد.

فرهنگ

محدودیت سنی برای تماشای «لانتوری»

فیلم سینمایی «لانتوری» تازه‌ترین فیلم رضا درمیشیان با محدودیت سنی بالای ۱۶ سال به نمایش درخواهد آمد.

به گزارش ایسنا، نمایش «لانتوری» پس از پایان نمایش عمومی فیلم سینمایی «آآادت نمی‌کنیم» در مرداد ماه به سرگروهی سینما آفریقا آغاز خواهد شد. «لانتوری» سومین فیلم رضا درمیشیان پس از فیلم‌های «عصبانی نیستم! » و «بغض» است.

این فیلم که برنده بهترین فیلم از سومین جشنواره فیلم‌های ایرانی زوریخ است تاکنون در سه فستیوال جهانی شصت‌وششمین دوره جشنواره برلین، پنجاه‌ویکمین جشنواره کارلووی‌واری و نوزدهمین جشنواره بین‌المللی فیلم شانگهای به نمایش درآمده است.

«لانتوری» همچنین در هفتمین جشنواره خاورمیانه اکنون فلورانس، جشنواره فیلم‌های ایرانی مونیخ و در برنامه‌های ویژه مرور فیلم‌های درمیشیان در سومین جشنواره فیلم‌های ایرانی کلن، دومین جشنواره فیلم‌های ایرانی زوریخ و موزه هنرهای آلمان به نمایش درآمده است.

تیتراخبار

- رضا میرکریمی که دو روز پیش استعفایش از مدیرعاملی خانه سینما رسانه‌ای شد تأکید دارد در برخی امور کنار مدیر جدید می‌ماند ولی برنامه اصلی‌اش نوشتن فیلمنامه و انجام امور جشنواره جهانی فیلم فجر است.
- جمشید مشایخی پس از ۲۰ سال با داوود میرباقری همکاری می‌کند. این بازیگر سرشناس گفته است که میرباقری از او برای بازی در سریال "ماه تی‌تی" دعوت به کار کرده است.

فرزند استاد محمدرضا شجریان در یادداشتی ضمن رد شایعه به کما رفتن پدرش، تصریح کرد، وی دلتنگ ایران و مردمان عزیزش است

ورزش

وادا: روسیه باید از بازی‌های المپیک محروم شود

آژانس ضددوپینگ جهانی (وادا) اعلام کرد که روسیه باید از بازی‌های المپیک ۲۰۱۶ محروم شود تا وقتی تغییر فرهنگی در روسیه صورت بگیرد.

گفته می‌شود که مقامات در ۳۰ رشته ورزشی در جابه‌جا کردن نمونه‌های دوپینگ درگیر بوده‌اند که در بین آنها رشته‌های قایقرانی، تکواندو و پینگ‌پنگ و رشته‌های پارالمپیکی نیز بوده‌اند.

وادا در بیانیه‌ای اعلام کرد: با توجه به اینکه وزارت ورزش روسیه دوپینگ سیستماتیک در ورزش انجام داده و مشخص شده است که در ۳۰ رشته مختلف که ۲۰رشته آن در المپیک و پارالمپیک تابستانی هستند، دوپینگ صورت گرفته است، بی‌گناهی ورزشکاران در تمامی این ورزش‌ها و در کل ورزش روسیه زیر سوال می‌رود. وادا به IOC و IPC پیشنهاد می‌دهد که تمامی ورزشکارانی که تحت نظارت کمیته المپیک روسیه فعالیت داشته‌اند را از المپیک ریو محروم کند. ضمنا هر مورد استثنایی باید زیر پرچم المپیک در ریو مسابقه دهد.

وادا همچنین پیشنهاد می‌دهد که مسئولان دولتی روسیه نتوانند به مسابقات المپیک دسترسی داشته باشند.

تیتراخبار

- رسانه‌ها گزارش داده‌اند که زین‌الدین زیدان سرمربی رئال مادرید، ماریو گوتسه هافبک بایرن مونیخ را می‌خواهد تا جانشین مناسبی برای لوکا مودریچ باشد.
- هواپیمایی قطر برای یک سال دیگر نیز به‌عنوان اسپانسر پیراهن فصل آینده بارسلونا انتخاب شد. قرار است از ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۱، آمازون به‌عنوان اسپانسر اول پیراهن بارسلونا فعالیت کند.

در پایان بازی دوستانه استقلال با خونه به خونه، هواداران برای گرفتن عکس یادگاری به زمین بازی هجوم آوردند که همین مسئله باعث شد بازیکنان از زمین فرار کنند.

بایدها و نبایدهای تبلیغ محصولات مضر

تمرکز بر تغییر کیفیت

مهلا فرازمند
M_farazmand_66@yahoo. com

چیپس، پفک، نوشیدنی‌های گازدار، همبرگر، انواع سوسیس و کالباس و... از جمله مواد خوراکی هستند که به دلیل وجود نمک، شکر، روغن و افزودنی‌های مضر، سلامتی جامعه را به خطر می‌اندازند و سبب بروز بیماری‌هایی همچون سرطان می‌شوند. پزشکان و متخصصان سلامت همواره به افراد جامعه توصیه می‌کنند که از مصرف این محصولات پرهیز کنند، اما با وجود تمام این مسائل، طبع و ذائقه افراد با چنین محصولاتی سازگاری پیدا کرده و نه تنها این محصولات در ویترین بسیاری از فروشگاه‌ها و سوپرمارکت‌های شهر به وفور یافت می‌شود و به فروش می‌رسد، بلکه این گونه خوراکی‌ها مشتریان زیادی را به خود اختصاص داده که عمدتا قشر کودک و نوجوان جامعه هستند.

اما چگونه می‌توان چنین محصولاتی را که برای سلامتی انسان‌ها مضر هستند، تبلیغ کرد؟ در تمام نقاط جهان تبلیغات محصولاتی که برای سلامتی افراد جامعه مضر هستند در رسانه‌های فراگیر عمومی ممنوع شده است و هیچ‌کس حق ندارد محصولی را به صرف کالا بودن آن تبلیغ کند. شرکت‌های مختلف خارجی برای حفظ بقای خود و اینکه تولید محصولات خود را متوقف نکنند روش‌هایی را به کار برده‌اند که به افزایش فروش محصولات‌شان منجر شده است.

در این راستا «فرصت امروز» در گفت‌وگو با دکتر محمود دهقان طزرجانی، متخصص کمپین‌های تبلیغاتی، بازاریابی و فروش، راهکارهایی عملی برای تبلیغات این شرکت‌ها ارائه داده است که در ادامه می‌خوانید.

خوشمزه‌های سمی

دکتر محمود دهقان طزرجانی می‌گوید: قند، نمک و سم سه ماده مضر و سمی برای سلامتی افراد هستند و باید از آنها پرهیز کرد؛ بنابراین نباید بگذاریم سلامت جامعه فدای امر تجارت شود و در هیچ کشوری چنین اجازه‌ای داده نمی‌شود. محصولاتی مانند پفک و چیپس به دلیل میزان نمک بالا یا روغن با ترانس بالا بسیار مضر هستند و باعث پوکی استخوان در کودکان می‌شوند و جلوی رشد استخوان‌ها را می‌گیرند، بنابراین چنین شرکت‌هایی باید در کیفیت محصولات شان تغییراتی ایجاد کنند تا برای سلامتی افراد ضرر نداشته باشد. پس از انجام این تغییرات، راه‌های زیادی وجود دارد تا این شرکت‌ها محصولات خود را تبلیغ کنند. البته طی سال‌های گذشته این شرکت‌ها توانسته‌اند جایگاهی برای محصولات‌شان در جامعه پیدا کنند، به‌طوری که باوجود تمام شکایات و مشکلاتی که وجود دارد، فقط به خاطر درآمدهای تبلیغاتی‌شان هزاران جوان را درگیر نمک و مسائل دیگر کرده‌اند که پیامدهایی را برای سلامتی جامعه به دنبال دارد. پس از ایجاد تغییرات و افزایش کیفیت محصولات، اگر قرار باشد این محصول به‌عنوان محصول سالم غذایی فروخته شود روش‌های تبلیغاتی POS، POP، تبلیغات محیطی و... می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد، اما نکته مهم این است که بزرگ‌ترین تبلیغات هر محصول کیفیت آن است.

تبلیغات مضر ممنوع

به عقیده وی، تبلیغاتچی‌ها حق ندارند آنچه را که به حال جامعه مضر است تبلیغ کنند و نمی‌توان صرفا به دلیل کالا بودن یک محصول، هر نوع تبلیغاتی برای آن انجام داد. تبلیغات مضر برای عموم جامعه، حتی در علم تبلیغات نیز ممنوع است. تبلیغات بیان واقعیت‌هاست، نه بیان فرعیات و اغوا و تشویق مردم به اعمال ناشایست.

این متخصص کمپین‌های تبلیغاتی، بازاریابی و فروش می‌گوید: در چرخه زنجیره بازاریابی عامل product بسیار مهم است و نخستین مسئله این است که سازمان‌ها باید این کالاها در نظر بگیرند و بدانند که چه کاری انجام می‌دهند. سونامی سرطان به خاطروجود محصولات مضر پدید آمده است.

نمونه آن هم شیرهای دارای پالم است. متاسفانه برخی از شرکت‌های لبنیات با استفاده از رانت و حمایت برخی مقامات که حتی اجازه ندادند نام‌شان فاش و منعکس شود، روغن طبیعی شیر را گرفتند و روغن پالم را به شیر تزریق و وارد جامعه کردند که مخاط افراد را از بین می‌برد. این واقعیتی است که باید بپذیریم و نباید در جریان تبلیغات، کالایی را که برای عموم جامعه مضر است تبلیغ کنیم.

کسانی که تبلیغات چنین محصولاتی را انجام می‌دهند باید به فکر باشند. روش‌هایی برای تغییر کیفیت وجود دارد. به‌عنوان مثال می‌توان به جای استفاده ازنمک که برای سلامتی مضر است، از سرکه استفاده کرد. این تغییر علاوه بر اینکه از ترویج محصولات مضر جلوگیری می‌کند، طبع افراد را نیز تغییر می‌دهد.

اصلاح رفتار

وی می‌افزاید: پیشنهاد من به شرکت‌های تولیدکننده چنین محصولاتی این است که پس از ایجاد تغییراتی در کیفیت محصولات، یک کمپین تبلیغاتی خوب در مورد این تغییر کیفیت کارشان مطرح کنند. یعنی به جامعه و نهادها این اطمینان را بدهند که کیفیت محصولات‌شان تغییر کرده است. اگر این اتفاق تحت عنوان یک کمپین تبلیغاتی بیفتد، جامعه هم خواهد پذیرفت. در حال حاضر در آمریکا و اروپا تبلیغات سیگارهای الکترونیک را داریم که از آن استفاده می‌شود، ولی مضرات سیگار را ندارد. پس می‌توان این کار را انجام داد. به نظر من این کار در قالب یک کمپین تبلیغاتی که اهداف و استراتژی‌ها و تاکتیک‌های تبلیغاتی را برای‌شان مشخص می‌کند، برای اینکه بتوانند مخاطبان را جذب کنند و ضرری هم برای جامعه نداشته باشند امکان‌پذیر است.

تبلیغات هدف‌دار

دکتر محمود دهقان طزرجانی با اشاره به اینکه اغلب مخاطبان این گونه محصولات، کودکان و مردم عام هستند، می‌گوید: طبیعی است که تلویزیون به خاطر گستردگی و وسعتی که دارد حرف اول را در تبلیغات این محصولات می‌زند. به طور کلی بسته به اینکه مخاطبان چه کسانی باشند روش تبلیغات نیز متفاوت است، اما در عین حال تبلیغات فروشگاهی، زمین‌های ورزشی و مدارس می‌تواند موثر باشد. فروشگاه‌های مدارس یکی از مراکز پر فروش این‌گونه محصولات می‌تواند باشد، البته به شرطی که ایرادات آن برطرف شود.

شعار تبلیغاتی

به عقیده این متخصص، یکی از روش‌های تبلیغاتی موثر، شعار محصول است. به‌عنوان مثال اگر شرکت چی‌توز بخواهد محصول پفک خود را تبلیغ کند می‌تواند از طریق شعارش سلامتی را القا کند. زمانی که روغن‌های مایع تازه وارد کشور شده بود و قرار بود روغن جامد از سبد غذایی جامعه حذف و روغن مایع تبلیغ شود، از چنین شعارهای تبلیغاتی استفاده شد که «روغن مایع، ضامن سلامتی» یا در کمپینی که برای شیر پاستوریزه مطرح شد گفته می‌شد: «شیر هر نوعی که باشه باید پاستوریزه باشه». به این ترتیب پاستوریزه بودن را در کنار شیر مطرح کردند و مردم نیز این را پذیرفتند که شیر باید پاستوریزه باشد و مرحله میکروب زدایی روی آن انجام شده باشد. این کار در عین حال یک فرهنگ‌سازی عمومی هم بود و فروش خوبی داشت. در مورد روغن مایع نیز به همین شکل بوده و بحث روغن‌های ترانس بالا و گرفتگی داخل رگ‌ها مطرح شد؛ بنابراین استقبال خوبی از این محصول شد. در هر صورت اگر تولیدکنندگان این محصولات بخواهند تغییراتی در کیفیت محصولات خود بدهند که هم بتوانند مجوزهای لازم را بگیرند و هم کارشان را پیش ببرند، از طریق کمپین‌های تبلیغاتی اثر بخش می‌توانند این کار را انجام دهند.

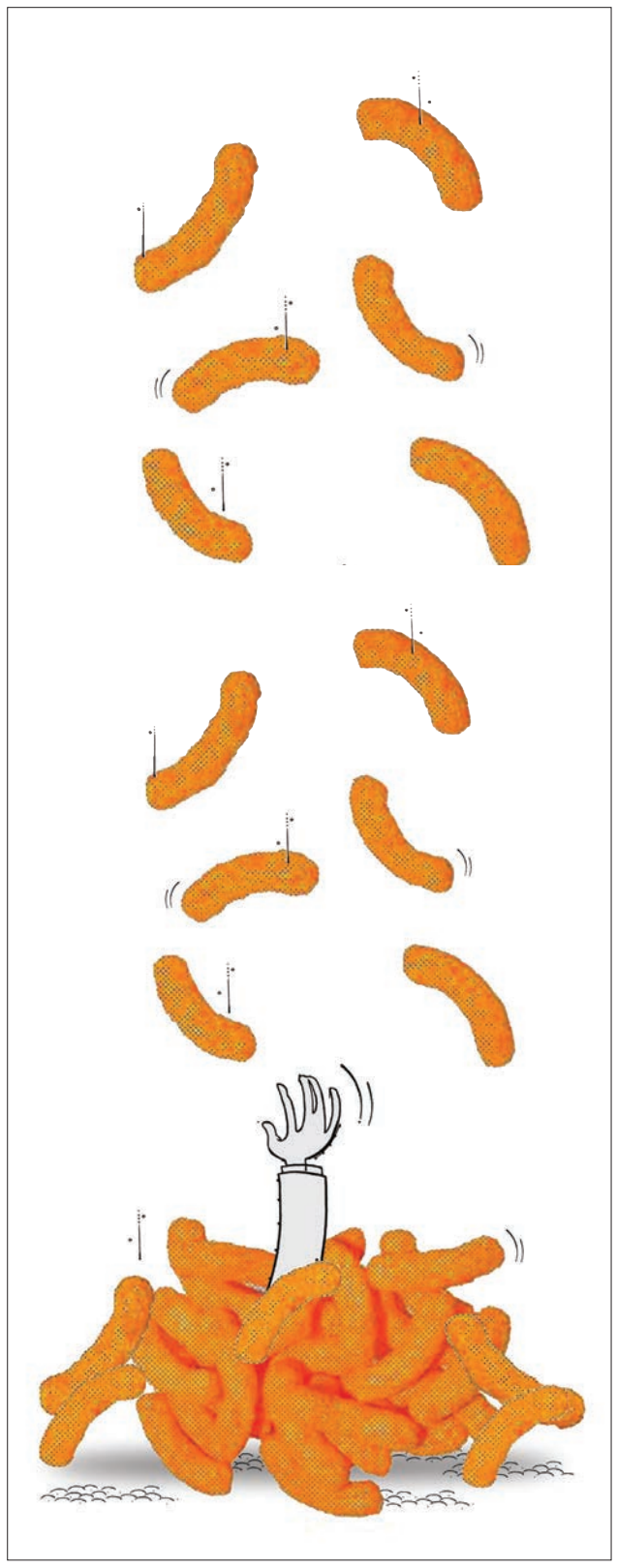
بقا به قیمت مرگ!

دکتر محمود دهقان طزرجانی با تاکید بر اینکه ادامه حیات یک شرکت نباید به قیمت مرگ جوانان این سرزمین تمام شود، می‌گوید: کارخانه‌ها می‌توانند کار کنند و به حیات‌شان ادامه دهند، اما در عین حال به سالم‌سازی جامعه نیز کمک کنند. بنابراین شرکت‌هایی که قصد دارند به تولید محصول خود ادامه دهند ابتدا باید محصولات‌شان را تغییر دهند، سپس از طریق برگزاری یک کمپین موفق، محصولات‌شان را که دیگر

> **پس از ایجاد تغییرات و افزایش کیفیت محصولات، اگر قرار باشد این محصول به‌عنوان محصول سالم غذایی فروخته شود روش‌های تبلیغاتی POS، POP، تبلیغات محیطی و... می‌تواند مورد استفاده قرار گیرد، اما نکته مهم این است که بزرگ‌ترین تبلیغات هر محصول کیفیت آن است**

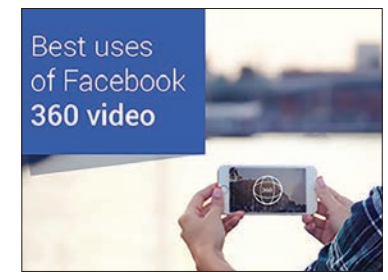
برای جامعه مفید است، با شعار مفیدی برای جامعه وارد کنند و آنها را به فروش برسانند.

وی می‌افزاید: در تبلیغات بحثی به‌نام ری‌برندینگ وجود دارد. یعنی زمانی که برندها به هر دلیلی خود را بازسازی می‌کنند از طریق یک کمپین ری‌برندینگ و بازسازی برند، جایگاهی را که قبلا داشتند تبدیل به یک جایگاه خوب می‌کنند.



کافه تبلیغات

خلاقانه‌ترین ویدئوهای ۳۶۰درجه فیس‌بوک



شرکت‌ها ویدئوهای ۳۶۰ درجه جالبی می‌سازند و باعث تعجب تماشاچیان می‌شوند. در این مقاله پنج مورد از خلاق‌ترین نمونه‌ها را معرفی می‌کنیم.

فیس‌بوک در سپتامبر ۲۰۱۵، ویدئوهای ۳۶۰ درجه خود را معرفی کرد و از آن زمان تا به حال این امکان، توجه زیادی را به خود جلب کرده است. کاربران فیس‌بوک اکنون می‌توانند با گوشی یا لپ‌تاپ در مکان‌های مختلف جغرافیایی و خیالی حضور داشته باشند.

National Geographic: استادان داستان‌سرایی

National Geographic شیوه‌های داستان‌سرایی خارق‌العاده خود را به ویدئوهای ۳۶۰ درجه فیس‌بوک برده است و ماجراهای تصویری را به شکلی جدید روایت می‌کند. آنها چند تجربه سه‌بُعدی ۳۶۰ درجه را همراه با یک متن کوتاه آموزشی منتشر کرده‌اند؛ یک تجربه سرگرم‌کننده که یادگیری را به فعالیتی جذاب تبدیل می‌کند.

Game of Thrones: سفر به وستروس (Westros)

تیم Game of Thrones کمپانی HBO بلد است محتوایی را تولید کند که هوادارانش دوست داشته باشند... از تیزرهای پرمخاطب گرفته تا تولید محتوای اورجینال و به نظر می‌رسد که این روش مؤثر بوده است: این مجموعه در حال حاضر ۱۹ میلیون طرفدار در فیس‌بوک دارد؛ فقط ۳ میلیون افزایش طرفدار در فصل ۵ مجموعه. طرفداران این مجموعه با ویدئوهای ۳۶۰ درجه فیس‌بوک می‌توانند همراه با شنیدن موسیقی تیتراژ مجموعه گشتی در Westros بزنند.

Visit Florida: زیر دریا

همان‌طور که لوکا دلپانو، نایب رئیس هتل‌های زنجیره‌ای Shangri La، در کنفرانس شبکه‌های اجتماعی Engage ۲۰۱۶ این مسئله را مطرح کرد که تکنولوژی با اجازه دادن به شرکت‌ها برای خلق محتوای شخصی‌سازی‌شده برای میهمانان، صنعت گردشگری را متحول کرده است. Visit Florida منبع رسمی توریسم ایالت فلوریدا است. آنها با ویدئوهای ۳۶۰ درجه فیس‌بوک به بازدیدکنندگان احتمالی نشان می‌دهند در سفرهای خود با چه جذابیت‌هایی رو به رو خواهند شد. در این ویدئو Visit Florida تماشاچیان را به غواصی در اعماق آب‌ها می‌برد، دسته‌های ماهی‌ها را به نمایش می‌گذارد و غارهای مخفی را کشف می‌کند.

NASA: سفری ۳۶۰ درجه به سیاره دیگر

ورونیکا مک‌گرگور مدیر شبکه‌های اجتماعی و اخبار ناسا در کنفرانس Engage ۲۰۱۶ مسئله مهمی را مطرح کرد: «آدم آهنی نباشید». مریخ‌نورد Curiosity با انتشار توییت‌های منظم درباره مریخ، این نصیحت را جدی گرفته است (این توییت‌ها از زبان اول شخص روایت می‌شوند) و حالا ناسا با ویدئوهای ۳۶۰ درجه فیس‌بوک استراتژی شبکه‌های اجتماعی خود را به سیاره دیگری برده است. به جای شروع یک سفر به مریخ (که به طور متوسط ۲۶۰ روز طول می‌کشد)، بازدیدکنندگان می‌توانند سیاره سرخ را با کلیک موس یا کج کردن گوشی هوشمند خود ببینند. با این ویدئوها لازم نیست برای رفتن به یک سفر ماجراجویانه فضایی، آموزش‌های فضانوردی ببینید.

Red Bull: ورزش‌های خطرناک بدون ریسک

Red Bull با نمایش ورزش‌های خطرناک، استفاده از ویدئوهای ۳۶۰ درجه فیس‌بوک را وارد مرحله تازه‌ای کرده است. در این ویدئو شما به خطرکردن معتاد می‌شوید و در یک دره برفی با سرعت پایین می‌روید. به لوگوی Red Bull روی چترهای نجات توجه کنید. Red Bull استاد مرتبط کردن ورزش‌های ماجراجویانه به برند خود است.

کلام آخر

ویدئوهای ۳۶۰ درجه فیس‌بوک باعث شده شرکت‌ها بتوانند با خلق تجربیات مرتبط با فعالیت خود، مخاطبان را با روش‌های خلاقانه‌ای جذب کنند. تجربه‌های مجازی همه‌گیر شده است و به شرکت‌ها اجازه می‌دهد راه خود را در سروصدای موجود در شبکه‌های اجتماعی باز کنند و رابطه خود را با مشتریان بهبود ببخشند.

منبع: ام بی‌ای نیوز

تبلیغات خلاق

آگهی بیمه liberty seguros- شعار: حواس پرتی هیچ گاه عاقبت خوبی ندارد.

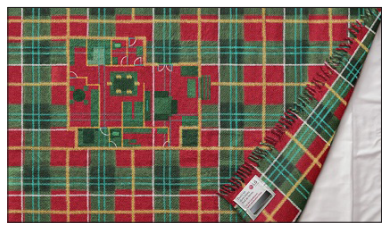
ایستگاه تبلیغات

تبلیغ خلاق دستگاه تهویه مطبوع ال جی

ال‌جی در آگهی تبلیغاتی جدید خود به تبلیغ دستگاه تهویه مطبوع مجهز به فیلتر استریلیزه پرداخته است. به گزارش مارکتینگ نیوز، در این آگهی‌ها به مشتریان گفته می‌شود که اگر تهویه مطبوع ال جی مجهز به فیلتر استریلیزه ندارید، گرد و غبار همچنان در جای جای خانه شما باقی خواهد ماند.

دست‌اندرکاران:

آژانس تبلیغاتی: Y & R، سائو پائولو، برزیل
مدیر ارشد خلاقیت: روی برانکینو
مدیر هنری: فیلیپ پاوانی
مدیر خلاقیت: روی برانکینو، ویکتور سانتانا



کافه بازاریابی

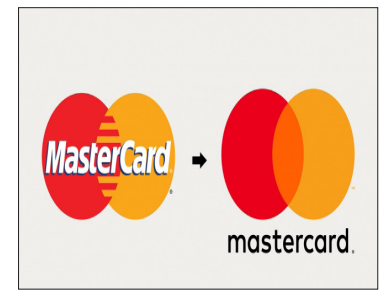
تغییر لوگوی مسترکارت

ترجمه: معراج آگاهی

چهره لوگوی مسترکارت پس از نزدیک به دو دهه اندکی متفاوت شده و البته به زعم بسیاری از کارشناسان، لوگوی جدید این کارت اعتباری اندکی آشنا به نظر می‌رسد. گفتنی است پس از اتخاذ تصمیم در سطوح بالای مدیریتی شرکت مسترکارت، فرآیند طراحی لوگوی جدید این شرکت به کمپانی Pentagram که اخیر لوگوی شرکت Verizon را نیز دستخوش تغییر و تحول کرده است، سپرده شد. براساس اخبار منتشر شده در رسانه‌ها، شرکت مسترکارت در پاییز سال جاری میلادی و همزمان با معرفی سرویس جدید Masterpass از لوگوی جدید خود رونمایی خواهد کرد.

در این راستا Raja Rajamannar از مدیران شرکت مسترکارت و در گفت‌وگو با رسانه‌ها اظهار داشت انگیزه اصلی برای تغییر لوگوی مسترکارت و ایجاد یک لوگوی جدید متاثر از شرایط فعلی و تمایل مدیران این شرکت برای مدرن‌سازی مسترکارت و جداسازی آن از خدمات مالی اینترنتی صرف بوده است. این در حالی است که بسیاری از کارشناسان و تحلیلگران حوزه برندینگ معتقدند مسترکارت خواهان یک لوگوی ساده و انعطاف‌پذیر که قادر به نشان دادن تمامی ابعاد خدمات این شرکت بوده‌اند و از این رو تصمیم به باز طراحی لوگوی آن گرفته‌اند.

با وجود علاقه مدیران مسترکارت به باز طراحی لوگوی این شرکت و مدرن شدن آن، آنها از اهمیت لوگوی آشنای گذشته باخبر بوده و به هیچ عنوان قصد ندارند تغییرات اعمال شده در برند جدید این شرکت عمیق و رادیکال باشد. در این رابطه مدیر اجرایی شرکت مسترکارت معتقد است: «لوگوی مسترکارت در سراسر جهان شناخته شده بوده و بیش از ۲ میلیارد و ۲۰۰ میلیون کارت اعتباری این شرکت لوگوی آن را روی خود دارند، همچنین فروشندگان بسیاری با استفاده از لوگوی مسترکارت به مشتریان اعلام می‌کنند که پذیرای کارت‌های اعتباری این شرکت هستند.» وی افزود: «در حال حاضر آشنا بودن لوگوی پیشین مسترکارت برای ما از اهمیت فراوانی برخوردار بوده و ما قصد داریم المان‌های اصلی لوگوی قدیمی‌مان یعنی دو دایره‌ای را که بخشی از آنها برهم منطبق شده است در فرآیند بازطراحی آن حفظ کرده و ضمن استفاده از رنگ فعلی آنها عبارت مسترکارت را نیز در لوگوی جدید قرار دهیم.»



در ارتباط با سخنان اخیر Raja Rajamannar در رابطه با حفظ عناصر اصلی لوگوی پیشین مسترکارت این شرکت در لوگوی جدید خود عبارت Master Card را که درون دو دایر منطبق برهم نوشته شده، حفظ کرده و در لوگوی جدید از این عبارت در زیر دو دایره مذکور استفاده کرده است. همچنین عبارت Master Card که در لوگوی قدیمی با دو حرف بزرگ M و C نوشته می‌شد هم‌اکنون تماما با حروف کوچک و به‌صورت mastercard نوشته می‌شود.

اعمال تغییرات مذکور در شرایطی صورت می‌پذیرد که به عقیده Raja Rajamannar عمده‌ترین تغییر ایجاد شده در لوگوی شرکت مسترکارت انتقال عبارت Master Card به زیر دو دایره منطبق برهم این شرکت بوده است. گفتنی است با وجود ایجاد تغییرات اخیر مدیران مسترکارت معتقدند به‌رغم تغییرات ایجاد شده برند جدید این شرکت، لوگوی معروف آن که از دو دایره منطبق بر هم تشکیل شده است همچنان در برند جدید این شرکت نیز مورد استفاده قرار گرفته و راهنمایی بسیار بزرگی برای مشتریان این شرکت محسوب می‌شود.

منبع: www. adweek. com

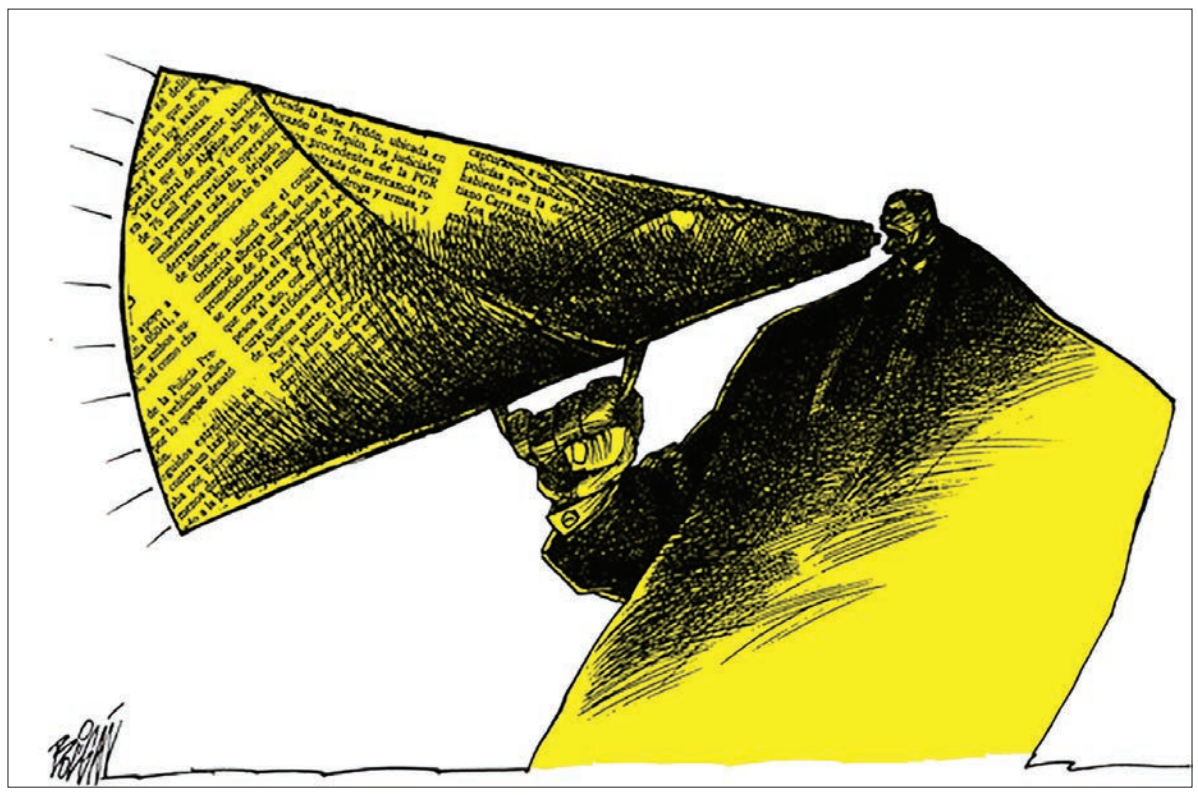
آیا می‌دانستید

تصویر ذهنی در بازاریابی و فروش

آیا می‌دانستید ارزنده‌ترین دستاورد علمی در زمینه روان‌شناسی و عملکرد بشر در قرن بیستم، کشف خودپنداری یا تصویر ذهنی بوده است؟ تصویر ذهنی شما مجموعه عقاید و باورهایی است که درباره خودتان دارید. بین خودپنداری شما از یک سو و تاثیرگذاری و کارایی‌تان از سوی دیگر رابطه مستقیمی وجود دارد. تمام تغییرات و پیشرفت‌ها در زندگی‌تان زمانی آغاز می‌شود که این تصویر ذهنی و به عبارتی برنامه درونی را تغییر داده و بهبود ببخشید. رمز موفقیت شما در کسب‌وکار این است که درمورد خود و مشتری‌تان از تصویر ذهنی خوب، قوی و مثبتی برخوردار باشید. روان‌شناسان دریافته‌اند که شما هرگز نمی‌توانید ۱۰درصد کمتر یا بیشتر از حد تصویر ذهنی‌تان درآمد کسب کنید. تنها راه افزایش درآمد این است که سطح انتظار از خودتان را افزایش دهید. برای اینکه درآمدتان افزایش پیدا کند، ابتدا باید در ذهن خود به عدد و رقم اهداف مالی‌تان برسید و بعد از آن عملا به کسب درآمد بیشتر مشغول شوید. خود را شبیه افرادی تصور کنید که بیش از شما پول به دست می‌آورند. سقف درآمد شما به سطح توقع و شخص شما برمی‌گردد.

تحلیلی بر استفاده از رسانه‌های سنتی در کمپین‌های بازاریابی

رسانه سنتی، بودن یا نبودن؟



مهرداد انوری
مدرس و مشاور توسعه کسبوکار

با وجود تحولات اساسی در نقش و جایگاه استفاده از رسانه‌های مدرن همچنان باید گفت جایگاه رسانه‌های سنتی در کمپین‌های بازاریابی امروزی را نمی‌توان کمرنگ‌تر از رسانه‌های مدرن دانست چرا که جامعه و بازار هدف رویکردهای متفاوتی دارند و دارای سلایق و علایق خاصی هستند حتی در بررسی‌های انجام شده برای سگمنت خاصی از بازار مثل کسب‌وکارهای خاص و لوکس نمی‌توان این رسانه‌ها را حذف کرد و نادیده گرفت چرا که در همان بازار محدود نیز تفاوت نگرش‌ها وجود دارد و همچنان افرادی هستند که مجله می‌خوانند و رادیو گوش می‌دهند. در راستای همین موضوع دیوید اگلیوی نابغه تبلیغات در کتاب اعترافات یک تبلیغاتچی به این موضوع این چنین اشاره می‌کند و ارزش پیام ارائه شده را این چنین عنوان می‌کند:

«برخی دست‌اندرکاران عرصه تبلیغات، سعی می‌کنند بدون توجه به مخاطب عام، تبلیغات و طراحی تبلیغاتی را با هنر مدرن بیامیزند و نتیجه این می‌شود کسانی که تابه‌حال در عمرشان حتی یک قلم جنس هم نفروخته‌اند، کاری ارائه دهند که به‌ظاهر قرار است در موزه و گالری و جشنواره کن، برنده شود! در تبلیغ کردن، فقط توجه به این نکته که طرح و پوستر و بیلبورد و تیزر ما، چشم‌نواز و زیبا باشد، کافی نیست، بلکه باید پیام را به خوبی منتقل کند و در عین زیبا بودن و جذاب بودن، مشتری را هم به سمت هدفی که داریم جذب کند.»

با توجه به موارد بیان شده باید اشاره کرد علاوه بر پیام باید به رسانه‌ای که مخاطبان آن را می‌بینند نیز توجه خاص داشت و رسانه‌ای مناسب با پیام ارائه شده انتخاب کرد. حدود ۵۰ تا ۱۰۰ سال است که بازاریابان از رسانه‌های سنتی مانند چاپ و انتشار، رادیو، تلویزیون و حتی تبلیغات بیرونی برای دستیابی به بازارهای هدف استفاده می‌کنند. برای بسیاری از سازمان‌های بازاریابی و فروش صنعتی، رسانه‌های سنتی نقش مهمی را در آمیخته بازاریابی ایفا می‌کنند. این رسانه‌ها اغلب بینندگان زیادی داشته و به همین دلیل تبلیغات از طریق آنها می‌تواند نسبتا گران باشد. با این همه، در صنعت یا منطقه شما ممکن است این رسانه‌ها بسیار مؤثر بوده و شما را در دستیابی به بازار یاری کنند. برای مثال:

در بسیاری از صنایع، تبلیغات چاپی در مجلات ماهانه تجاری (بازرگانی)، یکی از ابزار مهم برای تصمیم گیرندگان محسوب می‌شوند.

اگر سازمان شما، کالاها یا خدمات خود را به یک منطقه جغرافیایی خاص می‌فروشد، فهرست راهنما و تبلیغات ممکن است برای دسترسی به خریدارانی که در جست‌وجوی راه حل هستند، بسیار تعیین‌کننده باشند.

ممکن است شما نیازمند حوزه گسترده‌ای از مشتریان در صنایع مختلف باشید، بنابراین احتمال دارد در یک انتشارات تجاری منطقه‌ای یا محلی، روزنامه‌ها یا برنامه‌های رادیویی تبلیغات کنید.

شما می‌توانید از این رسانه‌ها برای تولید سرنخ، ایجاد قابلیت دیده شدن، تسهیم پیام‌های خود یا تبلیغات خاص محرک استفاده کنید. این رسانه‌ها به‌ویژه زمانی سودمند هستند که شما آنها را همراه با رسانه‌های دیگر در یک کمپین بزرگ مورد استفاده قرار می‌دهید.

در این بخش دو نمونه کمپین ارائه شده که نقش رسانه‌های سنتی را نشان می‌دهد:

از تبلیغات چاپی و آنلاین برای تولید لیدها یا سرنخ‌ها استفاده می‌کنید

به‌منظور تولید لیدها یا سرنخ‌ها، از تبلیغات چاپی در یک مجله صنعتی و بنر تبلیغاتی در وب‌سایت نشریه و ایمیل ماهانه مشترکان استفاده می‌کنید. مشتری جهت اطلاع از مزیت‌های کالاها یا خدمات شما تماس می‌گیرد یا یک صفحه راهنما روی وب سایت شما را بازدید کرده و فرم مربوطه را پر می‌کند. یکی از نمایندگان فروش تماس می‌گیرد و یک ارائه حضوری برای مشتری ترتیب می‌دهد و اگر این فرآیند درست اجرا شود منتهی به فروش نیز می‌شود.

از رادیو برای تولید لیدها یا سرنخ‌ها و اطلاع‌رسانی استفاده می‌کنید

شما یک (تبلیغ) گفت‌وگوی ۱۰ دقیقه‌ای در رادیو اجرا می‌کنید و به این ترتیب تعداد زیادی از افرادی که در حوزه‌های بازرگانی فعالیت می‌کنند، از محصولات یا خدمات شما آگاه می‌شوند. به‌عنوان بخشی از بسته تبلیغاتی، حمایت مالی انحصاری نمایش را بر عهده می‌گیرید. در طول نمایش، شما تذکرات خاصی را دریافت کرده و از کل کمپین جهت ایجاد ترافیک برای یک صفحه راهنمای خاص در وب‌سایت خود استفاده می‌کنید. پیام شما در صفحه دنبال می‌شود و اطلاعات مشتریان را ثبت می‌کند یا به یک گفت‌وگوی تلفنی منجر می‌شود که در نهایت به آشنایی و جلسه حضوری برای فروش ختم می‌شود.

تیم بازاریابی تلفنی شما لیدها یا سرنخ‌ها را کنترل صلاحیت کرده و مشتریان مشتاق را به تیم فروش ارجاع می‌دهند. بسیار حائز اهمیت است که این نوع برنامه‌ها را نوعی سرمایه‌گذاری بلندمدت تلقی کنید زیرا واکنش‌های مشتریان به‌تدریج رواج پیدا کرده و به تبع آن سازمان کسب سود می‌کند. این واکنش‌ها همانند بازاریابی تلفنی، بازاریابی اینترنتی یا مکاتبه مستقیم، چندان فوری یا قابل اندازه‌گیری نیستند. برای مثال شما نمی‌توانید تأثیر خلق برند بر کمپین را اندازه‌گیری کنید اما این موارد، ابزاری منسجم به‌شمار می‌روند که در راستای اهداف شما بوده یا در کمپین‌های بزرگ‌تر مورد استفاده قرار می‌گیرند. در ادامه قصد داریم به سه رویکرد بپردازیم و با تاثیرگذاری و نتایج هر کدام از آنها آشنا شویم.

کمپین‌ها با استفاده از رسانه‌های سنتی باید موقعیت و استراتژی برند شما را پشتیبانی کنند تا شما بتوانید تجربه و جایگاه مورد نظر خود را در بازار به‌دست آورید. علاوه بر آن، اطمینان حاصل کنید که کمپین رسانه‌های سنتی شما همتراز با اهدافی است که در طرح‌ریزی کمپین خود در نظر داشته‌اید

بهترین مورد

شما نقاط قوت و محدودیت‌های رسانه‌های سنتی را درک کرده و به‌منظور برانگیختن آگاهی و واکنش مشتریان، آنها را به‌گونه‌ای مؤثر در کمپین‌ها استفاده می‌کنید. همچنین جهت بهبود کمپین‌ها در طول زمان، آنها را بررسی کرده و با نهایت تلاش خود ارزیابی می‌کنید. با وجود آنکه ارزش خلق برند خود را اندازه‌گیری نمی‌کنید، محاسبات بازگشت سرمایه خود را تنظیم می‌کنید تا مزیتی برای آن ارزش محسوب شود.

مورد خنثی

شما به‌صورت پراکنده از کمپین‌های رسانه‌های سنتی استفاده کرده و عموما تعداد واکنش‌های ایجاد شده توسط آنها را اندازه‌گیری می‌کنید. می‌دانید که این کمپین‌ها تا حدودی تاثیرگذار هستند، اما نمی‌توانید کمیت نتایج را تعیین کنید. تبلیغات سازمان در حد متوسط هستند اما شما بندرت جهت بهبود تبلیغات، آنها را بررسی می‌کنید. تاکتیک‌های مورد استفاده سازمان شما، مشابه تاکتیک‌های رقباست.

بدترین مورد

شما خریدهای رسانه‌ای خود را با دقت چک نمی‌کنید. اهداف مشخصی ندارید، بنابراین نمی‌دانید باید سازمان خود را موفق ارزیابی کنید یا نه. تبلیغات خود را بررسی نمی‌کنید. این تبلیغات اطلاعات زیادی را عرضه می‌کنند و شما واقعا نمی‌توانید بگویید آیا هدف تبلیغات سازمان، معروفیت برند است یا واکنش‌های مستقیم مشتریان؟ شما بودجه و زمان خود را صرف برنامه‌هایی می‌کنید که می‌توانند به‌سرعت بهبود یابند.

چگونه رسانه‌های سنتی و استراتژی در یک تراز قرار می‌گیرند؟

کمپین‌ها با استفاده از رسانه‌های سنتی باید موقعیت و استراتژی برند شما را پشتیبانی کنند تا شما بتوانید تجربه و جایگاه مورد نظر خود را در بازار به‌دست آورید. علاوه بر آن، اطمینان حاصل کنید که کمپین رسانه‌های سنتی شما همتراز با اهدافی است که در طرح‌ریزی کمپین خود در نظر داشته‌اید.

مفاهیم کلیدی و مراحل آن

۱- یک استراتژی قوی ایجاد (طرح ریزی) کنید

ابتدا مشخص کنید باید چه فعالیت‌هایی را انجام دهید. برای مثال، ممکن است بخواهید تعداد معینی لید یا سرنخ تولید کنید، قابلیت شناخته شدن خود در یک صنعت یا حوزه جغرافیایی خاص را افزایش دهید یا از طریق یک پیام کلیدی در رسانه‌های مختلف با مشتریان ارتباط برقرار کنید. اهداف محسوس (ملموس) برای رسانه‌های سنتی خود در نظر بگیرید.

هر رسانه سنتی دارای مزایا و معایبی است. زمانی که اهداف خود را مشخص کردید، می‌توانید تصمیم بگیرید عملکرد کدام رسانه برای شما بهتر است. اطمینان حاصل کنید نحوه ارزیابی کمپین خود را نیز طرح‌ریزی کرده‌اید.

۲- تصمیم بگیرید آیا می‌خواهید به‌صورت مستقیم از ارائه‌دهنده‌ها و صاحبان رسانه، رسانه را خریداری کنید یا از طریق یک آژانس؟

خرید رسانه یک فرآیند مهارتی و وقت‌گیر است. اگر قصد داشته باشید رسانه‌های زیادی را خریداری کنید، ممکن است بخواهید این کار را به یک آژانس محول کنید. شما هزینه انجام این خدمات را پرداخت خواهید کرد، اما ممکن است آنها قدرت بیشتری برای مذاکره و انجام معاملات بهتر و یافتن راه‌هایی جهت دسترسی به بازار هدف به‌صورت مقرون به‌صرفه‌تر داشته باشند.

۳- هنگام مقایسه قیمت‌ها، هدف سازمان را در نظر داشته باشید

ممکن است نمایندگان فروش رسانه، نرخ یکنواخت (ساده) برای یک آگهی ویژه به شما اعلام کنند یا هزینه برای هر بار نمایش را بیان کنند. شما احتمالا برای یک رسانه هدفمندتر، تعداد نرخ بازدید بالاتری نسبت به یک رسانه عمومی می‌پردازید، اما اگر هزینه نمایش هدف خود را محاسبه کنید، می‌توانید به‌درستی انتخاب و مقایسه کنید.

۴- یک تبلیغ مجاب‌کننده و فراخوان برای عمل خلق کنید

تبلیغات شما باید به‌گونه‌ای باشد که توجه بازار را به خود جلب کند اما توجه داشته باشید که یک پیام ساده و گویا را انتخاب کنید. فراخوان برای عمل را نیز در تبلیغ خود بگنجانید تا مشتریان را تشویق کنید از یک صفحه راهنما بازدید کرده یا با آن تماس بگیرند تا اطلاعات بیشتری راجع به عرضه یک محصول یا خدمت یا برنامه خاص کسب کنند.

۵- به‌طور مداوم کمپین‌های خود را بررسی و اصلاح کنید و بهبود بخشید

عاقلانه آن است که قبل از فرستادن بودجه کل سازمان خود، هر یک از کمپین‌ها را مورد بررسی قرار دهید. اگر نشریه‌های چندگانه‌ای را جهت چاپ تبلیغات در نظر دارید، تبلیغات مشابهی را در دو نشریه مختلف اجرا کنید تا ببینید کدامیک بهترین واکنش را ایجاد می‌کند یا عنوان‌ها و پیشنهادات مختلفی را مورد بررسی قرار دهید. هدف شما، یافتن تبلیغات و نشریه‌هایی که بهترین واکنش را ایجاد می‌کنند و سپس اجرای آنها برای بقیه کمپین‌ها است.

۶- گام‌های بعدی

همان‌طور که با استفاده از رسانه‌های سنتی، کمپین‌ها را طرح‌ریزی و مدیریت می‌کنید، تاثیرگذاری ابزار مورد استفاده در کمپین را نیز مورد ارزیابی قرار دهید، نتایج را اندازه‌گیری کرده و بر بهبودهای مداوم متمرکز باشید.

بازارنامه

آموزش تحقیقات کیفی بازار

چگونگی آغاز یک پروژه پژوهشی

حامد بختیاری
کارشناس تحقیقات بازار و دانشجوی دکترای بازاریابی

به طور کلی انتخاب‌هایی که پژوهشگران در مرحله اولیه یک پروژه خاص انجام می‌دهند شامل موارد زیر است:

۱- چه پرسش‌های پژوهشی براساس کدام پدیده‌های تجربی پاسخ داده می‌شوند.

۲- کدام رویکردهای پژوهش کیفی زیربنای این تحقیق خواهد بود.

۳- چه نوع داده‌هایی حتماً باید جمع‌آوری شود.

در خصوص پرسش‌های پژوهش می‌توان گفت پرسش یک پژوهش ستون فقرات یک پژوهش است و اهمیتی بیش از فرضیه‌ها دارد که این موضوع در پژوهش‌های کیفی نمود بیشتری نیز دارد. بنابراین یک پرسش پژوهش باید به روشنی صورت‌بندی شده باشد ضمن آنکه به لحاظ فکری ارزشمند و قابل پژوهش باشد، زیرا به واسطه پرسش‌های پژوهش است که قادر خواهید بود موضوع پژوهش خود را به نحوه پژوهش آن ربط دهید. پرسش‌های اساسی پژوهش باید از لحاظ درجه خاص بودن با یکدیگر همسنگ باشند. به عبارت دیگر نباید سؤالی به طور مثال ۲۵درصد مسئله اصلی را دربرگیرد و سؤال دیگری ۵ درصد آن را پوشش دهد. ضمن آنکه برآیند پرسش‌های اساسی باید کل مسئله اساسی تحقیق را پاسخ دهد، نه نسبت به آن دارای خلاء و کمبود باشد و نه از آن فراتر رود. به طور مثال، هرگاه بتوان کلیه جوانب مسئله اصلی را به هشت پرسش اساسی تجزیه کرد، باید هشت برش مساوی دایره‌ای فرضی را دربرگیرد. بنابراین پرسش‌های پژوهش ابزارهایی هستند که با اتکا به آنها از علایق تحقیقاتی کلی خود به سوی کانون خاص پروژه تحقیقاتی حرکت خواهید کرد. پس در خصوص اهمیت آنها مبالغه نکرده‌ایم.

انواع پرسش‌های پژوهش

پرسش‌های پژوهش را می‌توان در سه نوع اصلی دسته‌بندی کرد. پرسش‌های چرا، پرسش‌های چگونه و پرسش‌های چیست که مستلزم یک پاسخ توصیفی‌اند. آنها متوجه کشف و توصیف ویژگی‌ها و الگوهای برخی از پدیده‌های اجتماعی هستند.

انواع پرسش‌های چیست به قرار زیر است:

- چه نوع افرادی مشمول موضوع تحقیق هستند؟
- شناخت‌ها، عقاید، ارزش‌ها و نگرش‌های ویژه آنها چیست؟
- رفتار ویژه آنها چیست؟
- چه فرآیندهای اجتماعی سبب این رفتار بوده است؟
- الگوهای روابط بین این ویژگی‌ها چیست؟
- پیامدهای این فعالیت‌ها چیست؟

پرسش‌های چرایی جویای علل، یا دلایل وجود ویژگی‌ها و توالی منظم در پدیده‌های خاص هستند. آنها متوجه فهم یا تبیین روابط بین رویدادها یا روابط درونی فعالیت‌های اجتماعی و فرآیندهای اجتماعی هستند، برای مثال:

- چرا مردم به این شیوه فکر یا عمل می‌کنند؟
- چرا این الگوها به این شکل درآمده‌اند؟
- چرا ویژگی‌ها یا پدیده‌های اجتماعی تغییر می‌کنند، یا چرا ثابت می‌مانند؟
- چرا این فعالیت این پیامدهای خاص را به دنبال دارد؟

پرسش‌های چگونه به ایجاد تغییر مربوط می‌شوند و با نتایج عملی و مداخله سر و کار دارند، برای مثال:

- چگونه می‌توان این ویژگی یا فرآیندهای اجتماعی یا الگوها را تغییر داد؟
- چگونه می‌توان جلوی تغییر آنها را گرفت یا آهنگ تغییر آنها را تند یا آهسته کرد؟

این سه نوع پرسش پژوهشی به طور متوالی در طول یکدیگر قرار می‌گیرند. پرسش‌های چیست طبعا مقدم بر پرسش‌های چرا و پرسش‌های چرا مقدم بر پرسش‌های چگونه است. در جلسه آتی در خصوص رویکردهای پژوهش‌های کیفی بحث و بررسی صورت خواهد پذیرفت.

ایده‌های طلایی

ایده‌های بزرگ برای کسب‌وکارآفرینی (۲۰)

برگزاری مهمانی

ترجمه: علی آل علی

قرار دادن محصولات در دسترس هر چه بیشتر مشتریان یک شیوه مؤثر جهت افزایش فروش در هر کسب‌وکاری است. در واقع هرچه محصولات شما به طور آسان‌تری در دسترس مشتریان باشد، تمایل آنان برای خرید محصولات شما بیشتر می‌شود. یکی از ایده‌هایی که در راستای نزدیک ساختن محصولات به مشتریان به کار گرفته می‌شود، اختصاص دادن بخشی از سال به فروش ویژه (براساس مناسبت‌های مختلف) است. در این گونه طرح‌ها، شرکت‌ها با ارائه تخفیف‌های نسبتا مناسب اقدام به جذب مشتری می‌کنند. البته این ایده خالی از ایراد نیست. در حقیقت مهم‌ترین ایراد این ایده، برگزاری این‌گونه مراسمات در یک محل مشخص مثل ساختمان مرکزی شرکت است. حال آنکه دسترسی به ساختمان اصلی شرکت برای بسیاری از مشتریان ممکن نیست.

در این میان اما ایده جالب و کاربردی‌تری نیز وجود دارد و آن برگزاری مهمانی‌های کوچک در شهرهای مختلف به منظور جلب مشتری است. این ایده علاوه بر اینکه مشکلات ایده گذشته را ندارد، به طور میانگین مشتریان بیشتری را نیز به خود جلب می‌کند.

ایده

برگزاری مهمانی‌های محلی توسط شرکت‌ها تاریخچه طولانی دارد. اگر بخواهیم به نخستین شرکت که اقدام به عملی کردن چنین ایده کرده و از آن سود جسته است اشاره کنیم، باید از شرکت Tupperware نام ببریم. شرکت Tupperware تولیدکننده ظروف یکبار مصرف بهداشتی است. این شرکت در سال ۱۹۴۷ تاسیس شده و ساختمان مرکزی آن در فلوریدا واقع است. این شرکت به منظور افزایش میزان فروش خود تصمیم به برگزاری مهمانی‌های کوچک در اکثر شهرهای آمریکا گرفت. در واقع این شرکت با ارائه یک فراخوان عمومی از زنان خانه‌دار آمریکایی دعوت کرد تا در فروش محصولات با آنان همکاری داشته باشند. این امر از آن جهت که می‌توانست برای زنان امریکایی منبع درآمدی مستقل از همسران‌شان باشد، برایشان جالب بود. همین امر باعث فروش خارق‌العاده برند Tupperware در آغاز فعالیت خود شد و هم‌اکنون نیز این برند در فهرست پرفروش‌ترین شرکت‌های تولید ظروف یکبارمصرف قرار دارد.

با گذشت زمان ایده برند Tupperware به‌صورت یک ایده همه‌گیر و کارآمد در آمده است. امروزه اغلب شرکت‌ها با کسب‌وکارهای متنوع از صنعت خودروسازی گرفته تا تهیه لوازم کودک، از این ایده جالب بهره می‌برند. نکته اساسی در این میان اما ایجاد نوآوری‌های کوچک در عین وفاداری به ایده اصلی است. به عبارت دقیق‌تر، اگرچه با گذشت زمان ایده مذکور کارایی خود را از دست نداده است، اما به‌شدت در معرض تکراری شدن قرار دارد. به همین منظور لازم است برای جلوگیری از تکراری شدن مهمانی‌های خود از خلاقیت‌تان نیز استفاده و کمپین خود را مقداری متفاوت از سایرین برگزار کنید.

آنچه در عمل باید انجام دهیم

- اطمینان حاصل کنید که برگزاری مهمانی از جانب شما به اندازه کافی برای مشتریان هیجان‌آور خواهد بود و آنان را ترغیب به پول خرج کردن می‌کند.
- نام کمپین خود را به‌گونه‌ای انتخاب کنید که به روشنی بیانگر محصول یا محصولات شما بوده و با آن ارتباط نزدیکی داشته باشد.
- هرگز فراموش نکنید که ماهیت کمپین شما نوعی مهمانی است و مهمانی هم برای تفریح است. بنابراین شوخی و خنده را نیز چاشنی کمپین و مهمانی خود کنید.

آیا می‌دانستید

فرق میان مسئله و مشکل

آیا می‌دانستید فرق میان مسئله و مشکل در فرآیندهای سازمانی چیست؟ مشکل، مسئله‌ای است که تمام عوامل و متغیرهای مؤثر در آن برای ما مشخص نیست. وقتی اطلاعات، دانسته‌ها و آگاهی ما از عوامل ایجاد کننده، مؤثر و غیرمؤثر در یک مسئله کافی نباشد، با مشکل روبه‌رو هستیم. مسئله یک گام از مشکل جلوتر است. وقتی می‌دانیم مشکل چیست و ریشه‌های آن کدام است ما با مسئله روبه‌رو هستیم. مسئله به موضوعی گفته می‌شود که باید باشد ولی نیست یا نباید باشد ولی هست. مسئله مشکل تعریف شده است. مشکلات حل نمی‌شوند، بلکه ابتدا به مسئله تبدیل می‌شوند و بعد مسئله حل می‌شود. حل مسئله فرآیندی است که نیاز به تجربه‌های عملی و توانمندی‌های ذهنی دارد که با شناخت و رفتار هدایت شده و با کمک راه‌حل‌های مؤثر یا سازگارانه به نتیجه مطلوب می‌رسد. هر مسئله، نوعی استرس به فرد وارد می‌کند و راه‌حل مسئله، یک نوع «رویارویی» با استرس است. استرس یعنی وارد شدن فشار بر یک سیستم، بدون آمادگی قبلی برای پذیرش آن فشار.

برای مطالعه ۵۰۰ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: مدیریت کسب‌وکاری با حدود ۲۰ ویزیتور را برعهده دارم. تاکنون حقوق کارکنان را به‌صورت ثابت پرداخت می‌کردم، اما در جهت افزایش بهره‌وری، تصمیم دارم حقوق کارکنان را به‌صورت پورسانتی پرداخت کنم. چه توصیه‌هایی در این زمینه دارید؟

پرداخت پورسانت

پاسخ کارشناس: حقوق یکی از مهم‌ترین عواملی است که می‌تواند سبب انگیزش کارکنان و به‌ویژه کارمندان بخش فروش در یک سازمان شود و بهره‌وری را در سازمان افزایش دهد. بر این اساس بسیاری از سازمان‌ها بخشی از حقوق کارکنان را به‌صورت متغیر و مشروط به خروجی کار در نظر می‌گیرند. اما اینکه چه مقدار از حقوق کارکنان باید به طور ثابت و چه مقدار متغیر در نظر گرفته شود، دغدغه بسیاری از مدیران در کسب‌وکارهاست.

یکی از مشکلاتی که در این زمینه وجود دارد این است که بسیاری از مدیران در زمینه پرداخت پورسانت‌ها به طور شفاف عمل نمی‌کنند و این موضوع موجب نارضایتی کارکنان می‌شود. بهترین توصیه ما به شما در زمینه پرداخت پورسانت به کارکنان این است که اصل شفافیت را در پرداخت پورسانت به کارکنان خود رعایت کنید، زیرا عدم شفافیت در سیاست‌های پرداخت پورسانت به مراتب بیشتر از کم بودن میزان آن در کارمندان ایجاد نارضایتی می‌کند. اینکه در زمینه پرداخت‌ها شفاف عمل کنید باعث افزایش اعتماد کارکنان به سازمان خواهد شد و در وفاداری آنها بسیار حائز اهمیت است.

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

باید و نبایدهای تهیه Business plan برای عینک فروشی

برنامه‌ریزی برای مقابله با کپی‌کارها

عکس: سمیه سهیلی | فرصت امروز

امیر کاکایی
a9631m@gmail.com

امروزه استفاده از عینک آفتابی در میان بسیاری از مخاطبان ایرانی رایج شده است. اگرچه بیشتر این مخاطبان برای جلوگیری از نور آفتاب از عینک استفاده می‌کنند اما برخی از این افراد به جنبه‌های زیبایی عینک‌های آفتابی توجه ویژه‌ای دارند. توجه به این موضوع تا اندازه جدی شده که برخی از این افراد، متناسب با لباس‌های خود، عینک آفتابی را انتخاب می‌کنند. این موضوع بازار فروشگاه‌های عرضه‌کننده عینک آفتابی را داغ کرده است. فروشگاه‌های عینکی در این بازار داغ می‌توانند سهم بازار مناسبی داشته باشند که روی فعالیت‌های بازاریابی و تبلیغات خود سرمایه‌گذاری‌های جدی را انجام داده باشند. برای داشتن برنامه‌ریزی مناسب و تحلیل از بازار عینک آفتابی می‌توان Business plan یا طرح مناسبی از این کسب‌وکار را تدوین کرد که در ادامه به بخش‌های مهمی از Business plan عینک آفتابی اشاره خواهد شد.

خلاصه مدیریتی

به‌صورت کلی در نخستین بخش از Business plan باید خلاصه‌ای مدیریتی از یک فروشگاه عینک مطرح و توصیف مناسبی از این کسب‌وکار انجام شود. فروشگاه‌های عرضه‌کننده عینک جزو کسب‌وکارهای خرده‌فروشی محسوب می‌شوند و معمولا فعالیت‌های خود را به‌صورت B2C پیش می‌برند. در این کسب‌وکار تنوع محصولات بسیار زیاد است. اگرچه بیشتر عینک‌های آفتابی در ایران از کشور چین وارد می‌شوند اما برندهای معتبر بین‌المللی هم در بازار ایران حضور دارند. این کسب‌وکارها نیاز به مجوز اپتومتری دارند و فروشگاه‌های عرضه‌کننده فریم عینک معمولا یا مجوز اپتومتری را اجاره می‌کنند یا افرادی که این مجوز را دارند، در فروشگاه خود استخدام می‌کنند. یکی دیگر از نکات بسیار حائز اهمیت، حضور محصولات Hi Copy در این صنعت است. بسیاری از این محصولات در کشور چین تولید می‌شود و با بسته‌بندی مناسب و کپی‌برداری از طرح‌های برندهای معتبر دنیا، به بازار ایران وارد می‌شود. با توجه به این موضوع معمولا مخاطبان ایرانی با حس عدم اعتماد در هنگام خرید عینک مواجه هستند و به سختی می‌توانند محصولات اصلی را خریداری کنند. از طرفی در این بخش از طرح کسب‌وکار می‌توان توضیحی در مورد تعداد پرسنل و سرمایه موردنیاز برای یک عینک‌فروشی نیز آورده شود.

نوع صنعت، محصولات و خدمات

شناخت و تحلیل بازار عینک برای تهیه Business plan مناسب، بسیار حائز اهمیت است. در این بازار بازیگرانی حضور دارند که روز به روز در حال گسترش هستند. برخی از واردکنندگان عینک از چین، نام تجاری را برای خود در نظر گرفته و از طریق آن سفارش محصول از کشور چین می‌دهند. عمده‌فروش‌های عینک آفتابی در بازار تهران یا محصولاتی را با نام و بسته‌بندی از کشور چین وارد یا محصولات Hi Copy را به بازار عرضه می‌کنند. این موضوع باعث شده است که بیشتر عینک‌فروشی‌ها در ایران محصولات خود را از این عمده‌فروشی‌ها تهیه کنند. شناخت محصول با کیفیت و مناسب در این بازار بسیار حائز اهمیت است و فروشگاه‌های عرضه‌کننده عینک آفتابی باید به این موضوع توجه ویژه‌ای داشته باشند. یکی دیگر از نکاتی که می‌توان در این بخش از طرح کسب‌وکار به آن اشاره کرد، نقاط قوت، ضعف، تهدیدات و فرصت‌ها یک فروشگاه عینک است؛ به‌عنوان نمونه ارائه محصولات با کیفیت و برند به مشتریان می‌تواند جز نقاط قوت این فروشگاه محسوب شود. از طرفی استفاده از نرم‌افزارهای CRM (مدیریت روابط با مشتری) و باشگاه مشتریان می‌تواند به‌عنوان یکی دیگر از نقاط قوت فروشگاه‌های عینک محسوب شود. در این میان در این بازار واردکننده‌های عدسی بسیار زیادی حضور دارند که بیشتر این واردکننده‌ها، محصولات برندهای مختلف را به بازار ایران وارد می‌کنند و با چشم پزشکان وارد مذاکره و قرارداد می‌شوند. این در حالی است که برخی از عینک‌فروشی‌ها روی عدسی نیز سرمایه‌گذاری کرده و این محصولات را به مشتریان عرضه می‌کنند.

شناخت و تحلیل بازار عینک برای تهیه Business plan مناسب، بسیار حائز اهمیت است. در این بازار بازیگرانی حضور دارند که روز به روز در حال گسترش هستند. برخی از واردکنندگان عینک از چین، نام تجاری را برای خود در نظر گرفته و از طریق آن سفارش محصول از کشور چین می‌دهند

برنامه بازاریابی

در این بخش از Business plan باید برنامه بازاریابی فروشگاه‌های عرضه‌کننده عینک براساس 4P آمیخته بازاریابی انجام شود. شناخت مشتریان این فروشگاه‌ها بسیار حائز اهمیت است؛ بخشی از مشتریان این فروشگاه‌ها، افرادی عینکی هستند که طی سال چندین فریم عینک را خریداری می‌کنند. ارتباط با این مشتریان می‌تواند برای فروشگاه بسیار سودآور باشد؛ به‌عنوان نمونه از طریق راه‌اندازی باشگاه مشتریان و CRM می‌تواند اطلاعات این مشتریان را جمع‌آوری کرد و برای برقراری ارتباط مناسب با این بخش از مشتریان سرمایه‌گذاری‌های مناسبی را انجام داد. بخش دیگر از مشتریان این فروشگاه‌ها، افرادی هستند که روی مد بسیار حساس هستند و در تلاشند از عینک‌های آفتابی استفاده کنند که متناسب با پوشش آن باشد. برای جذب این بخش از مشتریان ارائه محصولات متنوع و به روز بسیار حائز اهمیت است و فروشگاه‌های عینک باید در تلاش باشند محصولاتی به‌روزی را برای این بخش از مشتریان در فروشگاه خود قرار دهند. دکوراسیون داخلی و طراحی ویترین فروشگاهی عینک‌فروشی‌ها از نکات دیگری است که در جذب مشتریان بسیار می‌تواند تاثیرگذار باشد. در حال حاضر شرکت‌های مختلفی هستند که به‌صورت تخصصی روی دکوراسیون فروشگاه‌های عینک کار می‌کنند؛ با توجه به این موضوع، استفاده از این شرکت‌ها برای دیزاین فروشگاه‌های عینک بسیار مهم است.

استراتژی قیمت‌گذاری در فروشگاه‌های عرضه‌کننده عینک بسیار حائز اهمیت است. با توجه به اینکه بیشتر محصولات عینک‌فروشی‌ها، Hi Copy هستند و این محصولات با قیمت‌های پایینی به فروشگاه‌های عینک عرضه می‌شود، این موضوع باعث شده است فروشگاه‌های عینک با حاشیه سود مناسبی همراه شوند و می‌توانند استراتژی مناسبی را در خصوص قیمت‌گذاری اتخاذ کنند.

حضور این فروشگاه‌ها در شبکه‌های اجتماعی می‌تواند بسیار مثمرثمر واقع شود اما استفاده از شبکه‌های اجتماعی نیاز به اتخاذ استراتژی مناسب در حوزه تولید محتوا دارد. فروشگاه‌های عرضه‌کننده عینک می‌توانند از طریق گالری‌های عکاسی محتواهای مناسبی را داشته باشند؛ به‌عنوان نمونه از طریق به‌کارگیری مدل‌های تبلیغاتی مناسب، می‌توان عکس‌های جذاب و خلاقانه‌ای گرفت و این محتواها را در شبکه‌های اجتماعی منتشر کرد. از طرفی یکی دیگر از اقداماتی که در این راستا می‌توان انجام داد، تولید و انتشار متن‌های مناسبی در خصوص استفاده از عینک‌های آفتابی و... است.

هنگامی که فروشگاه‌های عرض‌کننده عینک وب‌سایت مناسب فروشگاهی داشته باشند، می‌توانند روی توزیع محصولات برنامه‌ریزی مناسبی را اتخاذ کنند؛ به‌عنوان نمونه مشتریانی که محصولات را به‌صورت آنلاین خریداری می‌کنند، می‌توان به‌صورت رایگان محصولات خریداری شده را برای آنها ارسال کرد. البته ارسال رایگان تعدادی عینک برای مشتریان در راستای تست آنها نیز از جمله خدماتی است که فروشگاه‌های عرضه‌کننده عینک می‌توانند به مشتریان خود ارائه دهند.

یکی از عوامل تاثیرگذار در فروشگاه‌های عرضه‌کننده عینک، ارتباط با چشم‌پزشکان است؛ به عبارت دیگر این فروشگاه‌ها باید با چشم‌پزشکان ارتباط مناسبی را برقرار کنند تا از این طریق بتوانند مراجعه‌کنندگان به چشم‌پزشکی را به خوبی جذب کنند. البته این موضوع مستلزم برقراری تفاهمنامه‌ای با چشم‌پزشکان است.

در پایان در Business plan می‌توان به برنامه طرح و توسعه، ساختار سازمانی و برنامه مالی یک فروشگاه لباس اشاره شود که در این برنامه مالی باید خلاصه‌ای از برنامه‌ریزی‌های مالی و حسابداری یک فروشگاه لباس آورده شود.

مدیریت امروز

لزوم تبیین مفهوم «گردشگری الکترونیک» در ایران

دکتر مهدیه صباغ‌پور

پس از انقلاب فناوری اطلاعات اغلب کسب‌وکارها برای ادامه موفقیت‌آمیز به حیات سازمانی خود و به‌دلیل وجود محرک‌هایی چون شکل‌گیری نوع جدیدی از تقاضای مصرف‌کننده، اقدامات رقبا، تمایل به سودآوری بیشتر و پاسخگویی به انتظارات مصرف‌کنندگان، مستلزم ورود به «دنیای الکترونیک» شدند.

چرا مدل‌های کسب‌وکار الکترونیک؟

فناوری اطلاعات با ایجاد ارزش‌هایی چون دسترسی فراگیر به بازارهای جهانی، صرفه‌جویی در زمان برای جست‌وجوی اطلاعات و تکمیل فرآیند خرید، غنای اطلاعاتی و... بیش از پیش موجب فراهم‌سازی رفاه و رضایت مصرف‌کنندگان شد، بنابراین توسعه مطالعات الکترونیکی به‌خصوص در حوزه‌های خدماتی، بازاریابی، اقتصادی و فرهنگی به‌طوری محسوس افزایش یافت. حال با توجه به ویژگی خدمات محوری صنعت گردشگری، کسب‌وکارهای این صنعت به‌واسطه ارائه خدمات رزرواسیون حمل‌ونقل، اقامتی و بسته‌های تور جزو پیشگامان حضور در پلتفرم الکترونیک محسوب می‌شوند. بنابراین اهمیت مدل‌های کسب‌وکار الکترونیکی در ایجاد بستر برای راهکارهایی موثر غیرقابل انکار است. مدل‌های کسب‌وکار ضمن ترسیم خط مشی اصولی برای کسب‌وکار با در نظر داشتن ۹ بخش اساسی برای حیات سازمان، شرایط را برای شناسایی، پیش‌بینی، برنامه‌ریزی و تبیین گره گاه‌های موجود فراهم می‌کنند.

ابهام در مفهوم «گردشگری الکترونیک»

علم گردشگری در زیر شاخه‌های متعددی همچون اقتصاد، فرهنگ، بازاریابی و... تعریف شده است اما آنچه فضای آکادمیک ایران از آن غافل مانده است پرداختن علمی و ارائه چارچوب‌های استاندارد و کاربردی گردشگری در پلتفرم الکترونیک است. کشورهای موفق در صنعت گردشگری، نظام توسعه‌یافته، منظم و مبتنی بر علم تحت عنوان گردشگری الکترونیک را مدیریت و کنترل می‌کنند. برخی اساتید و دانشگاهیان مطرح ایران در نگاه اول مخالفت‌های گسترده با «گردشگری الکترونیک» دارند، زیرا شالوده تئوریک علمی برای این شاخه از گردشگری مورد غفلت قرار گرفته است و در بازار گردشگری تنها استفاده‌هایی مبتنی بر آزمون و خطا و صرفاً تجربی، با هدف کسب درآمد بیشتر از حوزه الکترونیک شده است.

گردشگری الکترونیک، نه گردشگری مجازی

در متون فارسی عدم شفافیت در مفهوم گردشگری الکترونیک موجب سوءبرداشت برخی محققان شده است به‌طوری که اغلب «گردشگری الکترونیک» را صرفا «گردشگری مجازی» می‌شناسند اما گردشگری مجازی (سیر و سفر اینترنتی) به‌دلیل عدم داشتن اساسی‌ترین عنصر گردشگری که «جابه‌جایی فیزیکی» است، از لحاظ تئوریک قابل قبول است. در صورتی‌که با توجه به متون بین‌المللی گردشگری الکترونیک ابزاری است از جنس رسانه، جهت تسهیلگری در خدمات‌رسانی که مهم‌ترین خصیصه آن این است که بستر را برای دستیابی به اهداف توسعه پایدار گردشگری فراهم می‌کند، چرا که المان‌هایی چون مشارکت پذیری، بازاریابی سبز و تکنولوژی سبز گردشگری در دامن گردشگری الکترونیک معنا می‌یابند. در چند سال اخیر، در بسیاری از کشورها برخی مدل‌های کسب‌وکار با تکیه بر المان‌هایی که زاییده شبکه‌های اجتماعی هستند مانند تبلیغات کلامی الکترونیک و هشتگ‌ها، رویکردهای جدیدی را جهت ارائه راه‌حل‌های شگرف در جهت رفع شکاف‌های موجود در صنعت گردشگری ارائه کرده‌اند.

مدل‌های موفق کسب‌وکار الکترونیکی جهانی در گردشگری ایران باید بومی‌سازی شوند

در ایران خلاء وجود الگویی بومی و مناسب برای توسعه مدل‌های کسب‌وکار خلاقانه که صنایع را به سمت پایداری سوق دهد، به روشنی محسوس است. یکی از شکاف‌های موجود در گردشگری امروز ایران، مقوله فقدان کمی و کیفی زیرساخت‌های اقامتی است، که آن موانعی در جهت رشد و توسعه گردشگری نیز محسوب می‌شود.

گرچه مسئولان اقداماتی از جمله عقد قراردادهای هتل‌سازی با شرکت‌های اروپایی را سریع‌ترین راه‌حل موجود برای حل این مشکل می‌دانند اما به نظر نمی‌رسد هتل‌های مجلل قادر به ایجاد بستر تبادل فرهنگی و نمایه‌سازی فرهنگ غنی ایرانی در نگاه گردشگران بین‌المللی باشند. در مقابل به‌نظر می‌رسد خانوارهای گردشگرپذیر از پتانسیل بسیار بالایی در جهت رفع مشکلات زیرساخت‌های اقامتی برخوردارند و همزمان نقطه اتصال بین بومیان و گردشگران زمینه معرفی و بازتاب هرچه بیشتر فرهنگ ایرانی را نیز فراهم می‌آورد. هم‌اکنون در برخی مقاصد گردشگری ایران، خانوارهای گردشگرپذیر بسیار فعالانه به کسب درآمد پرداخته و به‌صورتی غیرمتمرکز و سازمان نیافته در پاسخ به نیازهای گردشگران منطقه خود دست به فعالیت‌هایی خودجوش می‌زنند که گاه موجب بروز مشکلاتی خارج از کنترل می‌شود. در اینجا شناسایی و بومی‌سازی برخی مدل‌های کسب‌وکار متمرکز و نظامند به به‌کارگیری پتانسیل خانوارهای گردشگرپذیر در مقاصد گردشگری ایران کمک خواهد کرد. طبیعتا روند بومی‌سازی الگوهای مناسب گردشگری الکترونیک نیاز به شناسایی دست‌اندرکاران مربوطه و تبیین نقش آنها در حوزه گردشگری الکترونیک ایران و متعاقبا بررسی موانع امنیتی، حقوقی، فرهنگی، درون سازمانی خواهد بود و بدون همکاری دانشگاهیان متخصص در این حوزه میسر نخواهد شد.

اقتصاد درجه دو، شهروندان درجه دو

نابرابری اقتصادی در آمریکا، جامعه این کشور را سیاه و سفید کرده است. سیاهان معتقدند که به صورت سیستماتیک مورد ظلم قرار می‌گیرند

آزاده اتحاد
Azadehetehad@gmail.com

وقتی باراک اوباما، رئیس‌جمهور آمریکا شد، جمعیت سیاه‌پوست و حامیان تساوی نژادی نسبت به آینده روابط میان‌نژاد سیاه و سفید امیدوار شدند؛ حالا نزدیک به هشت سال از آن زمان می‌گذرد و هنوز اتفاقاتی در این کشور رخ می‌دهد که نشان از تفرقه‌های نژادی شدید در عمق جامعه آمریکایی دارد و بحث بر سر رنگ پوست را دوباره بر سر زبان‌ها انداخته است. پلیس سفیدپوست شهروند سیاه‌پوست را می‌کشد، خشم دیرینه سیاه‌پوست‌ها نسبت به سفیدپوست‌ها تظاهرات ضد تبعیض‌نژادی را خونین می‌کند و همه اینها در نهایت تمام جنگ‌های سفیدپوست‌ها علیه سیاه‌پوست‌ها را تداعی می‌کند. در بزرگ‌ترین مدعی دموکراسی در دنیا هنوز بر سر مسئله‌ای خون بپا می‌شود که هیچ سنخیتی با دنیای مدرن امروز ندارد. مردم آمریکا کشور خود را آزادترین کشور دنیا می‌نامند و رسانه‌های آمریکایی شعار «رویای آمریکایی» را به هر شکل ممکن به مردم دنیا تزریق می‌کنند، اما به‌ظاهر بخشی از شهروندان رنگین‌پوست این کشور جایی در خاک خود ندارند. این ادعای ما نیست. مرکز تحقیقاتی Pew به تازگی تحقیقی انجام داده که نشان از اختلاف عمیق میان دیدگاه جمعیت بزرگسال سیاه و سفید نسبت به مسئله تبعیض نژادی، موانع بر سر راه پیشرفت جامعه سیاه‌پوست و امید به تغییر وضعیت فعلی دارد. سیاه‌پوست‌ها، خیلی بیشتر از سفیدپوست‌ها بر این باورند که در جنبه‌های مختلف زندگی از نحوه برخورد پلیس گرفته تا درخواست وام با آنها عادلانه رفتار نمی‌شود و برای بسیاری از سیاه‌پوست‌ها تساوی نژادی هدفی است دست‌نیافتنی.

شکاف در حقوق شهروندی

براساس تحقیق مرکز تحقیقاتی Pew که در بازه زمانی ۲۹ فوریه تا ۸ مه با شرکت ۳۷۶۹ بزرگسال از جمله ۱۷۹۹ سفیدپوست، ۱۰۰۴ سیاه‌پوست و ۶۵۴ هیسپانیک (جمعیت اسپانیایی یا پرتغالی زبان آمریکای لاتین) انجام شده، ۸۸ درصد سیاه‌پوست‌ها می‌گویند آمریکا برای تساوی حقوق سیاه‌ها و سفیدها همچنان نیاز به تغییر دارد، اما ۴۳درصد نسبت به امکان تحقق این تغییر شک دارند. ۴۲درصد دیگر از میان سیاه‌پوست‌ها هم بر این باورند که کشور در نهایت دست به تغییراتی که برای تساوی حقوق سیاه‌ها و سفیدها لازم است، می‌زند و تنها ۸درصد می‌گویند کشور تا همین جا هم تغییراتی را اعمال کرده است.

۵۳درصد سفیدپوست‌ها از سوی دیگر می‌گویند این کشور فاصله زیادی با رسیدن به تساوی حقوق سفید و سیاه دارد و هنوز جای کار دارد و تنها ۱۱درصد نسبت به اعمال این تغییرات در آینده شک دارند. از هر ۱۰ سفیدپوست چهار نفر بر این باورند که کشورشان در نهایت دست به تغییرات لازم می‌زند و نزدیک به ۳۸درصد می‌گویند این تغییرات تا همین جا هم صورت گرفته است.

نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که به طور کلی جامعه سیاه‌پوست و سفیدپوست آمریکا نظرات کاملاً متفاوتی نسبت به وضعیت زندگی سیاه‌پوست‌ها در این کشور دارند؛ به‌عنوان مثال سیاه‌پوست‌ها معتقدند در محیط کار، مواجهه با پلیس، درخواست برای وام، در دادگاه، در فروشگاه‌ها یا رستوران‌ها و به وقت رأی دادن در انتخابات رفتار عادلانه‌ای با آنها نمی‌شود. سفیدپوست‌ها هم چنین اعتقادی دارند اما درصدشان دست‌کم در این تحقیق به مراتب کمتر از سیاه‌پوست‌ها بوده است.

با یک اختلاف تقریباً ۲۰درصدی سیاه‌پوست‌ها می‌گویند تبعیض نژادی (۷۰درصد سیاه‌پوست در مقابل ۳۶درصد سفیدپوست)، مدارس بی‌کیفیت (۷۵درصد در مقابل ۵۳درصد) و بیکاری (۶۶درصد در مقابل ۴۷درصد) از جمله دلایل اصلی وضعیت مشقت‌بار زندگی برای سیاه‌پوست‌ها در آمریکاست.

مقیاسی وسیع‌تر، سیاه‌پوست‌ها و سفیدپوست‌های آمریکایی بر سر وضعیت فعلی روابط نژادی در ایالات‌متحده هم اختلاف نظر دارند. ۴۶درصد سفیدپوست‌ها می‌گویند وضعیت روابط نژادی به‌صورت کلی خوب است و ۴۵درصد عکس این نظر را دارند. در مقابل، ۶۱درصد می‌گویند روابط نژادی از وضعیت خوبی برخوردار نیست و ۳۴درصد می‌گویند نسبتا خوب است. ۵۸درصد سیاه‌پوست‌ها در مقابل ۲۷درصد سفیدپوست‌ها می‌گویند این روزها توجه کمی به‌نژاد و مسائل نژادی می‌شود؛ ۴۱درصد سفیدپوست‌ها در مقابل ۲۲درصد سیاه‌پوست‌ها معتقدند زیادی روی این مسئله تمرکز گذاشته می‌شود. سیاه‌پوست‌ها و سفیدپوست‌ها حتی بر سر بهبود روابط نژادی هم با هم اختلاف نظر دارند. ۵۷درصد سفیدپوست‌ها در مقابل ۴۵درصد سیاه‌پوست‌ها می‌گویند برای بهبود روابط نژادی در آمریکا باید تمرکز را روی نقطه اشتراک اقلیت‌های نژادی و مذهبی گذاشت و ۲۶درصد سفیدپوست‌ها در مقابل ۴۴درصد سیاه‌پوست‌ها معتقدند ویژگی‌های منحصربه‌فرد این گروه‌ها باید مورد توجه قرار گیرد.

تاثیر اوباما بر شکاف نژادی

در پاسخ به این پرسش که تأثیر اوباما روی روابط نژادی در آمریکا چه بوده است؛ بخش زیادی از آمریکایی‌ها از این بابت که دست‌کم برای بهبود اوضاع تلاش کرده، از او قدردانی می‌کنند، اما یک چهارم می‌گویند او وضعیت روابط نژادی را وخیم‌تر از آنچه بود، کرده است. ۵۱درصد سیاه‌پوست‌ها می‌گویند اوباما در این زمینه موفق عمل کرده و ۳۴درصد معتقدند ناکام مانده است و تنها ۵درصد سیاه‌پوست‌ها می‌گویند اوباما وضعیت روابط نژادی را وخیم‌تر کرده و ۹درصد معتقدند اصلاً کاری نکرده است.

از میان سفیدپوست‌ها، ۲۸درصد می‌گویند اوباما در این زمینه موفق عمل کرده، ۲۴درصد می‌گویند سعی کرده، اما ناکام مانده. ۳۲درصد می‌گویند وضع را از آنچه بود، وخیم‌تر کرده است. البته پیشرفت‌هایی درخصوص روابط میان سیاه‌پوست‌ها و سفیدپوست‌ها حاصل شده، به‌عنوان مثال در ظرفیت تکمیل دبیرستان‌ها، اما اختلاف دیرینه اقتصادی میان این دو جامعه همچنان وجود دارد و در برخی موارد بیشتر هم شده است.

شکاف در درآمد خانوارها

اطلاعات اداره آمار آمریکا نشان می‌دهد که در سال ۲۰۱۴، میانگین درآمد سالانه خانواده‌های سیاه‌پوست ۴۳۳۰۰ دلار و در خانواده‌های سفیدپوست ۷۱۳۰۰ دلار بوده است. سیاه‌پوست‌ها در ورود به دانشگاه هم از سفیدپوست‌ها عقب مانده‌اند و حتی آنهایی که مدرک لیسانس دارند، در سال ۲۰۱۴ در مقایسه با سفیدپوست‌های تحصیلکرده درآمد به مراتب کمتری داشته‌اند؛ (۸۲۳۰۰ دلار برای سیاه‌پوست‌ها و ۱۰۶۰۰۰ دلار برای سفیدپوست‌ها).این اختلاف حتی در ثروت کلی خانواده‌های سیاه‌پوست و سفیدپوست وجود دارد؛ این اختلاف از زمان رکود بزرگ آمریکا در سال‌های ۲۰۰۸ و ۲۰۰۹ عمیق‌تر شده است. در سال ۲۰۱۳، میانگین ثروت کلی خانواده‌های سفیدپوست تقریباً ۱۳ برابر خانواده‌های سیاه‌پوست بود. (۱۴۴۲۰۰ دلار برای سفیدپوست‌ها و ۱۱۲۰۰ دلار برای سیاه‌پوست‌ها).

برای بیشتر آمریکایی‌ها، ثروت خانوادگی به معنای مالکیت خانه است و از این نظر اختلاف فاحش و متداومی بین سفیدپوست‌ها و سیاه‌پوست‌ها وجود دارد. در سال ۲۰۱۵، ۷۲درصد خانواده‌های سفیدپوست در مقابل ۴۳درصد خانواده‌های سیاه‌پوست صاحب خانه بودند. در مقابل این ثروت، فقر همچنان گریبان سیاه‌پوست‌های آمریکایی را با اختلاف فاحش با سفیدپوستان گرفته؛ حتی با وجود اینکه در مقایسه با وضعیت سیاه‌پوست‌ها در اواسط دهه ۸۰ میلادی فقر در میان جامعه تا حد زیادی کاهش یافته است. تعداد سیاه‌پوست‌هایی که هنوز در فقر زندگی می‌کنند، دو برابر سفیدپوست‌هاست. (۲۶درصد در مقابل ۱۰درصد در سال ۲۰۱۴).

منشا فردی تبعیض

در مجموع، در جامعه آمریکایی این احساس وجود دارد که تبعیض نشات گرفته از قضاوت‌های نادرست فردی مشکل بزرگ‌تری نسبت به تبعیض‌های سیستماتیک است. وجود تبعیض فردی، در میان سفیدها طرفداران زیادی دارد (۷۰ به ۱۹درصد) با این حال سیاه‌ها متعادل‌تر در این باره فکر می‌کنند (۴۸درصد به ۴۰درصد).با این وجود، اکثریت بزرگسالان سیاه‌پوست معتقدند که سیاه‌ها در آمریکا به‌صورت سیستماتیک مورد تبعیض قرار می‌گیرند؛ از سیستم قضایی گرفته تا محیط کار و بانک‌ها و موسسات مالی.

اکثریت قاطع سیاه‌ها یعنی ۸۴درصد معتقدند نحوه برخورد پلیس با سیاه‌ها نسبت به سفیدپوست‌ها ناعادلانه است و سه چهارم آنها معتقدند با سیاه‌ها در دادگاه‌ها هم عادلانه برخورد نمی‌شود.

تقریباً دو سوم سیاه‌ها معتقدند هنگامی که درخواست وام می‌دهند رفتار ناعادلانه‌ای را تجربه می‌کنند. این ناعدالتی نسبت به آنها در محیط کار هم وجود دارد (۶۴درصد). حتی چهار نفر از هر ۱۰ سیاه‌پوست معتقدند که رفتار با سیاه‌ها در رستوران‌ها (۴۹درصد) و در رای‌گیری‌ها (۴۳درصد) ناعادلانه است.

تجربیات شخصی از تبعیض

اکثریت سیاه‌ها (۷۱درصد) می‌گویند به خاطر نژاد و رنگ پوست خود رفتارهای تبعیض‌آمیز را تجربه کرده‌اند. تقریباً یک نفر از هر ۱۰ نفر (۱۱درصد) می‌گویند این رفتار را به‌صورت روزانه تجربه می‌کنند در حالی که ۶۰درصد می‌گویند گاه به گاه این رفتارها را تجربه می‌کنند. در این مورد خاص، زنان هم به اندازه مردان این رفتارهای تبعیض‌آمیز را گزارش داده‌اند و فاصله سنی هم تأثیری روی تجربه این رفتار ندارد. در میان سیاهان، آنهایی که تحصیلات دانشگاهی دارند (۸۱درصد) بیشتر از کسانی که هرگز به دانشگاه نرفته‌اند (۵۹درصد) این رفتارها را گزارش کرده‌اند. تجربه این رفتار در میان سفیدپوست‌ها عملاً عمومیت ندارد. با این حال یک اقلیت قابل ملاحظه‌ای از سفیدها (۳۰درصد) می‌گویند به خاطر رنگ و نژادشان مورد رفتار تبعیض‌آمیز قرار گرفته‌اند. فقط ۲درصد گفته‌اند این رفتار را به‌صورت مکرر تجربه می‌کنند در حالی که ۲۸درصد گفته‌اند گاه به گاه شاهد چنین رفتارهایی بوده‌اند. سفیدهایی که در تماس زیادی با سیاه‌پوست‌ها قرار دارند بیشتر چنین رفتار تبعیض‌آمیزی را گزارش کرده‌اند. با وجود گزارش چنین رفتارهایی علیه سفیدها، احساس عمومی در میان جامعه سفیدپوست آمریکایی این است که نژاد و رنگ پوست‌شان باعث نشده است پیشرفت‌شان در زندگی مختل شود؛ فقط ۵درصد چنین اعتقادی دارند. با این حال رفتارهای تبعیض‌آمیز بین اکثریت سیاه‌پوست‌ها یکی از موانع پیشرفت در زندگی بوده است. چهار نفر از ۱۰ نفر می‌گویند نژادشان مانع بزرگی در راه پیشرفت آنها در زندگی بوده است. تقریباً نیمی (۵۱درصد) از آنها می‌گویند نژادشان تأثیری روی موفقیت‌های‌شان در زندگی نداشت و فقط ۸درصد معتقدند نژادشان زندگی را برای‌شان راحت‌تر کرده است.

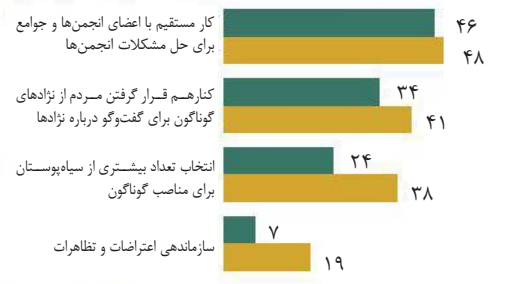
میزان تحصیلات در این زمینه نقش مهمی دارد. ۵۵درصد سیاه‌هایی که چهار سال در کالج درس خوانده‌اند می‌گویند نژادشان مانعی بر سر راه موفقیت در زندگی بوده است. ۴۵درصد سیاه‌هایی که در کالج شرکت کرده‌اند اما موفق نشده‌اند مدرک لیسانس خود را بگیرند هم همین عقیده را دارند. در میان سیاه‌هایی که مدرک تحصیلی‌شان دبیرستان یا پایین‌تر است، تعداد خیلی کمتری (۲۹درصد) معتقدند نژادشان مانع موفقیت‌شان در زندگی بوده است. اکثریت این گروه از سیاه‌ها (۶۰درصد) می‌گویند نژادشان تأثیری روی زندگی‌شان نداشته است.

یافته‌های مهم تحقیق پیو

- نزدیک به نیمی (۴۸درصد) از سفیدپوست‌ها می‌گویند از برابری زندگی در جوامعی که در آن هستند راضی هستند، در مقایسه با تقریباً یک سوم (۳۴درصد) از سیاه‌ها. این احساس رضایت ارتباط نزدیکی با درآمد خانوار دارد. برای نمونه ۵۷درصد سفیدپوست‌ها با درآمد سالانه ۷۵ هزار دلار می‌گویند که از برابری زندگی در جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنند راضی هستند. در مقابل فقط ۳۸درصد سیاه‌پوست‌ها با همین درآمد از برابری زندگی رضایت دارند.
- احتمال اینکه سیاه‌پوست‌ها از ناملایمات مالی زندگی در ۱۲ ماه گذشته گلایه کنند بسیار بیشتر است. چهار نفر از ۱۰ سیاه‌پوست (۴۱درصد) می‌گویند در پرداخت قبض‌های‌شان مشکل داشته‌اند و حدود یک چهارم (۲۳درصد) آنها گفته‌اند در این مدت، از بانک‌های غذا (که به افراد مستمند غذا می‌دهند) غذا گرفته‌اند. در میان سفیدها، ۲۵درصد می‌گویند برای پرداخت قبض‌های‌شان مشکل داشته‌اند و ۸درصد گفته‌اند در بانک‌های غذا به دنبال غذا گشته‌اند.
- مردان سیاه‌پوست بیشتر از مردان سفیدپوست معتقدند که نژادشان روی پیشرفت در زندگی تأثیر گذاشته است (۲۰درصد در مقابل ۵درصد) و در میان زنان، این درصد بین سیاه‌ها (۲۸) و سفیدها (۲۷) تقریباً برابر است.

سیاه‌پوستان بیشتر از سفیدپوستان معتقدند که گفت‌وگو، انتخاب سیاه‌پوستان بیشتر برای مناصب گوناگون و سازماندهی اعتراضات بیشتر منجر به تساوی نژادی می‌شود.

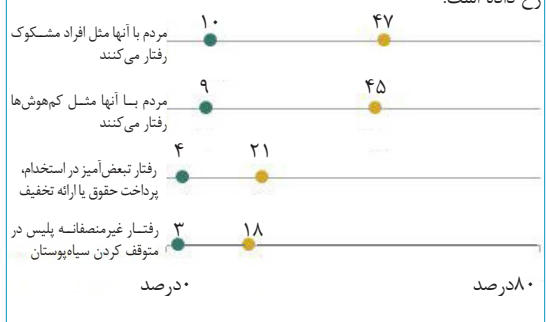
درصد کسانی که می‌گویند کارهای زیر به تلاش‌ها برای ایجاد برابری میان سیاه‌پوستان و سفیدپوستان کمک می‌کند:



توجه: تنها سفیدپوستان و سیاه‌پوستان غیراسپانیایی‌زبان بررسی شده‌اند.

حدود نیمی از سیاه‌پوستان می‌گویند رفتار دیگران با آنها مثل افراد مشکوک و کم‌هوش است.

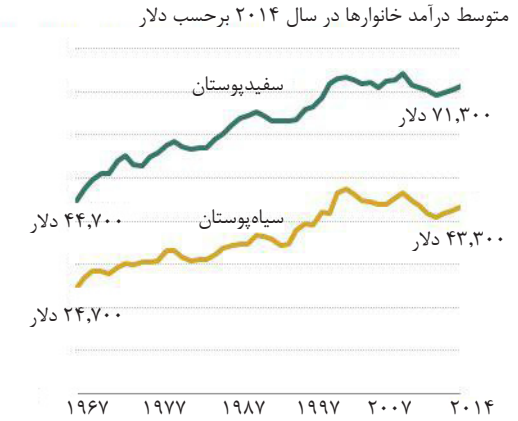
درصد کسانی که گفته‌اند اتفاق‌های زیر تنها به خاطر نژادشان برای‌شان رخ داده است:



توجه: تنها سفیدپوستان و سیاه‌پوستان غیراسپانیایی‌زبان بررسی شده‌اند.

شکاف نژادی در درآمد خانوارها

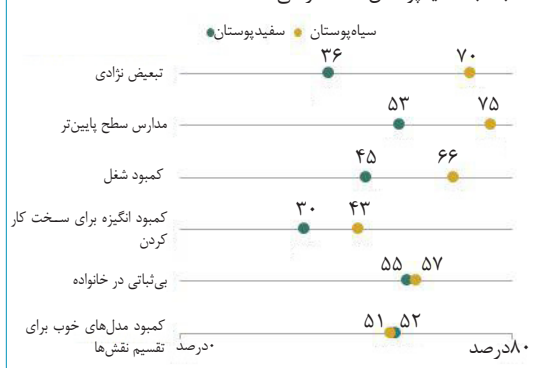
متوسط درآمد خانوارها در سال ۲۰۱۴ برحسب دلار



توجه: استاندارد محاسبه درآمد یک خانواده سه نفری در نظرگرفته شده است. ملاک اصلی نژاد سرپرست خانوار است. داده‌ها در بازه زمانی ۱۹۷۰ تا ۲۰۱۴ است.

سیاه‌پوستان تقریبا ۲برابر سفیدپوستان به تبعیض به‌عنوان مانع اصلی پیشرفت‌شان اشاره می‌کنند

درصد کسانی که به یکی از دلایل زیر زندگی سیاه‌پوستان را در آمریکا نسبت به سفیدپوستان سخت‌تر می‌دانند



توجه: تنها سیاه‌پوستان و سفیدپوستان غیراسپانیایی‌زبان بررسی شده‌اند.

دریچه

تنش یا تعامل با خارجی‌ها در فرانسه؟

ترجمه: گلنوش محب‌علی
منبع: Liberatiuon

نظرسنجی سالانه ارزیابی بیگانه‌ستیزی فرانسه سال ۲۰۱۴ نشان داده است که این کشور با تعداد زیاد مهاجری که دارد، دچار بحران هویتی است. از هر ۱۰ شهروند فرانسه هفت نفر، مخالف حضور مهاجران در کشور و به‌ویژه بازار کار و فعالیت‌های اقتصادی این کشور هستند. این وضعیت فرانسه سال ۲۰۱۴ است. ۲۵ سال است که کمیسیون ملی حقوق بشر فرانسه، عملکرد فرانسوی‌ها را در زمینه نژادپرستی و خارجی‌ستیزی ارزیابی و گزارش آن را منتشر می‌کند. این ارزیابی، خانه به خانه و با توجه به شاخص‌های کلیدی مانند رابطه افراد با مهاجران، افراد با مذاهب دیگر و اقلیت‌ها انجام می‌شود.

سال ۲۰۰۹، فرانسه بیشترین میزان تعامل خود را با خارجی‌ها داشت. پنج سال پس از آن، این تصویر از تعامل فرانسوی‌ها تیره و تار شد. ۷۰درصد از فرانسوی‌ها از تعداد بیش از حد مهاجران در کشورشان ناراضی بودند. ۴۵درصد آنها نسبت به مسلمانان نظر مثبتی نداشتند و برخی از تعصبات نژادی آنها شدت گرفته بود.

به گفته رئیس کمیسیون ملی حقوق بشر فرانسه، Christine Lazerges، نظرسنجی پس از حملات ماه ژانویه پاریس درماه مارس انجام شد که تأثیر اتفاقات تروریستی را بر افکار عمومی ارزیابی می‌کرد. نتیجه آن، نشان داد که مردم خواستار افزایش امنیت هستند. آنها درباره قوانین قضایی کشور خواستار تغییراتی بودند. ۴۱درصد موافق بازنگری قانون مجازات اعدام بودند و ۴۴درصد هم احساس می‌کردند که دادگاه‌ها به اندازه کافی به مجرمان سخت نمی‌گیرند. نتیجه اطمینان‌بخشی که از نظرسنجی پس از اقدامات تروریستی به دست آمد، این بود که از نظر فرانسوی‌ها، همبستگی مردم پس از اقدامات تروریستی اولیه، باعث تقویت پذیرش و احترام به اقلیت‌ها شده است. در واقع، افکار عمومی مغلوب انگیزه‌های تروریستی نشده است. بنابراین، تعامل فرانسوی‌ها با مسلمانان و سیاه‌پوستان آفریقای شمالی، ۱.۶درصد از نوامبر ۲۰۱۴ تا مارس ۲۰۱۵ افزایش داشت. اما این تعامل مثبت خیلی پایدار نبود. همان‌طور که سایت Liberation فرانسه در یک چشم‌انداز دورتر پیش‌بینی کرده بود، تنشی بین جامعه فرانسه و مهاجران و یک بحران هویتی به‌وجود خواهد آمد.

تحقیقات این مؤسسه نشان می‌دهد که تعصبات و پیشداوری‌هایی که میان مردم رخ می‌دهد، طی زمان و بسته به اتفاقات تاریخی نوسان داشته است. به‌عنوان مثال، پس از سال ۱۹۹۸ و جام جهانی، میزان تعامل جامعه فرانسه به طور ناگهانی افزایش یافت و با وقوع حادثه ۱۱ سپتامبر، تنش قابل توجهی در جامعه فرانسه میان فرانسوی‌ها و خارجی‌ها مشاهده نمی‌شود. تعامل فرانسوی‌ها در سال ۲۰۰۹ به اوج خود می‌رسد اما پس از سال ۲۰۰۹ تنش و بحران هویتی در فرانسه افزایش یافت. دلیل اصلی آن هم بحران اقتصادی به‌وجود آمده در فرانسه است، زمانی که کشور با عدم

وجود شغل کافی رو به رو شد.

حدود ۷۲.۱درصد از جمعیت فرانسه با حضور مهاجران در فرانسه موافق نیستند و معتقدند که امروزه، کشورشان پر از افراد مهاجر است. سه چهارم شرکت‌کنندگان در نظرسنجی سال ۲۰۱۴، می‌گویند که مهاجران برای بهره‌مندی از حمایت اجتماعی به این کشور می‌آیند. ۵۹درصد از مردم فرانسه معتقدند که شانس یک خارجی برای کمک گرفتن و مورد حمایت قرار گرفتن بیشتر از یک فرانسوی است. بیشتر از یک سوم شهروندان فرانسه می‌گویند نوزادانی که در خانواده‌های مهاجر در فرانسه به دنیا می‌آیند، فرانسوی محسوب نمی‌شوند.

درمقابل این تعصبات تفکرات دیگری هم بین مردم وجود دارد. تقریبا ۷۰درصد از مردم فرانسه معتقد بودند که باید کارگران مهاجر را مانند خودشان در نظر بگیرند، چرا که آنها هم در اقتصاد فرانسه سهم دارند.

همچنین حدود ۶۳درصد از مردم فرانسه گفته‌اند که مهاجران، به غنی شدن فرهنگ فرانسه کمک می‌کنند. البته این تفکرات مثبت مردم، نسبت به سال ۲۰۰۸ بسیار کاهش داشته است. شاخص اول و دوم در سال ۲۰۰۸، به ترتیب ۸۱درصد و ۷۳درصد بود.

در نظرسنجی سال ۲۰۱۴، از هر ۱۰ شهروند فرانسه، شش نفر مشکلات اقتصادی فرانسه را از چشم مهاجران می‌دیدند. از نظر آن‌ها مهاجران مقصر اصلی دشواری پیدا کردن شغل در فرانسه هستند. سیاه‌پوستان و مهاجران در فرانسه، با دریافت دستمزد کمتر و بهره‌مندی کمتر از امکانات و مزایای شغلی، موقعیت‌های شغلی را از مردم بومی فرانسه می‌گیرند. در حال حاضر، مشکل کمبود شغل در فرانسه تبدیل به یک بحران شده است.

دنیای فناوری

چگونه Web Hosting با قیمت مناسب پیدا کنیم

رویا پاک سرشت
www.gadgets-club.com

بسیار از افراد بنا به موقعیت شغلی یا علایق خود نیاز به وب سایت‌های میزبان دارند، اما پیدا کردن Web hosting با قیمت ارزان و مقرون به صرفه را کاری دشوار می‌دانند. برای موفقیت در این راه چند روش ساده وجود دارد که شاید برای شما نیز مفید واقع شود:

تمرکز بر جست‌وجوی دقیق و هدفدار

یکی از ساده‌ترین شیوه‌ها برای یافتن وب‌سایت‌های میزبان، جست‌وجوی اینترنتی است. تنها کافی‌ست سری به موتورهای جست‌وجو بزنید و مشاهده کنید که روزانه هزاران نفر عبارت مورد نظر شما را تایپ کرده و برای انتخاب وب سایت میزبان تلاش کرده‌اند. اما جست‌وجوهای فضای مجازی اغلب فریبنده و گمراه‌کننده هستند. زرق و برق صفحات یا طراحی آنها در بسیاری از موارد باعث می‌شود توجه افراد از میزان بودجه در نظر گرفته شده یا قیمت‌های سرسام‌آور پرت شود. بنابراین مهم‌ترین توصیه به افرادی که از جست‌وجو در فضای مجازی استفاده می‌کنند این است که بیش از هر چیز به مقایسه بین قیمت‌ها، بودجه و هزینه‌ها تمرکز کنند.

موارد مورد نیاز و اولویت‌ها را بشناسید

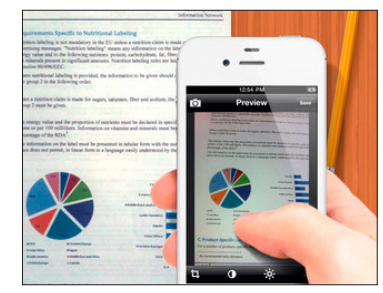
همه خدمات مرتبط با میزبانی وب، بسته‌های مختلفی در این خصوص ارائه می‌دهند که با توجه به نیازهای مشتریان و کاربران، گوناگون است. طبیعی است هر چه ویژگی‌ها بیشتر و متنوع‌تر باشد، قیمت‌ها نیز بالاتر خواهد رفت. اما برای انتخاب موفق‌تر، باید پیش از هر چیز به نیازسنجی و اولویت‌بندی خواسته‌های خود بپردازید. شما باید مطمئن باشید که از بسته انتخابی خود، چه درخواست‌هایی دارید، بنابراین انتخاب یک پیشنهاد گران‌قیمت لزوما به معنای کاربردی بودن آن نخواهد بود. به این ترتیب روش انتخابی شما نیز مشخص‌تر خواهد شد و می‌توانید از بین چند گزینه که خدماتی مشابه ارائه می‌دهند یک انتخاب هوشمندانه با قیمتی موجه پیدا کنید.

بهترین و ارزان‌ترین را بیابید

همانطور که اشاره شد، ارزان یا گران‌قیمت بودن لزوما به معنی تطابق نیازهای شما با خدمات وب‌های میزبان نخواهد بود. موارد متعددی وجود دارد که گاه در عین ارزان قیمت بودن بسیاری از نیازهای شما را پوشش می‌دهد، اما سوال اینجاست که چگونه باید بهترین را تشخیص دهیم؟ یکی از راه‌های متداول برای شناخت بهترین خدمات، انجام تحقیق است. اغلب کاربران برای کسب اطلاعات و یافتن پاسخ سوالات خود، از موتورهای جست‌وجوی اینترنتی یا تبلیغات مجازی کمک می‌گیرند. اگرچه در بخش قیمت اغلب اطلاعات درست است، اما در بخش خدمات نمی‌توان چندان مطمئن بود. درواقع نمی‌توان به اطلاعاتی که در فضای مجازی وجود دارند تکیه کرد و برترین وب سایت میزبان را با این روش انتخاب کرد.

دو گام مهم برای انتخاب بهترین و ارزان‌ترین خدمات web hosting شامل مراجعه به درگاه‌های معتبر و مطالعه کامل خدمات و موارد پشتیبانی و سپس پرسش از کاربران این خدمات و اطمینان در خصوص صحت اطلاعات مندرج در فضای مجازی است. تجربیات دیگر کاربران می‌تواند به نحوه تصمیم‌گیری افراد کمک شایانی کند.

اپلیکیشن اسکن اسناد کاغذی سرانجام به اندروید آمد



بسیاری از افراد اسکنر اسناد ABBYY FinerScanner را بهترین اپلیکیشن در زمینه تبدیل اسناد کاغذی به دیجیتالی می‌دانند. حالا این برنامه برای کاربران اندروید نیز در دسترس قرارگرفته است.

نسخه رایگان این برنامه به شما اجازه اسکن کردن اسناد، اعمال اصلاحات، استفاده از فیلترها و حتی پرینت گرفتن به کمک خود برنامه را می‌دهد اما کاربران ویژه باید سالانه مبلغ ۳۹ دلار بابت اشتراک بپردازند. همچنین می‌توانند از قابلیت OCR یا نویسه‌خوان نوری بهره ببرند و مزاحمت تبلیغاتی را که در برنامه نمایش داده می‌شوند تحمل نکنند. البته بیشتر افراد به این امکانات نیازی ندارند. می‌توانید این برنامه را از گوگل‌پلی‌استور دانلود کنید.

بهترین آنتی ویروس‌های سال ۲۰۱۶ برای اندروید و ویندوز

دستگاه خود را رویین تن کنید

ترجمه: معراج آگاهی

اینترنت امروزه به یک ضرورت در زندگی ما بدل شده و بسیاری از افراد روزانه ساعات بسیاری را از طریق گوشی‌های هوشمند، تبلت و لپ‌تاپ‌های خود در اینترنت می‌گذرانند. این فعالیت در حالی صورت می‌پذیرد که بسیاری از این کاربران و ابزارهای هوشمند آنان در معرض خطر آلودگی به ویروس‌های خطرناک هستند که روزانه بر تعداد آنان نیز افزوده می‌شود. از این رو استفاده از آنتی ویروس‌ها از اهمیت بسیار زیادی برخوردار بوده و به این منظور در ادامه به معرفی و بررسی برترین آنتی‌ویروس‌های اندرویدی و ویندوزی در سال ۲۰۱۶ میلادی می‌پردازیم.

CM Security

CM security (Clean Master) یک آنتی ویروس بسیار پرطرفدار و معتبر بوده که موفق به کسب جایزه‌های بسیاری نیز شده است و در حوزه فعالیت خود یکی از بهترین نرم‌افزارهای محافظت از گوشی‌ها و ابزارهای هوشمند محسوب می‌شود. گفتنی است این آنتی ویروس مشهور توسط شرکت Cheetah Mobile که یک شرکت تحقیقاتی است و درباره پلتفرم اندروید به تحقیق و پژوهش می‌پردازد ساخته شده و اپلیکیشن آن بسیار سریع و کارآمد است.

Security – Antivirus 360

آنتی ویروس ۳۶۰ که به‌طور رسمی به آن Qihoo گفته می‌شود یکی از قدیمی‌ترین و پرطرفدارترین آنتی‌ویروس‌های اندرویدی محسوب می‌شود که از تمامی امکانات لازم جهت محافظت از گوشی و سایر ابزارهای هوشمند شما برخوردار است. ۳۶۰ از یک موتور مخصوص آنتی ویروس برخوردار بوده و فایل‌های موجود در گوشی یا تبلت شما را اسکن و از آلودگی آن جلوگیری می‌کند.

Kaspersky Internet Security

نسخه PC آنتی ویروس Kaspersky از کیفیت قابل قبولی برخوردار بوده و عموما با استقبال خوب کاربران مواجه می‌شود. نسخه موبایل این آنتی ویروس مشهور روسی نیز تمامی ویژگی‌های استاندارد یک آنتی ویروس مناسب را به کاربران ارائه کرده و به بهترین شکل ممکن به محافظت از دستگاه‌های هوشمند اندرویدی آنان می‌پردازد.

با این حال کاربران نسخه موبایل Kaspersky می‌توانند با پرداخت سالانه ۱۹ دلار از سایر امکانات آن نظیر anti phishing به هنگام ارسال پیامک و محافظت از داده‌های موجود در سرویس‌های آنلاین ذخیره‌سازی ابری بهره‌مند شوند.

Avira Free Antivirus

یک آنتی ویروس رایگان است که در حال حاضر تعداد کاربران آن در سراسر جهان به ۴۴۷ میلیون نفر می‌رسد. استقبال کاربران از این آنتی‌ویروس در شرایطی اتفاق می‌افتد که این شرکت اخیرا از سرویس جدید خود برای محافظت از داده‌های موجود در سرویس‌های ابری ذخیره‌سازی اطلاعات رونمایی کرده است. یکی از ویژگی‌های برجسته این آنتی ویروس محبوب آن است که در صورت شناسایی یک ویروس در سیستم یکی از کاربران آن در نقطه‌ای از جهان، تمامی کاربران Avira قادر خواهند بود بدافزار مذکور را شناسایی کرده و از بین ببرند.

Bitdefender Antivirus

درحالی که این روزها تعداد بسیار زیادی آنتی ویروس به‌صورت رایگان در اختیار کاربران قرار داشته و از عملکرد بسیار خوبی نیز برخوردارند، قیمت ۲۹ پوندی آنتی ویروس Bitdefender Antivirus اندکی گران به نظر می‌رسد. به منظور حل این مشکل تخفیف‌هایی برای فروش این آنتی ویروس در نظر گرفته شده و به‌عنوان مثال خرید یک نسخه دارای قابلیت ۳ با نصب و با پشتیبانی سه ساله به قیمت ۸۹ پوند به فروش می‌رسد.

با وجود قیمت نسبتا گران، موتور استفاده شده در آنتی ویروس Bitdefender یکی از بهترین و دقیق‌ترین‌ها در زمینه اسکن فایل‌ها محسوب می‌شود و بسیاری از کاربران آن از کیفیت و عملکرد آن اظهار رضایت می‌کنند. اعمال فیلترینگ برخی سایت‌ها با محتوای نامناسب، جلوگیری از ورود کاربر به سایت‌های آلوده، تامین امنیت جست‌وجوگرهای اینترنتی و در نهایت محافظت از رمزهای مورد استفاده کاربر از جمله ویژگی‌های برجسته این آنتی‌ویروس محبوب به شمار می‌رود.

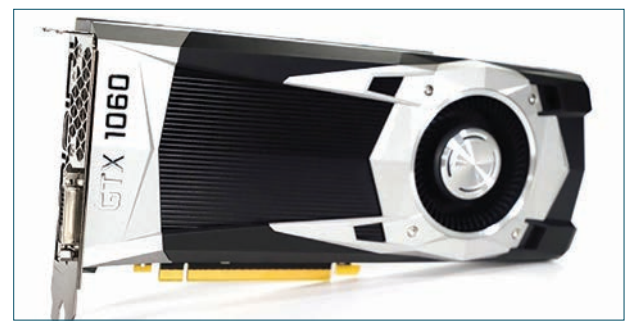
Kaspersky AntiVirus

نرم‌افزار امنیتی Kaspersky که مدت‌ها است به‌عنوان یک آنتی ویروس قابل اعتماد در بازار محسوب می‌شود، امروزه با قیمت ۲۹/۹۹ پوند در اختیار کاربران قرار می‌گیرد. این آنتی ویروس روسی به جز ویژگی‌های استانداردی که در اکثر آنتی ویروس‌های موجود در بازار یافت می‌شود، امکان مسدود کردن وب‌سایت‌های نامناسب، جلوگیری از باز شدن آدرس‌های اینترنتی آلوده و مانیتورینگ هوشمند فعالیت‌های کاربر در اینترنت و شناسایی بدافزارها و از بین بردن سریع آنان را دارد.

نکته مثبت در رابطه با آنتی ویروس Kaspersky آن است که شما در ازای پولی که می‌پردازید محصولی مناسب و کارآمد دریافت می‌کنید. گفتنی است به عقیده بسیاری از کارشناسان و وب سایت‌های فعال در حوزه فناوری اطلاعات، آنتی ویروس Kaspersky یکی از بهترین و قابل‌اعتمادترین نرم‌افزارهای محافظتی در زمینه شناسایی و نابودسازی بدافزارها محسوب می‌شود.

کارت گرافیک‌های GTX 1060 و GTX 1070 بررسی شد

قدرت‌نمایی دیگر از انویدیا



حدود سه ماه پیش شرکت nVidia پرقدرت‌ترین کارت گرافیک جهان را با نام GTX 1080 معرفی کرد که در کنار همه مزایای قابل تحسینش، قیمت بالای آن همگان را شوکه کرد.

به گزارش «فرصت امروز»، علاقه‌مندان برای استفاده از این محصول مجبور بودند ۶۰۰ دلار هزینه کنند تا از یک گرافیک بالقوه در رایانه خود بهره ببرند.

اما چندی پیش مدیران انویدیا، مدل جدیدی از کارت گرافیک خود را رونمایی کردند که قیمت نسبتا ارزانی دارد، درحالی‌که از قدرت پردازش بالایی نیز برخوردار است. این محصول GTX 1070 نام دارد و قیمت آن کمتر از ۳۸۰دلار است. گرچه این مدل قیمت کمتری نسبت به GTX 1080 دارد اما سرعت و قدرت پردازشی آن چندان از GTX 1080 کمتر نیست و کاربران می‌توانند به وسیله آن محیط گرافیکی بالایی را به رایانه‌خود ببرند.

این محصول دومین کارت گرافیک انویدیا است که براساس معماری ۱۶ نانومتری پاسکال ساخته شده و از ۸ گیگابایت حافظه رم از نوع GDDR5 برخوردار است و سرعت کلاک (clock speed) این کارت بین ۱٫۵ تا ۱٫۷گیگاهرتز است. بنا به ادعای انویدیا، کارت گرافیک GTX 1070 از قدرتی برابر ۶٫۵ ترافلاپ بهره‌مند شده که در مقایسه با قدرت ۹ ترافلاپی GTX 1080 چندان هم کم به نظر نمی‌رسد.

نسخه‌ای از GTX 1070 نیز تحت عنوان Founders Edition با قیمت ۴۵۰ دلار عرضه شده که همانند GTX 1080 دارای هیت‌سینکی فلزی و خوش‌ساخت بوده و مجهز به سه پورت خروجی است که پورت‌های رایج HDMI و DVI را نیز شامل می‌شود.

و بازهم ارزان‌تر

اگر همچنان GTX 1070 را یک کارت گرافیک گران‌قیمت می‌دانید، بد نیست نگاهی به GTX 1060 محصول دیگر انویدیا بیندازید.

این کارت گرافیک ۲۵۰ دلار قیمت دارد و می‌توانید با آن بازی‌های با گرافیک بالا را به راحتی اجرا کنید. کارت گرافیک GTX 1060 نیز مانند مدل‌های GTX 1080 و GTX 1070 از معماری پاسکال جدید انویدیا استفاده می‌کند و این به آن معناست که از ویژگی‌های جدید پاسکال مانند پردازش متقارن و واقعیت مجازی پشتیبانی می‌کند.

این کارت گرافیک دارای هسته CUDA 1280 است و کلاک آن سرعتی تا ۱٫۷گیگاهرتز دارد و از حافظه GDDR5 در کلاک ۶ گیگابایت استفاده می‌کند.

این محصول از دیروز وارد بازار جهانی شده و می‌توانیم به‌زودی شاهد حضور آن در بازار ایران نیز باشیم.

تکنولوژی

Skylock نام قفل هوشمندی است که با بلوتوث کار می کند و تنها پس از وارد کردن رمز در نرم افزار مخصوص باز و بسته می شود .این محصول بیشتر برای دوچرخه‌ها کارایی دارد و مجهز به یک دزدگیر داخلی است که با تکان خوردن ، صاحب خود را خبر می‌کند .انرژی این قفل جالب از خورشید تامین می‌شود و نیاز به شارژ ندارد.قیمت این محصول ۱۶۰ دلار است.

خبر

مدیرعامل اتیک:

۶میلیون و ۵۰۰ هزار کارت شهروندی صادر کرده‌ایم

با شکل‌گیری روندهای جدید و نوین در دنیای پرداخت الکترونیک و تبدیل ابزارهای پرداخت مردم از اسکناس و پول نقد به کارت‌های بانکی، انگیزه فعالیت در عرصه الکترونیکی کردن پرداخت‌های خرد در برخی شرکت‌ها ایجاد شد. یکی از این شرکت‌ها، اتیک (زیرمجموعه هلدینگ فناپ) بود که فعالیتش در این عرصه را هوشمندانه از حوزه حمل‌ونقل آغاز کرد و راه‌حل‌ها و رویکردهای نوینی را ارائه داد.

به گفته محمد نژادصداقت، مدیرعامل این شرکت تاکنون ۶ میلیون و ۵۰۰ هزار نفر پرداخت‌های خرد خود را از طریق کارت‌های شهروندی صادر شده توسط این شرکت انجام می‌دهند.

نژادصداقت در توضیح گستره فعالیتی اتیک در عرصه پرداخت خرد می‌گوید: این شرکت در چندین شهر کشور از جمله مشهد مقدس، کیش، اهواز، قزوین، اصفهان و کرمان مجری پروژه کارت شهروندی و پرداخت خرد شهری است که در این میان، پروژه مشهد مقدس یکی از بزرگ‌ترین و موفق‌ترین تجربه‌های پرداخت خرد اتیک در کشور محسوب می‌شود. او با اشاره به تعداد کارت‌های صادر شده این شرکت، بیان می‌کند: تا به امروز، بالغ بر ۴ میلیون کارت با عنوان «من کارت» در شهر مشهد توزیع شده که ۲ میلیون این کارت‌ها مربوط به شهروندان مشهدی و مابقی مربوط به زائرین است که در اتوبوسرانی و قطار شهری استفاده می‌شود.

مدیرعامل اتیک در توضیح «من کارت» می‌گوید: من کارت، کارتی هوشمند با قابلیت پرداخت غیرتماسی است که علاوه بر ناوگان اتوبوسرانی، خطوط BRT و ناوگان قطار شهری، به‌صورت آزمایشی در ۶۰ واحد تجاری همچون نانوایی، مراکز ارائه خدمات چاپ، تکثیر و پیشخوان دولت نیز استفاده می‌شود. به گفته او، برنامک شارژ موبایلی من کارت روی گوشی‌های هوشمند با سیستم عامل اندروید و مجهز به فناوری NFC قابل استفاده است.

نژادصداقت در پایان می‌گوید: قصد داریم بحث کارت هوشمند غیرتماسی را علاوه بر پرداخت خرد الکترونیک به خدمات ارزش‌افزوده دیگر مانند کارت دانشجویی، هواداری یا کارت‌های سازمانی تسری دهیم و محصول و ابزاری در اختیار مردم قرار دهیم که واقعا بتواند حداکثر نیازها را پوشش دهد.

عرضه دوگوشی اندرویدی با برند نوکیا

براساس اطلاعات منتشر شده، نوکیا قرار است به‌زودی دو گوشی هوشمند جدید راهی بازار کند و این گوشی‌ها با برند نوکیا فروخته خواهند شد.

به گزارش زومیت، گوشی‌های هوشمند جدید نوکیا با اینکه قرار است از نام این برند استفاده کنند اما در عرصه جهانی با اسم HMD Global Oy عرضه خواهند شد. پیش از این و در سال ۲۰۱۴ شرکت HMD Global Oy بخشی از صنعت گوشی‌های هوشمند نوکیا را از مایکروسافت خریداری کرده بود. این دو دستگاه در دو اندازه متفاوت رویت شده‌اند. نسخه‌ای از این دستگاه نمایشگری ۵.۲ اینچی و نسخه‌ای دیگر از آن ۵.۵ اینچی خواهد بود. هر دو از نمایشگری با رزولوشن 2K برخوردار خواهند بود و قرار است به رابط کاربری Z-Launcher و اندروید نوقا مجهز شوند.

این دو گوشی پردازنده اسنپدراگون ۸۲۰ خواهند داشت. گوشی‌های جدید نوکیا مجوز IP68 را دریافت کرده که آن را ضد آب و گرد و غبار می‌کند. دوربین این گوشی هوشمند ۲۲.۶ مگاپیکسلی خواهد بود و برچسب قیمتی ۵۰۰ دلاری را به همراه خود دارد.

سافت بانک ARM را خریداری می‌کند

شرکت ژاپنی سافت بانک خبر می‌دهد که با خرید هلدینگ ARM با قیمت ۲۳.۴ میلیارد پوند، برابر با ۳۲ میلیارد دلار موافقت کرده است که در صورت رخ دادن چنین اتفاقی، شاهد بزرگ‌ترین دادوستد یک شرکت تکنولوژیک اروپایی خواهیم بود.

به گزارش دیجیاتو، سافت بانک پیشنهاد خود مبنی بر پرداخت ۱۷ پوند به ازای هر سهم از سهام شرکت انگلیسی را منتشر کرد. این در حالی‌است که چند هفته پیش، مردم انگلیس رأی به خروج از اتحادیه اروپا دادند و به همین دلیل، ارزش پوند تا حدی با کاهش همراه بوده است. کاهش یافتن ارزش پوند باعث شده تا هلدینگ آرم، تبدیل به طعمه‌ای چرب‌تر برای شرکت‌های خارجی شود.

ARM کار طراحی پردازنده و هسته‌های آن را انجام می‌دهد. بر همین اساس، درآمد حاصل شده از سوی ARM نسبت به سایر طرح‌های چیپ نظیر اینتل بسیار پایین‌تر است. با این حال، شرکت‌های بزرگی مثل اپل با ARM قرارداد دارند و به آن حق امتیاز پرداخت می‌کنند. از سوی دیگر، در سال گذشته بیش از ۱۵ میلیارد چیپ با طراحی‌های ARM در محصولات مختلف به کار گرفته شد که رشدی ۳میلیاردی را به همراه داشت. بیشتر این چیپ‌ها، در محصولات موبایل جای گرفتند.

در این میان وال استریت ژورنال بنابر اعلام یکی از منابع آگاه خود می‌نویسد که اعضای هیات‌مدیره هر دو کمپانی با رقم اعلام شده موافق هستند.

گزارش ۲

همه‌چیز درباره سنگ‌های قیمتی و نیمه‌قیمتی

سنگ‌هایی مانند الماس، زمرد، یاقوت سرخ، یاقوت کبود و. . . به نام سنگ‌های گرانبها شناخته می‌شوند. این سنگ‌ها مثل طلا به خاطر زیبایی، دوام و کمیابی‌شان ارزشمند شده‌اند.

سنگ‌های گرانبها از اواسط دهه ۱۸۰۰ میلادی در دو «مجموعه سنگ‌های قیمتی» و «سنگ‌های نیمه قیمتی» قرار داده شدند. اصطلاح سنگ‌های قیمتی برای الماس، یاقوت سرخ، یاقوت کبود و زمرد به کار می‌رود. الماس که سخت‌ترین کانی را دارد شکل متبلور کربن است. یاقوت سرخ و یاقوت کبود هر دو از شکل‌های مختلف کانی بسیار سخت دیگری به نام کروندوم تشکیل شده‌اند. زمرد از یکی از انواع کانی بریل درست شده که به سختی کروندوم نیست اما سخت‌تر از کوارتز است.

بقیه سنگ‌های گرانبها در مجموعه «سنگ‌های نیمه قیمتی» قرار داده شده‌اند. سنگ‌های نیمه قیمتی بیشتر از جنس کوارتزند.

از دسته سنگ‌های نیمه قیمتی می‌توان این موارد را ذکر کرد: عقیق، کهربا، آمتیست، آکوامارین، سنگ دلربا یا آونتورین، سنگ یمانی، کریزوکولا، سیترین، گارنت (حجر سیلان)، هماتیت، یشم، جاسپر، کهربای سیاه، کونزایت، لاجورد، مالاکیت، سنگ قمر، ابسیدین، انیکس (عقیق سیاه)، زبرجد، رودونیت، سنگ خورشیدی، چشم ببر، تانزانیت، توپاز، فیروزه و تورمالین. بسیاری از سنگ‌های نیمه قیمتی دیگر هم هستند که در صنعت ساخت جواهرات و اشیای زینتی محبوبند.

تقسیم‌بندی سنگ‌های گرانبها به دسته‌های قیمتی و نیمه قیمتی نشان‌دهنده این است که بسیاری از افراد سنگ‌هایی را که در رده سنگ‌های قیمتی قرار دارد با ارزش‌تر از سنگ‌های نیمه‌قیمتی می‌دانند. البته این موضوع اغلب درست است، اما در عین حال می‌تواند گمراه‌کننده باشد چون در عمل بسیاری از سنگ‌های نیمه قیمتی نیز یافت می‌شوند که به مراتب با ارزش‌تر از گرانبهاترین سنگ‌های قیمتی هستند.

ارزش‌گذاری سنگ‌های نیمه قیمتی

ارزش هر سنگ گرانبها براساس زیبایی، اندازه، فراوانی، برش و محبوبیت آن تعیین می‌شود. مالاکیت و لاجورد، زیبا، محبوب و نادرند. نمونه‌های جذابی از این سنگ‌ها با قیمت‌های قابل توجهی به فروش می‌رسند. سایر سنگ‌های نیمه‌قیمتی مانند عقیق و جاسپر هم ممکن است فوق العاده زیبا باشند ولی به همان میزان توجهات را به سوی خود جلب نکنند. دلیلش این است که آنها خیلی محبوب نیستند.

قبل از کشف ذخایر عظیم الماس در آفریقای جنوبی، یاقوت، یاقوت کبود و زمرد با ارزش‌تر از الماس بودند. پس از کشف ذخایر الماس، De Beers (کمپانی بزرگی در حوزه الماس) شروع به ترویج الماس به‌عنوان نماد عشق و تعهد کرد. این کار تقاضای زیاد و جدیدی برای الماس ایجاد کرد. آگهی «الماس‌ها ابدی هستند» که به وسیله De Beers درست شد، موثرترین کار تبلیغاتی در تاریخ نامگذاری شده است. بنابراین گاهی این مد است که جای ارزش ذاتی سنگ‌های گرانبها را می‌گیرد و ارزش آنها را تغییر می‌دهد. همچنین موفقیت یک آگهی یا کشف ذخایر بزرگ نیز می‌تواند ارزش یک سنگ گرانبها را حتی بیشتر هم تغییر دهد.

سنگ‌های قیمتی مشهور جهان

برخی از سنگ‌های قیمتی تاریخچه‌ای طولانی دارند و بسیار مشهورند. الماس کوه نور یکی از معروف‌ترین الماس‌های جهان است. الماس کوه نور در سال ۱۶۵۶ در ناحیه قلعه باستانی گلکنده در نزدیکی حیدرآباد هند پیدا شد و پس از دست به به دست شدن در دست رجال مشرق زمین از جمله نادرشاه سرانجام در سال ۱۸۵۰ میلادی به ویکتوریا، ملکه انگلیس هدیه داده شد. از آن زمان تاکنون این سنگ یکی از جواهرات تاج سلطنتی بریتانیاست.

الماس دریای نور زوج الماس کوه نور محسوب می‌شود. رنگ این الماس صورتی رنگ است و از این نظر استثنایی محسوب می‌شود. دریای نور ۱۸۲ قیراط وزن دارد. دریای نور که یکی از کهن‌ترین و شناخته شده‌ترین الماس‌های جهان است هم اینک در موزه جواهرات ملی ایران در خیابان فردوسی تهران نگهداری می‌شود. ارزش و اهمیت این جواهر در نزد ایرانیان به حدی است که در زمان محمدعلی شاه قاجار و هنگام شکست وی از مشروطه خواهان به سفارت روسیه برده شد اما بار دیگر به وسیله مشروطه‌خواهان به دولت بازگردانده شد. این الماس پشتوانه ریال ایران بوده است.

الماس و سایر سنگ‌های قیمتی برحسب قیراط وزن می‌شوند. به‌عنوان مثال الماس کوه نور ۱۰۹ قیراط وزن دارد (هر قیراط که واحد وزن جواهرات و مروارید است معادل ۲۰۰ میلی‌گرم است.) بزرگ‌ترین الماسی که در تاریخ ثبت شده ۳۱۰۶ قیراط وزن دارد. بیشتر الماس‌های مشهور بی‌رنگند. اما استثنائاتی هم وجود دارد. چنان که گفته شد الماس دریای نور صورتی است و رنگ الماس هپ که اکنون در موسسه‌ای در واشنگتن دی‌سی نگهداری می‌شود آبی سیر است.

برخی از یاقوت‌ها و زمردهای بی‌عیب و ایده‌آل حتی از الماس‌های هم اندازه خودشان هم گران‌ترند. یاقوت‌های بزرگ، کمیاب‌ترین سنگ‌های قیمتی هستند و زمردهای بزرگ نیز تقریبا به همان اندازه کمیابند. شاید جالب‌ترین یاقوت، نوع ستاره‌ای آن باشد. یاقوت ستاره‌ای به‌گونه‌ای تراشیده می‌شود که ستاره به‌طور کامل واضح باشد. خرافات زیادی درباره سنگ‌های قیمتی وجود دارد. به‌عنوان مثال اینکه برخی در برابر آتش از انسان محافظت می‌کنند یا سلامتی و سعادت برای استفاده‌کنندگان‌شان به همراه می‌آورند. عقیده وجود جواهراتی که به ماه تولد هر فرد تعلق دارد و برای فرد شانس می‌آورد هم وجود دارد.

گفت‌وگوی «فرصت امروز» با محمد کشتی‌آرای، رئیس اتحادیه طلا، جواهر، سکه و صرافی تهران

طلافروش‌ها الزاما ثروتمند نیستند

علی علمی
ali_elmi1361@yahoo.com

انسان از زمان‌های قدیم توجه زیادی به زیبایی‌های اطراف خود داشته و یکی از این زیبایی‌ها سنگ‌ها بودند. درخشش بعضی از سنگ‌ها و رنگ آن باعث شد انسان‌ها به سنگ‌ها علاقه‌مند شوند و با گذشت زمان به خاصیت جادویی و انرژی‌بخش و شفابخش آن پی ببرند. تا اینکه شروع به صیقل دادن و جلای بیشتر این سنگ‌ها کردند که زیبایی و درخشش آن بیشتر شد و دری به سوی تجارت و انواع شغل‌ها باز شد که تا امروز ادامه دارد. تاریخ استفاده از زیورها و سنگ‌های قیمتی به اندازه تاریخ پیدایش بشر است و قدمتی هفت هزار ساله دارد؛ در زمان‌های قدیم و بسیار پیش از آنکه بشر وسایلی آماده یا مهارتی کسب کند که بتواند سنگ‌های سخت را تراش داده و حک کند. همچنین جواهرات، نشان‌دهنده مقام اجتماعی شخص و اصالت خانوادگی او نیز بود.

در ایران در کنار استفاده از طلا و نقره، از انواع سنگ‌های رنگی استفاده می‌شده است و از آنجا که ایرانیان اهمیت زیادی به تجمل و آراستگی می‌دادند، از جواهرات قیمتی و نیمه قیمتی برای تزئین لباس‌ها، آرایش مو و ساخت ظروف استفاده می‌کردند و به نوعی می‌توان گفت به صورت بخشی از فرهنگ تشریفاتی مردم درآمد. با گذشت سال‌ها، فعالیت در زمینه این کانی‌های ارزشمند، صنف زرگری در ایران به‌عنوان یکی از مشاغل ظریف، حساس و باکلاس درآمده و طرفداران زیادی دارد. علاوه بر آن در تولید، ساخت و ارائه نمونه‌های مختلفی از جواهرات، کشور ما در سطح بین‌المللی زبانزد و مطرح است و عده زیادی از فعالان و صنعت‌گران کشور در بخش طلا و جواهر کشور به کار مشغول هستند. برای بررسی بیشتر با محمد کشتی‌آرای، رئیس اتحادیه طلا، جواهر، سکه و صرافی تهران به گفت‌وگو پرداخته‌ایم.

کشتی‌آرای در ابتدای بحث یک تعریف جامع و کلاسیک از این فلز گرانبها ارائه می‌دهد. طلا و جواهر یک کالا و جسم بسیار باارزش است که از لحاظ فیزیکی هم ساختار خاصی دارد و چیزی نمی‌تواند جایگزین آن شود. به همین دلیل هر کشوری و هر حکومتی از اول پیدایش بشریت تاکنون میزان ذخایر طلا و جواهراتش بیشتر بوده، خودش را قدرتمند می‌دانسته است. این اصل اساسی و دائمی است. بنابراین داشتن طلا و جواهر معادل قدرت به حساب می‌آید. حالا چه قدرت شخصی یا قدرت سیاسی و کشوری یا قدرت اقتصادی. این مسئله تا اندازه‌ای مهم و ارزشمند است که ذخایر ارزی هم بر مبنای میزان ذخیره طلا محاسبه و منظور می‌شوند. به‌طور کلی ارز و ذخایر ارزی یعنی طلا؛ شما با ارز می‌توانید طلا و جواهر بخرید و پشتوانه پولی و اقتصادی کشور را تقویت کنید، بنابراین معادل کاغذی طلا ارز محسوب می‌شود. وی در مورد گستردگی زیرشاخه‌ها و مهارت‌ها و فعالیت‌هایی که به ساخت این اقلام ارزشمند منجر می‌شود، می‌افزاید: همانطور که گفته شد، به خاطر شرایط خاص این حرفه، این صنف از دیرباز مورد توجه مردم بوده است. مردم بیشتر ظاهر قضیه را می‌بینند و از پس پرده آن بی‌اطلاعند. مثلاً در جریان نیستند که طلا با چه سختی از معادن استخراج می‌شود، یا اینکه درباره ساخت و تولید طلا نمی‌دانند که چه پروسه سخت و خردکننده‌ای دارد و این اقلام زینتی و گرانبها چگونه ساخته می‌شوند. به‌عنوان مثال گاهی ۱۰۰ تن خاک باید شسته شود تا یک اونس طلا (معادل ۳۱ گرم) از آن استحصال شود. در مورد ساخت هم مردم ظاهر ماجرا را از پشت ویترین مغازه‌ها و زرق وبرق طلاها می‌بینند و بلافاصله فکر می‌کنند که صاحب مغازه چه آدم ثروتمندی است و چقدر سرمایه دارد! و متأسفانه ما مورد هجمه غیرواقعی قرار می‌گیریم که مایه تاسف است. درحالی‌که طلاسازی یک کار بسیار دقیق، ظریف و پرهزینه است؛ یک نفر را درنظر بگیرید که ۱۰۰ هزار تومان همراهش است؛ مدام استرس دارد که این پول یا موبایلش را سرقت نکنند. حالا ببینید که طلافروش و طلاساز باید چه استرس و مسائل امنیتی را تحمل و رعایت کند تا بتواند از سرمایه‌اش حفاظت کند. در هیچ شغلی به افراد و اعضایش حمله نمی‌شود و صاحب مغازه را به قتل نمی‌رسانند. کسی به یک پارچه‌فروشی، رستوران، بوتیک یا گل‌فروشی حمله نمی‌کند و صاحب‌کار را تهدید نمی‌کند یا مورد سوءقصد قرار نمی‌دهد. این شغل بسیار بسیار ریسک‌پذیر و خطرناک است.

طلاسازها ثروتمند نیستند!

کشتی‌آرای در ادامه به نکته جالبی اشاره می‌کند: شاید باورتان نشود، ولی افراد زیادی از کارگرانی که دراین شغل فعال هستند فاقد منزل مسکونی هستند و بعد از سال‌ها فعالیت، خانه مستقل ندارند، ولی چون اسم طلاساز روی‌شان است، چیز دیگری در موردشان فکر می‌کنند. در این شرایط نامطلوب بازار که با رکود شدید اقتصادی همراه است، خیلی از فعالان این صنف بیکار شده‌اند و با موتورسیکلت مسافرکشی می‌کنند. البته ناگفته نماند که برخی دیگر به خاطر سابقه طولانی در دو یا سه نسل، سرمایه در گردش فراوان و مسائل دیگر از وضعیت مالی خیلی خوبی برخوردارند. ولی بیشتر شاغلان این صنف آن‌طور که مردم تصور می‌کنند نیستند. یک طلافروش معمولی شاید سه کیلو طلا بیشتر نداشته باشد. سه کیلو طلا چیزی معادل ۳۰۰ میلیون تومان است به اندازه یک مغازه کفاشی یا هر چیز دیگر. درحالی‌که مشاغل دیگر سرمایه‌هایشان پنهان است و در معرض دید عموم قرار ندارد. یک طلافروش همه سرمایه‌اش را که در مدت زمان طولانی جمع کرده داخل یک محفظه شیشه‌ای با چهار، پنج لامپ پرنور جلوی چشم همگان می‌گذارد. به همین علت بسیار آسیب‌پذیر هم هست، ضمن اینکه این سرمایه ثابت است و در گردش نیست.

وضعیت بازار

رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران در مورد وضعیت کنونی بازار می‌گوید: طلا کالایی است که جزو اقلام ضروری به حساب نمی‌آید و در سبد خرید مردم نیست. سبد مصرف یک خانواده متوسط مسکن، خوراک و پوشاک، هزینه درمان، تفریحات و مسافرت است و در نهایت آنچه باقی می‌ماند صرف خریدن طلا و جواهر می‌شود. این را اضافه کنم که هزینه تهیه طلا در سبد خرید ازدواج قرار دارد. ازدواج یک دختر و پسر یکی از ملزوماتش خرید طلا برای مراسم ازدواج است که نه‌تنها در ایران بلکه در خیلی از کشورها و فرهنگ‌های جهان معمول و مرسوم است که بنا به شرایط فرهنگی و اقتصادی هر کشور، میزانش متغیر است. نکته جالب توجه در هزینه‌های زندگی یک عروس و داماد اعم از پوشاک، تالار عروسی، مسافرت، گل، آرایش و سایر هزینه‌های دیگر این است که تماما از بین می‌رود؛ تنها هزینه‌ای که برای این زوج

> **طلا و جواهر یک کالا و جسم بسیار باارزش است که از لحاظ فیزیکی هم ساختار خاصی دارد و چیزی نمی‌تواند جایگزین آن شود. به همین دلیل هر کشوری و هر حکومتی از اول پیدایش بشریت تاکنون میزان ذخایر طلا و جواهراتش بیشتر بوده، خودش را قدرتمند می‌دانسته است. این اصل اساسی و دائمی است. بنابراین داشتن طلا و جواهر معادل قدرت به حساب می‌آید**

باقی می‌ماند طلا و جواهرات‌شان است. این هم از آن مواردی است که باعث شده شغل ما همچنان پابرجا بماند و آهسته و پیوسته به فعالیتش ادامه دهد؛ درحالی‌که از لحاظ اقتصادی شغل ما یک شغل ورشکسته است و اگر این مراسم‌های عقد و عروسی نبود، همین آب‌باریکه‌ای هم که جریان دارد، جمع می‌شد. حالا چرا این وضعیت به وجود آمده است؛ در چند سال گذشته به خاطر شرایط و مشکلات جدید اقتصادی فرهنگ خرید و زندگی

مردم تغییر کرده و افراد جامعه به‌خصوص قشر جوان به خاطر هزینه‌های زیاد نمی‌توانند سراغ این اقلام بروند و به اندازه مناسب تهیه کنند. زوج‌های جوان آنقدر مشکلات و گرفتاری دارند که نمی‌توانند پول تهیه طلا را تامین کنند.

مشاغل طلایی!

کشتی‌آرای در مورد فرصت‌های کاری و مشاغل مربوط به این حرفه پربها می‌گوید: ۲۱ رسته کاری در این صنف وجود دارد که همگی این ۲۱ رسته موجب می‌شود کار ساخت طلا از شروع تا پایان شکل بگیرد. آبکاری، عیارسنجی، ذوب طلا، تبدیل به مفتول تسمه یا شکل مناسب تولید که اصطلاحا به آن زرکشی می‌گویند و. . . این زیرشاخه‌ها همین‌طور هست تا برسد به پشت ویترین مغازه و کسانی که برای خرید می‌آیند.

در این فرآیند هر کسی کار خودش را انجام می‌دهد تا یک مصنوعی ساخته و عرضه شود. وی در مورد مدت زمان ساخت مصنوعات طلا می‌گوید: کارهای ساده حتی یک روزه و گاهی چند ساعته ساخته می‌شود. پروژه‌های سنگین که برای تولید انبوه یا سرویس‌های چندپارچه است، قطعا زمان‌بر است و به‌طور متوسط یک هفته طول می‌کشد تا خط تولیدش از صفرتاصد (همان مراحل بیست و یک گانه) به نتیجه برسد. کشتی‌آرای در خصوص وضعیت طراحی، ساخت و ارائه نمونه‌های شیک و فاخر در کشور می‌افزاید: هنر و سلیقه در وجود و درون هر ایرانی هست. قدرت ابتکار هنری و خلاقیت ما ایرانی‌ها بسیار بالاست. الان کشورهای دیگر که در عرصه‌های مختلف هنری فعالیت می‌کنند، ایرانی‌ها را در مقوله هنر و خلاقیت سرآمد می‌دانند. به همین منظور طراحی و فرم‌های بسیار زیبا و در عین حال پیچیده و پرزحمتی توسط تولیدکنندهای داخلی ساخته می‌شود. ممکن است ایده را الهام بگیریم، ولی آن را چنان تغییر می‌دهیم که با اصلش مو نزند! برای همین است که صنعت طلا و جواهر در کشور طرفدار دارد و اگر شرایط فعلی بهبود پیدا کند، مصرف آن هم بیشتر می‌شود و رونق گذشته را بازخواهد یافت. ضمن اینکه رونق این صنعت می‌تواند باعث اشتغال‌زایی و کسب درآمد مناسب شود. تعمیرات هم مثل همه کالاها متخصص خودش را می‌خواهد. تعمیرات طلا، پلاتین و نقره هر کدام کاربلد خودش را می‌طلبد. این صنف از تولیدکننده تا فروشنده را شامل می‌شود که همه شاغلان این صنف را دربر می‌گیرد.

فعالیت اتحادیه

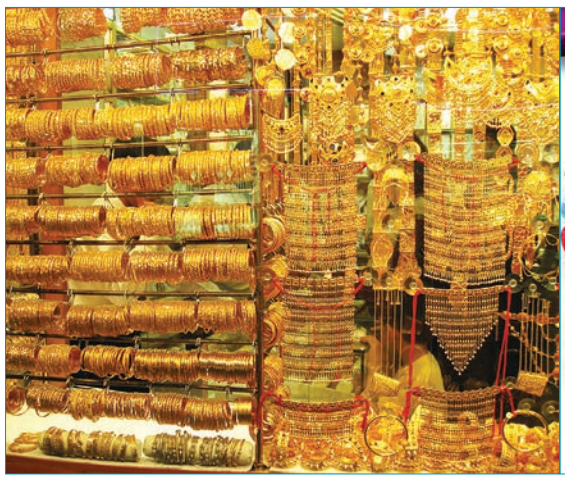
اتحادیه هر استانی مستقل است و مربوط به خودش می‌شود. اتحادیه کشوری نظارت بر اجرای قوانین و دستورالعمل‌های کلی کشور را انجام می‌دهد و یکسان‌سازی قوانین و مقررات و نظارت کلی بر ساخت و تولید و فروش و هر کاری را که مربوط به این حرفه می‌شود مدیریت می‌کند. اتحادیه کشوری زیر نظر اتاق اصناف ایران است و در اصل زیر نظر وزارت صنعت، معدن و تجارت است. ما به نیابت از وزارت صنعت کلیه موارد قانونی را انجام می‌دهیم و در صورت لزوم گزارش می‌دهیم.

یک اساسنامه‌ای را به اتحادیه کشوری داده‌اند که براساس آن اساسنامه فعالیت خود را انجام می‌دهد. در این اساسنامه، اتحادیه کشوری طلا و جواهر زیر نظر شورای اصناف کشور قرار دارد و در حقیقت این اتحادیه کمیسیون تخصصی شورای اصناف کشور است. کمیسیون اختصاصی شورای اصناف کشور، اتحادیه کشوری طلاوجواهر است. یکسان‌سازی قیمت‌ها، برگزاری نمایشگاه‌ها و ارتباط با نهادهای کلان مرتبط با طلا و جواهر، مانند بانک مرکزی، اداره استاندارد، وزارت اقتصاد و دارایی، نیروی انتظامی و تنظیم بازار و همچنین مسائل صنف، اتحادیه کشوری نقش اساسی را ایفا خواهد کرد. برخلاف اتحادیه‌های استانی که ممکن است برخی از انجمن‌ها را به نوعی موازی خود بدانند، اتحادیه کشوری طلاوجواهر این‌گونه نیست. تا این لحظه تمام انجمن‌ها حتی انجمن‌هایی که از نظر صنفی شناخته شده نیستند، مثل انجمن گوهرشناسان، انجمن جواهرشناسان که در مشهد است و انجمن فیروزه‌تراشان، اینها انجمن‌هایی هستند که حتی در تهران خیلی شناخته شده نیست و ما با اینها ارتباط و تعامل داریم. حتی با یک‌سری از زیرمجموعه‌های وزارت صنعت که به نوعی در ارتباط با معادن هستند، جلساتی داریم و در آینده در همایش‌ها، از وجود آنها استفاده می‌کنیم. هم‌اکنون ما در تهران چندین انجمن داریم که صنفی نیست و کسی از آنها خبر ندارد، انجمن‌هایی که در کنار مجامع دانشگاهی و اساتید دانشگاه و کارشناسان وجود دارند و حتی متخصصانی که ما با آنها ارتباط داریم.

آمار و ارقام

کشتی‌آرای در مورد تعداد واحدهای صنفی این حرفه در تهران و ایران می‌گوید: ۲۱۰۰ عضو جوازدار در تهران داریم که مشغول فعالیت هستند و در کنار آن ۸۰۰ نفر دیگر در حال اخذ پروانه هستند که در مجموع حدود ۴ هزار عضو مشغول به کار هستند. تمام واحدهای صنفی از تولیدکننده گرفته تا فروشنده ۳۲ هزار عضو را در کل کشور شامل می‌شود. رئیس اتحادیه طلا و جواهر تهران در خصوص میزان تولید و نیاز سالانه کشور می‌افزاید: در داخل کشور معادنی داریم که فعال هستند ولی بیشتر طلای مصرفی وارداتی است. طلا جزو موادی است که بازیافت می‌شود. تا ۸۰ درصد نیاز مصرف کشور بازیافت می‌شود. به‌عنوان مثال اگر نیاز کشور را ۱۰۰ تن در سال فرض کنیم، تا ۸۰ درصد آن از مواد بازیافتی تامین می‌شود. وی در مورد تولیدکنندگان برتر جهانی می‌گوید: کشور ایتالیا مقام اول را در تولید مصنوعات زرین و طلایی دارد و کشور چین بزرگ‌ترین کشور تولیدکننده شمش طلا و هندوستان بزرگ‌ترین مصرف‌کننده طلا است. طبق جدیدترین آمارهای منتشر شده، ۱۱ درصد طلای جهان در اختیار زنان هندی است.

وی همچنین درباره عیارسنجی و نوع طلای عرضه شده در کشور می‌افزاید: بانک مرکزی به‌عنوان متولی اصلی طلا و مسکوک در کشور است که سیاست‌گذاری در این زمینه را بر عهده دارد. موسسه ملی استاندارد بر این مقررات تعیین شده نظارت کرده و درجه عیار را سالانه آزمایش، کنترل و اعلام می‌کند. طبق قانون، حداقل عیار طلا در کشور عیار ۱۸ است و کمتر از آن مثل عیار ۱۴ و ۱۷ غیرقانونی محسوب می‌شوند. تعیین عیار به این شکل است که از هزار واحد باید ۷۵۰ واحد آن طلا و مابقی از سایر آلیاژها تشکیل شده باشد که این رقم، میزان عیار حداقلی یا همان عیار ۱۸ است. عیارهای موجود و قانونی کشور به ترتیب، ۱۸، ۲۰، ۲۱ و ۲۴ است. طلای عیار ۲۴ خالص است و به خاطر نرم بودن، قابل ساختن نیست.



دیدگاه

سرنوشت اقتصاد بعد از کاهش نرخ سود بانکی

سلمان خادم‌الملّه
استاد دانشگاه

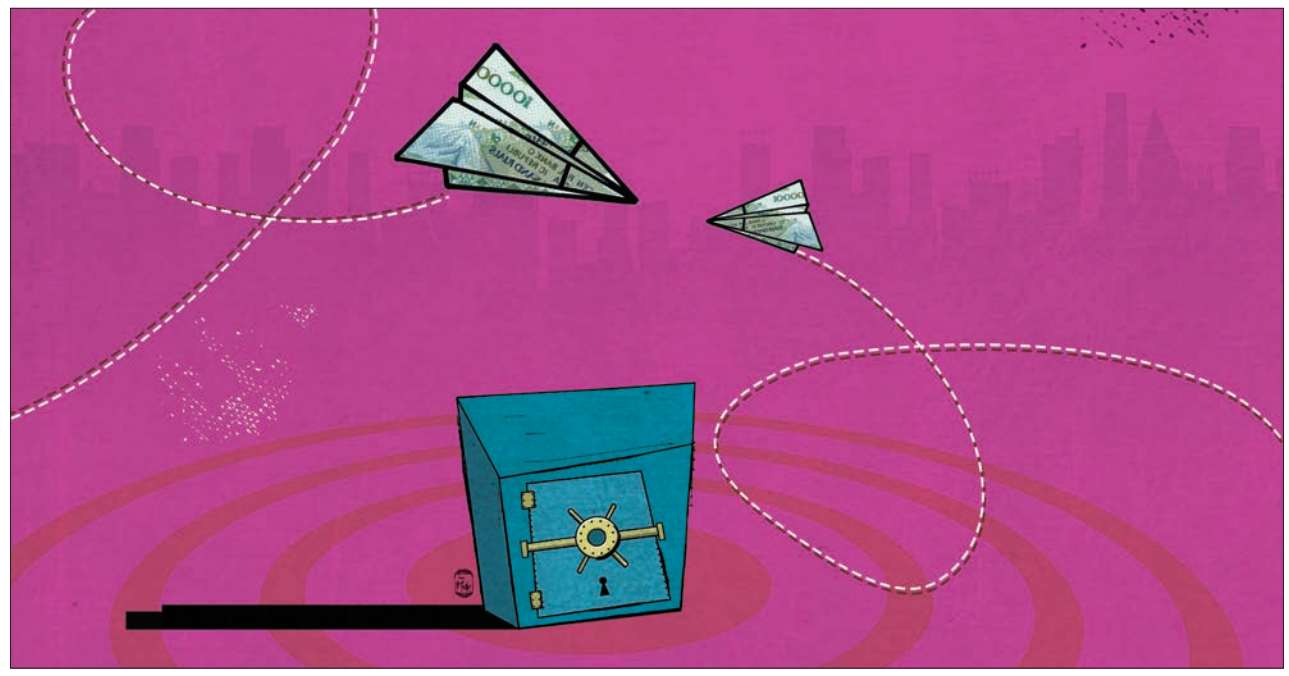
کاهش نرخ بهره بانکی بر بازارهای مختلف اثرگذار است. این تأثیرگذاری از لحاظ زمان و شدت بر بازارهای مختلف متفاوت است. پیش از شروع بحث و از آنجا که مروری بر دلایل کاهش نرخ سود به درک بهتر تأثیر آن بر بازارها کمک می‌کند، ابتدا به بررسی شرایط کلی و دلایل ایجاد وضعیت این روزهای اقتصاد در ایران می‌پردازیم. اقتصاد ایران در این روزها تحت تأثیر مشکلات چند سال گذشته حال و روز خوبی ندارد. هم بخش صنعت و تولید از مشکلات ساختاری جدی رنج می‌برد و هم بازارهای پولی و بانکی و بیمه تحت تأثیر شرایط فعلی تحت فشار هستند. حال و روز دولت و نهادهای عمومی نیز دست کمی از آنچه بر سایر بخش‌ها می‌گذرد ندارد. سرمایه‌داران و بزرگان بخش خصوصی نیز دل‌نگران و ناراضی به دنبال یافتن راهی برای پرداخت بدهی‌های خود به بانک‌ها و طلبکاران تجاری هستند. عموم مردم و خانوارها نیز گرچه از پایین بودن تورم نسبتا راضی هستند اما یا درگیر معضل بیکاری رو به افزایش شده‌اند یا نگران از این هستند که موج بیکاری آنها را نیز با خود ببرد. انگار برکت از فضای اقتصادی ایران رخت بر بسته است. نکته جالب اینکه مشکلات بخش قابل توجهی از بازارهای فوق مشکل کافی نبودن نقدینگی است. چه بسیار واحدهای تولیدی و صنعتی که با تزریق اندکی نقدینگی می‌توانستند از ورطه تعطیلی و ورشکستگی نجات پیدا کنند. جنبه طنز ماجرا در این است که مطابق اعلام مسئولان حجم نقدینگی در کشور بالای ۱۱۰۰هزار میلیارد تومان است و هر روز بر میزان این نقدینگی نیز افزوده می‌شود. در ایجاد این وضعیت دلایل زیادی وجود دارد که یکی از آنها به خود بانک‌ها و به‌طور کلی سیستم بانکی در ایران برمی‌گردد. سیستم بانکی (هم بانک‌ها و هم موسسات مالی و اعتباری) با استفاده از فضای بیمار اقتصادی ایران، شروع به گسترش سرمایه‌گذاری در حوزه‌های مختلف اقتصادی در قالب شرکت‌های اقماری خود و بدتر از آن شروع به سرمایه‌گذاری در دارایی‌های غیرمولد یا کمتر مولد از جمله سرمایه‌گذاری در بخش مسکن (به خصوص در کلان‌شهرها و به‌ویژه شهر تهران) کرد. غفلت نهادهای نظارتی باعث توسعه این وضعیت شد به‌طوری که یکی از دلایل افزایش قیمت مسکن در سال‌های اخیر ورود سیستم بانکی به این بخش است. کار تا جایی پیش رفته که قیمت ملک در تهران با قیمت ملک شهرهای مطرح دنیا که به مراتب از استانداردهای بالاتری نسبت به شهر تهران برخوردارند برابری می‌کند. از طرف دیگر سرمایه بانک‌ها که باید در اختیار بخش تولید قرار می‌گرفت صرف بنگاهداری بانک‌ها شد. از آنجا که بانک‌ها بنگاهدارهای خوبی نیستند و از طرف دیگر شرایط بد اقتصادی کشور ناشی از تحریم‌ها و سوءمدیریت‌ها بانک‌ها را دچار معضلات بزرگ اقتصادی کرد، معضلات ایجاد شده بانک‌ها را در پرداخت سود به سپرده‌گذاران قبلی به مشکل انداخت و آنها ناچار شدند برای حل مشکلات خود اقدام به پرداخت سودهای بالاتر برای جذب سپرده‌های بیشتر کنند و از آنجا که واقعیت فعالیت‌های اقتصادی با نرخ‌های پرداخت شده هماهنگ نبود در برخی موارد بانک‌ها سراغ اصل سپرده سرمایه‌گذاران برای پرداخت سود رفتند و این امر بانک‌ها را دچار معضلات خطرناکی کرده است، به نحوی که خود بانک‌ها داوطلب برای کاهش نرخ سود شدند (در حالی که تا چندی پیش بازی خطرناک سود بالاتر و بالاتر بین آنها کاملاً رایج بود). به‌علاوه مشکلات سیستم بانکی باعث شد بانک‌ها به حساب‌آرایی در صورت‌های مالی خود اقدام کنند یا با انجام معاملات غیرواقعی بین خود و شرکت‌های تابعه‌شان به ایجاد سودهای غیرواقعی اقدام کنند. با توجه به آنچه گفته شد کاهش نرخ سود بانکی بیش از آنکه کمک به اقتصاد و بخش تولید باشد، کمک به خود سیستم بانکی بود که از مشکلات خطرناکی که در آن گرفتار هستند رهایی یابند. شاید به همین دلیل است که بازاری مثل بازار سرمایه که بازار پیشرو محسوب می‌شود و به قول کف بازاری‌ها اخبار را پیش‌خور می‌کند (یعنی انتشار اخبار تأثیر خود را در لحظه می‌گذارد و منتظر وقوع رویداد نمی‌شود و به محض انتشار خبر کاهش سود بانکی برای مثلاً ماه آینده بازار تمام تأثیر احتمالی این خبر را بر قیمت سهام لحاظ می‌کند) کاهش سود بانکی در شرایط نرمال اقتصادی باید به نفع آن باشد. این امر از سه جهت قابل بررسی است؛ اولاً کاهش هزینه مالی برای شرکت‌های بورسی، دوم اینکه بازار پولی رقیب بازار سرمایه است و کاهش نرخ سود بانکی باعث حرکت منابع بانکی به سایر بازارها از جمله بورس می‌شود. سوم اینکه از لحاظ تئوریک کاهش سود بانکی باعث کاهش نرخ بازده مورد انتظار که باعث تنزیل جریان‌های نقدی آتی است می‌شود و به نوبه خود موجب افزایش ارزش ذاتی سهام می‌شود. لیکن شرایطی که در بالا توضیح داده شد و اینکه در حال حاضر بانک‌ها منابع کافی برای وام‌دهی ندارند باعث شده بازار سرمایه واکنش مثبت و جدی به این تغییر نشان ندهد. از طرف دیگر بازار مسکن از چند جهت تحت تأثیر کاهش نرخ سود بانکی قرار می‌گیرد. یکی بازار اجاره است که کاهش سود بانکی باعث افزایش اجاره بها می‌شود. دیگری بازار تولید مسکن است که می‌تواند این کاهش نرخ برای آنها مفید باشد (البته به شرطی که بانک‌ها منابعی برای دادن تسهیلات برای ساخت داشته باشند). دیگر بخش بازار مسکن که از کاهش نرخ سود تأثیر می‌پذیرد، تقاضای معاملاتی و سرمایه‌گذاری مسکن است که احتمالا در میان‌مدت (در کوتاه‌مدت بعید است) از این تغییرات اثر می‌پذیرد. این تقاضا به دلیل سیاست‌های دیگر دولت در بخش مسکن احتمالا تأثیر جدی‌تری بپذیرد. از آنجا که کاهش نرخ سود بانکی باعث نارضایتی سپرده‌گذاران و بالابردن احتمال خروج منابع از سیستم بانکی توسط بخشی از آنها می‌شود (بخش زیادی از سپرده‌گذاران سیستم بانکی حتی با کاهش بیشتر سود بانکی نیز اقدام به خارج کردن سپرده‌های خود نمی‌کنند) احتمالا ورود این منابع به بازارهای مسکن، طلا، ارز و سایر بازارهای غیرمولد بیشتر است که بعید است این تغییر نیز کمک جدی به اقتصاد کشور کند.

سودآور بودن یا نبودن سپرده‌گذاری در بانک‌ها بررسی می‌شود

بانک‌ها، محلی برای آنها که اهل ریسک نیستند

شهلا روشنی

یکی از مهم‌ترین موضوعات قابل طرح در راستای دفاع از کاهش نرخ سود بانکی کمک به بخش تولید است. در این مورد بسیاری از کارشناسان معتقدند در صورت عملیاتی شدن کاهش نرخ سود بانکی به میزان پایین‌تر از نرخ تعیین شده فعلی می‌توان انگیزه‌های جدی برای جذب سرمایه‌های سرگردان ایجاد کرد. به نظر این کارشناسان در حال حاضر کاهش ۲درصدی سود بانکی در بهترین حالت ممکن، باعث جابه جایی این سرمایه از بانکی به بانک دیگر می‌شود زیرا در حال حاضر و با توجه به اقتصاد نامناسب جامعه، بانک‌ها همچنان بهترین و کم‌ریسک‌ترین مکان برای جذب سرمایه‌ها محسوب می‌شوند. با توجه به اهمیت کاهش نرخ سود بانکی و تأثیر آن بر بازارهای موازی، «فرصت امروز» در این گزارش، تأثیر کاهش نرخ سود بانکی و تغییر مسیر سپرده‌ها و نقدینگی‌های سرگردان را مورد بررسی قرار داده است.



آلبرت بغزیان:

بانک مکانی بدون ریسک برای سرمایه‌گذاران غیرمتخصص است

آلبرت بغزیان، کارشناس اقتصادی معتقد است سود سپرده‌ها انگیزه‌ای برای پس‌انداز و سود تسهیلات انگیزه‌ای برای سرمایه‌گذاری است، اگر قصد بانک‌ها از کاهش نرخ سود افزایش تمایل به سرمایه‌گذاری به جای پس‌انداز باشد و از کاهش نرخ سود به کاهش هزینه‌های تولید متمایل باشد اثر مثبتی بر جای می‌گذارد.

با وجود کاهش نرخ سود، آیا همچنان بانک‌ها گزینه کم‌ریسک برای سپرده‌گذاری هستند؟

با توجه به وضعیت دارایی‌های سیستم بانک‌ها، بانک‌های کشور از نظر دارایی قوی هستند و هیچ مشکلی در بازپرداخت دیون به موکلان یعنی سپرده‌گذاران ندارند. اما در این بین سؤال این است که بانک‌ها چه منظوری از این تغییرات دارند؟ از طرف دیگر باید دید این کاهش از سوی همه بانک‌ها رعایت می‌شود یا اینکه بیشتر منجر به سوءاستفاده از سوی برخی بانک‌ها و موسسات و انتقال وجوه بانک‌ها از بانکی به بانک دیگر است. در صورت عدم نظارت جدی سپرده‌گذاران سپرده‌های خود را از بانکی به بانکی دیگر می‌برند. در حال حاضر مشکلی که وجود دارد مربوط به قسمت موسسات مالی اعتباری و قرض‌الحسنه‌هایی است که یا بدون مجوز بانک مرکزی تاسیس شده‌اند یا مجوز را گرفته ولی تحت نظارت نیستند و راهکارهای نظارتی و جدی برای شناسایی موجودی واقعی آنها اعم از ملک و پول وجود ندارد.

هدف از کاهش نرخ سود تسهیلات چیست؟

دولت قصد دارد کاهش نرخ سود بانکی را با تورم هماهنگ کند که سپرده‌گذارها متضرر نشوند اما هرگز به این موضوع توجه نداشته است که اگر روزی نرخ تورم یک رقمی شد چه مسائلی ایجاد می‌شود و آیا با کاهش نرخ سود بانکی مقاومتی از سوی سپرده‌گذاران ایجاد نمی‌شود. از دیدگاه علم اقتصاد نرخ سود بانکی درمحاسبات تورم نقش بسزایی دارد. این موضوع به مثابه لنگری است که در اختیار مسئولان نیست.

سود سپرده‌ها انگیزه‌ای برای پس‌انداز و سود تسهیلات انگیزه‌ای برای سرمایه‌گذاری است؛ اگر قصد بانک‌ها از کاهش نرخ سود افزایش تمایل به سرمایه‌گذاری به جای پس‌انداز باشد و از کاهش نرخ سود به کاهش هزینه‌های تولید متمایل باشد اثر مثبتی بر جای می‌گذارد.

نرخ سود بانکی باید تابعی از نرخ تورم باشد، هرچند هرگاه این نرخ از متوسط نرخ تورم کمتر باشد موجب کاهش سپرده‌گیری بانک‌ها و ارزش پول‌های سپرده‌گذاری می‌شود.

موضوع دیگر جابه‌جایی سپرده‌های مردم است، آیا این سپرده‌ها وارد بازارهای موازی می‌شود؟

به نظر نمی‌رسد در شرایط کنونی تغییری در بازارهای مسکن، طلا، ارز و... صورت بگیرد. بازار ارز که ریسک دارد و بازار سرمایه هم اشباع شده و با وجود عرضه، زیاد تقاضای چندانی برای آن نیست. بنابراین به نظر نمی‌رسد سپرده‌های مردم به این سرعت جابه‌جا شوند. بنابراین همان‌طور که گفتیم تنها امکان این جابه‌جایی، از بانکی به بانک دیگر است نه به بازارهای تولیدی.

کاهش نرخ سود تسهیلات نیز برای کسانی که دنبال فعالیت‌های سودآور و غیرتولیدی هستند چندان مدنظر نیست، چرا که آنها بیشتر به دنبال این هستند که این منابع را در زمان کوتاه‌تری دریافت کنند، در حالی که این موضوع برای بخش‌های تولیدی که ریسک بیشتری برای بازپرداخت این تسهیلات دارند برعکس است. آنها ترجیح می‌دهند در زمان طولانی‌تری این وام‌ها را دریافت کنند اما در نهایت قادر باشند آن را بپردازند.

در حال حاضر بانک‌ها برای حضور سپرده‌های افراد غیرمتخصص و ریسک‌گریز بهترین مکان است زیرا این افراد بدون دغدغه و با کمترین ریسک هر ماه یا به‌صورت هفتگی به سود خود دسترسی داشته و به اعتبار این سپرده‌گذاری می‌توانند وام‌های ارزان نیز دریافت کنند.

محمدقلی یوسفی:

۷۰درصد مردم قربانی سیاست‌های پولی هستند

محمدقلی یوسفی، استاد دانشگاه و کارشناس مسائل اقتصادی معتقد است: بیش از ۷۰درصد مردم پس‌انداز ندارند و درآمد آنها در حدی است که فقط می‌توانند نیازهای روزمره خود را تأمین کنند. در حال حاضر تنها ۳۰درصد مردم بازیگر سیاست‌های پولی و تأثیرگذار تصمیمات اقتصادی هستند.

آیا کاهش نرخ سود بانکی در بهبود اوضاع اقتصاد کشور مؤثر است؟

در وهله اول باید گفت سیاست‌های پولی کشور به‌شدت دارای مشکلات و نواقص چشمگیری است که متأسفانه این تصمیم‌گیری‌ها و سیاست‌های پولی نادرست هزینه‌های زیادی به جامعه تحمیل کرده است و البته جبران این مشکلات نیازمند زمان و اقدام جدی است اما به طور اخص اصلاح نرخ سود بانکی را باید به دیده منت گذاشت.

متأسفانه دولت‌های مختلف در ایران ریشه مشکلات اقتصادی را به درستی تشخیص و درمان نکرده‌اند برای همین نرخ سود بانکی را افزایش داده و بعد از مدت کوتاهی دریافتند این افزایش موجب مشکلات شدیدی در بخش تولید و اشتغال شده است؛ بنابراین تصمیم به کاهش نرخ سود بانکی گرفتند.

این دولت‌ها آسان‌ترین و سریع‌ترین راهکار کنترل تورم را افزایش نرخ سود بانکی دانسته و سال‌های متمادی سعی در افزایش این نرخ داشته‌اند؛ این سیاست تلاش می‌کرد که افزایش تقاضا را با افزایش سود بانکی مهار کند اما کاهش تقاضا در چند سال گذشته باعث به وجود آمدن رکودی عمیق شد. بنابراین، دولت برای تحریک تقاضا، کاهش نرخ سود بانکی را در پیش گرفت.

به‌زعم شما کاهش نرخ سود بانکی به تنهایی در اقتصاد و سرمایه‌گذاری تعیین‌کننده است؟

عوامل متعددی بر سرمایه‌گذاری تأثیرگذار است مانند انتظار سرمایه‌گذار بر بازدهی سرمایه و امنیت سرمایه‌گذاری و نرخ سود یکی از عواملی است که دولت باید با کاهش نرخ سود بانکی منابع را به سمت صنعت و کشاورزی هدایت کند، ممکن است برخی افراد سرمایه خود را در بازارهای دیگر و بازارهای کاذب ببرند که این موضوع مطمئناً مورد نظر دولت نیست.

درحال حاضر تمامی سیستم‌های بانکی با کمبود منابع و بلوکه شدن اموال روبه‌رو هستند. حدود ۵۰درصد اموال بانک توسط دولت، مردم و املاک فروش نرفته بلوکه شده است و این بانک‌ها در تنگنای مالی مواجه هستند. حتی دولت جدید نیز برای کاهش و کنترل تورم از بانک مرکزی درخواست بودجه نکرده و بانک‌های خصوصی و بانک‌های دیگر را نشانه گرفته و ادعا کردند اوضاع اقتصادی آرام و تحت کنترل است.

به نظر شما مهم‌ترین مانع اجرای سیاست کاهش نرخ سود بانکی چیست؟

سیستم بانکی کشورمان در حال حاضر در تنگنای مالی قرار دارد. زمانی که به دلیل سیاست‌های نادرست پولی، نرخ سود بانکی افزایش یافت، منابع به سمت بازارهایی همچون مسکن رفت و بانک‌ها به یک بنگاهدار بسیار بزرگ تبدیل شدند و سپرده‌های مردمی را در بازارهایی مانند بازار مسکن سرمایه‌گذاری کردند. این‌گونه شد که امروز بانک‌ها بدون پشتوانه مالی هستند.

همچنین، در یک مقطع زمانی، سرمایه‌های مردم در شرایط رکود بازار، برای کسب سود بیشتر از محل سپرده‌گذاری تا سقف ۲۵ تا ۳۰درصد به بانک‌ها روانه شد. در برابر، بازاری هم که بانک‌ها برای سرمایه‌گذاری از سپرده‌های مردمی انتخاب کردند، بازدهی مناسبی نداشت. اکنون، بانک‌ها با معضل کمبود منابع برای بازگرداندن سپرده‌های مردم روبه‌رو هستند و خروج سپرده‌ها پس از اجرای کاهش نرخ سود بانکی در شرایط تنگنای مالی، برای بانک‌ها بحران آفرین خواهد شد.

امیر رضا حسنی:

بانک‌ها برندگان کاهش نرخ سود هستند

امیررضا حسنی، کارشناس اقتصادی معتقد است: کاهش نرخ بهره فعلی شاید بتواند نرخ بهره حقیقی را به حداقل برساند و ما بتوانیم دوباره از اثرات کاهش نرخ سود در اقتصاد کشور بهره ببریم.

آیا کاهش نرخ سود بانکی به‌صورت واقعی اجرایی شده است؟

اختلاف میان سود اسمی بانک مرکزی و تورم همان سود واقعی است که باید بین این سود اسمی و سود واقعی اختلاف قائل شویم که طی سالیان گذشته بالاترین سود بانکی را از طریق سود حقیقی پرداخت می‌کردیم که اثرگذاری آن در کوتاه‌مدت کم بوده و در میان مدت و بلندمدت آثار خود را دارد.

نکته قابل اهمیت اینجاست که با کاهش نرخ سود سپرده بانکی عملاً سود حقیقی کاهش یافته و به آنچه مدنظر بانک مرکزی برای رسیدن به افزایش سرمایه‌گذاری در بازار مولد است خواهیم رسید.

باید توجه داشت که این کاهش نرخ بهره فعلی شاید بتواند نرخ بهره حقیقی را به حداقل برساند و ما بتوانیم دوباره از اثرات کاهش نرخ سود در اقتصاد کشور بهره ببریم.

آیا با کاهش نرخ سود بانکی شاهد بهبود اقتصادی خواهیم بود؟

با کاهش نرخ سود تسهیلات می‌توان انتظار داشت هزینه

تمام شده بنگاه‌های اقتصادی برای تأمین مالی کم شود و رشد اقتصادی را ایجاد کند. به طور کلی کاهش نرخ سود بانکی می‌تواند موجب رونق اقتصادی کشور شود.

با توجه به برداشته شدن تحریم‌ها در صورتی که بانک‌ها بتوانند سودهای عملیاتی‌شان را از طریق نقل و انتقالات برداشته شدن تحریم‌ها وصول کنند می‌توان انتظار داشت که این فرصت به وجود بیاید تا نرخ سود تسهیلات را کاهش دهند.

با کاهش نرخ سود تسهیلات می‌توان انتظار داشت هزینه تمام شده بنگاه‌های اقتصادی را برای تأمین مالی کم کرد تا آثار رشد اقتصادی که در دو سال گذشته مثبت بوده یا در سال‌های گذشته نزدیک به صفر بوده و چشم‌انداز آن بالای ۱۴درصد است محقق شود.

پیشنهاد شما برای سرمایه‌گذاری بعد از کاهش نرخ سود بانکی کدام بازار است؟

به طور کلی نسخه سرمایه‌گذاری در ایران برای هر شخص متفاوت است؛ به طور مثال اگر بازنشسته‌ای قصد سرمایه‌گذاری در بانک را دارد به دلیل شرایط وی بانک با ارائه سود ۳ درصدی می‌تواند گزینه مطلوبی باشد در حالی که اگر فردی دنبال سود بیشتر است در حال حاضر اوراق بهادار و مشارکتی سودی بالاتر از بانک‌ها ارائه می‌دهد.

البته فرهنگ سپرده‌گذاری بدون ریسک در ایران تنها به بانک‌ها ختم می‌شود که این فرهنگ نیازمند تغییرات اساسی است تا افراد سرمایه‌های خود را برای بازار مولد و تولید قرار دهند.

کاهش نرخ سود بانکی باید سال‌ها قبل و با شتاب بیشتری انجام می‌شد، زیرا برندگان این بازی تنها بانک‌ها هستند.

آزموده

سودمند بودن کاهش سود بانکی تا چه حد است؟

ترجمه و گردآوری:رویا پاک سرشت

اتخاذ هر گونه سیاست‌های جدید مالی توسط بانک‌ها، اثراتی محسوس بر اقتصاد دولت‌ها خواهد داشت. بر این اساس هر گونه سیاست کاهشی یا افزایشی در خصوص نرخ سود بانکی، بر متغیرهای مهمی چون تورم، نرخ ارز، اشتغال و... بی‌تأثیر نخواهد بود. برخی کارشناسان اقتصادی معتقدند تا زمانی که زیرساخت‌های اقتصادی به درجه آمادگی قابل قبولی نرسیده‌اند، نمی‌توان نرخ سود بانکی را کاهش داد و در نتیجه کاهش سود بانکی در شرایط نامساعد را به طور کلی حرکتی نادرست می‌دانند. از سوی دیگر برخی کارشناسان با ارائه مثال‌هایی از موفقیت کشورهای اروپایی در کاهش نرخ سود بانکی و در برخی موارد سود بانکی منفی، این امر را مسئله‌ای نه چندان پیچیده ارزیابی می‌کنند که می‌تواند با گذشت زمان روند سازگاری خود را طی کند.

تقویت زیرساخت‌ها الزامی است

پایگاه خبری سی‌ان‌بی‌سی در گفت‌وگو با جنت پلین، عضو شورای سیاست‌گذاران بانک فدرال ایالات متحده، به بررسی ابعاد مختلف کاهش نرخ سود بانکی و تبعات آن پرداخته است. براساس این گفت‌وگو خانم پلین معتقد است دولت‌ها باید برای هرگونه کاهش نرخ سود آمادگی کامل داشته باشند. در اقتصادهای ضعیف با ساختارهایی شکننده، کاهش نرخ سود به فضای تولید و صادرات و حتی رقابت داخلی خدشه وارد می‌کند، چرا که نوسانات نرخ ارز بر بازار تولید و سرمایه‌گذاری سایه می‌افکند. از سوی دیگر کنترل نرخ تورم به‌عنوان یک روش اطمینان بخش، از اولویت‌های اقتصادهای در حال توسعه محسوب می‌شود. اثرگذاری بانک‌ها بر وضعیت بازار سهام نیز موضوعی حائز اهمیت است.

نشریه اکونومیست در گزارشی با اشاره به نرخ بهره پایین و بعضاً منفی بانک‌ها در برخی کشورها همچون سوئد با منفی یک درصد، به این موضوع تأکید می‌کند که اگر یک کشور به لحاظ زیرساختی در وضعیت مطلوبی قرار داشته باشد، کاهش نرخ سود می‌تواند به ارتقای اقتصاد جهانی نیز کمک کند. در واقع در شرایطی که یک اقتصاد، در حال تلاش برای ارتقای سطح کیفی خود است کاهش نرخ سود بانکی می‌تواند به‌عنوان نوعی تلاش استاندارد و منطقی تعبیر شود اما چالش اساسی وقتی شروع می‌شود که کاهش نرخ سود بانکی با تبعاتی همراه می‌شود. تعدادی از تحلیلگران اقتصادی معتقدند کاهش نرخ سود بانکی در شرایطی که زیرساخت‌های کافی مهیا نیست، خطرناک و مضر بوده و خروج سرمایه از بانک‌ها را در پی خواهد داشت.

تصمیمات سپرده‌گذاران و تبعات ثانویه

جیسون کلبر، نظریه‌پرداز و کارشناس اقتصادی معتقد است، آنچه پس از کاهش نرخ سود بانکی رخ می‌دهد تا حد زیادی به تصمیم‌های ثانویه سپرده‌گذاران بازمی‌گردد. در واقع نخستین تصمیم، خارج نکردن مبالغ سپرده‌گذاری شده از بانک‌هاست. اما تصمیم ثانویه خروج سرمایه از بانک‌ها و تلاش برای یافتن راهی است که سودآورتر تلقی شود. در این میان چند راهکار اصلی و سنتی وجود دارد که اغلب نظر سپرده‌گذاران را به خود جلب می‌کند:

*سرمایه‌گذاری در بخش‌های خصوصی، موسسات غیردولتی (در برخی موارد ورود به بازارهای سیاه و غیرقانونی) و...

*سرمایه‌گذاری در بازار طلا و نقره (از خرید این فلزات گرانبها تا حضور در بازار خریدوفروش و...)

*سرمایه‌گذاری در حوزه املاک و مستغلات (خرید زمین، خرید، بازسازی و فروش مجدد املاک و...)

*سرمایه‌گذاری‌های شخصی

اما هر یک از این تصمیم‌گیری‌ها، به طور مستقیم و غیرمستقیم، وضعیت اقتصاد را تحت تأثیر قرار می‌دهد، ایجاد حباب قیمت در بازار مسکن، نوسانات در بازار ارز و طلا، مشکلات تورم و مواردی مشابه می‌تواند حاصل هجوم سرمایه‌گذاران در بخش‌های فوق یا تجمع نادرست سرمایه و راکد ماندن آن باشد.

اما موضوع مهم‌تر این‌جاست که گاهی سرمایه‌های خارج شده از بانک‌ها مسیر چندان قابل اطمینان و درستی را طی نمی‌کنند. جزیره گراند کیمن یکی از مکان‌هایی است که در طول سال‌های اخیر و به‌ویژه طی سال‌های رکود مالی در ایالات متحده، برای بسیاری از افراد به‌عنوان محلی مناسب سرمایه‌گذاری ارزیابی می‌شد. اما پژوهش‌های اخیر نشان داده ارقام میلیارد دلاری و قابل توجهی که طی چند سال گذشته در این جزیره و با امید پیشرفت مالی، سرمایه‌گذاری شده، عملاً سود چندانی را به اقتصاد کشور تزریق نکرده‌اند و تنها در غالب شرکت‌های چند ملیتی پرزرق و برق، صرف برخی اعمال مجرمانه، پولشویی و حتی به‌عنوان پوششی بر اعمال مجرمانه دریایی استفاده شده‌اند. این تجربه نشان می‌دهد خروج سرمایه افراد کم‌تجربه از بانک‌ها گاه تا چه حد مخرب است. نشریه ایندیپندنت نیز در یکی از مقالات اخیر خود، با اشاره به روش‌های متداولی که اغلب افراد پس از خروج سرمایه‌های‌شان از بانک انتخاب می‌کنند، به مسئله خروج سرمایه از کشورها و تمایل برای سرمایه‌گذاری در کشورهای دیگر اشاره می‌کند. در طول سال‌های اخیر بسیاری از کشورها با ارائه سود و تسهیلات وسوسه‌انگیز خود تلاش دارند سرمایه‌های خارجی را جذب کنند، بنابراین خروج سرمایه‌های کشور نیز مورد دیگری است که ممکن است اقتصاد دولت‌ها را تحت تأثیر قرار دهد.

آخر فرصت امروز
شماره ۵۵۸ www.forsatnet.ir صفحه ۱۶ تلفن مستقیم: ۸۶۰۷۳۲۸۳

نگاه آخر

وقتی ادبیات و تئاتر به کمک هم می‌آیند

ندا انتظامی
روزنامه‌نگار هنری

عنوان پرفروش‌ترین و پرمخاطب‌ترین نمایش این دوره را می‌توان به نمایش «مجلس ضربت زدن» داد. نمایشی که از نام‌های معتبری در عرصه تئاتر بهره برده است. محمد رحمانیان در مقام کارگردان، مهتاب نصیرپور، امیر جعفری، رامین ناصرنصیر، رضا مولایی، اشکان خطیبی، سینا رازانی، سانیا سالاری و منوچهر اسماعیلی (صدا) در مقام بازیگران هر کدام نقش موثری در فروش نمایش و جذب تماشاگر داشتند.

این نمایش که در ایام خاص ماه رمضان در تالار اصلی این مجموعه اجرا شد طی ۳۲ اجرا میزبان ۲۰هزار و ۳۱۱ تماشاگر بود. مبلغ گیشه این نمایش به ۶میلیارد و ۷۰۲میلیون و ۱۰۰هزار ریال رسید. برای این نمایش ۸هزار و ۲۳۲ بلیت تمام‌بها، ۱۰۰۷۳ بلیت تخفیف‌دار و ۲۰۰۶ بلیت مهمان ارائه شده است. باید گفت با توجه به محدودیت صندلی سالن اصلی رقم خوبی برای یک نمایش است خصوصا که این نمایش در هفته‌های آخر دو اجرایی شد و در تمام فضاهای اضافی سالن صندلی گذاشتند تا مخاطبان بیشتری بتوانند از این نمایش استفاده کنند.

اما نکته مهم که قطعا نباید از نقش آن غافل شد، حضور بهرام بیضایی در مقام نویسنده است. نمایشنامه‌ای که تا قبل از اجرای این نمایش بیش از پنج بار تجدید چاپ شده بود. اهالی نشر می‌دانند که تجدید کتاب، خصوصا نمایشنامه آن‌هم نمایشنامه مذهبی اتفاق مهمی در عرصه ادبیات است.

رابطه بین نمایشنامه و کارگردانی رابطه‌ای مستقیم است. تئاتر «مجلس ضربت زدن» پرمخاطب و پرفروش می‌شود، چراکه براساس نمایشنامه‌ای با ساختار دقیق و نمایشنامه‌نویسی کارگردانی و اجراشده است. اما این یک بعد داستان است، بعد دیگر داستان این است زمانی که کارگردانی اثری دقیق انجام می‌گیرد و نمایش حرفه‌ای روی صحنه می‌رود باعث می‌شود مخاطبانی که تا به امروز این اثر نمایشی را نخوانده‌اند به خواندن اثر علاقه‌مند شوند، به‌عبارت‌دیگر چرخه ادبیات و تئاتر در مسیر درست قرار می‌گیرد. در این میان هم تئاتر سود کرده و هم صنعت نشر. هم کارگردان و گروه سازنده به سود لازم رسیده‌اند و هم تماشاگر راضی از سالن بیرون آمده است. از همه مهم‌تر ادبیات و تئاتر رونق گرفته است.

همانند اتفاقی که بعد از پایان نمایش «مجلس ضربت زدن» پیش آمد. بعد از پایان این نمایش مخاطبانی که راضی از سالن به بیرون آمده بودند، نمایشنامه این اثر را خریداری کردند، نه تنها این اثر را بلکه اثرهای دیگر بهرام بیضایی را. به عبارت دیگر مخاطب با دیدن یک نمایش با ادبیات و نمایشنامه آشتی کرد. البته این امر را هم نباید نادیده گرفت که بسیاری از کسانی که به دیدن این اثر آمده بودند با ادبیات، نمایشنامه‌نویسی و آثار بهرام بیضایی آشنایی کامل داشتند و به عبارت دیگر از مخاطبان خاص تئاتر بودند.

متاسفانه از این دست مثال‌ها نه تنها در عرصه تئاتر بلکه در عرصه سینما و تلویزیون کم سراغ داریم. گویی هنرمندان ما با ادبیات قهرند. تعداد کمی از کارگردانان سراغ ادبیات رفته‌اند و آنها را به اثر نمایشی تبدیل کرده‌اند.

در ایران این چرخه معمولا برعکس حرکت می‌کند، نمایش یا فیلمی در معرض دید مخاطب قرار می‌گیرد، اگر کار پرفروش شد، دست‌اندرکاران به فکر چاپ و نشر آن می‌افتند که این امر در تئاتر به خاطر عدم استقبال مخاطب از نمایشنامه کمتر صورت می‌گیرد. در خصوص به نمایش در آمدن داستان‌های نویسندگان ایرانی یا حتی خارجی این امر بسیار نادر است. یعنی ما کمتر شاهد به نمایش در آمدن آثار معروف ادبیات ایران و جهان هستیم. به نظر می‌رسد که این امر بعید نیست، قطعا دشواری‌های خاص خودش را دارد اما جذابیت آن برای مخاطب کم نیست، چرا که هم می‌تواند دوستداران تئاتری را به سالن‌های تئاتری بیاورد و هم دوستداران ادبیات را. اگر این اتفاق بیفتد دیگر نباید نگران کم‌رونق بودن سالن‌های تئاتر و البته نشر بود.

دور دنیا

گردشگری فرانسه دوباره زمین خورد

فصل گردشگری فرانسه خوب آغاز نشد. حمله به دومین شهر توریستی این کشور و آن هم در بهترین روز آنها، آسیب سختی به اقتصاد وابسته به گردشگری فرانسه وارد کرد. هتل‌ها و مکان‌های فرهنگی و رستوران‌ها نسبت به سایر بخش‌ها بیشترین ضررها را تجربه کردند. شرکت‌های هواپیمایی و مسافرتی در بازار بورس پاریس، ارزش سهام خود را از دست دادند. سهام گروه هتل‌های Accor، ۳/۵درصد، ایر فرانس ۲درصد و فرودگاه پاریس ۱.۷درصد کاهش داشت.

لغو روادیدهای فرهنگی هم برای فرانسه و مخصوصا نیس خالی از ضرر و زیان نبود. کنسرت موسیقی ریحانا و فستیوال جاز که قرار بود از ۱۶ تا ۲۰ جولای برگزار شود، بنا به دلایل امنیتی لغو شد. مقامات شهری نیس هم اعلام کردند تا مدت نامعلومی منطقه گردشگری خیابان «پروموناد دزآنگله» بسته خواهد ماند. این منطقه مهم، جذاب‌ترین و همچنین پرترددترین منطقه شهر نیس از نظر گردشگری است. این خیابان جذاب پر از کافه، رستوران و هتل است و محلی بسیار دیدنی برای گردشگران خارجی به شمار می‌رود. اگر قرار باشد این خیابان برای مدت نامعلومی بسته بماند، احتمالا گردشگران هم قید سفر خود را به نیس خواهند زد.

کارشناسان بخش گردشگری خطر لغو سفرهای تابستانی گردشگران را به فرانسه پیش‌بینی کرده‌اند. مشابه اتفاقی که پس از حمله ماه نوامبر گذشته در پاریس رخ داد. براساس محاسبات گروه خدمات گردشگری اروپایی MKG در ماه فوریه سال جاری، هتلداران فرانسوی ۲۷۰ میلیون یورو در بازه زمانی نوامبر تا ژانویه متضرر شده‌اند.

خطوط هوایی و فرودگاه‌ها در زنجیره صنعت گردشگری فرانسه تافته جدا بافته نیستند. در سه ماهه نخست سال جاری، فرودگاه پاریس کاهش شدیدی در گردش مالی خود داشت. دلیل افت کاهش جابه‌جایی مسافر این فرودگاه، نارضایتی مسافران آسیایی در سال ۲۰۱۵ بوده است.

با توجه به آمار مؤسسه ملی آمار فرانسه، شهر نیس دومین شهر گردشگری فرانسه است. این شهر ظرفیت پذیرش ۱۰ برابر جمعیت خود را دارد. تقریباً ۱۵درصد از ساکنان آن، خانه دوم‌شان آنجاست. هتل‌ها در این شهر شلوغ هستند و همیشه سال نسبت به شهرهای دیگر تعداد مسافران خارج بیشتری را پذیرایی می‌کنند.

سال ۲۰۱۵، پاریس و اطراف آن با ۶۶میلیون و ۳۰۰هزار شب اقامت در رتبه اول شهرهای توریستی فرانسه قرار گرفت و پس از آن منطقه پروانس-آلپ-کوت دازرو با ۲۲میلیون و ۲۲۰هزار شب اقامت سوم شد.

پرداخت غرامت به بازماندگان

از ژانویه سال ۲۰۱۵ تاکنون، چندین اقدام و حمله تروریستی در فرانسه رخ داده است. براساس داده‌های صندوق حمایت از قربانیان حوادث تروریستی و حوادث دیگر، در اول جولای، حدود ۲۶۰۰ فایل اداری برای قربانیان گشوده شد و ۳۷میلیون یورو پس از حادثه ۱۳ نوامبر ۲۰۱۵ پاریس، به‌عنوان غرامت به خانواده‌های قربانیان پرداخت شده است. این صندوق که از سال ۱۹۸۶ با افزایش تنش‌ها و اقدامات تروریستی منطقه خاورمیانه تأسیس شد، یک مؤسسه مالی است که بودجه آن را قراردادهای شرکت‌های بیمه تأمین می‌کنند. ماموریت این صندوق، جبران خسارت بازماندگان قربانیان و مجروحان حوادث تروریستی است. تا قبل از حملات نوامبر سال ۲۰۱۵، چند صد میلیون یورو توسط این صندوق به بستگان و بازماندگان حوادث تروریستی پرداخت شده است.

هزینه‌های تأمین امنیت

قرار بود وضعیت اضطراری پس از حمله ۱۳ نوامبر سال گذشته، تا ۲۶ جولای ادامه داشته باشد که در پی اقدام تروریستی اخیر در نیس، فرانسوا اولاند، وضعیت اضطراری را تا سه ماه دیگر تمدید کرد. اقدامات پلیس و ماموران امنیتی در این بازه زمانی، با بودجه ۸۰۰میلیون یورویی مبارزه با تروریسم سال ۲۰۱۶ تأمین می‌شود. به این بودجه همچنین هزینه عملیات نگهبانی ۱۰هزار سرباز مسلح اضافه می‌شود. استقرار وضعیت اضطراری، باعث ایجاد حدود ۸۵۰۰ شغل طی این دو سال شده‌است.

منبع: MSN

قاب

بر اساس اعلام شورای جهانی طلا، در حالی که در سال ۲۰۱۶ تقاضا برای طلا افزایشی ۲۱ درصدی داشته است، اما ۸۸ درصد از منابع طلای جهان در کنترل و انحصار ۲۰ کشور است. آمریکا با ۲۴,۷۹ درصد بیشترین سهم را از منابع طلای دنیا دارد.

۳۶۰

جذاب‌ترین بهشت‌های مالیاتی دنیا

ترجمه: گلنوش محب‌علی
منبع: MSN

ثروتمندان طماع پول‌های خود را در کشورهایی مخفی می‌کنند که از پرداخت مالیات معاف باشند. در این کشورها معمولا به فعالیت‌های تجاری، مالیاتی تعلق نمی‌گیرد یا فقط جنبه‌ای ظاهری دارد. در اینجا به نام چند کشور که به عنوان بهشت مالیاتی دنیا شناخته شده‌اند اشاره می‌کنیم. اما چرا این ۱۵ منطقه بهترین نقاط دنیا از نظر شرایط مالیاتی هستند؟

۱- دوبی: اصلی‌ترین شهر امارات عربی متحده، نه تنها مهم‌ترین مقصد گرشگران از سراسر دنیاست بلکه برای ثروتمندان دنیا بهترین مقصد برای سرمایه‌گذاری است. به درآمد اشخاص در این کشور و همچنین به سود شرکت‌ها مالیاتی تعلق نمی‌گیرد.

۲- جزایر کیمن: این جزایر در دریای کارائیب واقع شده‌است. بر خلاف موقعیت وحشتناکی که ممکن است داشته باشد، بهشت مالیاتی مردم دنیاست. ساکنان این جزیره، برای درآمد خود مجبور به پرداخت مالیات نیستند. نرخ مالیات برای اشخاص و شرکت‌ها صفر درصد است. دولت محلی به فکر راه‌اندازی یک منطقه اقتصادی برای فعالیت ساکنان و جذب سرمایه‌گذاران است.

۳- هنگ‌کنگ: در هنگ‌کنگ، مستعمره قدیم بریتانیا که اکنون جزو تقسیمات چین به شمار می‌رود، ساکنانی که حداقل دو ماه در سال در آن کشور اقامت داشته باشند، ملزم به پرداخت مالیات نیستند. هیچ‌گونه مالیاتی به معاملات فروش و همچنین سود سهام تعلق نمی‌گیرد. شرکت‌هایی هم که فعالیت‌های‌شان در خارج از کشور انجام شود، مالیاتی پرداخت نمی‌کنند.

۴- جبل الطارق: یکی از مناطقی است که بهشت مالیاتی دنیا محسوب می‌شود. جبل الطارق، تنگه‌ای در دریای مدیترانه و جنوب اسپانیاست که هنوز هم درباره مالکیت آن میان دو کشور اسپانیا و بریتانیا اختلافاتی هست. این کشور برای مشاغلی با درآمد ۱۵۰هزار دلار مالیاتی در نظر نگرفته‌است. در صورتی که دارایی ساکنان این منطقه بیشتر از ۳میلیون و ۷۵هزار دلار باشد، می‌توانند بدون پرداخت مالیات در آنجا زندگی کنند.

۵- مالت: در این کشور فقط به درآمدهای محلی مالیات تعلق می‌گیرد. به این معنی که ساکنان آن از درآمد خود از هر فعالیت دیگری در هر کجای دنیا هیچ مالیاتی را نباید پرداخت کنند. برای ثروتمندان دنیا پرداخت سالانه تنها ۱۵۰۰ دلار ایده‌آل‌ترین شرایط را برای فرار از مالیات‌های سنگین فراهم می‌کند. بنابراین بیشتر طرفداران مالت، بازنشستگان ثروتمند غیراروپایی هستند.

۶- جزیره موریس: این جزیره واقع در شرق آفریقا، به خاطر بازار املاک و مستغلات لوکس خود مشهور است. کشور مالت به هر شخصی که ملکی به ارزش بیش از ۵۰۰هزار دلار آمریکا بخرد، حق اقامت در این کشور را می‌دهد. اگر این سرمایه‌گذاری را بپذیرید، افقی روشن در زمینه مسائل مالیاتی به روی شما گشوده می‌شود. نرخ مالیات ثروتمندان از ۱۵درصد در این کشور تجاوز نمی‌کند.

۷- آندورا: کشوری کوهستانی که بین دو کشور فرانسه و اسپانیا قرار دارد، از دورترین نقاط مانند روسیه ثروتمندان را به خود جذب می‌کند. اشخاص با اقامت حداقل ۹۰ روزه و یک سرمایه‌گذاری حداقل ۵۳۰هزار دلاری و یک سپرده ۷۵هزار دلاری می‌توانند نرخ مالیات خود را از صفر تا ۱۰درصد محدود کنند.

۸- موناکو: برخی رانندگان مسابقات فرمول یک با یک تیر چند نشان می‌زنند. آنها علاوه بر شرکت در این رقابت‌ها، با اقامت در این کشور از آفتاب و دریا و نظام مالیاتی آن استفاده می‌کنند. آنها برای درآمد خود مالیاتی را پرداخت نمی‌کنند، به شرطی که یک سپرده ۷۵۰هزار دلاری در یکی از بانک‌های متعدد این کشور کوچک داشته باشند.

۹- بریتانیا: وضعیت مالیاتی «غیربومی» در این کشور به غیربریتانیایی‌ها این امکان را می‌دهد تا بردرآمدهای خود در سراسر دنیا مالیاتی پرداخت نکنند. هفت سال طول می‌کشد تا شخصی دارای این وضعیت شود. در ازای این امکان، پرداخت سالانه تنها ۵۶هزار دلار به دولت کفایت می‌کند. البته ساکنان جزایر جرزی و گرنزی که متخصص در زمینه فرار مالیاتی هستند، همین مقدار هم پرداخت نمی‌کنند.

۱۰- جزایر آنتیگوا و باربودا: جزایری با دولت‌های مستقل در شرق دریای کارائیب هستند که اگر اشخاص تازه از راه رسیده ۲۵۰هزار دلار آمریکا به دولت آن پرداخت کنند، می‌توانند حق اقامت در این کشور را داشته باشند و از پرداخت مالیات بر درآمدهای خارجی خود معاف شوند.

۱۱- پرتغال: شهروندان این کشور تحت شرایطی خاص از پرداخت مالیات معاف می‌شوند. بازنشستگان و سرمایه‌گذاران بازار بورس علاوه بر اینکه می‌توانند با اقامت در این کشور از زیبایی‌های این کشور لذت ببرند، می‌توانند از امتیازات مالیاتی خاصی بهره‌مند شوند.

۱۲- باهاماس: شهروندان این کشور انگلیسی‌زبان ملزم به پرداخت مالیات بردرآمد نیستند. شخص برای رسیدن به این موقعیت مالیاتی، کافی است یک ملک مستقل به ارزش حداقل ۵۰۰هزار دلار آمریکا خریداری کند.

۱۳- ایالت دلاور: شرکت‌ها و موسسات برای به ثبت رسیدن در این ایالت با هم رقابت می‌کنند. دلیل آن هم این است که شرکت‌ها در این ایالت سالانه تنها ۳۰۰ دلار مالیات می‌پردازند. برای همین عجیب نیست اگر ۳درصد از ۵۰۰ شرکت بزرگ آمریکایی در این ایالت به ثبت رسیده باشند.

۱۴- لوکزامبورگ: این کشور اگرچه ثروتمندان را بسیار مورد لطف و بخشش خود قرار می‌دهد، اما با کسانی که بخواهند اسرار نظام مالیاتی این کشور را فاش کنند، برخورد خواهد کرد. دو شهروند فرانسوی، «آنتوان دلتور» کارمند سابق یک شرکت مشاوره‌ای و «ادوارد پرین» روزنامه‌نگار، به دادگاه لوکزامبورگ خوانده شدند. جرم آنها از نظر مقامات لوکزامبورگ، فاش کردن نحوه پرداخت مالیات شرکت‌های ایکیا و آمازون در این کشور بود. این شرکت‌ها مالیاتی کمتر از ۱درصد پرداخت می‌کردند.

۱۵- پاناما: همین چند ماه پیش بود که بسیاری از اسناد فرار مالیاتی افراد معروف دنیا در پاناما فاش شد. این ثروتمندان در این کشور پول‌های خود را مخفی می‌کردند، چون به درآمدهای خارجی آنها مالیاتی تعلق نمی‌گیرد. فاش شدن اسرار پاناما، بزرگ‌ترین رسوایی قرن شناخته شد و نام چهره‌هایی مانند جکی چان هنرپیشه معروف فیلم‌های رزمی و امیر ابوظبی و رئیس کشور امارات عربی متحده در این لیست دیده می‌شود.

جدول امروز

قیمت زعفران

عنوان	وزن	درجه کیفیت	قیمت (تومان)
نگین صادراتی	۱ کیلوگرم	۱	۶,۸۰۰,۰۰۰
سرگل ممتاز صادراتی قائنات	۱ کیلوگرم	۱	۶,۵۰۰,۰۰۰
سرگل ممتاز قائنات	۱ کیلوگرم	۲	۵,۸۰۰,۰۰۰
پوشال	۱ کیلوگرم	۱	۶,۰۰۰,۰۰۰
سفیدی (ریشه)	۱ کیلوگرم	۱	۱,۸۰۰,۰۰۰
نگین پوشال	۱ کیلوگرم	۱	۶,۱۰۰,۰۰۰

کیوسک

مقابله FBI با قانون آزادی اطلاعات

براساس اتهاماتی که به تازگی علیه FBI مطرح شده و همچنین طبق گزارش‌های منتشر شده در رسانه‌های آمریکا، پلیس فدرال آمریکا با استفاده از سیستم‌های کامپیوتری قدیمی به طور عمدی درخواست‌های مطرح شده طبق قانون آزادی انتشار اطلاعات در آمریکا را نادیده می‌گیرد. در این راستا آقای رایان شاپیرو از محققان حوزه امنیت ملی در دانشگاه MIT که مدتی است در رابطه با قانون آزادی انتشار اطلاعات و میزان اجرای قانون مذکور از سوی نهادها و ادارات دولتی به تحقیق و پژوهش می‌پردازد، در این رابطه پرونده‌های بسیاری را علیه پلیس فدرال آمریکا طرح کرده است.

موضوع اکثر پرونده‌های مطرح شده از سوی آقای شاپیرو تلاش وی برای دسترسی به اطلاعات موجود در اسناد و مدارک پلیس فدرال آمریکا و عدم همکاری FBI با وی بوده است.

این محقق دانشگاه MIT در رابطه با شکایات خود از FBI می‌گوید: «هنگامی که زمان عمل براساس قانون آزادی انتشار اطلاعات می‌رسد پلیس فدرال آمریکا معمولا تمایلی به همکاری از خود نشان نداده و کم‌کاری می‌کند.»

وی افزود: «از زمان تصویب قانون آزادی انتشار اطلاعات در آمریکا FBI و شعبات آن در سراسر کشور قانون مذکور را به منزله تهدیدی امنیتی تلقی کرده و آن را به درستی اجرا نمی‌کنند.»

به عقیده آقای شاپیرو، پلیس فدرال آمریکا شیوه‌های متنوعی برای عدم اجرای قانون مذکور طراحی کرده که یکی از آنها استفاده از روش‌های منسوخ در حوزه فناوری اطلاعات و سیستم‌های قدیمی کامپیوتری است تا به این واسطه درخواست‌های مطرح شده ذیل این قانون را خنثی کند.

شنل نامرئی هری پاتر واقعی می‌شود

طرفداران داستان‌ها و فیلم‌های هری پاتر توجه داشته باشند که دانشمندان وسیله‌ای ابداع کرده‌اند که می‌تواند اشیا را نامرئی کرده و عملکردی مشابه با شنل مورد استفاده این شخصیت محبوب داستان‌های جی کی رولینگ داشته باشد.

محققان دانشکده فنی و مهندسی الکترونیک و علوم کامپیوتر در دانشگاه Queen Marry لندن اخیرا طی همکاری‌های گسترده خود با بخش صنعت انگلستان، از ابزاری رونمایی کردند که می‌تواند سطوح منحنی را با استفاده از امواج الکترومغناطیسی نامرئی کند. گفتنی است اگرچه هنوز نمی‌توان ابزار مذکور را شنل نامرئی نامید اما اختراع جدید دانشمندان انگلیسی می‌تواند شبیه‌ترین شیء ممکن به شنل نامرئی شخصیت هری پاتر در مجموعه داستان‌های خانم رولینگ باشد.

لازم به ذکر است که شنل نامرئی مورد استفاده هری پاتر در سری داستان‌های پرفروش و پر طرفدار نویسنده اسکاتلندی به این شخصیت محبوب اجازه می‌داد ضمن استراق سمع، از شناسایی و دیده شدن توسط دیگران نیز جلوگیری کند.

در این راستا و به منظور دستیابی به هدف تعیین شده در این پروژه، محققان یک سطح منحنی را با استفاده از نانوکامپوزیتی که از هفت لایه مجزا تشکیل شده است پوشش دادند.

در حالی که معمولا انحنای موجود در اشیا امواج الکترومغناطیسی را پراکنده می‌کند و آشکار می‌شوند، این اتفاق در آزمایش مذکور رخ نداده و در عوض ابزار ابداع شده توسط دانشمندان دانشگاه Queen Marry به خوبی توانست شیء منحنی مورد استفاده در پژوهش اخیر را پوشش داده و آن را نامرئی کند.