روزنامه مدیریتی - اقتصادی

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

یکشنبه ۵ اردیبهشت ۱۳۹۵

Sun. 24 Apr 2016

۱۶ رجب ۱۴۳۷ - سال دوم

شماره ۴۸۹ - ۲۰ صفحه - ۱۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir

گزارش خبرنگار اعزامی «فرصت امروز» از چین

۴ محصول جدید چری در راه ایران

ییـن تونگ یو، رئیس هیأت‌مدیره گروه خودروسـازی چـری می‌گوید که چهار محصول جدید روانه بازار ایران خواهد کرد. به گزارش خبرنگار اعزامی «فرصت امروز» به چین، چینی‌ها یعنی ...

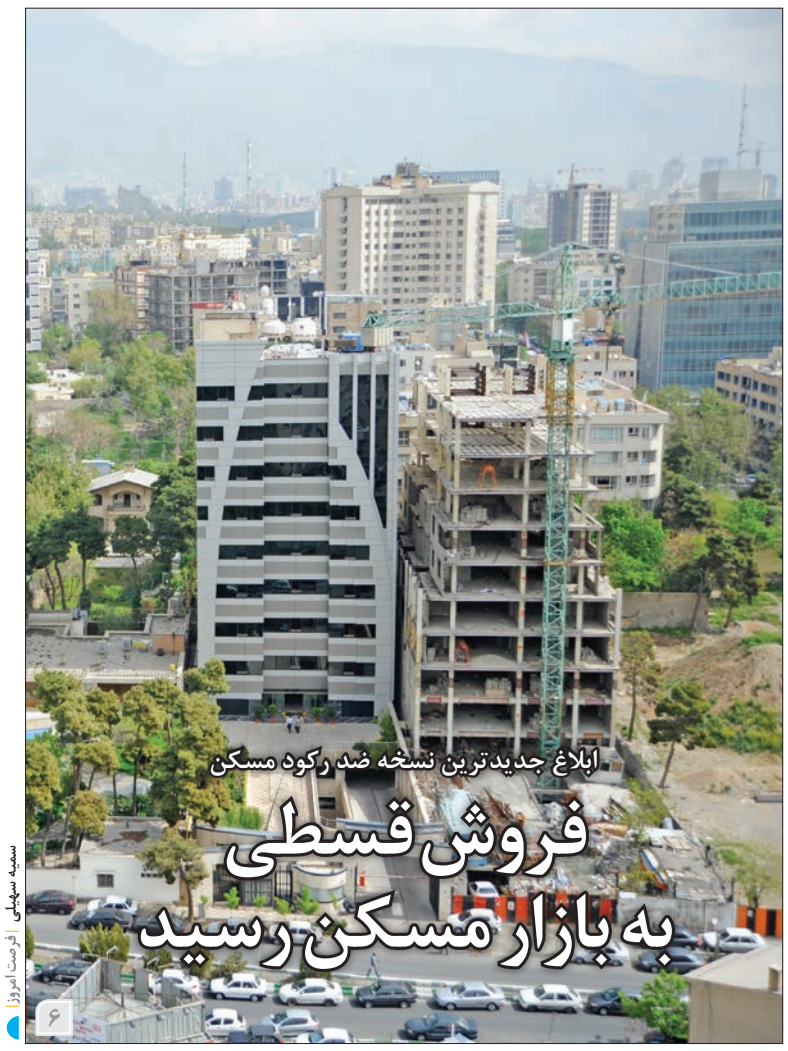
۷

تهدیدهای یک پدیده بر جای مانده از کارنامه دولت دهم بررسی شد

چرخه شوم بدهی دولتی در اقتصاد ایران

خرج کردن به مثابه یک سیاسـت اقتصـادی در کانون توجـه دولت‌هایـی قـرار دارد کـه می‌خواهنـد محبوب باشـند. دولت‌های احمدی‌نژاد از جمله این دولت‌ها بودند کـه هزاران میلیـارد تومان از منابـع در اختیار خود را در مسـیرهای گوناگون هزینـه کردند. نتیجه سیاسـت‌های خرج‌تراشـی دولت‌های یادشـده انبوه بدهی‌هایی بود که بـرای دولت یازدهم باقی ماند. دولـت یازدهم نیز از نیمه دوم سال ۱۳۹۳ با کاهش درآمد نفت مواجه شد و نتوانست به میزان کافی درآمد کسب کند...

۱



اپلاغ جدیدترین نسخه ضد رکود مسکن

فروش قسطی به بازار مسکن رسید

سمیه سهیلی | فرصت امروز

۶

مدیـران

استراتژی انتخاب رسانه تبلیغاتی برای شرکت‌های شوینده

ایجاد تمایز با سبدهای رسانه‌ای اثربخش

بهزاد باشو | فرصت امروز

۹

سرمقـاله

ایران در مسیر کره‌جنوبی یا ونزوئلا

محمدصادق جنان‌صفت

عضو شورای سردبیری

شهروندان ایرانی در یکصد سال اخیر تلاش گسترده‌ای داشته‌اند تا راهی برای توسـعه مادی جامعه ایرانـی و به ویژه خودشـان پیدا کنند. تجربه نشان می‌دهد ایرانیان توسعه‌خواه هستند و برای درآمد و سـعادت مادی بیشتر، حاضرند ساعت‌های بیشـتری کار کرده و حتـی مهاجرت کننـد. مهاجرت ده‌ها هزار دانشـجوی نخبه ایرانی برای درآمد بیشـتر و شغل بهتر دلیل خوبی برای این مدعاسـت. ایرانیان همانند هر جامعه دیگری برای رسـیدن به این هدف خود تجربه سـرزمین‌ها و جامعه‌های دیگـر را در کانـون توجـه قـرار می‌دهند و خود را با...

۱

گفت و گوی اختصاصی «فرصت امروز» با مهدی جهانگیری

سهم بخش خصوصی از ۴۰ میلیارد دلار سرمایه خارجی چقدر است؟

۳

تهدیدهای یک پدیده بر جای مانده از کارنامه دولت دهم بررسی شد

چرخه شوم بدهی دولتی در اقتصاد ایران

خرج کردن به مثابه یک سیاست اقتصادی در کانون توجه دولت‌هایی قرار دارد که می‌خواهند محبوب باشـند. دولت‌های احمدی‌نژاد از جمله این دولت‌ها بودند که هـزاران میلیارد تومان از منابع در اختیار خود را در مسـیرهای گوناگون هزینه کردند. نتیجه سیاسـت‌های خرج‌تراشـی دولت‌های یادشده انبوه بدهی‌هایی بود که برای دولت یازدهم باقی ماند. دولت یازدهم نیز از نیمه دوم سال ۱۳۹۳ با کاهش درآمد نفت مواجه شد و نتوانست به میزان کافی درآمد کسب کند، اما هزینه‌های اداره کشور را نیز نمی‌توانست کاهش دهد. به این ترتیب بود که بدهی روی بدهی آمد. در دنیای امروز کشـورهایی مثل یونان، پرتغال، اسـپانیا، ونزوئلا و زیمبابوه نیز بدهی‌های کلان و ناشـناخته به بار آورده‌اند. بدهی‌ها البته از یک طرف می‌تواند مایه و نشانه اعتبار دولت‌ها باشد که مردم و شرکت‌ها و کشورها را متقاعد می‌کند به آنهـا وام دهند و از طرف دیگـر البته اگر در چرخه شـوم بدهی و کسری بیفتد می‌تواند کل جامعه را با خطر مواجه کند. دولت ایران براساس یـک خبر ۳۸۰هـزار میلیارد تومان و براسـاس خبری دیگـر ۵۴۰ هزار میلیـارد تومان بدهی دارد. توحید آتش‌بار، کارشـناس همکار با مرکز پژوهش‌های مجلس بنا به سـفارش کمیسیون برنامه و بودجه و محاسـبات گزارش مشـروحی با عنوان «بررسـی پایداری تعهدات مالی بخش عمومی ایران در میان‌مدت» تهیه کرده اسـت. در این گزارش آمده اسـت: در سـال‌های اخیر بدهی دولـت به بانک‌ها و بخـش خصوصی به شـدت افزایش یافته اسـت. در کنار آن، بدهی شرکت‌های دولتی نیز در حال افزایش است. این وضع باعث شده مساله آسیب‌پذیری نظام مالی در کانون توجه سیاسـت‌گذاران و کارشناسـان اقتصـادی قرار گیـرد. در صورتی که بدهی‌های دولت بدون حساب و کتاب افزایش یابد، نه تنها مسائل مالی مرتبط با بخش عمومی تحت تاثیر قرار می‌گیرد بلکه ثبات نظام مالی کشور تهدید می‌شـود.» در این گزارش اضافه شـده است: به دلیل فشـار زیاد بار بدهی، امکان تامین مالی از طریـق بدهی جدید، ولو بدهی قابل بازپرداخت، کاهش پیدا می‌کند و مشکلات بعدی را به‌وجود می‌آورد و کسری به افزایش تامین مالی از طریق قرض می‌انجامد، قـرض روی قرض‌های قدیمی انبار می‌شود و کسری افزایش پیدا می‌کند.

به دلیل موارد متعدد خطرآفرین که نمونه‌های بین‌المللی آن طی سال‌های گذشته در کشورهای مختلف بروز کرده است، مساله پایداری بدهی‌ها از اهمیت خاصی برخوردار شده است.

به دلیل کمبود یا نبـود آمارهای بدهی و نیز به دلیل عدم انجـام مطالعات مرتبط با پایداری بدهـی در ایـران، به‌نظر می‌رسـد آگاهی کافی نسـبت به پایداری یا ناپایداری بدهی در بخش عمومی کشـور وجود نـدارد. بعضا دیده شـده اسـت که به دلیل عدم آگاهی کافی نسـبت به وضعیت بدهی‌های بخش عمومی در ایران و نیز عدم آگاهی از تبعات احتمالـی آن، بدون انجام محاسـبات لازم و در نظر گرفتـن تبعات ایجاد بدون حسـاب و کتاب بدهی، مجوز ایجاد تعهد برای دولت و شرکت‌های دولتی صادر می‌شود.

نگاهی به برخی ارقـام در این زمینه ضرورت توجـه به این مقوله را بیش از گذشـته روشـن سـاخته اسـت. برای مثـال، میـزان مطالبات بانک‌هـای عامـل صرفا بابـت جریمـه تاخیر (و نه خود سـود) انتشـار اوراق مشارکت بخش دولتی مجموعا بیـش از ۱۰۶ هزار میلیارد ریال است که به خوبی نشـان‌دهنده در نظر نگرفتن مقوله پایداری بدهی در بخش عمومی است.

براساس نتایج تحلیل، شاخص بدهی مجموع دولت و شـرکت‌های دولتی بـه تولید ناخالص داخلی در سـال پایانی پیش‌بینـی (پس از پنج سـال)، در صورت وارد نشدن شـوک خاص به اقتصاد، در خوشبینانه‌ترین حالت کمتر محتمل، حـدود ۳۰درصد و در بدبینانه‌ترین حالت محتمل حدود ۸۰درصد خواهد بود. این شاخص در صورت وارد نشـدن شـوک خاص به اقتصاد، به احتمال زیـاد، در نزدیکی رقمی اندکی بالای ۵۰درصد قرار خواهد گرفت.

در هیچ کدام از موارد شوک، مقدار این شاخص از آسـتانه خطر تجاوز نمی‌کند، امـا در صورت اعمال تمام شوک‌ها در کانال‌های حداکثری و با همدیگر، وضعیت بدهی‌ها به شدت مخاطره‌آمیز و تا ۱,۲برابر تولید ناخالص داخلی و بیشتر هم قابل افزایش است. همچنین شاخص بدهی فقط دولت به تولید ناخالص داخلی در سال پایانی پیش‌بینی (پس از پنج سـال) در صورت وارد نشدن شوک خاص به اقتصاد، در خوشبینانه‌ترین حالت کمتر محتمل، حدود ۱۰درصد و در بدبینانه‌ترین حالت کمتـر محتمل حدود ۳۰درصـد خواهد بود. این شـاخص، در صورت وارد نشدن شوک خاص به اقتصـاد به احتمال زیـاد در نزدیکی رقم اندکی بالای ۲۰درصد قرار خواهد گرفت. در هیچ کدام از موارد شوک، مقدار این شاخص از آستانه خطر تجاوز نمی‌کند. در صورت اعمال تمام شـوک‌ها در کانال‌هـای حداکثـری و با همدیگر، وضعیت بدهی‌ها مخاطره‌آمیـز و تا بالای ۳۵درصد تولید ناخالص داخلی و بیشتر هم قابل افزایش است.

سرمقـاله

ایران در مسیر کره‌جنوبی یا ونزوئلا

شـهروندان ایرانی در یکصد سال اخیر تلاش گسترده‌ای داشته‌اند تا راهی برای توسعه مادی جامعه ایرانی و به ویژه خودشان پیدا کنند. تجربه نشان می‌دهد ایرانیان توسعه‌خواه هستند و برای درآمد و سعادت مادی بیشتر حاضرند ساعت‌های بیشـتری کار کـرده و حتـی مهاجـرت کنند. مهاجرت ده‌ها هزار دانشـجوی نخبه ایرانی برای درآمد بیشتر و شغل بهتر دلیل خوبی برای این مدعاست. ایرانیان همانند هر جامعه دیگری برای رسـیدن به این هدف خود تجربه سرزمین‌ها و جامعه‌های دیگر را در کانون توجه قرار می‌دهند و خود را با آنها مقایسـه می‌کنند. مدیران دولت و نهادهـای قدرت در ایران نیـز از یک طرف به دلیل مسـئولیت اداره جامعه و از سوی دیگر به دلیل اینکه مشـمول ایرانی بودن به معنای اعم هسـتند، این مقایسـه را انجام می‌دهند. ایران در حـال حاضر علاوه بر اینکـه خود تجربه‌های طولانی از مراحل توسـعه دارد و در شرایطی که می‌خواهد آینده‌ای درخشـان داشته باشد شاید نیاز به نوعی مدل دارد. مدل و الگویی که محمود احمدی‌نژاد برای توسـعه ایران انتخاب کرده بود ونزوئلای تحت مدیریت هوگو چاوز بود. بیشترین دادوسـتد تجاری ایران و سرمایه‌گذاری‌ها و نوع رفتار اقتصادی دولت‌های احمدی‌نژاد با ونزوئلایی بود که با ایران مشـابهت‌هایی داشت و دارد. هر دو کشور از موسسان اوپک بوده‌اند، هر دو کشور در مقاطعی درآمدهـای رویایی از صادرات نفت به دسـت آورده‌اند و دولت‌های هر دو کشور در شرایط وفور ارزی شروع به بذل و بخشش بی‌حد و حسـاب کرده‌اند. در حال حاضر اما ونزوئلا در بدترین وضع اقتصادی تاریخ معاصر خویش قرار دارد و اگر انتخابات خرداد ۱۳۹۲ نبود، شاید ایران نیز همین وضع را داشت. در مقابل کره‌جنوبی که در دهه ۱۳۶۰ یکی از تهیدست‌ترین کشورهای جهان بود اکنون با درآمد سرانه ۲۵هزار دلار در سال و صادرات شگفت‌انگیز یکی از نیرومندترین اقتصادهای جهان به حسـاب می‌آید. خبر عقد قرارداد ۱۷میلیارد دلاری کره‌جنوبی با ایران که در سـفر رئیس‌جمهور این کشور به ایران بسته می‌شـود نشـان از توانایی‌های کره‌جنوبی دارد. سامسـونگ، هیونداییـ و یوهانگ کـه هرکدام یکی از غول‌های تکنولوژی، خودروسازی و فولاد دنیا شـده‌اند از دل اقتصـادی با ماهیت مترقی برمی‌خیزنـد و همپای بزرگ‌ترین غول‌های دنیا برای کشورشـان آبـرو و ارز می‌آورند. ایران باید مسیر کره‌جنوبی را انتخاب و تا جایی که می‌تواند از روش‌هـا و رویکردهـای ونزوئـلای تحت امر هوگوچاوز دوری کند.

آنچه توانسته‌ایم لطف خدا بوده است

بانک پاسارگاد

بانک هزاره سوم

بانک پاسارگاد

بانک برتر جمهوری اسلامی ایران در سال ۲۰۱۵

بانک پاسارگاد در راستای ایفای مسئولیت‌های اجتماعی خود، اقداماتی مانند پاسداری از محیط زیست و حمایت از هنرمندان، ورزشکاران، دانشگاهیان و فرهنگیان را سرلوحه فعالیت‌های خود می‌داند

- دریافت تندیس سیمین جایزه ملی تعالی سازمانی
- تندیس زرین و نشان جایزه ملی مدیریت مالی ایران
- بانک برتر اسلامی سال ۲۰۱٤ بر اساس ارزیابی نشریه بنکر
- بانک برتر در حمایت از حقوق مصرف کنندگان
- معرفی به عنوان بانک برتر جمهوری اسلامی ایران در پنج سال متوالی توسط مؤسسه بین المللی بنکر
- بانک پیشرو و قهرمان صنعت در ۳ دوره متوالی
- دریافت جایزه محیط زیست و بانک سبز
- کسب عنوان سازمان دانشی برتر به انتخاب جایزه جهانی MAKE برای سه سال پیاپی
- بهترین بانک ایران بر اساس ارزیابی مؤسسه یورومانی
- انتخاب به عنوان یکی از سه سازمان دانشی برتر در کشور
- دریافت تندیس زرین جایزه سازمان بهره ور و تندیس ملی بهره‌وری
- دریافت گواهینامه ISO10004 در حوزه سنجش رضایتمندی مشتریان
- دریافت تندیس سازمان بهره‌ور در جشنواره بهره‌وری برای سه سال پیاپی
- دریافت تندیس سیمین جایزه ملی مدیریت مالی ایران
- کسب نشان برنز ٤ ستاره تعالی منابع انسانی
- دریافت گواهی نامه و نشان بین المللی نوآوری درجه یک الماس IUI5002 از سوی اتحادیه بین المللی اختراعات و نوآوری های صنعتی در خصوص بانکداری مجازی در سال ۲۰۱۱
- کسب افتخارات و جوایز متعدد دیگر در سطح داخلی و بین‌المللی

www.bpi.ir

نفت

گسترش همکاری بخش انرژی ایران – سوئد

وزیر نفت گفت: ایران و سوئد علاقه‌مند به گسترش همکاری در بخش‌های مختلف انرژی هستند.

به گزارش خبرنگار شانا، بیژن زنگنه دیروز در دیدار با ابراهیم بایلان، وزیر انرژی سوئد به همکاری دو کشور در بخش‌های مختلف انرژی اشاره کرد و گفت: البته این همکاری در بخش نفت در گذشته محدود بوده است.

وی با بیان اینکه دو کشور بیشتر در حوزه‌های فناورانه با یکدیگر ارتباط داشته اند، تصریح کرد: شرکت‌های سوئدی آس‌آ و ای‌بی‌بی هم‌اکنون در بخش برق در ایران فعال هستند.

زنگنه همچنین از مذاکرات نفتی بین ایران و آفریقای جنوبی خبر داد و گفت: با توجه به سفر جاکوب زوما، رئیس‌جمهوری آفریقای جنوبی به تهران، در این ملاقات درباره همکاری‌های تهران و پرتوریا در حوزه نفت و انرژی مذاکره کردیم.

وی با بیان اینکه ایران پیش از تحریم‌ها ۴۰درصد نفت مورد نیاز آفریقای جنوبی را تامین می‌کرد و یکی از بزرگ‌ترین صادرکنندگان نفت به این کشور بود، افزود: درجریان تحریم‌ها این مقدار به صفر رسید و اکنون به دنبال باز کردن این مسیر بسته هستیم و مذاکراتی در حال انجام است که امیدوارم به نتیجه برسد.

وزیر نفت تصریح کرد: هم‌اکنون بحث اصلی بر سرقیمت است و ایران هم اعلام کرده است قیمتی را می‌پذیرد که قیمت رقابتی بازار باشد.

زنگنه گفت: شرکت آریاساسول آفریقای جنوبی پیش‌تر سرمایه‌گذاری موفقی در صنعت پتروشیمی ایران انجام داد، اما پس از تحریم‌ها ناگزیر از این سرمایه‌گذاری مشترک کناره‌گیری کرد.

در ماه‌های ژوئن یا ژوییه

ایران برای توسعه میدان‌های نفت و گاز خود مناقصه برگزار می‌کند

رئیس کمیته بازنگری قراردادهای نفتی ایران اعلام کرد مناقصه برای مشارکت در میدان‌های نفت و گاز ایران، در ماه‌های ژوئن یا ژوییه امسال برگزار می‌شود.

به گزارش شانا از خبرگزاری رویترز، سیدمهدی حسینی در اجلاسی در پاریس اعلام کرد که مناقصه برای مشارکت در میدان‌های نفت و گاز ایران، در ماه‌های ژوئن یا ژوییه امسال انجام خواهد شد.

حسینی گفت: میدان‌هایی که به مناقصه گذاشته می‌شوند، بیشتر میدان‌های بزرگ هستند و برخی میدان‌های مشترک با کشورهای همسایه را نیز در بر می‌گیرند.

وی از شرکت‌های بین‌المللی دعوت کرد آمادگی خود را برای مشارکت در پروژه‌های احتمالی به مسئولان ایران اعلام کنند.

قراردادهای جدید نفتی در هیات تطبیق مصوبات دولت با قوانین

سخنگوی کمیسیون انرژی مجلس با تشریح آخرین وضعیت قراردادهای جدید نفتی، اظهار کرد: صنعت نفت به‌شدت نیازمند سرمایه‌گذاری بوده و براساس قانون، وظیفه وزارت نفت تدوین الگوی جدید قراردادها برای جذب سرمایه‌گذاری است.

حسین امیری خامکانی، گفت: در حال حاضر با توجه به حساسیت نسبت به این مسئله و بنا به نظر رئیس مجلس، رسیدگی به این قراردادها در دستور کار هیأت بررسی و تطبیق مصوبات دولت با قوانین است اما هنوز گزارشی ارائه نشده است.

وی با بیان اینکه ساعت‌ها با نمایندگان و مسئولان در این رابطه جلسه داشته‌ایم، اظهار کرد: هنوز هیچ قراردادی به امضا نرسیده است و وزارت نفت هم قطعا منافع ملی را در این موارد دنبال می‌کند.

سخنگوی کمیسیون انرژی مجلس همچنین افزود: متاسفانه نه در بخش داخلی و نه بخش خصوصی در صنعت نفت سرمایه‌گذاری درستی نشد، هم صادرات کاهش داشت و هم قیمت نفت به سمت کاهش رفت.

نماینده مردم زرند در مجلس با تاکید بر اینکه صنعت نفت به‌شدت نیازمند سرمایه‌گذاری است، گفت: در قانون ذکر شده مجلس و شورای نگهبان هم تصویب و تایید کرده است که یکی از وظایف وزارت نفت تدوین الگوی جدید قرارداد برای جذب سرمایه‌گذاری با مشارکت شرکت‌های داخلی است، البته با سیاست برد- برد که برای سرمایه‌گذار انگیزه ایجاد کند.

تاکید بر حفظ جایگاه ایران در اوپک

تایید افزایش تولید نفت ایران توسط منابع رسمی بین‌المللی

الهه ابراهیمی
ebrahimi1941@gmail.com

تولید نفت ایران تا دو ماه دیگر به سطح پیش از تحریم افزایش می‌یابد. این اقدام موجب شده تا رقیب اصلی در اوپک از بلوف زدن ایران در افزایش تولید نفت‌خام سخن بگوید اما کارشناس بین‌المللی با استناد به منابع رسمی داخلی و بین‌المللی از برابری تولید نفت ایران با پیش از شروع تحریم‌ها سخن می‌گوید.

رکن‌الدین جوادی، مدیرعامل شرکت نفت به تازگی اعلام کرده که میزان تولید نفت ایران از مرز ۳٫۵میلیون بشکه در روز فراتر رفته و قرار شده تولید نفت ایران تا خردادماه امسال به سطح پیش از تحریم افزایش یابد. این در حالی‌است که معاون ولیعهد عربستان نسبت به موضع ایران در مورد افزایش حجم تولید نفت خام خود در آینده واکنش جالبی داشته، به‌طوری که افزایش یک الی ۱٫۵میلیون بشکه‌ای تولید این کشور، از سوی مقامات خاندان آل‌سعود نوعی بلوف تلقی شده است.

در این باره فریدون برکشلی نماینده اسبق ایران در اوپک و کارشناس بین‌الملل نفت با تاکید بر اینکه کشورهای عضو اوپک بلوف می‌زنند اما عربستان بیشتر، به «فرصت امروز» می‌گوید: «ایران دومین قدرت اوپک است. از این رو این رفتارها طبیعی است اما بر این باورم که باید منزلت و جایگاه ایران در اوپک از دست نرود و لازمه حفظ این جایگاه افزایش تولید نفت خام و صادرات است.»

وی با بیان اینکه نخستین گام برای ایران رسیدن به سهم رسمی صادراتی خود در اوپک است، می‌افزاید: «در اوپک و بازار جهانی نفت قدرت را میزان بشکه‌های صادرات نفت خام تعیین می‌کند. از این رو با هر استدلالی ایران باید به سمتی حرکت کند که با کسب بازارهای نفت بیشتر این قدرت را تصاحب کند. در این میان نباید از تولید جمعی اوپک عقب‌نشینی کنیم.»

ایران پس از اجرایی شدن برجام، تلاش کرده تا میزان تولید نفت خود را به پیش از تحریم برساند و صادرات نفت خام خود را افزایش داده و به ۲میلیون بشکه در روز برساند.

سیدمحمدعلی خطیبی، نماینده سابق ایران در اوپک در این باره به «فرصت امروز» می‌گوید: «آمار تولید نفت کشورها برای صادرات نفت خام به فاصله یک ماه از طریق منابع مستقل برآورد و منتشر می‌شود که ملاک و معیار این منابع حرکت و بارگیری کشتی‌ها و بیمه محموله‌های نفتی تخمین زده می‌شود. در تخمین میزان تولید و صادرات کشورهای عضو اوپک علاوه بر منابع مستقل، اوپک نیز آماری تهیه و منتشر می‌کند که می‌تواند معیاری باشد تا میزان تولید ایران و عربستان به درستی برآورد.»وی با بیان اینکه عربستان در دو ماه گذشته میزان تولید و صادرات خود را کاهش داده است، می‌افزاید: «سیاست و رویه عربستان نسبت به نفت و کشورهای تولیدکننده نفت‌خام به‌خصوص ایران، سیاست تخریبی است این سیاست موجب شد تا قیمت نفت‌خام در کمتر از دو سال به زیر ۴۰ دلار سقوط کند. همچنین این سیاست مانع از آن شد که کشورهای غیرعضو اوپک با کشورهای عضو اوپک در نشست‌های دوحه به جمع‌بندی واحدی برای نجات قیمت نفت خام دست یابند.»

کاهش سرمایه‌گذاری در صنعت نفت در دو سال گذشته موجب شد تا افزایش تولید نفت ایران در مدت زمان شش ماه گذشته با اما و اگر مواجه شود از سویی ایران، پیش از لغو تحریم‌ها، مقادیری نفت خام در پایانه‌های نفتی دریای خزر و خلیج فارس ذخیره کرده بود.

خطیبی کارشناس بین‌المللی نفت در این باره می‌گوید: «میزان سرمایه‌گذاری در تولیدنفت خام به دلیل مقرون به صرفه نبودن در بیشتر نقاط و کشورها منتفی شده است. براساس برآورد نهایی از سوی شرکت ملی نفت، ایران توانسته است به افزایش ۳٫۵میلیون بشکه‌ای نفت خام در روز دست یابد که این مسئله از سوی منابع رسمی خارجی نیز تایید شده است از این رو می‌توان با صراحت گفت که ایران در تولید نفت خام بلوف نمی‌زند و تمامی گفته‌های مسئولان و قراردادهای امضا شده براساس افزایش تولید نفت خام است.»

وزارت نفت برای افزایش نفت خام اخیرا تفاهمنامه‌ای با شرکت وینترسهال (Wintershall) آلمان امضا کرده و آمادگی دارد تفاهم‌نامه‌های مطالعاتی را برای تمامی میادینی که در کنفرانس تهران اعلام شده است، با شرکت‌های علاقه‌مند امضا کند.

بین‌الملل

افزایش قیمت نفت در پی افزایش خوشبینی نسبت به وضعیت بازار

ترجمه: معراج آگاهی
منبع:رویترز

با وجود شکست مذاکرات کشورهای تولیدکننده نفت در دوحه بر سر تثبیت تولید خود، در پی افزایش خوشبینی نسبت به کاهش حجم نفت مازاد موجود در بازار، قیمت نفت خام برای سومین هفته متوالی در بازارهای جهانی افزایش یافت.

به گزارش خبرگزاری رویترز، با افزایش مصرف سوخت در ایالات متحده و کاهش تولید نفت در سراسر جهان، کارشناسان و فعالان بازارهای انرژی انتظار دارند نفت همچنان به روند صعودی خود ادامه دهد. در همین رابطه «دومینیک چریچلا» از موسسه مدیریت انرژی در نیویورک معتقد است: «روند صعودی حال حاضر قیمت نفت ناشی از خوشبینی موجود نسبت به آغاز فرآیند بازگشت ثبات به بازارهای جهانی است.» لازم به ذکر است که موسسه مدیریت انرژی در شهر نیویورک واقع شده و به ارائه اطلاعات و خدمات مشاوره‌ای و آموزشی در حوزه بازارهای انرژی می‌پردازد. بهبود وضعیت بازار و افزایش خوشبینی‌ها سبب شد تا شاخص‌های نفتی بین‌المللی نیز نسبت به این موضوع واکنش نشان داده و روند صعودی داشته باشند. در این راستا شاخص جهانی برنت در معاملات آتی با افزایش ۱/۳درصدی به قیمت ۴۵دلار و ۱۱ سنت به فروش رسید. این در حالی است که شاخص آمریکایی وست تگزاس اینترمدیت نیز با ۱/۳درصد، افزایشی مشابه برنت داشته و به قیمت ۴۳دلار و ۷۳ سنت در هر بشکه معامله شد. افزایش اخیر بهای نفت در بازارهای جهانی در حالی صورت می‌پذیرد که شاخص برنت در هفته جاری روند صعودی قابل توجهی داشته و با رشدی ۴/۵درصدی مواجه شده و از سوی دیگر شاخص آمریکایی وست تگزاس اینترمدیت نیز با رشد ۸/۴درصدی برای سومین هفته متوالی به روند رو به رشد خود ادامه داده است. فعالان بازار و تحلیلگران معتقدند که در کنار افزایش اخیر خوشبینی‌ها نسبت به کاهش حجم نفت خام مازاد در بازار، افزایش قابل توجه واردات نفت خام چین عامل مهم دیگری در افزایش قیمت این محصول در بازارهای بین‌المللی شده است.

با این وجود بسیاری از کارشناسان معتقدند هنوز درباره بازگشت تعادل به بازار نمی‌توان قضاوت کرد و وضعیت بازارهای جهانی همچنان ناپایدار است. برای نمونه موسسه مالی «گلدمن ساکس» در یادداشتی به مخاطبان خود اعلام کرد: «اگرچه به نظر می‌رسد روند صعودی حال حاضر بازار فرآیندی ادامه‌دار باشد، اما ما معتقدیم این روند صعودی یک پروسه پایدار نیست.» گفتنی است در ادامه تحلیل منتشر شده از «گلدمن ساکس» آمده است که فرآیند ایجاد تعادل پایدار در بازارهای جهانی نفت خام از سه ماهه سوم سال جاری میلادی آغاز خواهد شد. لازم به ذکر است که با وجود انتشار تحلیل‌هایی از این دست، بسیاری از کارشناسان و تحلیلگران معتقدند بسیاری از تولیدکنندگان نفت شِیل در آمریکا منتظر فرصت مناسبی هستند تا پس از بازیابی قیمت نفت در کوتاه‌مدت، به فروش گسترده نفت خام در بازار بپردازند و این موضوع می‌تواند سبب افزایش فشار بر قیمت نفت شده و زمینه را جهت کاهش ارزش آن مهیا سازد.

در این چارچوب فعالان و کارشناسان حوزه انرژی معتقدند روند رو به رشد قیمت نفت خام در بازار در شرایطی صورت پذیرفته است که بسیاری از تولیدکنندگان نفت شِیل در ایالات متحده تولید نفت خود را در پی کاهش ۷۰درصدی ارزش این محصول از سال ۲۰۱۴ میلادی به این سو متوقف کرده و این موضوع سبب بهبود وضعیت قیمت‌ها در بازار شده است. در راستای انتشار این تحلیل‌ها، شرکت‌های انرژی آمریکایی برای پنجمین هفته متوالی از تعداد چاه‌های نفت فعال خود کاستند که این موضوع به گفته بانک سرمایه‌گذاری «Natixis» فرانسه تولید نفت خام روزانه آمریکا را به میزان ۵۰۰ الی ۶۰۰هزار بشکه در روز کاهش خواهد داد.

از تجمیع پتروشیمی‌ها تا تضمین وزارتی برای جذب سرمایه

نایب رئیس هیات‌مدیره شرکت ملی صنایع پتروشیمی با تاکید بر اینکه شرکت‌های خصوصی شده پتروشیمی توان تضمین جذب سرمایه را ندارند، می‌گوید زمانی فروش ۲۰ میلیون دلاری این صنعت با عنوان یک برند اعتبار جذب سرمایه خارجی بود.

عباس شعری‌مقدم در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به اینکه خصوصی‌شدن شرکت‌های پتروشیمی توان تضمین سرمایه را از این بخش گرفته است، گفت: زمانی شرکت ملی صنایع پتروشیمی به تنهایی ۲۰ میلیون دلار با برند خود فروش محصول داشت که این پشتوانه‌ای بزرگ و مورد قبول برای سرمایه‌گذاران به حساب می‌آمد. وی ادامه داد: در حال حاضر با قسمت شدن این صنعت به بخش‌های کوچک خصوصی این تضمین وجود ندارد و موضوع یکپارچه‌کردن و ساختن برند یکسان تقاضایی است که ما به دنبال اجرایی کردن آن هستیم.

نایب رئیس هیات‌مدیره شرکت ملی صنایع پتروشیمی تصریح کرد: علاوه بر این می‌توانیم از بانک مرکزی یا وزارت اقتصاد و امور دارایی بخواهیم که برای دریافت سرمایه و فاینانس خارجی به پتروشیمی‌های کشور تضمین‌های مورد نیاز را بدهند. شعری‌مقدم در ادامه درباره مزایای ایران برای جذب سرمایه‌گذاری در حوزه صنعت پتروشیمی عنوان کرد: ایران با توجه به فراوانی مواد اولیه، خوراک و نیروی انسانی جوان، ارزان و آموزش دیده یکی از بهترین نقاط جهان برای سرمایه‌گذاری در این زمینه است. وی افزود: از سوی دیگر ایران به حدود ۲هزار کیلومتر ساحل دسترسی دارد که این مزیت مهمی به حساب می‌آید و همچنین ما با توجه به بازار مصرف ۸۰میلیونی و وجود خوراک فراوان مهم‌ترین جاذبه‌ها را برای توسعه صنعت پتروشیمی داریم. این عضو هیات‌مدیره شرکت ملی صنایع پتروشیمی درباره اولویت جذب سرمایه در پتروشیمی گفت: با توجه به مزایای ایران و اینکه صنایع پایین‌دستی را در هر جایی می‌توان ایجاد کرد بزرگ‌ترین جذابیت ایران در صنایع بالادستی پتروشیمی است.

شعری‌مقدم خاطر نشان کرد: صنعت پتروشیمی ما بیش از هر چیز به سرمایه و تکنولوژی نیاز دارد و اینها جزو اولویت‌هایی بود که به دست آوردنشان در دوران تحریم امکان‌پذیر نبود. وی با اشاره به اینکه بسیاری از شرکت‌های خارجی آماده انتقال تکنولوژی به ایران هستند، گفت: از سویی دیگر صنعت پتروشیمی ما برای اجرای طرح‌هایش به بیش از ۵۰۰میلیون دلار سرمایه نیاز دارد که این سرمایه باید از طریق بانک‌های بزرگ و معتبر تامین شود و در این بخش مشکلاتی وجود دارد.

نیرو

وزیر نیرو در دیدار با وزیر انرژی سوئد:

اولویت ما همکاری همراه با انتقال تکنولوژی است

وزیر نیرو در دیدار با وزیر انرژی سوئد، از تحول جدی در شبکه برق ایران خبر داد و گفت: اولویت ما در صنعت برق اجرای طرح‌های مشترک همراه با انتقال تکنولوژی است.

به‌گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی وزارت نیرو (پاون)، مهندس «حمید چیت‌چیان» در دیدار با «ابراهیم بایلان» وزیر انرژی سوئد و نمایندگان شرکت‌های سوئدی که در ساختمان ستادی وزارت نیرو برگزار شد، با اشاره به اینکه در سالیان گذشته همکاری‌های خوبی بین جمهوری اسلامی ایران و سوئد وجود داشته است، اظهار داشت: این همکاری‌ها در زمان تحریم دچار وقفه شده است، اما با برداشته شدن تحریم‌ها مجال فعالیت برای شرکت‌های سوئدی از جمله شرکت ABB که از شرکت‌های شاخص در صنعت برق است، فراهم شده است.

وزیر نیرو با اظهار تمایل به همکاری شرکت‌های سوئدی و ایرانی گفت: جمهوری اسلامی ایران دارای قریب به ۷۴ هزار مگاوات ظرفیت نصب شده نیروگاهی است که باید در ۱۰ سال آینده با توجه به افزایش متوسط مصرف ۶ تا ۷ درصدی سالانه برق، ۵۰هزار مگاوات به ظرفیت نصب شده نیروگاهی آن افزوده شود.

چیت‌چیان با بیان اینکه بیش از نیمی از ظرفیت نیروگاهی کشور توسط بخش خصوصی احداث و راه‌اندازی شده است، گفت: شرکت مپنا که سازنده توربین‌های گازی و بخار است، عمده این کارها را انجام داده و چنانچه شرکت‌های سوئدی بخواهند در این زمینه همکاری داشته باشند، باید خود را برای انتقال تکنولوژی آماده کنند. وی با اشاره به اینکه در حال حاضر برگزاری مناقصه ۳۱۲ پست فوق توزیع و ۸۴ پست انتقال در ایران در دست انجام است، ادامه داد: شرکت ABB سوئد نیز در کنار سایر شرکت‌ها در این مناقصه حضور یافته است که امیدواریم هم از جهت قیمت و هم از جهت تسهیل در انتقال تکنولوژی ساخت، در این مناقصه حضور داشته باشد.

پتروشیمی

تولید بیش از ۴۶ میلیون تن محصول در مجتمع‌های پتروشیمی ایران

براساس اعلام شرکت ملی صنایع پتروشیمی، تولید واحدهای پتروشیمی کشور پارسال به ۴۶٫۳۳ میلیون تن رسید. به گزارش خبرنگار شانا، مدیریت برنامه‌ریزی و توسعه شرکت ملی صنایع پروشیمی عملکرد سال گذشته این صنعت تا اسفند ماه را اعلام کرد. براساس این گزارش، در سال گذشته ۱۸ میلیون و ۶۵۷هزار تن از این محصولات به ارزش ۹میلیارد و ۴۰۴میلیون دلار صادر شده است. این گزارش حاکی است: مجتمع‌های قائدبصیر، کربن ایران، رجال، شیرا، تبریز، نوری، پلی نار، لاله، پلی پروپیلن، کرمانشاه، بیستون، مارون، بوعلی سینا، شازند و اهتمام جم به ترتیب بالاترین عملکرد تولید را در اسفندماه پارسال به خود اختصاص دادند.

براساس این گزارش، مجموع تولید ۱۹ مجتمع منطقه ماهشهر در سال گذشته بیش از ۱۸ میلیون تن، ۱۲ مجتمع منطقه عسلویه بیش از ۲۰ میلیون تن و تولید مجتمع‌های دیگر مناطق نیز بیش از ۸ میلیون تن بوده است. به گزارش شانا، مرضیه شاهدایی، مدیرعامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی پیش از این، افزایش ۴درصدی راندمان تولید، افزایش ۱۸درصدی میزان صادرات فرآورده‌های پتروشیمی و افزایش ظرفیت موجود از طریق راه‌اندازی طرح‌های جدید در سال ۹۴ را نسبت به سال ۹۳ از مهم‌ترین دستاوردهای این شرکت اعلام کرده بود.

تعریف رگولاتوری از دیدگاه معاون زنگنه

مدیرعامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی معتقد است اگرچه رگولاتوری در بخش پتروشیمی هنوز تعریف نشده است اما لازم است از آن برای جلوگیری از انحصار، نظارت بر تولید و برنامه‌ریزی کلان این صنعت استفاده کرد.

مرضیه شاهدایی در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به اینکه رگولاتوری از مفاهیمی است که هنوز از آن تعریف کلی و نهایی داده نشده است، تصریح کرد: با این حال در وزارت نفت جلساتی برای ایجاد هماهنگی و تعریف رگولاتوری آغاز شده است.

وی ادامه داد: براساس برداشت من و آنچه وزیر نفت در گفته‌های خود به آن اشاره کرده است، در واقع مفهوم رگولاتوری نظارت بر تولید است تا تولیدات پتروشیمی در جهت نیاز بازار داخل و خارج از کشور حرکت کند.

او یکی دیگر از اهداف رگولاتوری را جلوگیری از انحصار دانست و خاطرنشان کرد: رگولاتوری اجازه نمی‌دهد انحصار تولید مواد در دست گروه یا بخش خاصی بیفتد یا اینکه از لحاظ تامین خوراک انحصار به وجود آید. مدیرعامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی افزود: تفاوت پتروشیمی با دیگر بخش‌های نفت و گاز این است که در صنعت پتروشیمی تمامی مجتمع‌های فعال به یکدیگر وابسته‌اند ومحصول یک مجتمع خوراک دیگری است. شاهدایی تصریح کرد: با این شرایط نباید مجتمع‌ها فرد نگری کرده و خوراکی را که تولید می‌کنند صرف صادرات کنند و صنایع پایین‌تر از خوراک بی‌بهره بمانند.

صادرات

تشکیل هلدینگ‌های صادرات ضروری است

وزیر صنعت، معدن و تجارت با تاکید بر «انجام سرمایه‌گذاری‌ها با هدف صادرات» گفت: شکل‌گیری شرکت‌های تخصصی صادراتی بزرگ «هلدینگ‌ها» ضروری است.

به گزارش شاتا، محمدرضا نعمت‌زاده در نشستی با صاحبان صنایع بزرگ به منظور همفکری و بهره‌گیری از توان تشکیلات در توسعه صادرات غیرنفتی اظهار داشت: شرکت‌های کوچک و متوسط کشور به علت ظرفیت‌شان نتوانسته‌اند صادرکننده شوند. وی گفت: استفاده از هلدینگ‌ها و شرکت‌های تخصصی صادراتی بزرگ که توان بالایی برای صادرات دارند، می‌تواند در شکل‌گیری ارتباط مفید با تولیدکنندگان در داخل و مشتریان در خارج موثر باشد. وی با بیان اینکه افت قیمت نفت باعث ایجاد جهت‌گیری مثبت در صادرات غیرنفتی است، تصریح کرد: سال‌ها با رویه واردات محصول به نقش مهم توسعه صادرات غیرنفتی بی‌توجهی شده بود، در صورتی‌که رونق کسب‌وکار و ارتقای توان اقتصادی با توسعه صادراتی امکان‌پذیر است. نعمت‌زاده مشکل عمده توسعه صادرات را در عدم آشنایی به استانداردهای مختلف جهت انعقاد قراردادهای بازرگانی خارجی ذکر کرد.

وی گفت: یک شرکت صادراتی قوی می‌تواند به سادگی در زیرمجموعه خود به علت ارتباط با صنایع داخلی و تخصصی به امر صادرات اقدام کند.

اشتغال

تغییر نگرش در فضای کسب‌وکار

معاون وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی معتقد است در قالب شبکه‌های تعاونی رابطه تولید و اشتغال پایدار و ماندگار بهتر شکل می‌گیرد و برای رونق سرمایه‌گذاری در کشور تغییر نگرش در فضای کسب‌وکار ضروری است.

سیدحمید کلانتری در گفت وگو با ایسنا، اظهار کرد: اصلاح و بازنگری در قوانین و مقررات با هدف بهبود فضای کسب وکار و اجرایی کردن آن یکی از راهکارهای موثر برای رونق و تقویت سرمایه‌گذاری است و باید فضای کسب‌وکار را به بهترین شکل ممکن برای جلب و جذب سرمایه‌ها فراهم کنیم.

وی حذف موانع قانونی، تغییر نگرش‌ها و داشتن روحیه کار مشارکتی را در ایجاد بستر سرمایه‌گذاری و همچنین اجرایی کردن سیاست‌های اقتصاد مقاومتی موثر خواند. معاون وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی در ادامه ارزان‌ترین شغل را مربوط به بخش تعاون دانست و گفت: تعاون ظرفیت‌های زیادی در زمینه ایجاد شغل در حوزه‌های مختلف دارد و به دلیل ویژگی مشارکت مردمی و تجمیع سرمایه‌های خرد این مزیت بیشتر نمایان است. کلانتری بر لزوم مطالعه تجربیات کشورهای دارای نظام اقتصاد تعاونی برای ارتقای جایگاه بخش تعاون در کشور تاکید کرد و گفت: برخی کشورهای دنیا دارای نظام اقتصاد تعاونی هستند که باید دید در این کشورها چه اقداماتی صورت گرفته که تعاون به جایگاه مناسب خود رسیده است.

تجارت

حمایت همه‌جانبه ایران از گسترش تجارت با پاکستان

سفیر جمهوری اسلامی ایران در پاکستان در نشستی با تجار این کشور، اطمینان داد که ایران از هیچ تلاشی در جهت حمایت از گسترش روابط تجاری و اقتصادی با پاکستان دریغ نخواهد کرد.

مهدی هنردوست که برای انجام رایزنی‌های اقتصادی-سیاسی با عالی‌ترین مقامات دولت ایالتی پنجاب پاکستان و فعالان تجاری و اقتصادی این ایالت که اصلی‌ترین قطب صنعت و اقتصاد پاکستان محسوب می‌شود، به شهر لاهور مرکز این ایالت سفر کرده است، در نشستی با اعضای اتاق بازرگانی لاهور، حمایت همه‌جانبه ایران را از افزایش تجارت بین دو کشور همسایه مورد تاکید قرار داد.

وی در این نشست گفت: سفارت جمهوری اسلامی ایران در پاکستان تلاش حداکثری خود را برای تسهیل همکاری بخش‌های خصوصی دو کشور انجام خواهد داد و از تمام ظرفیت خود برای تسهیل ارتباط بین تجار و زمینه‌سازی برای ارتباطات بازرگانی استفاده خواهد کرد و در زمینه صدور روادید برای تجار پاکستانی نیز نهایت همکاری را خواهد داشت. ناصر سعید، سرپرست اتاق بازرگانی لاهور نیز در این دیدار، علاقه فراوان تجار پاکستانی به افزایش همکاری و تعامل با بخش خصوصی ایران را مورد تاکید قرار داد و گفت: پس از رفع تحریم‌ها، یک هیات تجاری متشکل از ۲۰ شرکت پاکستانی به ایران سفر کردند که مورد استقبال خوب طرف‌های خود در تهران، مشهد، شیراز و اصفهان قرار گرفتند و توافق‌های خوبی در جریان این سفرها به دست آمده است.

گفت و گوی اختصاصی «فرصت امروز» با مهدی جهانگیری

سهم بخش خصوصی از ۴۰ میلیارد دلار سرمایه خارجی چقدر است؟

مینو گله
minoo.galeh@gmail.com

ستاد پساتحریم که با پایان یافتن تحریم‌ها برای دسترسی به یک برنامه منسجم و هدفمند در اتاق تهران شکل گرفت، جذب ۴۰میلیارد دلار سرمایه خارجی را برای رشد ۵درصدی لازم می‌داند اما جزییات بیشتری در این ارزیابی ارائه نکرده است. بیان این دیدگاه سوالات بیشتری را مطرح می‌کند؛ اینکه سهم بخش خصوصی در این رشد و پیش‌بینی این بخش از توانایی‌اش در جذب سرمایه‌گذاری چقدر است. مهدی جهانگیری، نایب‌رئیس اتاق تهران و رئیس این ستاد در گفت‌وگو با «فرصت‌امروز» اگرچه آمار و ارقامی نمی‌دهد، اما از موضع‌گیری‌های این بخش در فرصت به دست آمده پسابرجام گفته است.

شما براساس بررسی‌های انجام شده در ستاد پساتحریم، سرمایه‌گذاری مورد نیاز را برای رشد ۵درصدی در سال ۹۵ ۴۰میلیارد دلار اعلام کردید، در حالی که دولت نظر متفاوتی دارد و به رشد ۸درصدی فکر می‌کند، کدام یک امکان تحقق بیشتری دارد؟

همان‌طور که مقام معظم رهبری در ابتدای سال ۹۵ و در نام‌گذاری این سال با محور قراردادن اقتصاد مقاومتی همه را به تدبر و تعمق در این مبنای استدلالی فراخواندند و از نمایش، شعار و آمار، به عمل و اقدامات قابل لمس در حوزه اقتصاد برای کشور توجه دادند، اتاق بازرگانی نیز سعی بر آن دارد تا رویکرد خود را به‌صورت جدی به اقدامات و عملیات مناسب برای بخش خصوصی در اقتصاد کشور تنظیم کند، لذا بررسی و ارزیابی برنامه ششم توسعه یکی از منابع مورد مطالعه برای ما بود. بخش خصوصی رویکرد حاکمیت در اقتصاد کشور است، تمرکزش را هم بر جذب سرمایه‌گذار خارجی گذاشته است و این یعنی استفاده بهینه از فرصتی که درپسابرجام برای اقتصاد کشور فراهم شده است. صندوق بین‌المللی پول با بررسی وضعیت اقتصادی ایران به‌عنوان یک اقتصاد نوظهور و فرصت پیش آمده در پسابرجام، میزان رشد متفاوتی را در برهه‌های مختلف از ۶ تا ۸درصد در گزارش‌های خود برای ایران پیش‌بینی کرده که ما در ستاد پساتحریم در اتاق تهران رشد ۵درصدی که در تازه‌ترین گزارش صندوق بدان اشاره شده منطقی و دور از دسترس نمی‌دانیم، گرچه می‌توان با جدیت، عزم و همکاری بسیار خوبی که دولت و بخش خصوصی در حال حاضر با یکدیگر دارند به رشد بالای ۵درصد نیز فکر کرد.

در مورد سهم بخش خصوصی در جذب سرمایه‌گذاری خارجی برای رسیدن به این رشد آیا بررسی‌هایی شده، هیچ وقت در این مورد رقمی اعلام نمی‌شود.

در رویکرد حاکمیت بناست سرمایه‌گذاری عمدتا در بخش خصوصی انجام گیرد. در صنایع بالا دستی دولت مدیریت می‌کند و بخش خصوصی هم ورودی به آن ندارد. بنابراین بخش خصوصی محور جذب سرمایه‌گذاری‌هاست. شاکله توسعه اقتصادی کشور در بخش‌های مختلف پیش‌بینی شده است. جز بخش‌هایی که به هر حال بسیار کلان است و دولت در آن حوزه‌های صاحب نفوذ است، در دیگر زمینه‌ها فقط بخش خصوصی است که مشارکت خواهد کرد. دولت به ما این اجازه را داده و ماهم آن را حق خودمان می‌دانیم و عقب‌نشینی نخواهیم کرد. از سویی دولت یازدهم نیز از ابتدای فعالیت خود به کاهش حجم و محدوده اقتصاد و تنظیم توسط نهاد دولتی اعتقاد و عزم خوبی دارد.

بخش خصوصی پای ثابت نشست با هیات‌های خارجی بود، حتی در برخی موارد این بخش خصوصی بود که جلوتر از همه راه را برای دولت هموار می‌کرد، اما به هر حال این بخش ظرفیت و توانمندی مشخصی دارد و شاید در برخی سرمایه‌گذاری‌های بزرگ کار را سخت ببیند، راهکار شما چیست؟

برای ما کاملا روشن است، که پیش قراول حرکت، بخش خصوصی خواهد بود حالا این بخش چقدر بتواند در این فضا خودش را مجهز کند به هر حال کارهایی هم باید انجام شود. اما رویکرد حاکمیت میدان‌دار بودن بخش خصوصی در اقتصاد پسابرجام است ما هم در ستاد اقتصادی پساتحریم این را آویزه گوشمان کردیم و در تمام برنامه‌ها براساس همین رویکرد حرکت خواهیم کرد. شاید یکی از بخش‌هایی که تا به امروز، حوزه سرمایه‌گذاری در آن آسیب دیده کلاف پیچیده بوروکراسی است که به نظر من گاهی مشکل ساز و چالش بر انگیز بوده است. ما درتلاشیم که با اتخاذ راه‌ها و سازوکارهای عملی و کاربردی فرصت‌ساز در حوزه اتاق بازرگانی گره از این کلاف پیچیده، باز کنیم و فکر می‌کنم این کار بخش خصوصی را توانمندتر خواهد کرد و تسهیل‌گر گسترش فضای باز فعالیت و رقابت سالم در سطوح میانه و خرد اقتصادی در کشور شود.

به هر حال بخش خصوصی در دهه‌های گذشته آسیب‌های زیادی دیده است. با این شرایط و فرصتی که دولت به شما داده، چقدر از این سرمایه‌گذاری و رشد اقتصادی را سهم خود می‌دانید؟

نکته این است که ما نمی‌توانیم به طور دقیق از توانایی و ظرفیت بخش خصوصی آماری ارائه کنیم، مانند حوزه پژوهش و پرورش استعداد و ظرفیت‌سازی اقتصاد در بنیان که نیازمند فعالیت‌های جدی‌تر و عظیم‌تری است تا بتوان به ارقام مستند حقیقی رسید. البته ما باید بگوییم که کشور ما چه ظرفیت‌هایی را برای سرمایه‌گذاران خارجی و داخلی دارد. واقعیت این است که ما به فرصتی که دولت به ما داده، این طور نگاه می‌کنیم. یعنی هر جا که برای مشارکت بخش خصوصی تعریف شده است قادر به ورود بوده و خودمان را برای استفاده از آن فرصت آماده می‌کنیم؛ الان درست است که بخش خصوصی در صنایع کوچک ومتوسط ظرفیت‌های قابل توجهی دارد اما این بخش فقط به این صنایع بسنده نخواهد کرد و برای همه فرصت‌ها پایش را جلو می‌گذارد. همین‌طور در حوزه مگاپروژه‌ها و برخی پروژه‌های بزرگ هم بخش خصوصی می‌تواند حضور داشته باشد. اینکه ما چه ظرفیت‌هایی مهیا داریم طبیعتا با بخش خصوصی داخلی یا خارجی سرمایه‌گذاری خواهیم کرد، مسلما در حوزه‌های دارای مزیت اقتصادی اگر بخش خصوصی خودمان توانایی حضور نداشته باشد شاهد حضور بخش سرمایه‌گذاری علمی و اقتصادی خارجی خواهیم بود.

چه حوزه‌ای برای بخش خصوصی در سال ۹۵ هم‌اکنون آماده سرمایه‌گذاری است؟

ما در گردشگری می‌توانیم یک اشتغال پایدار ارزان قیمت را به سرعت ایجاد کنیم. صنعت گردشگری به‌دلیل مزیت بالایی که دارد می‌تواند ما را زود به هدف‌مان نزدیک کند. موارد متعددی باید کنار هم قرار بگیرند تا این صنعت بتواند روی پای خودش بایستد. این حوزه بکر است و شرایط مناسبی برای سرمایه‌گذاری دارد. یکی از مهم‌ترین موارد در این حوزه، اصلاح موارد زیرساختی گردشگری همچون ساخت هتل مجهز است که به‌صورت جدی باید بر آن متمرکز شویم، یا توجه به زیرساخت‌های حمل‌ونقل در زمینه ترانسفر گردشگر یا کارت‌های اعتباری گردشگر خارجی مسائلی هستند که ما باید بدان توجه کنیم. همچنین صنایع معدنی ما که در سال قبل با کاهش صادرات مواجه بودند یک حوزه عظیم است که قابلیت سرمایه‌گذاری دارد یا جایابی اقتصاد صادراتی مبتنی بر گاز و فرآورده‌های وابسته آن نیز در شرایطی که با افت قیمت نفت و جریان‌سازی‌های سیاسی پیرامون آن مواجهیم، یک آلترناتیو جدی برای نفت جهت سرمایه‌گذاری و بهره‌برداری است.

گردشگری نقطه مشترک اغلب نشست‌های شما با خارجی‌ها بود، چه کشورهایی آماده سرمایه‌گذاری هستند؟

اروپایی‌ها استقبال بیشتری از این حوزه کردند، اما آنها ریسک بالایی را در این حوزه تصور می‌کنند و می‌خواهند بیشتر آن را بررسی کنند.

من فکر می‌کنم اگرچه با اندکی تعلل اما با سرمایه‌گذاری مطلوب کار را شروع کنند. زیرا مناسبات تعاملی ما با جهان و پس از توافق خواه یا ناخواه به تغییر نگرش عمومی خارجی‌ها منجر شده، البته در کنار این موارد ما نیازمند رویکردی هستیم که زمینه‌های فرهنگی حضور گردشگر به سامان‌تر و همچنین از منظر اقتصاد سیاسی سازوکارهای عینی ورود گردشگر متناسب با فرهنگ اسلامی ما به رسمیت شناخته شود.

گفت‌وگو

مدیرعامل شرکت لوله و تجهیزات سدید در گفت‌وگو با «فرصت امروز»:

مطالبات بانک‌ها از شرکت مهم‌ترین مشکل است

ساناز کلاهدوز
sanazkolahdooz@yahoo.com

از نظر فعالان بازار فولاد، سال ۹۴ سخت‌ترین سال طی عمر فعالیت این بازار بوده است. طی این سال‌ها افت و خیز قیمت‌ها وجود داشته اما متاسفانه امسال با رکودی جدی و طولانی مواجه بودیم. برهمین اساس «فرصت امروز» درباره مشکلات و اوضاع و احوال یکی از شرکت‌های لوله‌سازی با هادی ترشیزی، مدیرعامل شرکت لوله و تجهیزات سدید به گفت‌وگو پرداخت.

مشکلات فعلی کارخانه لوله و تجهیزات سدید به عنوان شرکتی که در بازار صنعت فولاد فعال است، چیست؟

متاسفانه در حال حاضر مشکل بزرگ شرکت، مطالبات بانک‌ها از شرکت است. شرکت در برهه‌ای از زمان تسهیلاتی دریافت می‌کرد تا بتواند نقدینگی پروژه‌های مورد نیاز خود را تامین کند اما از زمانی که به دلیل تعطیلی این پروژه‌ها، این گردش مالی قطع شد و شرکت باید این کمبودها را از منابع مالی خود تامین می‌کرد این موضوع خود به یکی از مشکلات جدی شرکت تبدیل شد.

میزان بدهی و مطالبات شرکت در حال حاضر چقدر است؟

متاسفانه در حال حاضر بدهی‌های ما به رقمی حدود ۴۰۰میلیارد تومان رسیده، از سوی دیگر تمامی مطالبات ما ثابت مانده و به‌صورت غیرمستقیم از دولت حدود ۱۰۰میلیارد تومان مطالبه داریم که امیدی به وصول آن در آینده‌ای نزدیک نداریم.

به فکر تهاتر این بدهی‌ها با دولت نیستید؟

در حال حاضر شرایط به‌گونه‌ای است که دولت هم به ما بدهکار است و هم مطالباتی از ما دارد. ما تلاش خود را می‌کنیم اما متاسفانه به نتیجه خاصی دست نمی‌یابیم. البته ما هم بابت مطالبات برخی بانک‌ها تهاتر لوله داشتیم اما به‌صورت وسیع و گسترده نبوده است.

با توجه به صحبت‌هایی که شد، درباره تولیدات و حوزه فعالیت کارخانه توضیح دهید.

شرکت لوله و تجهیزات سدید در ابتدا تولیدکننده لوله‌های با جوش القایی سایز نیم تا چهارده اینچ و انواع پروفیل بوده است. اما در سال ۷۲ نخستین تولیدکننده لوله‌های قطور اسپیرال از قطر نیم تا ۳ متری بوده است. ظرفیت تولید شرکت حدود ۳۰۰هزار تن لوله فولادی اسپیرال است.

این کارخانه علاوه بر خط تولید لوله، کارخانجات پوشش پلی اتیلن سه لایه برای محافظت خارج لوله با ظرفیت ۳ میلیون متر مربع و پوشش بدون حلال دوجزیی اپوکسی برای داخل با ظرفیت ۲ میلیون متر مربع در سال را نیز در دایره فعالیت‌ها و تولیدات خود دارد.

تا سال ۸۸ که پروژه‌های عمرانی فعال بودند، شرکت سدید نیز روند رو به رو رشدی داشت تا جایی که ساخت پروژه‌های عمرانی بسیار کند شد و راندمان شرکت هم کاهش یافت اما خوشبختانه از سال قبل با توجه به حل تقریبی مشکلات اجرای پروژه‌های عمرانی شرکت بهبود نسبی یافته و امیدوار هستیم در سال ۹۵ راندمان کاری شرکت دو برابرسال ۹۴ باشد.

شرکت لوله و تجهیز سدید در زمینه صادرات اقدام جدی داشته است؟

سال گذشته حدود ۸ هزار تن برای نخستین بار به ترکمنستان صادر داشتیم اما به دلیل اینکه تولیدات ما نیازمند مونوگرام آمریکا است و با توجه به اینکه روابط سیاسی ایران و آمریکا با مشکلاتی همراه است، به دلیل اینکه اخذ این مجوز از جمله شرایط حداقلی صادرات است، تنها به برخی کشورهای تازه استقلال‌یافته و همچنین به میزان محدودی به عمان و عراق صادرات داریم.

یعنی در حال حاضر به هیچ وجه امکان صادرات به کشورهای اروپایی برای شما وجود ندارد؟

خیر به جز موانع سیاسی بازار مصرف عمده محصولات شرکت داخلی و بعضی از کشورهای همسایه است. هزینه بالای حمل نیز مهم است.

علاوه بر این موارد سطح کیفی و تکنولوژی تولیدات ما در مقایسه با تولید لوله در دنیا در چه وضعی است؟

خوشبختانه تولیدات لوله در کشور از نظر کیفیت و تکنولوژی هیچگونه کمبود و عقب ماندگی از تولید روز دنیا ندارد و مهم‌ترین مشکل ما در زمینه صادرات مشکلات سیاسی موجود میان ایران و سایر کشورها است که بر روند کار و تجارت ما به‌صورت مستقیم و غیرمستقیم تاثیرگذار بوده است.

از نظر شما افزایش تعرفه‌های فولادی و ورق‌های فولادی به نفع تولیدکننده داخلی بوده است؟

خیر. زیرا از نظر من کار کارشناسی نبوده و عملا باعث افزایش قیمت تولیدات داخلی خواهد بود.

صنعت

دستاوردهای برجام آشکار می‌شود

قرارداد ۱۷ میلیارد دلاری کره‌جنوبی با ایران

پیامدهای مصالحه ایران و گروه کشورهای ۱+۵ که در چهار ماه اخیر موجی از تحرک و فعالیت در میان سرمایه‌گذاران خارجی برای ورود به ایران ایجاد کرده است، هر روز ابعاد امیدوارکننده‌ای به خود می‌گیرد. پس از ورود نخست‌وزیر ایتالیا به ایران و حضور نیرومند رئیس سیاست خارجی اتحادیه اروپا به همراه هفت کمیسیونر اتحادیه یاد شده به ایران، اکنون خبر می‌رسد که خانم «یارک گئون هی» به ایران می‌آید. آن‌طور که خبرگزاری‌های جهانی خبر می‌دهند قراردادهای اولیه‌ای به میزان ۱۷میلیارد دلار در حوزه حمل و نقل ریلی، سدسازی، پتروشیمی و ساخت بیمارستان میان ایران و کره امضا خواهد شد. در سفر رئیس‌جمهور کره‌جنوبی به ایران ۲۰۰فعال اقتصادی این کشور در حوزه‌های مالی، انرژی و ساخت و ساز به ایران می‌آیند.

شرکت دائلیم ایندااستریال اعلام کرد، قصد دارد یک قرارداد ۴.۹ میلیارد دلاری در زمینه پروژه‌های ریلی و یک موافقت‌نامه مقدماتی در زمینه سد و مجتمع تصفیه آب به ارزش ۲میلیارد دلار در ماه آینده منعقد کند. این شرکت همچنین به دنبال مشارکت در یک پروژه پتروشیمی بوده و امیدوار است بتواند در این سفر یادداشت تفاهمی را با دولت ایران به امضا برساند. شرکت هیوندای انجینیرینگ گفته قرار است یک موافقت‌نامه ۳.۶میلیارد دلاری با شرکت پالایشگاهی کنگان به امضا برساند که موضوع آن احداث یک مجتمع پالایشگاهی در پارس جنوبی است. این شرکت همچنین قصد دارد یک موافقت‌نامه مقدماتی برای مشارکت در ساخت یک نیروگاه برق خصوصی به ارزش ۵۰۰میلیارد دلار به امضا برساند. یک شرکت دیگر کره‌ای کانستراکشن و همچنین شرکت پوسکو دوو قراردادی را با وزارت بهداشت ایران برای ساخت یک بیمارستان برای دانشگاه علوم پزشکی شیراز امضا خواهند کرد.

براساس این قرارداد، شرکت هیوندای یک مجتمع احداث خواهد کرد و شرکت پوسکو دوو تجهیزات پزشکی این مجتمع را تامین خواهد کرد.

صنایع غذایی

تلاش برای افزایش صادرات موادغذایی ایران به روسیه

کنفرانس سه روزه توسعه روابط تجاری ایران - روسیه برای افزایش میزان صادرات موادغذایی ایرانی فرصت جدیدی محسوب می‌شود.

کاوه زرگران، دبیرکل کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران که در این کنفرانس شرکت کرده به ایسنا گفت: حضور نمایندگان ایندااستریال بانک از روسیه که یکی از قدرتمندترین بانک‌های این کشور است و دو بانک ایرانی خاورمیانه و توسعه تعاون در این کنفرانس بیانگر جدیت دو طرف در رفع موانع بانکی و پولی در راستای توسعه مناسبات اقتصادی است. او که رئیس کمیسیون کشاورزی اتاق تهران نیز هست با نگاه به لازمه‌های توسعه مناسبات اقتصادی بین کشورها یادآور شد که یکی از مهم‌ترین عوامل رشد روابط بین‌المللی یک کشور نبود موانع پولی و بانکی است تا تجار و فعالان اقتصادی بتوانند نقل و انتقالات ارزی خود را به سهولت انجام دهند.

زرگران همچنین ضمن بیان توانمندی‌ها و زمینه‌های کاری مشترک، اطلاعات آماری از میزان تولید و نیازهای کشور در زمینه غلات، جزییات مربوط به میزان سطح زیر کشت، نوسانات تولید و واردات محصولات کشاورزی و غذایی به ایران در طول یک دهه گذشته، سیاست‌های فعلی کشور در خصوص تولید و واردات گندم، ذرت و جو، وضعیت کارخانه‌های روغن‌کشی که دانه‌های روغنی مصرف می‌کنند از جمله دانه آفتابگردان و سویا و برنامه‌های تعیین شده در راستای تقویت این بخش را ارائه کرد.

تولید

واگذاری بیش از یک‌میلیون کارت طرح خرید کالا

مدیر کل دفتر صنایع فلزی و لوازم خانگی وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت: بیش از یک‌میلیون کارت خرید کالا به افراد تحت پوشش سازمان بازنشستگی کشور، تامین اجتماعی و کارکنان آموزش و پرورش در طرح کارت خرید کالا تعلق می‌گیرد.

به گزارش شاتا، عباس هاشمی گفت: سقف هر کارت ۶میلیون تومان و مدت بازپرداخت آن ۲۴ ماهه خواهد بود. وی افزود: اعتبار پیش‌بینی شده برای اجرای طرح فروش اقساطی کالا حدود ۴هزار و ۲۰۰میلیارد تومان است و این طرح در فاز اول شامل اقشار کم درآمد جامعه بوده و احتمال دارد در مراحل بعدی سایر افراد نیز مشمول این طرح شوند. هاشمی تصریح کرد: سود تسهیلات خرید کالا برای مشتریان ۱۲درصد و میزان سقف خرید برای متقاضیان ۶میلیون تومان خواهد بود. وی حداکثر حقوق دریافتی مشمولان طرح کارت اعتباری کالا را ۱.۵میلیون تومان اعلام و تاکید کرد: در این طرح، فقط کالاهای داخلی عرضه خواهند شد.

وی گفت: این طرح در راستای حمایت از تولید داخل با تحریک کنترل شده تقاضا، و با همراهی و همکاری بخش خصوصی، سازمان مدیریت، دستگاه‌های اجرایی و بانک مرکزی و سه بانک عامل انجام خواهد شد.

خبرنامه

در سال ۹۴

بانک صادرات ایران بیش از ۲۰۰هزار نفر را روانه خانه بخت کرد

بانک صادرات ایران در راستای انجام تکالیف و تعهدات اجتماعی خود در سال گذشته با پرداخت وام قرض الحسنه ازدواج به جوانان، زمینه ازدواج بیش از ۲۰۰هزار نفر از هموطنان را فراهم ساخت.

به گزارش روابط عمومی بانک صادرات ایران، مبلغ پرداختی از سوی این بانک به زوج‌های جوان در سال ۹۴ مبلغ ۸ هزار و ۸۸۷میلیارد ریال بوده است که در مجموع بیش از ۲۰۰هزار نفر از تسهیلات ازدواج و تهیه جهیزیه این بانک بهره‌مند شده‌اند.

این گزارش می‌افزاید، براساس اعلام بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران در سال ۹۳ بالغ بر یک میلیون و ۲۸۵هزار نفر از زوج‌های جوان موفق به دریافت تسهیلات قرض‌الحسنه شده‌اند که از این میزان افزون بر ۲۲درصد از طریق شعب بانک صادرات ایران تسهیلات خود را دریافت کرده‌اند. همچنین در سال ۹۴ این بانک ۳هزار و ۴۷۰میلیارد ریال تسهیلات قرض‌الحسنه را در سرفصل‌های مختلف از قبیل: اشتغال‌زایی مددجویان کمیته امداد امام خمینی (ره)، مشاغل خانگی و... پرداخت کرده است. اشتغال‌زایی، مشاغل خانگی، زندانیان نیازمند و ساخت مسکن روستایی در زمره بخش‌هایی محسوب می‌شوند که از سوی بانک صادرات به‌صورت قرض‌الحسنه مشمول دریافت تسهیلات اعطایی شده‌اند. منبع تامین این نوع تسهیلات دارندگان حساب‌های قرض الحسنه هستند که با همت بلند خود در این امر خداپسندانه مشارکت دارند.

شعبه فرشته بانک سرمایه در روز پدر افتتاح شد

جدیدترین شعبه بانک سرمایه در خیابان ولی‌عصر، خیابان شهید علیرضا فیاضی، نبش خیابان بوسنی و هرز گوین، با حضور مدیر عامل، اعضای هیات‌مدیره و مسئولان شعبه فرشته افتتاح شد.

به گزارش روابط عمومی بانک سرمایه، در این مراسم علیرضا حیدرآبادی‌پور، مدیر عامل بانک سرمایه با اشاره به نامگذاری سال پیش‌رو توسط مقام معظم رهبری به نام «سال اقتصادی مقاومتی، اقدام و عمل» گفت: امیدواریم در این سال بانک سرمایه به‌عنوان یکی از بنگاه‌های اقتصادی کشور، بتواند در مسیر خودکفایی در همه حوزه‌های اقتصادی نقشی موثر و کارآمد داشته باشد. به همین جهت شعبه فرشته بانک سرمایه به‌عنوان نمونه‌ای جهت تعامل سازنده با فعالان اقتصادی بخش خصوصی و با اختیارات کامل افتتاح می‌شود تا با ارائه خدمات ارزی و ریالی به مشتریان، ظرفیت‌ها و امکانات بانک را برای خدمت به سرمایه‌گذاران و مشتریان بیش از پیش به کار گیریم.»

قطار خصوصی‌سازی در ایستگاه سهام عدالت متوقف شده است

تاخیر ۸ساله در ورود شرکت‌های استانی به بورس

مهلا فرازمند

حدود ۱۰ سال است از نخستین واگذاری سهام عدالت می‌گذرد؛ اتفاقی که قرار بود چرخ‌های خصوصی‌سازی را وارد ریل‌های جدیدی کند. این قانون که در جهت تامین عدالت اجتماعی شکل گرفت تا افراد را به طور غیرمستقیم از منافع خصوصی‌سازی بهره‌مند کند تاکنون چیزی جز یک برگه نصیب سهامداران خود نکرده است. در این خصوص اخیرا وزیر اقتصاد نیز ضمن انتقاد از سهام عدالت اعلام کرد که طرح ساماندهی سهام عدالت را در دستور کار قرار داده است تا تکلیف دارندگان این اوراق مشخص شود.

مدیریت سهام عدالت

علی نقی رفیعی، کارشناس اقتصادی با اشاره به ماده ۳۴ تا ۳۸ اصل ۴۴ قانون اساسی در گفت‌وگو با «فرصت امروز» گفت: در پروسه خصوصی‌سازی، دولت در اجرای سیاست گسترش مالکیت عمومی به منظور تامین عدالت اجتماعی مجاز به واگذاری سهام بنگاه‌های قابل واگذاری به دهک‌های پایین درآمدی (شش دهک پایین) در قالب سهام عدالت شد تا کل افراد جامعه در پروسه خصوصی‌سازی منتفع شوند و بخشی از افرادی که جزو دهک‌های پایین درآمدی هستند و توان خرید یا سهامدار شدن را به طور مستقیم ندارند به طور غیرمستقیم سهامدار شوند تا از منافع آن شرکت و منافع خصوصی‌سازی بهره‌مند شوند. با این دید فلسفه وجودی سهام عدالت خوب و مثبت است. اما در کنار این مزایا، عملا پس از واگذاری و گذشت چندین سال و سهامدار کردن شش دهک پایین از طریق سهام عدالت، عملا در اجرا می‌توان شاهد نقاط ضعفی در این پروسه بود. به‌عنوان مثال یکی از ابعاد سهام عدالت این است که دولت مجاز است ۴۰درصد مجموع ارزش سهام بنگاه‌های قابل واگذاری در هر بازار موضوع گروه دو ماده (۲) این قانون را به اتباع ایرانی مقیم داخل کشور واگذار کند. این حجم از سهام در هر شرکتی توان انتخاب حداقل یک کرسی عضو هیات‌مدیره را دارد و سهم مدیریتی محسوب می‌شود، با توجه به اینکه این سهام‌ها در قالب شرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی تخصیص یافته‌اند، عملا نحوه انتخاب این مدیران و مدیریت این شرکت‌های استانی چگونه تعیین و اجرا می‌شود، مشخص نیست. به‌عنوان مثال طبق آمار ارائه شده در سایت سازمان خصوصی‌سازی، ۹۰درصد شرکت پالایش نفت تهران یا ۴۰درصد بانک‌های تجارت و بانک صادرات جزو سهام عدالت هستند. حال نحوه انتخاب دو کرسی یا بیشتر از دوکرسی هیات‌مدیره در این شرکت‌ها و منافع آن، چگونه و توسط چه کسانی تعیین می‌شود جای بسی تامل دارد و باید شفاف باشد که هنوز به‌عنوان سهام در اختیار دولت است یا سهامداران عدالت؟ سهامدارانی که هیچ دخل و تصرفی در انتخاب اعضای هیات‌مدیره و مدیریت شرکت‌ها ندارند!

وی افزود: از سوی دیگر براساس ماده ۳۸ (بند آخر آیین‌نامه اجرایی سهام عدالت) نباید مدیریت دولتی در سهام عدالت تشکیل شود اما با این وجود تاکنون مدیریت سهام عدالت دولتی بوده است. باید دید آیا آن درصد سهامداری که سهام عدالت به آنها تعلق می‌گیرد، آیا حق رأی نیز دارند؟ همچنین پاداش و هزینه‌ها و محل تامین هزینه‌ها نیز مشخص نیست و سهامداران سهام عدالت حق رأی و هیچ دخل و تصرفی در شرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی ندارند. اما به طور کلی قانون روح خصوصی‌سازی دارد و آیین نامه‌های آن به خوبی نوشته شده اما در عمل به خوبی اجرا نمی‌شود. در سال ۱۳۸۹ موسسه کانون شرکت‌های سرمایه‌گذاری سهام عدالت طبق اساسنامه و اهدافی تاسیس شد. تمام شرکت‌های سرمایه‌گذاری سهام عدالت استان‌ها عضو این موسسه هستند و این موسسه اعضای هیات‌مدیره این شرکت‌های سرمایه‌گذاری را تعیین می‌کند. به عبارت دیگر، مقامات محلی و مدیران استانی به‌راحتی می‌توانند در این شرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی سهام عدالت دخل و تصرف داشته باشند، بنابراین می‌توان گفت در مدیریت سهام عدالت، مدیریت‌های تخصصی به افراد غیرمتخصص داده شده است. به نظر می‌رسد مدیران استانی که توسط کانون به‌عنوان هیات‌مدیره این شرکت‌های سرمایه‌گذاری تعیین می‌شوند و حق رأی دارند، نه‌تنها برای سهامداران شناخته شده نیستند بلکه مدیران تخصصی و با تجربه‌ای نیز نباشند و با توجه به ارزش ۷۰۰هزار میلیاردی روز سهام عدالت می‌تواند زمینه را برای شکل‌گیری رانت و به دست آوردن کرسی‌های شرکت‌هایی که سهام عدالت دارند از جمله بانک‌ها، پتروشیمی‌ها و پالایشگاه‌ها و... فراهم کند که این نیز یکی دیگر از ابعاد منفی سهام عدالت در اجرا است.

شفافیت ارمغان حضور شرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی در بورس

این کارشناس اقتصادی با بیان اینکه براساس این قانون قرار بود تا سال ۱۳۸۸ شرایطی فراهم شود تا از ترکیب شرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی، شرکت‌های سهامی تشکیل شود، افزود: قرار بود دولت جهت پذیرفته شدن این شرکت‌ها در بورس اوراق بهادار کمک‌های لازم را انجام دهد اما هیچ اتفاق خاصی در این خصوص رخ نداده است. باید دید چه مشکلات و عواملی وجود دارد که این شرکت‌ها وارد بورس نشده‌اند. در صورتی که شرکت‌های استانی که افراد سهام عدالت این شرکت‌ها را دارند وارد بورس شوند و مانند شرکت‌های سرمایه‌گذاری که در حال حاضر در بورس معامله می‌شوند، معامله شوند همه سهامداران جزء شرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی ازمنافع آن بهره‌مند می‌شوند و آن هنگام همه چیز شفاف خواهد شد و سهامداران می‌دانند که چه سهمی در پرتفوی خود دارند. بنابراین سهامداران و مدیران پرتفوی بهتر می‌توانند تصمیم بگیرند و پرتفوی خود را اداره کنند.

وی ادامه داد: در حال حاضر مدیران شرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی امکان پرتفوی گردانی ندارند ومشخص نیست که آیا این اختیار را دارند که پرتفوی شرکت را با توجه به شرایط موجود بهینه کنند یا خیر و اگر هم این اختیار را داشته باشند، این مدیران از طرف سهامداران انتخاب نشده‌اند. در مقررات چنین چیزی دیده نشده و اینها از ابهامات و مشکلات سهام عدالت است.

تسویه بدهی سهامداران به دولت از طریق سود سهام عدالت

رفیعی با اشاره به ماده ۳۴ قانون اجرای سیاست‌های کلی اصل ۴۴ قانون اساسی اظهار کرد: براساس ماده ۳۴ این قانون، سهام عدالت با ۵۰درصد تخفیف در قیمت سهام واگذاری با دوره تقسیط ۱۰ساله به دو دهک پایین درآمدی با اولویت روستانشینان و عشایر داده می‌شود و پول سهام چهار دهک بعدی یعنی دهک سوم، چهارم، پنجم و ششم را دولت دریافت می‌کند، به‌طوری که این مبلغ از محل سود سهام طی یک پروسه زمانی حداکثر ۱۰ساله به دولت پرداخت می‌شود. با توجه به عملکرد شرکت‌های واگذار شده از طریق بورس اوراق بهادار و گذشت بیش از شش سال از واگذاری سهام عدالت، تاکنون باید بدهی این سهامداران به دولت تسویه شده باشد و حتی سودی نقدی نیز به سهامداران تعلق خواهد گرفت که در این خصوص گزارش عملکردی از وضعیت مالی و پرتفوی شرکت‌های سرمایه‌گذاری استانی برای سهامداران جزء ارائه و منتشر شود.

وی افزود: سهام عدالت به نوعی سرمایه محسوب می‌شود و دارای ارزش است اما اینکه ارزش روز این دارایی چقدر است با توجه به نحوه اطلاع‌رسانی برای سهامداران مشخص نیست. اگر سهام عدالت ساماندهی و طبق قانون وارد بورس شود، به افرادی که در شش دهک پایین جامعه قرار می‌گیرند سرمایه‌ای افزوده می‌شود و شخص را منتفع خواهد کرد. این تاثیر در کوتاه‌مدت می‌تواند برای فرد موثر و مفید باشد اما در سطح کلان تاثیر چندانی ندارد. ممکن است ارزش یک شرکت سرمایه‌گذاری استانی با توجه به سهمی که در پرتفوی خود دارد ازارزش یک شرکت سرمایه‌گذاری استانی دیگر بیشتر باشد، اما در حال حاضر با توجه به نحوه اطلاع‌رسانی شاید برای تمام دارندگان سهام عدالت شفاف و مشخص نباشد.

گزارش ۲

اظهار نظری مهم از وزیر اقتصاد و بی‌توجهی رسانه‌ها

سپرده‌گذاران بانکی باید برای سودهای دریافتی مالیات بپردازند

وزیر اقتصاد و رئیس کل بانک مرکزی، دو عضو تاثیرگذار در شبکه بانکی همواره منتقد افراطی بودن سود بوده و حتی اخیرا وزیر اقتصاد اعلام کرد باید در این شرایط سپرده‌گذاران بابت سودهای دریافتی مالیات بدهند. اما به اعتقاد کارشناسان سود بالا جزیی از همان نظام بانکی بیماری است که مسئولان بارها وعده اصلاح آن را داده و به آن عمل نکرده‌اند؛ پس نباید مردم جریمه بیماری بانک‌ها را بپردازند.

به گزارش ایسنا، اظهارات روزهای اخیر وزیر اقتصاد در رابطه با اخذ مالیات از سودهای بانکی گرچه در شهرستان و در غیاب پوشش پرسروصدای رسانه‌ای عنوان شد، ولی جای تامل دارد.

طیب نیا، از وضع مالیات بر سود سپرده‌های مردم در بانک‌ها دفاع کرده و گفت الان که نرخ تورم در کشور به ۱۲ درصد رسیده است، برخی بانک‌ها نرخ سود سپرده ۲۲ درصد پرداخت می‌کنند، آن هم بدون ریسک، پس در این شرایط چرا نباید مالیات بدهند؟

وی با تاکید همیشگی بر حذف معافیت‌های زائد مالیاتی و این سوال که چرا سود سپرده بانکی باید از پرداخت مالیات معاف شود؟ عنوان کرده که زمانی خودش هم از حامیان معافیت مالیاتی سود سپرده‌های بانکی بوده اما اکنون شرایط تغییر کرده است. دلیل حمایت وزیر از معافیت سود بانکی از مالیات نیز به زمانی بر می‌گردد که نرخ سود سپرده‌های بانکی نسبت به تورم تا حد قابل توجهی پایین بود و سرکوب مالی وجود داشت، ولی وی اکنون معتقد است در حال حاضر که نرخ تورم پایین‌تر از سود ایستاده باید بابت این سودها مالیات پرداخت شود.

خواسته وزیر برای اخذ مالیات از سود سپرده‌های بانکی به دلیل مثبت شدن سود در حالی مطرح است که بررسی آمارها نشان می‌دهد از سال‌های دور حتی از دهه ۶۰، تناسب پایداری بین نرخ سود و تورم وجود نداشته و در اغلب مواقع سودها منفی بوده و به عبارتی دیگر نرخ تورم با فاصله قابل توجهی بالاتر از نرخ سود ایستاده است، به‌طوری که در مقاطعی نرخ سود تا ۲۰درصد کمتر از تورم بوده و به نوعی سپرده‌گذاران جریمه شده‌اند.

اما با تغییر روند تورم در حدود دوسال گذشته و معکوس شدن مسیر تورم دو رقمی و کاهش آن از حدود ۴۰ به کمتر از ۱۲ درصد، سه بار بانک مرکزی و شورای پول و اعتبار با وجود اینکه در مواقعی زمینه‌های آن فراهم نبود اما به هر حال نرخ سود را کاهش داده و اکنون سود سپرده ۱۸ درصد سالانه و تسهیلات ۲۲ در بانک‌ها در جریان است.

نرخنامه

دلار ۳,۴۶۶ تومان

صرافان بازار ارز و سکه نرخ هر دلار آمریکا را ۳,۴۶۶تومان و هر قطعه سکه تمام بهار آزادی طرح جدید را ۱,۰۱۹,۰۰۰ تومان تعیین کردند.

هر یورو در بازار آزاد ۳,۹۲۳ تومان و هر پوند نیز ۵,۰۲۰تومان قیمت خورد. همچنین هر نیم سکه ۵۴۴,۰۰۰ تومان و هر ربع سکه ۲۸۹,۰۰۰ تومان فروخته شد. هر سکه یک گرمی نیز ۱۹۳,۰۰۰ تومان خریدوفروش شد و هر گرم طلای ۱۸ عیار ۱۰۴,۰۹۰تومان قیمت خورد. هر اونس طلا هم در بازارهای جهانی ۱۲,۳۳۲دلار بود.

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت	
اونس طلا	۱۲,۳۳۲	▼
مثقال طلا	۴۵۱,۲۰۰	▼
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۰۴,۰۹۰	▼
سکه بهار آزادی	۱,۰۱۹,۵۰۰	▼
سکه طرح جدید	۱,۰۱۹,۰۰۰	▼
نیم سکه	۵۴۴,۰۰۰	▼
ربع سکه	۲۸۹,۰۰۰	▼
سکه گرمی	۱۹۳,۰۰۰	

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت	
دلار امریکا	۳,۴۶۶	▼
یورو اروپا	۳,۹۲۳	▼
پوند انگلیس	۵,۰۲۰	▲
درهم امارات	۹۵۰	▼
لیر ترکیه	۱,۲۴۳	▼
یوان چین	۵۵۰	
ین ژاپن	۳۳	
دلار کانادا	۲,۷۶۰	
فرانک سوئیس	۳,۵۹۳	▼
دینار کویت	۱۱,۴۰۰	
ریال عربستان	۹۲۵	
روپیه هند	۶۰	
رینگت مالزی	۹۰۵	

بانکنامه

بانک مرکزی به بانک‌ها بخشنامه کرد

سرمایه در گردش بنگاه‌های کوچک و متوسط تأمین می‌شود

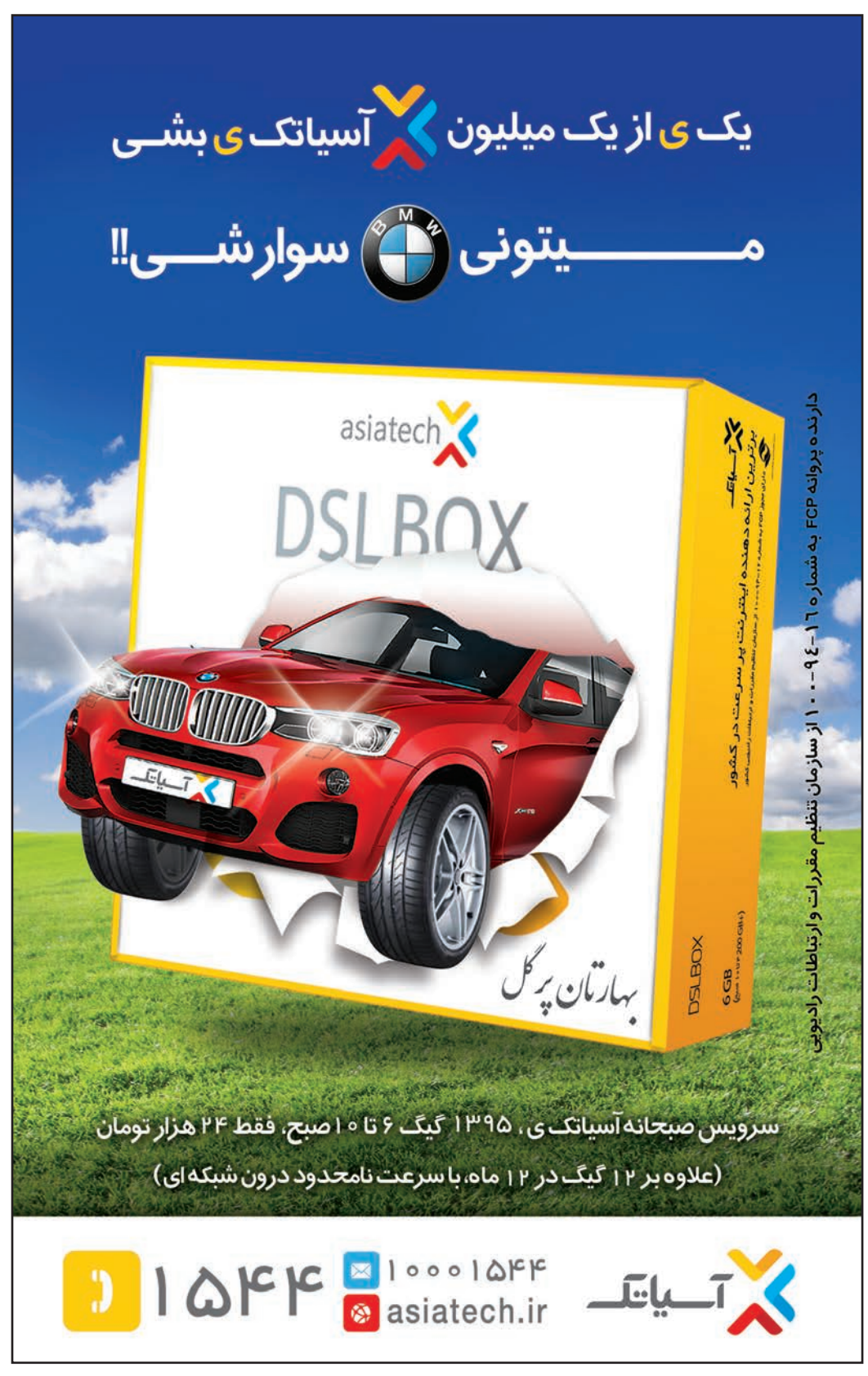
بانک مرکزی در بخشنامه‌ای از شبکه بانکی خواست سرمایه در گردش طرح‌های تولیدی با پیشرفت فیزیکی بالای ۶۰ درصد و بنگاه‌های تولیدی کوچک و متوسط را که از بازار محصول مناسبی برخوردار بوده‌اند لیکن به دلیل تنگناهای مالی تولید آنها متوقف شده یا با ظرفیت پایین در حال فعالیت هستند، تأمین کنند.

به گزارش روابط عمومی بانک مرکزی متن بخشنامه به شرح زیر است:

در راستای رسالت شبکه بانکی کشور جهت تأمین مالی نظام اقتصادی کشور و با اشاره به فرمایشات مقام معظم رهبری - مدظله العالی- در ابتدای سال مبنی بر ضرورت فعال‌سازی ظرفیت‌های تولیدی صنایع کوچک و متوسط و ارتقای توان رقابت‌پذیری آنها و همچنین باعنایت به نقش برجسته و بی‌بدیل واحدهای تولیدی کوچک و متوسط در ایجاد اشتغال و تحقق اهداف اقتصادمقاومتی، لازم است تا در شرایط حاضر، بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی نقش مؤثرتر و کاراتری را جهت حمایت از بنگاه‌های کوچک و متوسط ایفا کنند. شایان ذکر است با توجه به گزارش‌های اقتصادی، بخشی از بنگاه‌های تولیدی موجود و فعال با ظرفیت پایین و گاه پایین‌تر از نقطه سر به سر فعالیت می‌کنند و با کاهش درآمد اقدام به تعدیل نیرو کرده‌اند که به نوبه خود به افزایش بیکاری منجر شده است، بنابراین به منظور استفاده بهینه از منابع موجود در راستای تامین نقدینگی موردنیاز بنگاه‌های تولیدی و حفظ اشتغال فعلی و ایجاد اشتغال جدید ضرورت دارد بنگاه‌های تولیدی کوچک و متوسط که از بازار محصول مناسبی برخوردار بوده لیکن به دلیل تنگناهای مالی و نداشتن سرمایه در گردش، تولید آنها متوقف شده و یا با ظرفیت پایین فعالیت می‌کنند و همچنین طرح‌های تولیدی با پیشرفت فیزیکی بالای ۶۰ درصد از پشتیبانی مالی بیشتری برخوردار شوند.

بر این اساس ارجح است تمامی بانک‌ها و مؤسسات اعتباری غیربانکی با روحیه جهادی و احساس مسئولیت و اهتمام عالی، همگام با سیاست‌های دولت محترم، نقش و رسالت خویش را به نحو شایسته به انجام رسانده و با بهره‌گیری بهینه و هدایت صحیح منابع مالی موجود، بسترهای خارج نمودن بنگاه‌های کوچک و متوسط از رکود و استفاده از ظرفیت‌های تولیدی را فراهم کنند. علی‌ایحال با عنایت به موارد مذکور به پیوست «دستورالعمل تامین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط» جهت تسهیل تامین مالی این‌گونه واحدها ایفاد می‌شود. بدیهی است بانک‌ها و مؤسسات اعتباری موظفند با درنظر گرفتن اصول کلی اعطای تسهیلات و اعتبارسنجی متقاضی و اخذ تأمین کافی، نسبت به اعطای تسهیلات موضوع دستورالعمل موردنظر اقدام کنند.

بر این اساس مقتضی است دستور فرمایید مراتب به قید تسریع به کلیه واحدهای ذی‌ربط ابلاغ و ضمن مشارکت جدی و تلاش برای رسیدن به اهداف پیش‌گفته، برحسن اجرای کامل آن نظارت به عمل آمده و نسبت به ارایه گزارش عملکرد ماهانه به این بانک اقدام کنند.



خبر

عرضه بیش از ۱۸هزار تن محصول در بورس کالا

۱۸هزار و ۷۵۸ تن انواع مواد شیمیایی، مواد پلیمری، قیر، لوب‌کات و وکیوم باتوم در تالار فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی عرضه شد. ۷هزار تن قیر شرکت‌های انرژی تجارت سام و اترا کران انرژی و ۱۰۰ تن گوگرد پودر شرکت پرتو گوگرد آسیا به‌صورت نقدی در تالار صادراتی عرضه شد.

تالار محصولات کشاورزی بورس کالای ایران در این روز شاهد عرضه یک‌هزار و ۵۰۰ تن گندم دوروم کرمانشاه، خوزستان، فارس، کرمان، لرستان و کهگیلویه و بویر احمد است.

بورس انرژی

رقابت خریداران گاز مایع

از نکات حائز اهمیت معاملات نخستین روز اردیبهشت ماه می‌توان به رقابت خریداران گاز مایع به مقاصد مختلف در رینگ بین‌الملل بازار فیزیکی اشاره کرد.

در جریان معاملات نخستین روز اردیبهشت ۹۵، کل معاملات صورت گرفته در عرضه‌های عادی و عرضه‌های مازاد بازار فیزیکی معادل ۵۵۱۰ تن، به ارزشی بالغ بر ۴۱میلیارد و ۲۸۸میلیون ریال بود. در بازار فیزیکی بورس انرژی ایران کالاهای قطران ذوب‌آهن اصفهان به‌صورت عمده، گاز بوتان صنعتی، گاز پروپان صنعتی، برش سنگین و گاز مایع صنعتی بندر امام در رینگ داخلی و کالاهای گازمایع پالایش نفت اصفهان به مقصد پاکستان، گاز مایع پالایش نفت شازند به مقاصد افغانستان و پاکستان و گاز مایع پالایش نفت آبادان در رینگ بین‌الملل مورد عرضه قرار گرفتند که از نکات حائز اهمیت معاملات این روز می‌توان به رقابت خریداران گاز مایع به مقاصد مختلف در رینگ بین‌الملل بازار فیزیکی اشاره کرد.

بورس بین‌الملل

بازارهای ژاپن تحت تاثیر افت سهام سونی و مایکروسافت

نوسان در بازارهای آسیایی در پی افت قیمت سهام شرکت سونی و مایکروسافت و انتشار گزارش‌های عملکرد ناامیدکننده این دو شرکت، موجب بروز نوسان در بازارهای ژاپن شد. بازارهای آسیایی در آخرین روز معاملاتی هفته با روند نوسانی همراه شدند. نوسان در بازارهای آسیایی در پی افت قیمت سهام شرکت سونی و مایکروسافت و انتشار گزارش‌های عملکرد ناامیدکننده این دو شرکت، موجب بروز نوسان در بازارهای ژاپن شد. در بازارهای آسیایی، شاخص آسیا پاسیفیک با افت ۰.۴ درصدی همراه شد. در حالی که شرکت آلفابت و مایکروسافت، در پی پیش‌بینی سود محقق نشده خود افت چشمگیر قیمت سهام را نظاره‌گر شد. در بازار ژاپن، شاخص تاپیکس در پی افزایش قیمت سهام بانکی‌ها رشد یک درصدی داشت، در حالی که بیشترین سهام موجود در شاخص تاپیکس سهام شرکت‌های خدمات مالی و بانکی است.

شرکت‌ها و مجامع

پیش‌بینی سود ۸۸ ریالی «فرآور» در سال ۹۵

شرکت فرآوری مواد معدنی پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۳۰ اسفند ماه ۹۵ را مبلغ ۸۸ریال سود اعلام کرد. شرکت فرآوری مواد معدنی پیش‌بینی درآمد هر سهم سال مالی منتهی به ۳۰اسفند ماه ۹۵ را با سرمایه ۲۱هزار و ۹۲۰میلیارد ریال، به‌صورت حسابرسی شده منتشر کرد.

«فرآور» در سال مالی ۹۵ درآمد حاصل از سرمایه‌گذاری و فروش سرمایه‌گذاری را مبلغ ۲هزار و ۶۱میلیارد و ۶۷۱میلیون ریال اعلام کرد که با کسر هزینه‌های عمومی، اداری و تشکیلاتی از آن و افزودن خالص درآمدهای عملیاتی به آن، سود عملیاتی دوره یک‌هزار و ۹۹۱میلیارد و ۵۳۶میلیون ریال برآورد شد. از سود عملیاتی دوره، هزینه‌های مالی کسر شد و با افزودن خالص درآمدهای متفرقه به آن، سود خالص دوره مبلغ یکهزار و ۹۲۲میلیارد و ۸۵۵میلیون ریال محاسبه شد و بر این اساس مبلغ ۸۸ ریال سود به ازای هر سهم در نظر گرفت.

فرابورس

عرضه اولیه ۵هزار میلیارد ریال اوراق اجاره دولت

نخستین صکوک اجاره دولتی به حجم ۵هزار میلیارد ریال در بازار ابزارهای نوین مالی عرضه شد.

۵هزار میلیارد ریال اوراق اجاره دولت با قیمت هر ورقه ۸۸۰ هزار ریال در کسری از ثانیه در فرابورس ایران کشف قیمت شد.

مهدی بنانی، مدیرکل بدهی‌ها و تعهدات عمومی وزارت امور اقتصادی و دارایی در مراسم عرضه اولیه این اوراق، یکی از مهم‌ترین معضلات دولت و این وزارتخانه را بحث بدهی‌های منجمدی دانست که سررسیدتسویه بسیاری از این مطالبات گذشته است.

وی افزود: یکی از ابزارهایی که برای رفع این معضل اندیشیده و به کار گرفته شده، جایگزینی این بدهی‌ها با اوراق نقدپذیر با استفاده از ظرفیت‌های بازار سرمایه است. به گفته بنانی، در حال حاضر توان مالی کافی را برای بازپرداخت کلیه تعهدات دولت نداریم و تاخیر در پرداخت مطالبات پیمانکاران موجب شده اجرای طرح‌ها و پروژه‌های عمرانی و زیرساختی با تاخیر همراه شود اما این اوراق نقدپذیر که در سررسیدهای معینی ارائه می‌شوند کمک می‌کند پیمانکاران سریع‌تر مطالبات خود را دریافت کنند و پروژه‌های عمرانی نیز مسکوت نماند. ضمن اینکه از این طریق قادر خواهیم بود بخشی از بدهی‌های خود را مدیریت و پرداخت کنیم.

شاخص کل در محدوده خنثی سیر می‌کند

تحرک حقوقی‌ها در سهم‌های شاخص‌ساز

نسیم نجفی
nasim64najafi@gmail.com

آرزو بیات | فرصت امروز

بازار سهام روز گذشته باوجود شرایط بی‌اثری که در شاخص کل تجربه کرد اما با تحرک خوب حقوقی‌ها در سهم‌های مهم و تاثیرگذار روبه‌رو بود.

در گروه خودرو پس از اصلاح و ریزش چند روز گذشته سهم‌های مهم گروه، سایپا با حمایت حقوقی به صف خرید رسید و توانست نوسان خوبی را نصیب سهامداران خود کند. البته سهم خودرو که سهمی تاثیرگذار در این گروه است با وجود نزدیک شدن به منطقه حمایتی مهم هنوز نتوانسته است از پتانسیل کافی برای بازگشت برخوردار شود. علاوه بر گروه خودرو در گروه معدنی هم شاهد تحرک خوب نقدینگی بودیم. این تحرک بیش از هر چیز تحت تاثیر قیمت‌های جهانی محصولات معدنی صورت گرفت. شاخص کل قیمت و بازده نقدی بورس تهران در پایان معاملات دیروز با افزایش ۱۲ واحدی به رقم ۷۸هزار و ۲۸۱ واحد رسید.

شاخص کل هم‌وزن نیز با رشد ۳۷ واحدی عدد ۱۳هزار و ۴۵۹ واحد را تجربه کرد. شاخص سهام آزاد شناور اما با ۶۰ واحد افزایش به رقم ۸۷هزار و ۲۸۸ واحد رسید.

شاخص بازار اول نیز در حالی با کاهش ۱۴ واحدی عدد ۵۴هزار و ۸۲۵ واحد را تجربه کرد که شاخص بازار دوم با ۱۶۹ واحد افزایش به رقم ۱۷۰هزار و ۹۲۸ واحد دست یافت. دیروز همچنین شاخص کل فرابورس (آیفکس) با رشد یک واحدی به عدد ۷۹۴ واحد دست یافت.

نمادهای تاثیرگذار

معاملات سهام در نماد معاملاتی سه شرکت صنعتی و معدنی چادرملو با ۷۵ واحد، گروه سایپا با ۵۹ واحد و سرمایه‌گذاری توسعه معادن و فلزات با ۱۹ واحد افزایش، بالاترین تاثیر مثبت را بر محاسبه شاخص کل بورس به نام خود ثبت کردند. در مقابل معاملات سهام در نماد معاملاتی سه شرکت گروه مدیریت سرمایه‌گذاری امید با ۵۳ واحد، سرمایه‌گذاری گروه توسعه ملی با ۳۷ واحد و بانک ملت با ۲۲واحد کاهش، بالاترین تاثیر منفی را در برآورد این نماگر به دوش کشیدند. ارزش کل معاملات هم به بیش از ۲۴۸میلیارد تومان بالغ شد که ناشی از دست به دست شدن یک‌میلیارد و ۳۷میلیون سهم و اوراق مالی قابل معامله طی ۷۷هزار و ۷۹۸ نوبت دادوستد بود.

نمادهایی که بسته شدند

این تحولات در بازار در حالی است که قرار گرفتن در فصل مجامع تعداد سهم‌هایی را که بسته می‌شوند افزایش داده است. بر این اساس طی معاملات دیروز، نماد معاملاتی شرکت‌های معدنی و صنعتی چادرملو، حق تقدم خرید سهام بیمه ملت، حق تقدم خرید سهام ایران یاسا تایر و رابر، بیمه دانا، فنرسازی خاور، سرمایه‌گذاری گروه صنایع بهشهر ایران، سیمان هگمتان، سیمان کردستان، سیمان فارس و خوزستان، حمل‌ونقل بین‌المللی خلیج فارس، اوراق گواهی سپرده عام بانک گردشگری، از سوی ناظر بازار سهام بازگشایی و در مقابل نماد معاملاتی شرکت‌های هنکل پاک‌وش، کارخانه فارسیت درود، حق تقدم خرید سهام صنایع لاستیکی سهند متوقف شدند. از سوی دیگر در نماد معاملاتی حق تقدم بانک آینده اندکی کمتر از ۱۶۰میلیون برگه حق تقدم به ارزش بیش از ۱.۵ میلیارد تومان توسط سهامدار عمده حقوقی به کدهای درون گروهی جابه‌جا شد. در نماد معاملاتی ایران‌خودرو نیز دیروز ۱۲میلیون سهم به ارزش کمتر از ۴هزار میلیارد تومان کد به کد شد. نماد معاملاتی گسترش صنایع انرژی آذرآب نیز دیروز از سوی سهامدار عمده خود با کد به کد شدن ۸میلیون سهم به ارزش بیش از ۲میلیارد تومان روبه‌رو بود. همچنین ۵میلیون سهم پتروشیمی مبین به ارزش بیش از ۲میلیارد تومان از سوی سهامدار عمده کد به کد شد.

رفتار بازار هیجانی است

حسن خضوعی، کارشناس سرمایه‌گذاری شرکت کاتوز آرمان پارس درباره اصلاح شاخص کل در دو هفته گذشته گفت: اتفاق خاصی در کشور ما نیفتاده است. بورس کشور در زمستان سال گذشته تحت تاثیر خبرهایی که از مذاکرات هسته‌ای رسید روندی رو به رشد را تجربه کرد و در حال حاضر هم که آن دستاوردها از سوی برخی گروه‌ها زیر سوال رفته، هیجان ناشی از آن خبرها در حال فروکش کردن است. هنوز اتفاق خاصی در جنبه واقعی اقتصاد ما نیفتاده است.

وی افزود: هم رشدی که از زمستان سال گذشته آغاز شد هیجان بود و هم ریزش فعلی هیجان است. برای ایجاد یک رشد باثبات در بازار سرمایه باید اتفاق مهمی در اقتصاد کشور بیفتد و رکود فعلی را تحت تاثیر قرار دهد. کاهش نرخ سود بانکی تنها یکی از اتفاقاتی است که می‌تواند صعود پایدار بورس را تضمین کند. کاهش نرخ سود بانکی می‌تواند نقدینگی را به سمت بازار سرمایه بکشاند اما همین موضوع هم می‌تواند موجب ایجاد حباب در قیمت سهم‌ها شود. خضوعی تاکید کرد: صعود منطقی شاخص کل به این معنا است که به معنای واقعی تولید در کشور صورت بگیرد و اقتصاد از این رکود فاصله بگیرد.

وی در پاسخ به این پرسش که آیا اصلاح فعلی شاخص کل می‌تواند به خاطر انتشار گزارش‌های شرکت‌ها و برگزاری مجامع باشد؟ گفت: چنین ارتباطی میان شاخص کل و فصل مجامع وجود ندارد. مثلا در سال گذشته فصل مجامع بازار سرمایه هم پربازده بود و هم پر معامله.

وی در مورد سمت و سوی شاخص کل در ماه‌های آینده گفت: پاسخ به این پرسش سخت و دشوار است چون عوامل بسیار مهمی در این‌باره تاثیرگذار هستند که هنوز قطعیت آنها معلوم نیست. از یک طرف موضوع کاهش نرخ سود بانکی مطرح است و از طرف دیگر تحولات سیاسی که می‌تواند بر سرنوشت بازار تاثیر بگذارد. خضوعی اظهار کرد: سال ۹۵ سال آخر دولت روحانی است، بنابراین انتظار این است که دولت تحت هر شرایطی با استفاده از برنامه‌های کوتاه‌مدت بازار سرمایه را مثبت نگه دارد. این برنامه‌ها می‌تواند در بخش‌هایی مثل معافیت‌های مالیاتی شرکت‌ها یا نظایر آن باشد، بنابراین انتظار می‌رود که سال ۹۵ در بازار سهام سال رو به رشدی باشد.

حرف‌های درگوشی بازار

رحمت‌الله توکلی یرکی
Raham. tavakoli. 1366@yahoo. com

وخارزم: خبرها از این نماد حکایت از ارائه گزارش عملکرد ۹ ماهه منتهی به اسفندماه ۹۴ دارد و گویا این شرکت درانتظار یک گزارش مالی دیگر نیز هست. با ارائه اطلاعات تکمیلی از سوی این شرکت، نماد به‌زودی بازگشایی خواهد شد. همچنین شنیده شده وخارزم قصد دارد پس از گشایش نماد، بلافاصله آگهی دعوت به مجمع منتشر کند تا سود سال مالی منتهی به ۳۱ خرداد ۹۴ بین سهامداران تقسیم شود، چرا که با توجه به برگزاری مجمع سالانه ۲۹ مهر سال گذشته، فقط یک بند معوق از آن مجمع باقی مانده که مربوط به تقسیم سود است. این نماد از ۲۷ مهرماه سال گذشته تاکنون پس از خرید یک نیروگاه توسط سرمایه‌گذاری خوارزمی از بانک صادرات و نحوه پرداخت هزینه‌های این نیروگاه و درج آن در صورت‌های مالی متوقف شده است.

چافست: زمزمه‌هایی در خصوص پروژه‌های در دست اقدام چافست به گوش می‌رسد که براساس رایزنی‌هایی که با شهرداری صورت گرفته، احتمال اخذ مجوز برای ساخت حدود ۳ هزار متر مربع فضای انبار صنعتی و حدوداً ۱۴ هزار متر مربع فضای نمایشگاهی وجود دارد.

سهگمت: خبرها از تقسیم سود نقدی ۳۰ تومانی حکایت دارد.

کرمانشا: خبرها حاکی از آن است که واحدهای تولیدی شرکت پتروشیمی کرمانشاه به دلیل نشتی گاز به مدت ۲هفته از چرخه تولید خارج شدند.

وبانک-بترانس: خبرها حاکی از آن است که سرمایه‌گذاری گروه توسعه ملی ایران قصد دارد سهام «ایران ترانسفو» را بفروشد.

خساپا: شنیده‌ها حاکی از آن است که حقوقی جدید (صندوق خارجی) به خساپا ورود کرده است.

فباهنر: شنیده‌ها از ورود صندوق سرمایه‌گذاری ترکیه به خرید در این نماد حکایت دارد.

بیمه دانا: خبرها از افزایش سرمایه ۳۰۰ درصدی این سهم از محل تجدید ارزیابی دارایی‌ها حکایت دارد.

بیمه آسیا: زمزمه‌هایی مبنی بر افزایش سرمایه ۲۰۰ درصدی آسیا به گوش می‌رسد. گویا این افزایش از محل تجدید ارزیابی دارایی‌ها خواهد بود.

قاب

دلایل اقبال سهامداران چافست به این سهم

نجمه غلامپور
کارشناس بازار سرمایه

شرکت افست که عمده فعالیت آن فروش کتب درسی است، ابتدای سال ۹۴ کار خود را با قیمت ۱۱،۸۰۰ ریال آغاز کرد و توانست تا قیمت ۱۳،۱۸۶ ریال بالا رود. چافست پس از کاهش قیمت در ۲۵فروردین ۹۴ جهت برگزاری مجمع فوق‌العاده به منظور افزایش سرمایه ۳۰۰درصدی از محل سود انباشته متوقف شد و بعد از مجمع با قیمت ۳،۸۰۰ ریال بازگشایی و طی سه روز دومین سقف سالانه خود را در قیمت ۴،۱۴۰ ریال در ۸ اردیبهشت ماه ثبت کرد (بازدهی ۴۰درصدی از ابتدای سال۹۴) و اما با نزدیک شدن به ثبت افزایش سرمایه از محل سود انباشته تا ۲،۸۹۲ ریال در انتهای خرداد ماه کاهش یافت و پس از آن با روندی صعودی طی شش‌ماه تا ۴،۰۳۰ ریال افزایش یافت و در ۵ دی ماه به مجمع عادی سالانه رفته ۲۵۰ ریال میان سهامداران سود نقدی تقسیم کرد و در نهایت در پایان سال با آخرین قیمت ۴،۱۸۸ ریال به کار خود پایان داده و نزدیک به ۵۰درصد بازدهی با لحاظ افزایش سرمایه و سود تقسیمی عاید سهامداران خود کرد. در سال ۹۵ هم چافست با افزایش قیمت سال را آغاز کرده که از علل آن علاوه بر جو مثبت کلی بازار می‌توان به گزارش‌های میان‌دوره خوبی که شرکت منتشر کرده اشاره کرد. در ادامه به بررسی دقیق‌تر جدیدترین گزارش شرکت خواهیم پرداخت.

تعدیل مثبت ۱۰،۵درصدی

این شرکت برای سال ۹۵ در آخرین پیش‌بینی سود براساس عملکرد شش ماهه سود هر سهم خود را از ۶۳۰ریال به ۶۹۶ریال به عبارتی با ۱۰،۵درصد تعدیل مثبت افزایش داده است. این در حالی است که براساس پیش‌بینی جدید چافست در سه‌ماهه نخست تنها موفق به پوشش ۲۳درصدی بودجه خود شده است و توانسته با بهبود عملکرد در شش ماهه اول سال مالی ۴۷۵ ریال سود هر سهم را محقق و ۶۸درصد از آنچه پیش‌بینی کرده‌است، پوشش دهد.

جالب است بدانید که عمده درآمد شرکت بدین صورت به‌دست می‌آید که طبق قرارداد منعقده با سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی بر مبنای قیمت پشت جلد بعد از کسورات (حق اثر، حق موزعین) (توزیع‌کنندگان و تفاوت بهای کاغذ) برآورد و در حساب‌ها منظور می‌شود. بنابراین تا وقتی درس و مدرسه و کتاب وجود دارد، این شرکت نیز پابرجاخواهد بود. در پیش‌بینی جدید نسبت به پیش‌بینی قبل، مبلغ فروش ۸۷میلیارد ریال و بهای تمام شده ۵۷میلیارد ریال افزایش یافته و حاشیه سود ناخالص در سطح ۲۳درصدی ثابت مانده است. هزینه‌های عمومی اداری و تشکیلاتی نیز به میزان ۱۵میلیارد ریال افزایش یافته و در مقابل خالص سایر درآمدهای عملیاتی ۲۰میلیارد ریال رشد یافته و از هزینه به درآمد تبدیل شده است. اما هزینه‌های مالی شرکت نیز ۲۷میلیارد ریال افزایش یافته است. همچنین درآمد حاصل از سرمایه‌گذاری‌ها به میزان ۱۲میلیارد ریال رشد و خالص سایر درآمدهای متفرقه ۵میلیارد ریال کاهش یافته است.

بهبود عملکرد شش‌ماهه شرکت

آنچه قابل توجه است بهبود عملکرد شش ماهه شرکت نسبت به مدت مشابه سال قبل است فروش به میزان ۱۳۲میلیارد ریال (افزایش ۳۴درصدی نرخ درآمد حاصل از بهره‌برداری از ماشین‌آلات چاپ و صحافی توام با کاهش ۳۷درصد حجم آن و افزایش ۴۰۲درصدی درآمد حاصل از مصرف کاغذ و شومیز توام با کاهش ۱۴درصدی حجم آن)، خالص سایر درآمدهای عملیاتی ۳۳میلیارد ریال و درآمد حاصل از سرمایه‌گذاری‌ها ۱۲میلیارد ریال رشد یافته‌اند. همچنین افزایش ۳۸میلیارد ریالی هزینه‌های عمومی اداری و تشکیلاتی به دلیل افزایش حقوق دستمزد و مزایا حائز اهمیت است. در نهایت، در حالی در عملکرد شش ماهه، چافست ۴۷۵ ریال ساخته که در دوره مشابه سال قبل این آیتم تقریبا نصف امسال و ۲۴۳ ریال بوده است.

دیگر نکات مهم منتشر شده در صورت‌های مالی شرکت:

۱. براساس رای‌زنی‌هایی که با شهرداری منطقه ۱۳ صورت گرفته، احتمال اخذ مجوز برای ساخت حدود ۳ ،۰۶۷ مترمربع فضای انبار صنعتی و حدودا ۲۳۵،۱۴ مترمربع فضای نمایشگاهی (تجاری)، اداری و صنعتی وجود دارد که در صورت نهایی شدن و دریافت مجوز متعاقبا اطلاع‌رسانی خواهد شد. ساخت‌وساز فضای تجاری و اداری در سال ۹۵ انجام نمی‌شود و احتمال حدود ۳هزار متر انبار جدید احداث خواهد شد. در مورد درآمدزایی از فضای جدید یا فروش همه یا بخشی از آن تصمیم‌گیری نشده و بررسی آن زمان بر خواهد بود و پس از بررسی و اتخاذ تصمیم، اعلام خواهد شد. مسئله‌ای که می‌تواند محلی برای افزایش درآمدهای غیرعملیاتی سهم بوده و اقبال بازار را در آینده به همراه داشته باشد.

۲. برای تامین مالی منابع پروژه، استقراض و افزایش سرمایه از محل آورده نقدی و سود انباشته در دست بررسی است.

۳. برای تامین بخشی از هزینه‌های مالی شرکت مبلغ ۳۰۰میلیارد ریال تسهیلات جدید در پایان اسفند ماه ۱۳۹۴ دریافت شده است.

۴. پیش‌بینی تقسیم سود هر سهم ۱۰۰ ریال

در پایان شایان ذکر است، سهامداران عمده این شرکت وزارت آموزش و پرورش با سهم ۴۲،۵۸درصدی، شرکت سرمایه‌گذاری ملی ایران با سهم ۱۶،۰۹درصدی و شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران با سهم ۶درصدی هستند. اخیرا هم یک صندوق بورسی به همراه یک شخص حقیقی به ترکیب سهامداران بالای یک‌درصد شرکت اضافه شده‌اند که می‌تواند از دلایل دیگر رشد قیمتی اخیر سهم باشد.

نماگر بازار سهام

بیشترین درصد افزایش

معدنی و صنعتی چادرملو در حالی عنوان نخست جدول بیشترین درصد افزایش را از آن خود کرد که افست جایگاه دوم این گروه قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
معدنی چادر ملو	۲۱۸۷	۵.۵۵
افست	۵۱۷۶	۴.۹۹
تولیدمحور خودرو	۱۸۹۵	۴.۹۹
نیروترانس	۵۶۶۶	۴.۹۸
شهد ایران	۲۱۳۳	۴.۹۷
دوده صنعتی پارس	۲۵۷۸	۴،۹۷
صنعتی اما	۳۶۹۷	۴،۹۴

بیشترین درصد کاهش

دارو سازی اکسیر صدرنشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. نیرو کلهر در رده دوم این گروه ایستاد و صنایع جوشکاب یزد هم در میان سهم هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
داروسازی اکسیر	۱۹۴۷۸	۵
نیروکلر	۲۸۲۹	۴.۸۱
صنایع جوشکاب یزد	۱۰۸۲۰	۴.۸
س.توسعه صنعتی ایران	۱۲۵۳	۴.۷۱
باما	۴۲۴۱	۴.۶۸
کارخانجات تولیدی شهید قندی	۲۷۷۰	۴.۶۱
شیشه و گاز	۴۰۲۳	۴،۶

پرمعامله ترین سهم

ایران خودرو دیزل پرمعامله ترین سهم بازار بورس شناخته شد. سایپا در رده دوم این گروه ایستاد. ایران خودرو و سرمایه‌گذاری سایپا هم در رده های بالا قرار گرفتند.

نام	قیمت	تعداد دفعه
ایران خودرو دیزل	۱۳۲۰	۱۳۲.۰۰
سایپا	۱۴۱۳	۸۵،۸۸
ایران خودرو	۳۲۵۱	۷۳،۳۱
سرمایه‌گذاری سایپا	۲۴۱۲	۶۴،۶۱
زامیاد	۱۲۷۰	۵۱،۹۹
توسعه معادن و فلزات	۱۵۰۰	۴۲،۳۰
فولاد مبارکه اصفهان	۱۴۵۶	۳۵،۹۱

بیشترین ارزش معامله

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

نام	قیمت	جمع معاملات
ایران خودرو	۳۲۵۱	۲۳۸.۳
ایران خودرو دیزل	۱۳۲۰	۱۷۴،۳
سرمایه‌گذاری سایپا	۲۴۱۲	۱۵۵،۹
سایپا	۱۴۱۳	۱۲۱،۴
سرمایه‌گذاری رنا	۲۴۴۱	۷۳،۷
زامیاد	۱۲۷۰	۶۶،۰
معدنی و صنعتی گل کهر	۲۵۹۷	۶۳،۷

بیشترین سهام معامله شده

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

نام شرکت	قیمت	تعداد سهام معامله شده
ایران خودرو دیزل	۱۳۲۰	۷۵۲۸
ایران خودرو	۳۲۵۱	۶۷۵۶
سایپا	۱۴۱۳	۳۳۴۶
سرمایه‌گذاری سایپا	۲۴۱۲	۳۰۱۹
توسعه معادن و فلزات	۱۵۰۰	۲۴۸۲
پارس خودرو	۱۵۳۵	۲۴۲۰
زامیاد	۱۲۷۰	۲۲۹۳

بالاترین نسبت P/E

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

نام شرکت	قیمت	P/E
سایپا دیزل	۱۶۳۸	۱۶۳۹
فنر سازی زر	۱۴۷۷	۱۴۳۴
سایپا شیشه	۲۵۴۴	۱۲۸۶
زامیاد	۱۲۷۳	۱۲۷۰
پست بانک	۱۹۶۵	۹۷۲
آلومراد	۲۶۳۰	۶۷۸
پلاسکوکار	۱۷۴۵	۵۹۶

کمترین نسبت P/E

روز گذشته سرمایه‌گذاری رنا در صدر جدول کمترین نسبت P/E ایستاد. سرمایه‌گذاری پردیس جایگاه دوم این گروه را از آن خود کرد.

نام شرکت	قیمت	P/E
سرمایه‌گذاری رنا	۲۴۴۱	۳
سرمایه‌گذاری پردیس	۹۷۳	۳
لعابیران	۲۱۱۴	۴
بانک پاسارگاد	۱۲۰۱	۴
سیمان کارون	۳۲۲۶	۴
سرمایه‌گذاری مسکن	۱۱۶۹	۴
صنعتی بهشهر	۷۶۰۳	۴

عمران

کاهش نرخ رشد حاشیه‌نشینی شهرها در ایران

وزیر راه‌وشهرسازی گفت: نرخ رشد حاشیه‌نشینی شهرها در ایران کاهش یافته، زیرا جابه‌جایی بزرگ و مهاجرت در دهه ۸۰ به پایان رسیده است.

به گزارش ایرنا، عباس آخوندی با بیان اینکه این مهاجرت‌ها هیچ ارتباطی به عملکرد دولت‌ها ندارد، افزود: از این پس جابه‌جایی‌ها به‌صورت افقی و محله‌ای هستند و جابه‌جایی‌های بزرگ بین شهری کاهش یافته و مطالعات وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی نیز این موضوع را تایید می‌کند. بنابراین حالا زمان ساماندهی بافت‌های حاشیه‌ای و آسیب‌پذیر است. آخوندی تاکید کرد: نکته دیگر این است که چنین مسائلی (حاشیه‌نشینی) به طور قطع پیامدهای امنیتی دارد، اما به خودی خود یک موضوع امنیتی نیست و ماهیت امنیتی ندارد و قرار نیست نهادهای امنیتی آن را پیگیری کنند. وی با تاکید بر لزوم گسترش آموزش همگانی و عمومی به مردم به‌ویژه ساکنان سکونتگاه‌های غیررسمی و بافت‌های ناکارآمد شهری از طریق صدا و سیما و شبکه‌های اجتماعی گفت: اگرچه حاشیه‌نشینی پیامدهای امنیتی دارد اما به طور ماهیتی یک موضوع امنیتی محسوب نمی‌شود.

وی با بیان اینکه متاسفانه صدا و سیما در این مدت که از عمر تشکیل ستاد ملی بازآفرینی شهری پایدار گذشته، به این موضوع ورود نکرده، در حالی که بخش اعظمی از فعالیت این ستاد آموزشی و ترویجی است تا مردم بتوانند به موضوع ورود کنند، گفت: ستاد ملی بازآفرینی می‌تواند بخش مهمی را برای آموزش عمومی اختصاص دهد و در شبکه‌های اجتماعی مبحث آموزش عمومی و فرهنگ‌سازی را راه‌اندازی کند. آخوندی افزود: ۱۸میلیون نفر ساکن بافت‌های ناکارآمد شهری جمعیت کمی نیست، بنابراین ایجاد کارگروه ارتباطات به‌عنوان یکی از کارگروه‌های زیرمجموعه ستاد ملی بازآفرینی کار خوبی است که باید مورد توجه قرار گیرد. آخوندی در بخش دیگری از سخنان خود به موضوع گزارشی که قرار است در خصوص وضعیت اجتماعی کشور و آسیب‌های اجتماعی در ۱۱ اردیبهشت ماه امسال با حضور وزیران مربوط به رهبر معظم انقلاب ارائه شود، گفت: گزارش خوبی تهیه شده و با جمع‌بندی نظرات اعضای ستاد و لحاظ کردن آنها در گزارش نهایی، مسائلی که مغفول مانده، تقویت خواهد شد. وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه حاشیه‌نشینی یک معضل جهانی است که معلول نوسازی سبک زندگی در سراسر دنیاست، خاطرنشان کرد: در ایران در دهه ۳۰ شمسی، ۱۰ میلیون نفر شهرنشین داشتیم، در حالی که در دهه ۹۰ حدود ۶۰ میلیون نفر در شهرهای ایران زندگی می‌کنند و این تغییرات هیچ ارتباطی به عملکرد دولت‌ها ندارد.

ابلاغ جدیدترین نسخه ضد رکود مسکن

فروش قسطی به بازار مسکن رسید

نازیلا مهدیانی
nazila.mahdiani@gmail.com

سمیه سهیلی | فرصت امروز

مهم‌ترین اقدامات دولت یازدهم در بخش مسکن در طول سه سال گذشته معطوف به سیاست تقویت پس‌انداز و اعطای تسهیلات با حداکثر پوشش بازار بوده است. ارائه وام ۵۰ میلیون تومانی به نوسازی بافت فرسوده، ارائه وام‌های ۸۰ و ۱۶۰ میلیون تومان به خانه اولی‌ها و افزایش سقف تسهیلات اوراق سپرده ممتاز از برنامه‌هایی بود که در این بازه زمانی عملیاتی شد. حال اینکه برنامه‌های دیگری برای خروج رکود از بازار مسکن در دستور کار قرار گرفته که این بار دولت کمترین حضور و دخالت را در بازار دارد و بخش‌خصوصی به همراه شبکه بانکی از هفته جاری طرح مسکن قسطی را کلید می‌زنند.

طرح مسکن قسطی با سیاست تحریک تقاضا از این هفته اجرایی خواهد شد که در این طرح، ضمانت اقساط از سوی بانک عامل این اجازه را به بساز بفروش‌ها می‌دهد که بخشی از هزینه خرید مسکن را برای متقاضیان قسط‌بندی کنند و متقاضیان مسکن هم می‌توانند بخشی از قیمت واحد مسکونی مورد نظر را در چند قسط به فروشنده بپردازند، البته یک بانک عامل واسط بین فروشنده و خریدار است و ضمانت پرداخت اقساط را با تعیین کارمزد بر عهده می‌گیرد.

قرار بر این بود که طرح مسکن قسطی توسط انجمن انبوه‌سازان و بانک مسکن اجرایی شود اما به دلیل اختلافات بر سر نرخ کارمزد بانک عامل برای تضمین اقساط بین انبوه‌سازان و بانک مسکن این مشارکت ادامه پیدا نکرد و این طرح قرار است با شرایط دیگری وارد بازار مسکن شود. مسکن قسطی نخستین طرحی است که در طول چند سال گذشته بدون حضور و دخالت دولت قرار است بخشی از نیاز بازار مسکن را پاسخ دهد و هیچ وابستگی‌ای به منابع و اعتبارات و حتی تضامن دولتی ندارد و بخش‌خصوصی و بانک‌ها در رأس اجرای مسکن قسطی قرار دارند.

تمام متقاضیان مسکن شامل مسکن قسطی می‌شوند

هر چند طرح مسکن قسطی قرار بود کاری مشترک از انبوه‌سازان و بانک مسکن باشد اما با ادامه اختلافات بر سر نرخ کارمزد بانک برای تضمین اقساط این همکاری ادامه پیدا نکرد که البته به این معنا نیست که انبوه‌سازان نمی‌توانند وارد همکاری با بانک مسکن برای اجرای طرح شوند و نه‌تنها بانک مسکن بلکه سایر بانک‌ها هم امکان اجرای این طرح را دارند و مخاطب این طرح هم فقط انبوه‌سازان نیستند و عموم متقاضیان مسکن با مراجعه به شعب بانک مسکن از هفته جاری می‌توانند از این طرح استفاده کنند.

طبق اعلام بانک مسکن، عرضه «قسطی» آپارتمان، از اول اردیبهشت با راه‌اندازی بازار «تضمین خریدوفروش غیرنقدی ملک» در شعب مرکزی بانک مسکن سراسر کشور شروع می‌شود. محمد حسن مرادی، مدیر کل طرح و برنامه بانک مسکن در گفت‌وگو با «فرصت امروز» با بیان اینکه در طرح مسکن قسطی، بانک مسکن برای تضمین اقساط میزان تعهدی را می‌پذیرد که ۵۰ درصد ارزش کارشناسی ملک باشد به شرط اینکه سقف بدهی از ۱۵۰ میلیون تومان بیشتر نشود، گفت: از دیگر شرایط این است که سقف اقساط از ۳میلیون تومان بالاتر نرود.

وی ادامه داد: پس از این مراحل قرارداد سه‌جانبه میان بانک مسکن، فروشنده و پیش‌خریدار به امضا می‌رسد و این واحد مسکونی به صورت قسطی به خریداران به فروش خواهد رسید. مرادی با تأکید بر اینکه همه متقاضیان مسکن مخاطب این طرح می‌توانند باشند، افزود: مدت زمان بازپرداخت اقساط ۵۰ ماه است و باید پلاک معرفی شده دارای پروانه و پایان کار معتبر باشد.

مدیر کل طرح و برنامه بانک مسکن با بیان اینکه دستورالعمل فروش اقساطی مسکن از اول اردیبهشت ماه اجرایی می‌شود، گفت: هیچ محدودیتی برای ورود انبوه‌سازان به این طرح برای مشارکت با بانک مسکن وجود ندارد، البته سایر بانک‌ها هم می‌توانند این خدمات را ارائه دهند.

رونق فروش اقساطی با افزایش دوره بازپرداخت

با توجه به رکود سه ساله بازار مسکن، به‌طور قطع تنها یک برنامه و تمرکز روی دسته‌ای از متقاضیان مسکن نمی‌تواند عاملی برای خروج این بازار از رکود باشد حال اینکه بخش‌خصوصی خود برای ورود مسکن به دوره رونق پیشقدم شده و واحدهای مسکونی که در چند سال گذشته به فروش نرفته را از طریق فروش اقساطی وارد بازار کرده است.

حسن محتشم، رئیس انجمن انبوه‌سازان تهران در گفت‌وگو با «فرصت امروز» با بیان اینکه برای گروه‌های مختلف متقاضی مسکن باید برنامه‌های متعددی داشت، گفت: هر چند سقف ۱۰۰ میلیون برای قسطی کردن خرید خانه پوشش حداکثری ندارد و نرخ کارمزد بانک هم اگر از ۳ درصد بیشتر باشد توجیه اقتصادی ندارد، اما با همه اینها این طرح هم می‌تواند مخاطبانی داشته باشد و بخشی از نیاز بازار را تأمین کند.

وی با بیان اینکه اگر انبوه‌سازان می‌خواهند فروش قسطی مسکن منجر به رونق معاملات، فروش آپارتمان‌های آنان و کمک به متقاضیان مصرفی شود باید دوره بازپرداخت تسهیلات غیرنقدی را افزایش دهند، اظهار داشت: به دلیل افزایش رقم اقساط ماهانه به میزان ۲ تا ۳میلیون تومان در ماه، بازپرداخت کوتاه‌مدت از توان متقاضیان مصرفی طبقات متوسط خارج است و عملاً کمکی به بازار مسکن نخواهد کرد. محتشم تأکید کرد: طرح فروش مسکن قسطی را می‌توان وارد خانه‌های لوکس هم کرد، البته رقم وام انبوه‌سازان بیشتر شده و بازپرداخت آن سه ساله خواهد بود.

حمل و نقل

نوسازی ۶۵هزار کامیون به امسال نمی‌رسد

رئیس سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای با بیان اینکه تا زمانی که قیمت سوخت واقعی نشود، انگیزه‌ای برای صرفه‌جویی وجود ندارد، گفت: اجرای طرح نوسازی ۶۵هزار کامیون به امسال نمی‌رسد.

به گزارش مهر، داوود کشاورزیان در جمع خبرنگاران با اشاره به تفاهم‌نامه طرح نوسازی ۶۵هزار کامیون و کشنده فرسوده، گفت: این تفاهم‌نامه برای کامیون‌هایی با عمر بیش از ۳۵ سال در اسفندماه سال گذشته بین سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای و شرکت بهینه‌سازی مصرف سوخت امضا شد که منابع اجرای این طرح از محل صرفه‌جویی در مصرف سوخت توسط وزارت نفت تامین می‌شود.

رئیس سازمان راهداری و حمل‌ونقل جاده‌ای با بیان اینکه متن تفاهم‌نامه با شرکت بهینه‌سازی مصرف سوخت، شرکت‌های تولیدکننده و لیزینگ کامیون و کشنده امضا شده باید توسط وزارت نفت نهایی شود تا در چارچوب این قراردادها ۶۵هزار کامیون و کشنده نوسازی شوند، افزود: اجرای این طرح به امسال نمی‌رسد. وی به اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی در سازمان راهداری اشاره کرد و اظهار داشت: کاهش مصرف انرژی در دستور کار سازمان قرار دارد و اقدامی که در چارچوب اقتصاد مقاومتی باید انجام شود و کمتر به آن پرداخته شده، اصلاح قیمت انرژی است و تا زمانی‌که نرخ انرژی در بخش‌های مختلف مصارف خانگی و حمل‌ونقل پایین و غیرواقعی باشد هیچ انگیزه‌ای برای صرفه‌جویی ایجاد نمی‌شود. معاون وزیر راه و شهرسازی ادامه داد: در بخش حمل‌ونقل و مصارف خانگی شاهد مصرف بی‌رویه انرژی هستیم؛ بنابراین مهم‌ترین گامی که در چارچوب اقتصاد مقاومتی با توجه به فرمایشات رهبر معظم انقلاب می‌توان برداشت و بر کاهش مصرف انرژی و افزایش بهره‌وری تاکید کرد، اصلاح قیمت انرژی است.

کشاورزیان با اشاره به اینکه طبیعی است که اصلاح قیمت انرژی یک تورم مقطعی را ایجاد می‌کند و باعث کاهش قدرت خرید مردم خواهد شد، گفت: برای جبران این محدودیت‌ها باید سیاست‌های اجتماعی و حمایتی توسط دولت اتخاذ شود تا اقشار آسیب‌پذیر از این بخش متضرر نشوند. همچنین نباید با مصرف بی‌رویه سوخت، منابع طبیعی خدادادی که متعلق به نسل‌های آینده است، هدر برود. رئیس سازمان راهداری و حمل و نقل جاده‌ای ادامه داد: با توجه به فرسودگی ناوگان حمل‌ونقل جاده‌ای، میزان مصرف انرژی در بخش حمل‌ونقل زیاد است و اگر بتوانیم نوسازی ناوگان را در دستور کار قرار دهیم تاثیر بسیار زیادی در جهت کاهش مصرف انرژی دارد.

اعلامیهٔ پذیره‌نویسی سهام
شرکت سرمایه‌گذاری پارس آریان (سهامی عام)

پارس آریان — پارس آریان

شناسه ملی: ۱۰۱۰۲۳۴۷۳۲۱ شمارهٔ ثبت: ۱۹۲۷۹۶

به اطلاع می‌رساند به استناد مصوبهٔ مجمع عمومی فوق‌العاده شرکت سرمایه‌گذاری پارس‌آریان(سهامی‌عام)، مورخ ۱۳۹۴/۱/۱۶و مجوز شمارهٔ ۰۲۵-۹۴۴/۲۲۹۴۳۵ مورخ ۱۳۹۴/۰۹/۱۰ سازمان بورس و اوراق بهادار و مصوبه هیات مدیره مورخ ۱۳۹۴/۰۹/۲۲مقرر گردید سرمایه شرکت از مبلغ۱۴،۳۷۵میلیارد ریال به مبلغ ۱۷،۵۳۷/۵ میلیارد ریال، افزایش یابد. در مهلت تعیین شده جهت استفاده از حق‌تقدم خرید سهام، تعداد۲،۹۳۶،۰۶۸،۰۵۸ سهم از سهام جدید توسط سهامداران شرکت پذیره‌نویسی گردیده است. با عنایت به انقضای مهلت استفاده از حق‌تقدم مذکور و به منظور تحقق افزایش سرمایه، تعداد۲۲۶،۴۳۱،۹۴۲سهم ۱،۰۰۰ریالی استفاده نشدهٔ سهامداران برای پذیره‌نویسی عمومی با عنایت به مجوز شمارهٔ ۱۳۹۵۳۰۴۰۰۹۰۱۰۰۹۴۵۱ مورخ ۱۳۹۵/۰۲/۰۱ ادارهٔ ثبت شرکت ها به شرح زیر عرضه می‌گردد:

۱) موضوع فعالیت شرکت:
- ایجاد سرمایه‌گذاری و یا مشارکت در تأسیس بانک‌ها، شرکتهای بیمه، مؤسسه‌های مالی و اعتباری، شرکت‌های کارگزاری اعم از کارگزاری در بورس اوراق بهادار و یا بورس های کالا، شرکت های لیزینگ، شرکت‌های خدمات مالی و سایر امور و فعالیت‌های مشابه.
- سرمایه‌گذاری در خرید،فروش، اداره، در اختیار گرفتن، تأسیس، ایجاد، توسعه، تکمیل، واگذاری و اجاره انواع کارخانه‌ها و واحدها و شرکت‌های فعال در بخش‌های تولیدی اعم از صنعتی و معدنی، کشاورزی، ساختمانی و هرگونه اموری که به نحوی از انحاء با فعالیتهای فوق مرتبط باشد در داخل وخارج از کشور.
- سرمایه‌گذاری در خرید، مشارکت، در اختیار گرفتن، اجاره،رهن، واگذاری و فروش اموال منقول‌و غیرمنقول دایر و بایر.
- انجام دادن معاملات کلیه سهام و اوراق بهاداری که طبق قوانین و مقررات قانونی کشور قابل خرید و فروش باشند.
- واگذاری، اجاره، عرضه و فروش واحدها و شرکتهای مورد سرمایه‌گذاری پس از آماده سازی و اعمال اصلاحات ساختاری مورد نیاز چه از طریق بورس اوراق بهادار و چه از طرق دیگر.
- صدور اوراق قرضه یا اوراق مشارکت و یا هر نوع اوراق بهادار دیگری که طبق قوانین و مقررات قانونی کشور قابل خرید و فروش باشند.
- انجام دادن مطالعات و بررسی‌های اقتصادی، فنی، مالی، مدیریتی و نظارت و پیگیری اجرای طرح‌های سرمایه‌گذاری و کلیه فعالیتهای اقتصادی و ایجاد شرکتها و مؤسسه های علمی، مطالعاتی، فنی، مهندسی و اجرائی ذیربط.
- ارائه خدمات اقتصادی، فنی، اعتباری، سرمایه‌گذاری، مدیریتی، سازماندهی، علمی، مطالعاتی، پژوهشی و مشاوره‌ای.
- استفاده از تسهیلات مالی و اعتباری بانک‌ها و مؤسسه های مالی و اعتباری ایرانی و خارجی در قبال ارائه وثیقه و رهن از اموال شرکت.
- انجام دادن معاملات بازرگانی داخلی و خارجی و صادرات و واردات کلیه کالاهای مجاز و اخذ و اعطای نمایندگی به اشخاص حقیقی و حقوقی داخل و خارج از کشور.
- تأسیس شعبه ها یا نمایندگی ها برای شرکت در داخل و یا خارج از کشور.
- انجام دادن سایر کارها، امور و عملیاتی که به طور مستقیم و یا غیرمستقیم برای تحقق هدف‌های شرکت لازم ومفید بوده و یا در جهت اجرای موضوع فعالیت شرکت، ضرورت داشته باشد.

۲) مرکز اصلی و نشانی شعب شرکت و کدپستی: تهران، خیابان احمد قصیر (بخارست)،خیابان دهم، پلاک ۲۱ کد پستی ۱۵۱۴۷۴۸۳۱۱- شرکت فاقد شعبه می‌باشد.
۳) سرمایهٔ فعلی شرکت : ۱۴،۳۷۵،۰۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال
۴) موضوع افزایش سرمایه : مشارکت در افزایش سرمایه شرکتهای گروه و اصلاح ساختار مالی
۵) محل افزایش سرمایه : مطالبات حال شده سهامداران وآورده نقدی
۶) مبلغ افزایش سرمایه : ۳،۱۶۲،۵۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال
۷) مبلغ سرمایه پس از افزایش : ۱۷،۵۳۷،۵۰۰،۰۰۰،۰۰۰ ریال
۸) مدت شرکت : نامحدود
۹) نوع سهام : عادی با نام - شرکت فاقد سهام ممتاز می‌باشد.
۱۰) ارزش اسمی هر سهم : ۱،۰۰۰ ریال
۱۱) مبلغ مشارکت شده توسط سهامداران شرکت : ۲،۹۳۶،۰۶۸،۰۵۸،۰۰۰ ریال
۱۲) تعداد سهام قابل عرضه به عموم : ۲۲۶،۴۳۱،۹۴۲سهم
۱۳) مشخصات اعضای هیأت مدیره و مدیرعامل شرکت:

اشخاص حقیقی یا حقوقی	شماره‌ثبت اشخاص حقوقی	شناسه ملی اشخاص حقوقی	نماینده حقیقی	نام پدر	شماره شناسنامه	کد ملی	سمت بطور کامل
مجید قاسمی				علی‌حسین	۲۶۶۲	۰۰۴۶۰۸۷۷۶۱	رئیس هیات مدیره- غیر موظف
علی‌اکبر امین‌تفرشی				حبیب	۵۵۰	۲۲۹۵۸۸۳۸۷۳	مدیرعامل‌و نایب رئیس هیات مدیره - موظف
رضا راعی				حسنعلی	۶۲	۱۰۹۱۹۶۸۸۴۵	عضو هیات‌مدیره- غیر موظف
شرکت بازرگانی همقدمان	۳۳۹۶۰۹	۱۰۱۰۳۸۳۶۲۶	مجتبی کباری	علی قدم	۳۵۹	۳۹۳۲۲۱۹۹۸۸	عضو هیات مدیره- غیر موظف
علی دهقان منشادی				حسین	۲۶۶۱	۰۰۳۹۷۱۱۵۰۱	عضو هیات مدیره- غیر موظف
تامین آتیه سرمایه انسانی پاسارگاد	۲۸۵۵۷۴	۱۰۱۰۳۲۲۳۲۷۳					عضو علی‌البدل
تامین مسکن گروه مالی پاسارگاد	۳۴۶۸۴۶	۱۰۱۰۳۹۰۷۳۵۰					عضو علی‌البدل

۱۴) شرایط حضور و حق رأی صاحبان سهام در مجامع عمومی: در کلیه مجامع صاحبان سهام می توانند شخصاً یا وکیل یا قائم مقام قانونی اشخاص حقیقی یا نماینده یا نمایندگان شخص حقوقی صرف نظر از تعداد سهام خود به شرط ارائه مدارک وکالت یا نمایندگی حضور بهم رسانند هر سهامدار برای هریک سهم فقط یک رای خواهد داشت.
۱۵) مقررات اساسنامه راجع به تقسیم سود، تشکیل اندوخته و تقسیم دارایی بعد از تصفیه : تقسیم سود طبق ماده ۹۰ اصلاحیه قانون تجارت بین صاحبان سهام فقط پس از تصویب مجمع عمومی جایز خواهد بود و در صورت وجود منافع، تقسیم ۱۰٪ از سود سالانه بین صاحبان سهام الزامیست. طبق مواد ۱۴۰ و ۲۳۸ قانون تجارت هیات مدیره مکلف است هر سال یک بیستم از سود حاصل شرکت را به عنوان اندوخته قانونی، منظور نماید. همین که اندوخته به یک دهم سرمایه رسید منظور کردن آن اختیاریست و در صورتی که سرمایه شرکت افزایش یابد کسر یک بیستم مذکور ادامه خواهد یافت تا وقتی که اندوخته به یک دهم سرمایه بالغ گردد. به پیشنهاد هیات مدیره و تصویب مجمع عمومی عادی ممکن است قسمتی از سود خالص برای تشکیل سایر اندوخته ها کنار گذاشته شود. تقسیم دارایی بعد از تصفیه طبق مفاد اساسنامه و با رعایت قوانین و مقررات مربوطه به عمل خواهد آمد.
۱۶) تعداد و امتیازات سهام ممتاز شرکت : شرکت فاقد سهام ممتاز می‌باشد.
۱۷) مبلغ و تعداد اوراق مشارکت قابل تبدیل به سهم : شرکت فاقد اوراق مشارکت قابل تبدیل به سهم می‌باشد.
۱۸) مبلغ بازپرداخت نشدهٔ اوراق مشارکت : شرکت فاقد مبلغ بازپرداخت نشدهٔ اوراق مشارکت می‌باشد.
۱۹) مبلغ دیون شرکت و همچنین مبلغ دیون اشخاص ثالث که توسط شرکت تضمین شده‌است : مطابق با صورتهای مالی حسابرسی شده ۱۳۹۳/۱۲/۲۹مجموع بدهی‌های کوتاه مدت و بلند مدت شرکت به ترتیب برابر با ۴،۳۳۹،۹۹۶میلیون ریال و ۵،۰۱۹ میلیون ریال می‌باشد. همچنین بر اساس یادداشت ۳۸به همراه صورتهای مالی حسابرسی شده مزبور بدهی‌های احتمالی شرکت ۵،۹۴۲،۲۲۴ میلیون ریال می‌باشد.
۲۰) مدت پذیره‌نویسی : پذیره‌نویسی از اول وقت اداری روز یکشنبه مورخ ۱۳۹۵/۰۲/۰۵ آغاز و تا پایان وقت اداری روزدوشنبه مورخ ۱۳۹۵/۰۳/۰۳به مدت۳۰ روز ادامه خواهد داشت.
تذکر: چنانچه سقف سرمایهٔ تعیین شده قبل از انقضای مهلت پذیره‌نویسی تکمیل و وجوه مربوطه تأمین گردد، عملیات پذیره‌نویسی متوقف خواهدشد.
۲۱) حداقل و حداکثر سهامی که هنگام پذیره‌نویسی باید تعهد شود: حداقل یک سهم و حداکثر ۲۲۶،۴۳۱،۹۴۲ سهم.
۲۲) مشخصات حساب بانکی ناشر: پذیره نویسی سهام شرکت سرمایه گذاری پارس آریان (سهامی‌عام) تماماً از طریق شبکه کارگزاری انجام خواهد شد. متقاضیان پذیره نویسی می‌توانند با مراجعه به شرکت کارگزاری عضو بورس اوراق بهادار تهران و ارائه تقاضای سفارش خرید سهام شرکت و واریز وجه به حساب کارگزار مربوطه اقدام نمایند. شایان ذکر است مبالغ دریافتی توسط کارگزار مربوطه باید به حساب زیر واریز گردد:
حساب سپرده کوتاه مدت به شماره ۲-۲۲۰۰۰-۸۱۰-۲۰۱ بنام شرکت سرمایه گذاری پارس آریان (سهامی عام) نزد بانک پاسارگاد شعبه مرکزی تهران کد ۲۰۱
۲۳) مشخصات متعهد پذیره‌نویسی و میزان تعهدات آن:

نام متعهد	شخصیت حقوقی	میزان تعهدات	موضوع فعالیت
شرکت گروه ارزش‌آفرینان پاسارگاد	(سهامی‌عام)	خرید کلیه حق تقدم‌های پذیره نویسی نشده	سرمایه‌گذاری

۲۴) روزنامه کثیرالانتشار : روزنامه‌های کثیرالانتشاری که اطلاعیه‌ها و آگهی‌های ناشر در آن منتشر می‌شود روزنامهٔ اطلاعات می‌باشد . همچنین اعلامیهٔ مذکور در روزنامه دنیای اقتصاد و فرصت امروز(بر اساس مفاد مادهٔ ۱۷۷ لایحهٔ اصلاحی قسمتی از قانون تجارت) نیز منتشر می‌گردد.
۲۵) چگونگی پذیره‌نویسی:
با توجه به پذیرش این شرکت در فرابورس ایران، این سهام از طریق سامانه معاملات فرابورس ایران به فروش می‌رسد. ضمناً سهامدارانی که حق تقدم فوق را خریداری می نمایند، می‌بایست علاوه بر مبلغ پرداختی بابت حق‌تقدم، مبلغ اسمی هر سهم را نیز به کارگزار مربوطه بپردازند. وجوه متعلق به پذیره‌نویسانی که سهامی به ایشان تخصیص داده نشود، حداکثر ظرف مدت ۳ روز از تاریخ صدور مجوز استفاده از موجودی حساب بانکی به آنان مسترد خواهدشد.
۲۶) کلیهٔ اطلاعات و مدارک مربوط به شرکت شامل: اساسنامه، طرح اعلامیهٔ پذیره‌نویسی و آخرین صورت‌های مالی به ادارهٔ ثبت شرکت‌های تهران تسلیم شده‌است. همچنین گزارش توجیهی هیأت مدیره در خصوص افزایش سرمایه، گزارش بازرس قانونی و بیانیهٔ ثبت سهام در دست انتشار در سایت اینترنتی شرکت به آدرس www.parsaryan.com و سامانه جامع اطلاع‌رسانی ناشران به آدرس www.codal.ir در دسترس علاقه‌مندان می‌باشد.
۲۷) مشخصات سهامداران : سهامداران بالای ۱۰ درصد به شرح زیر می‌باشد (بر اساس آخرین صورتهای مالی حسابرسی شده مورخ ۱۳۹۳/۱۲/۲۹) :

نام سهامدار	نوع شخصیت حقوقی	تعداد سهام	درصد مالکیت
شرکت بازرگانی همقدم	(سهامی‌خاص)	۱،۱۸۷،۶۱۹،۴۴۲	۱۰/۳۳

۲۸) نحوهٔ عمل در صورت عدم تکمیل پذیره‌نویسی سهام شرکت : شرکت گروه ارزش آفرینان پاسارگاد (سهامی‌عام) تعهد نموده تا ظرف ۵ روز پایانی مدت پذیره نویسی اقدام به خرید حق تقدم باقیمانده نماید.

نکات مهم:
- مسئولیت صحت و قابلیت اتکای اطلاعات اعلامیهٔ پذیره‌نویسی بر عهدهٔ ناشر است.
- ناشر، شرکت تأمین سرمایه، حسابرس، ارزش یابان و مشاوران حقوقی ناشر، مسئول جبران خسارت وارده به سرمایه‌گذارانی هستند که در اثر قصور، تقصیر، تخلف و یا به دلیل ارائه اطلاعات ناقص و خلاف واقع در عرضهٔ اولیه که ناشی از فعل یا ترک فعل آن ها باشد، متضرر گردیده‌اند.
- ثبت اوراق بهادار نزد سازمان بورس و اوراق بهادار، به منظور حصول اطمینان از رعایت مقررات قانونی و مصوبات سازمان بورس و اوراق بهادار و شفافیت اطلاعاتی بوده و به منزلهٔ تأیید مزایا، تضمین سودآوری و یا توصیه و سفارشی در مورد شرکت‌ها یا طرح‌های مرتبط با اوراق بهادار توسط سازمان نمی‌باشد.
- پذیره نویسان می‌توانند در صورت مشاهده هر گونه تخلف از موارد یاد شده در این اعلامیه مراتب را کتباً به سازمان بورس و اوراق بهادار به آدرس زیر ارسال نمایند.

تهران - ابتدای خیابان ملاصدرا - شمارهٔ ۱۳ سازمان بورس و اوراق بهادار - ادارهٔ نظارت بر انتشار و ثبت اوراق بهادار سرمایه‌ای.

هیأت مدیره شرکت سرمایه گذاری پارس آریان (سهامی عام)

بین‌الملل

آئودی در حال کار روی مدلی جدید و کوچک‌تر نسبت به R8

سینا تفضلی
منبع: وب سایت tospeed

اواخر دهه ۹۰ میلادی بود که آئودی پا به دوره جدیدی گذاشت. مدل TT در سال ۱۹۹۸ عرضه شد و آن زمان بود که این خودروساز که اصالتاً متعلق به شهر اینگول اشتاد است، بالاخره توانست یک خودرو اسپورت را به ترکیب خود اضافه کند. هشت سال پس از آن بود که آئودی با بهره‌گیری از پلتفرم لامبورگینی گالاردو اقدام به معرفی نخستین ابرخودرو در تاریخ خود کرد. پس از گذشت یک دهه کامل از عرضه R8 در بنگاه‌ها، اکنون این برند آلمانی می‌تواند بار دیگر از یک پلتفرم خودروی اسپورت برگرفته از گروه فولکس واگن سودآوری خوبی داشته باشد. این بار نیز آئودی در طراحی این خودرو از شاسی و سینی کف Porsche 718 Boxster/Cayman استفاده خواهد کرد.

رسانه آلمانی Autobild همچنین درباره این خودروی اسپورت جدید بیان می‌کند که کار تولید اولیه آن آغاز شده و کد اختصاری PO455 نیز به آن اختصاص داده شده است. این گزارش همچنین ادعا می‌کند نام تجاری خودرو در نهایت R6 خواهد بود از این نظر بین TT و R8 جای خواهد گرفت. کاملاً مانند R8، R6 نیز از یک پلتفرم گرفته شده از یک برند مشترک‌المنافع استفاده خواهد کرد. جدول زمانی مشخصی برای عرضه R6 ارائه نشده اما Autobild می‌گوید فولکس واگن برای کمک به سرشکن کردن هزینه‌های پلتفرم نسل بعد ۷۱۸ که احتمالاً تا سال ۲۰۱۸ به بازار خواهد آمد حاضر به همکاری در این پروژه شده است. اما به‌طور کلی تولید یک R8 جدید خبر تازه‌ای به حساب نمی‌آید. تولید یک آئودی اسپورت در سایز کوچک‌تر تقریباً در پنج سال اخیر همیشه در میان شایعات شنیده می‌شده است. حتی نام‌های بسیاری برای آن درنظر گرفته شد که از بین آنها می‌توان به R4 و R5 اشاره کرد. اگر گزارش بالا صحت داشته باشد، به نظر می‌آید آئودی روی نام R6 به جمع‌بندی رسیده است. بله، امکان شایعه بودن این گزارش نیز دور از ذهن نیست اما برخی از جزییاتی که در این گزارش آمده بسیار منطقی به نظر می‌آیند. بر کسی پوشیده نیست که فولکس واگن به تنهایی نمی‌تواند از نظر مالی گام‌های بزرگ اخیر خود را پوشش دهد. از این رو به نظر نمی‌رسد یک خودروی اسپورت نخستین خودرویی باشد که آلمانی‌ها برای توسعه و به‌روزرسانی روی آن ریسک کنند. یک خودرو شاسی بلند پرفروش و پر سود قطعاً گزینه مطمئن‌تری خواهد بود اما کلید این انتخاب در دستان پورشه است. پورشه برخلاف سایر برندها از دو پلتفرم منحصر به فرد استفاده می‌کند. درحالی‌که مدل‌هایی چون Cayman و Macan از پلتفرم‌هایی مشابه بهره می‌گیرند، مدل‌های ۹۱۱ و ۷۱۸ دارای پلتفرم‌های سفارشی و مخصوص هستند.

گزارش خبرنگار اعزامی «فرصت امروز» از چین

۴ محصول جدید چری در راه ایران

عسل داداشلو
dadashloo@gmail.com

یین تونگ یو، رئیس هیأت‌مدیره گروه خودروسازی چری می‌گوید که چهار محصول جدید روانه بازار ایران خواهد کرد.

به گزارش خبرنگار اعزامی «فرصت امروز» به چین، چینی‌ها یعنی همان شرکای ماندگار خودروسازان ایرانی یا به عبارت دیگر تنها انتخاب خودروسازان ایرانی در زمان تحریم‌ها که در طول یک دهه فعالیت‌شان کمتر به فکر توسعه محصولات خود در بازار جذاب ایران بوده‌اند حالا با اجرایی شدن برجام و باز شدن درهای ایران به روی سرمایه‌گذاران خارجی، به فکر توسعه محصول افتاده و قصد دارند سهم خود را در بازار ایران حفظ کرده و افزایش دهند. تحرک چینی‌ها از نیمه دوم سال گذشته آغاز شد و حالا چری- خودروساز دولتی چین- سهامدار شرکت مدیران خودروی ایران، پس ازارائه محصول تیگو۵ می‌خواهد چهار محصول دیگر را روانه بازار ایران کند. علاوه بر اینها، با توجه به مقررات وزارت صنعت، معدن و تجارت مبنی بر حداقل ۳۰ درصد تولید داخل شدن محصولات مشترک با خارجی‌ها، شرکت چری می‌خواهد عمق ساخت محصولات خود در ایران را که تا پیش از این حدود ۱۵درصد بود، افزایش دهد.

در همین زمینه رئیس هیأت‌مدیره این شرکت در نشستی خبری با بیان اینکه ایران یکی از مهم‌ترین بازارهای صادراتی چری است، بیان کرد: طبق برنامه‌ریزی صورت گرفته ۸ تا ۱۴ محصول جدید در سال‌های آینده تولید خواهیم کرد که از این بین، چهار محصول جدید به بازار ایران عرضه خواهد شد. ما قصد داریم جدیدترین خودروهای خود را در این بازار ارائه کنیم و همچنین محصولات جدید و لوکس ما مانند آریزو۵ همراه با عرضه در چین و شیلی، به بازار ایران نیز خواهد آمد. او افزود: ما قصد داریم سرمایه‌گذاری خود را در ایران افزایش داده و یکسری از قطعات را در داخل ایران بومی‌سازی کنیم. تونگ یو، چری را مانند فولکس واگن چین دانست و اظهار کرد: ما در برنامه‌ریزی‌های کلان خود از شرکت فولکس‌واگن آلمان الگوبرداری کردیم و به‌زودی چری تبدیل به یکی از غول‌های خودروسازی جهان خواهد شد. ما ابتدا روی توسعه بازارهای خود در خارج از چین تمرکز کرده و اکنون با جدیت به دنبال بهبود وضعیت خدمات پس از فروش و جلب رضایتمندی مشتریان هستیم.

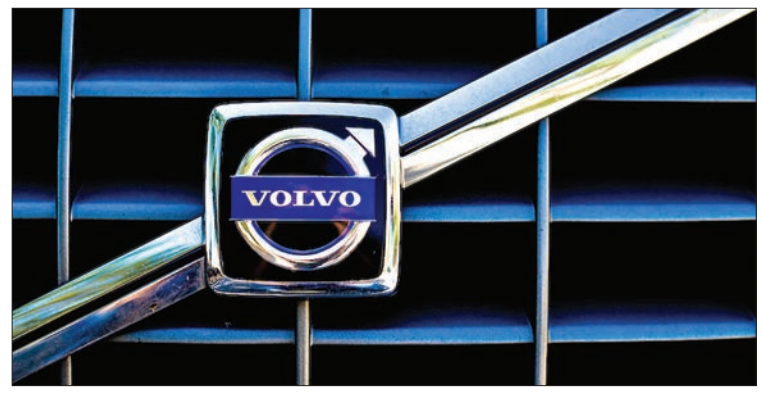
در ادامه این نشست، ژنگ گو ژنگ معاون تأمین قطعات چری، با اشاره به کارخانه چری در ایران، تصریح کرد: یکی از بهترین کارخانه‌های ما در ایران است و ما مکانیزم‌های خوب این کارخانه را به دیگر کارخانه‌های خود در سراسرجهان منتقل کردیم. طبق نظرسنجی‌های موسسات معتبر اروپایی، محصولات چری جزو سه برند با کیفیت چین قرار دارند. او ادامه داد: خودروهای تولیدی شرکت چری در کلاس سواری و SUV دارای اقبال و رضایتمندی مناسبی بوده وقطعاً آریزو۵ که به‌زودی به بازار ایران ارائه خواهد شد می‌تواند خودرویی موفق با طرفداران زیاد باشد. دو وکیانگ، معاون مدیرعامل چری در حوزه صادرات نیز درباره خودروی آتی این شرکت برای بازار ایران، گفت: آریزو ۵ با وجود زمان کمی از عرضه آن، فروش خوبی در بازارهای چین و شیلی داشته و ما پیش‌بینی فروش بالای این محصول در بازار ایران را می‌کنیم. آریزو ۵ نخستین محصول نسل جدید خودروهای ما است که امکانات بالایی از جمله سیستم کمک تعویض دنده، سیستم تعلیق و فرمان مناسب، سیستم استحکام و. . . دارد. این خودرو دارای پنج ستاره ایمنی است.

گزارش ۲

هدف‌گذاری ولوو برای فروش یک میلیون خودرو الکتریکی تا سال ۲۰۲۵

مأموریت غیرممکن!

سینا تفضلی
منبع: caranddriver



ولوو، این خودروساز اصالتاً سوئدی دارای مالکیت چینی، همزمان با معرفی دومین خودرو هیبرید خود در سال جدید، هدفی بلندمدت برای فروش خود درنظر گرفته است: فروش یک میلیون ولوو الکتریکی در سراسر جهان تا سال ۲۰۲۵.

ولوو پیش‌تر در ماه اکتبر اعلام کرد نسخه هیبرید تمامی مدل‌های در حال فروش خود را ارائه کرده و یک مدل کاملاً الکتریک نیز با پلتفرم SPA در سال ۲۰۱۹ تولید خواهد کرد که از جمله مدل‌های دارای این پلتفرم می‌توان به S90، XC90 و همچنین نسل بعدی مدل‌های S60/V60 اشاره کرد. حالا، ولوو می‌گوید در نظر دارد دو نسخه متفاوت هیبرید برای هر مدل ارائه کند تا بتواند به هدف خود مبنی بر فروش یک میلیون دستگاه خودرو طی بازه زمانی ۹ساله دست یابد. نکته اینجاست که این اعداد و ارقام در تناقضی آشکار با یکی دیگر از بیانیه‌های ولوو در ماه اکتبر قرار دارد که طی آن این شرکت اعلام کرده بود، در آغاز دهه بعدی میلادی محصولات هیبرید نزدیک به ۱۰درصد از فروش سالانه شرکت معادل ۸۰ هزار دستگاه را تشکیل خواهند داد. اگر خوش‌بینانه بخواهیم تصور کنیم ولوو در ابتدای سال ۲۰۲۰ به این مهم دست یابد و این روند را حفظ کند، طی شش سال پس از آن کماکان به فروش حدود ۶۰۰هزار دستگاه از مدل کاملاً الکتریکی که در آینده به بازار خواهد آمد، نیاز خواهد داشت تا بتواند با هدف‌گذاری مذکور مطابقت کند. همه اینها در حالی است که تسلا طی چهار سال گذشته از معرفی مدل S جمعاً به فروش ۱۲۰ هزار دستگاه رسیده است. نیسان نیز با گذشت پنج سال از معرفی مدل Leaf توانسته فروش ۲۰۰هزار دستگاه را تا پایان ماه دسامبر ثبت کند. ولوو اما در همین مدت تنها موفق به فروش چند صد دستگاه XC90 T8 هیبرید موجود در بازار سراسر آمریکا شده که قیمت آن نیز از ۷۰ تا ۹۰ هزار دلار برای هر دستگاه متغیر است.

اگر این هدف‌گذاری شرکت ولوو مانند هدف‌گذاری اوباما در سال ۲۰۱۱ مبنی بر داشتن یک میلیون خودرو الکتریکی در خیابان‌های آمریکا تا سال ۲۰۱۵ باشد (که تا آن زمان تنها ۴۰۰هزار دستگاه آن محقق شد) به نظر می‌آید، دلیلش غیرواقع‌گرایانه بودن هر دو هدف است. ولوو در اظهار نظر دیگری ادعا کرده تا سال ۲۰۲۰ خودرویی خواهد ساخت که هیچکس در آن کشته نشده و حتی جراحت شدیدی هم نخواهد دید. در هر حال این اهداف ستودنی به نظر می‌آیند اما سوال اصلی اینجاست که آیا این اهداف واقعاً دست یافتنی هستند یا تنها کلماتی برای گوش‌های سهامداران و مسئولان دولتی به شمار می‌آیند.

خبر

پسابرجام بهترین فرصت مناسب برای رقابتی‌کردن صنعت خودرو

رئیس کمیته تولید ملی و حمایت از ساخت داخل مجلس، بهترین راه بستن روزنه سوءاستفاده قیمتی خودروسازان داخلی و وارد کنندگان خودرو در دوران پساتحریم را به اجرا درآوردن سیاست رقابت‌پذیرکردن خودروسازان داخلی دانست.

سیدمحمد بیاتیان در گفت‌وگو با ایسنا گفت: در محدوده قیمتی پژو ۲۰۶ تعداد مشتریان ایران خودرو نسبت به گذشته کاهش داشته، چون تنوع خودروهای وارداتی اروپایی و چینی در محدوده قیمتی این خودرو افزایش یافته است. نماینده مردم بیجار در مجلس نهم، دوران پسابرجام را بهترین زمان برای رقابتی کردن صنعت خودروسازی داخلی دانست و افزود: هر چه از اجرای برجام می‌گذرد و حضور خودروسازان اروپایی در ایران پر رنگ‌تر می‌شود، به همان نسبت استقبال مردم از خرید برندهای با کیفیت اروپایی افزایش می‌یابد. بازار این قابلیت را دارد که قیمت خودروهای ایرانی را براساس میزان رضایت‌مندی و حجم تقاضا تعیین کند. وی افزود: در صورت آزادسازی قیمت‌گذاری خودرو، مدیران خودروساز کشور برای باقی ماندن در بازار چاره‌ای جز افزایش کیفیت و بهبود خدمات پس از فروش نخواهند داشت. توجه جدی‌تر وزارت صنعت، معدن و تجارت به این مهم در شرایطی که قیمت خودرو به صورت انحصاری توسط خودروساز و شورای رقابت تعیین می‌شود و میزان رضایت یا نارضایتی مشتریان هیچ تأثیری در قیمت‌گذاری ندارد، اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

یک کارشناس خواستار شد

سیستم قیمت‌گذاری خودرو باقی بماند

عضو هیأت علمی دانشگاه علامه طباطبایی معتقد است سیستم قیمت‌گذاری خودرو باید همچنان باقی بماند زیرا به دلیل انحصاری بودن بازار نمی‌توان قیمت‌گذاری را به خودروسازان سپرد.

امرالله امینی در گفت‌وگو با ایسنا اظهار کرد: صنعت خودروی ایران انحصاری است و دو شرکت ایران‌خودرو و سایپا به دلیل داشتن بیشترین سهم بازار کنترل این صنعت را در دست دارند. وی با بیان اینکه به دلیل همین انحصاری بودن بازار است که قیمت‌گذاری خودرو به شورای رقابت واگذار شده است، خاطرنشان کرد: با توجه به انحصار موجود، ایران خودرو و سایپا می‌توانند با کاهش یا افزایش عرضه باعث تغییر قیمت‌ها در بازار آزاد خودرو شوند.

این کارشناس صنعت خودرو ادامه داد: خودروسازان به منفعت خود فکر می‌کنند، بنابراین در صورت واگذاری قیمت‌گذاری خودرو به این شرکت‌ها شاهد افزایش قیمت‌ها خواهیم بود. وی افزود: این در حالی است که برخی خودروهای داخلی نیز از کیفیت مناسبی برخوردار نیستند و خودروسازان اقدامی برای افزایش کیفیت این محصولات نکرده‌اند. امینی با بیان اینکه هرگونه آزادسازی قیمت خودرو برخلاف قانون است، تصریح کرد: در تمام دنیا وقتی تولید یک محصول انحصاری است نهادهای ضد انحصار وارد عمل شده و نسبت به کنترل قیمت‌ها اقدام می‌کنند. به گزارش ایسنا، اخیراً وزیر صنعت، معدن و تجارت خواستار خروج شورای رقابت از حوزه قیمت‌گذاری خودروهای داخلی شده است.

آگهی تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای شماره ۹۴/۱

نوبت دوم

با عنایت به مفاد مواد (۴)، (۱۳) و (۱۸) بخشنامه شماره ۱۳۰۸۹۰ مورخ ۸۳/۱۱/۱۷ قانون برگزاری مناقصات، **معاونت راه روستایی وزارت راه و شهرسازی** در نظر دارد خرید ۴۱۰۰ متر لوله فلزی گالوانیزه موجدار را به صورت عمومی یک مرحله ای به مناقصه بگذارد:

۱- عنوان پروژه: خرید ۴۱۰۰ متر لوله فلزی گالوانیزه موجدار با ابعاد متفاوت طبق درخواست کارفرما

۲- مدت قرارداد و دوره تضمین کار: مدت قرارداد ۱۲ ماه شمسی و دوره تضمین ۶۰ ماه شمسی پس از تحویل موقت

۳- مبلغ تضمین شرکت در فرآیند ارجاع کار (مناقصه): معادل ۱/۸۳۴/۰۰۰/۰۰۰ ریال و به صورت ضمانتنامه بانکی براساس فرم پیوست تصویب نامه هیات وزیران به شماره ۱۲۳۴۰۲/ت ۵۰۶۵۹ ه مورخ ۱۳۹۴/۹/۲۲

۴- محل، زمان و مهلت دریافت اسناد مناقصه: جهت شرکت در مناقصه، کسب اطلاعات لازم و دریافت اسناد مربوطه با در دست داشتن معرفی نامه، حداکثر تا تاریخ ۱۳۹۵/۰۲/۰۸ به گروه برنامه ریزی و بودجه معاونت راه روستایی واقع در تهران – میدان آرژانتین – ابتدای آفریقا – اراضی عباس آباد – ساختمان شهید دادمان – طبقه نهم شمالی مراجعه نمایند.

۵- محل و مهلت تحویل اسناد و پیشنهاد قیمت: آخرین مهلت تکمیل و تحویل اسناد و مدارک شرکت در مناقصه راس ساعت ۱۵ مورخه ۱۳۹۵/۰۲/۲۰ و محل تحویل، آدرس فوق الذکر می باشد.

۶- زمان برگزاری جلسه بازگشایی پاکتها مناقصه راس ساعت ۱۰ صبح روز سه شنبه مورخه ۱۳۹۵/۰۲/۲۱ می باشد. شرکتهای متقاضی باید ضمانتنامه شرکت در مناقصه را در پاکت (الف)، اساسنامه و مدارک شناسایی شرکت را در پاکت (ب) و برگ پیشنهاد قیمت را در پاکت (ج) قرار دهند.

ارسال اسناد و مدارک تکمیل شده هیچگونه تعهدی در زمینه انعقاد قرارداد با متقاضیان را برای مناقصه گذار ایجاد نمی کند.

فرم آگهی الکترونیکی مناقصه را از طریق صفحه الکترونیکی پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات به نشانی http://iets.mporg.ir قابل دسترسی است.

۳۰۲ م.الف

معاونت راه روستایی وزارت راه و شهرسازی

آگهی در اجرای ماده ۳ قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی و ماده ۱۳ آیین نامه اجرایی آن مصوب ۹۰/۹/۲۰

نظر به اینکه باستناد رای شماره ۱۳۹۴۰۳۰۱۰۲۶۰۰۲۰۹۱- ۱۳۹۴/۱۱/۱۴ هیات رسیدگی کننده موضوع قانون صدرالذکر مستقر در ثبت اسناد و املاک قلهک تهران تصرفات بلامنازع از آقای صفر رحیمی اکبرپور فرزند امین اله به شماره شناسنامه ۱۳۴۰ دارای کدملی ۶۴۷۹۶۷۷۳۶۶ نسبت به سه دانگ مشاع از ششدانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۱۷۳/۹۶ مترمربع در قسمتی از پلاک ۴۶/۹۳ اصلی واقع در بخش ۱۱ تهران خریداری از مالک رسمی خانم بهناز آزوین احراز و صحت اجرا و صدور سند مالکیت طی نامه شماره ۱۳۹۴۶۰۳۰۱۰۲۶۰۰۲۱۵۷- ۱۳۹۴/۱۱/۱۷ به این اداره اعلام گردیده است لذا باستناد ماده ۳ قانون مذکور مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی تا چنانچه شخص یا اشخاص اعم از حقیقی یا حقوقی نسبت به موضوع صدور سند مالکیت بنام متقاضی مذکور هرگونه اعتراضی دارند ظرف مدت ۲ ماه از تاریخ انتشار این آگهی به این اداره مراجعه و ضمن تسلیم اعتراض دادخواست به دادگاه عمومی محل وقوع ملک تقدیم نموده و گواهی مربوطه را از دادگاه اخذ و به این اداره تحویل نماید در غیر اینصورت پس از سپری شدن مهلت مقرر سند مالکیت وفق مقررات صادر خواهد گردید.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۵/۱/۲۱ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۵/۲/۵

۱۰۰۴۶ رئیس اداره ثبت اسناد و املاک قلهک - علیزاده

شرکت انتقال گاز ایران
منطقه ۸ عملیات انتقال گاز

آگهی تجدید مناقصه عمومی یک مرحله ای با ارزیابی ساده (شماره: ۸۷۱۴۰۰۳۱)

مجوز ۱۳۹۵/۳۸۸

نوبت دوم

۱. کد فراخوان در پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات: ۱۴۴۵۷۴۶

۲. موضوع مناقصه: تهیه، طبخ، توزیع و سرو غذای کارکنان تاسیسات تقویت فشار گاز و مرکز بهره برداری خطوط لوله اردبیل

۳. نام و نشانی مناقصه گزار: **شرکت انتقال گاز ایران (منطقه ۸ عملیات انتقال گاز)** تبریز – کیلومتر ۱۵ جاده آذرشهر

۴. میزان و نوع تضمین شرکت در فرآیندارجاع کار : دویست وسی و چهار میلیون ریال بصورت نقد ویا ضمانتنامه بانکی در وجه شرکت انتقال گاز ایران(منطقه ۸ عملیات انتقال گاز)

۵. آخرین مهلت اعلام آمادگی: روز شنبه مورخ ۹۵/۲/۱۱

۶. آخرین مهلت دریافت اسنادمناقصه: روز چهارشنبه مورخ ۹۵/۲/۱۵ ساعت ۱۵

۷. آخرین مهلت عودت اسنادمناقصه: روز چهارشنبه مورخ ۹۵/۲/۲۹ ساعت ۱۵

۸. زمان گشایش پاکات: روز سه شنبه مورخ ۹۵/۳/۴ ساعت ۱۱ اتاق کمیسیون مناقصات

جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت اینترنتی www.nigcdist8.ir مراجعه فرمایید.

روابط عمومی منطقه ۸ عملیات انتقال گاز ایران

تاریخ انتشار نوبت اول ۹۵/۲/۴
تاریخ انتشار نوبت دوم ۹۵/۲/۵

۱۷۲

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 رواق روشن مهر توزیع: نشر گستر امروز
آدرس: میدان هفت تیر، خیابان لطفی، بعد از مشاهیر، پلاک ۴۹

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۴۳۳(خط ویژه)
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۴۳۴
فکس تحریریه: ۸۶۰۷۳۳۰۲
سازمان آگهی‌ها: ۸۸۴۹۳۱۶۶
سامانه پیامکی: ۵۰۰۰۱۲۴۳
آیین نامه اخلاق حرفه ای روزنامه:
WWW.FORSATNET.IR/REGULATIONS

یکشنبه | ۵ اردیبهشت ۱۳۹۵ | شماره ۴۸۹ | صفحه ۸
ایمیل: INFO@FORSATNET.IR سایت: WWW.FORSATNET.IR

ظریف: امیدوارم اظهارات کری بانک‌ها را از نگرانی برهاند

وزیر امور خارجه جمهوری اسلامی ایران در پی گفت‌وگو با همتای آمریکایی خود در نیویورک گفت: امیدواریم اظهارات جان کری راه‌گشای حل نگرانی‌های بانک‌ها از رویکرد آمریکا شود.

به گزارش خبرگزاری مهر، محمد جواد ظریف در پی دیدار با جان کری، وزیر خارجه آمریکا گفت: این بسیار مهم است متوجه باشیم برجام یک قرارداد متعادل بوده و ایران تعهدات خود را در برجام انجام داده و با صحبت‌هایی که جان کری می‌گوید مشخص شد که باید منتظر باشیم ایران تمامی منافع ذکر شده در برجام را ببرد.

وی گفت: باید به اطمینان خاطر برسیم که مذاکره و قرارداد تنها راه‌حل مناقشات بین‌المللی است و تحریم و فشار راهکارش نیست.

ظریف گفت: امیدواریم اظهارات جان کری راه‌گشای حل نگرانی‌های بانک‌ها از رویکرد آمریکا شود.

وزیر خارجه کشورمان افزود: اختلاف‌نظرهای ما در شمار زیادی از مسائل با آمریکا همچنان پابرجا و جدی است.

ظریف افزود: تصمیم گرفته شد از طریق ۱+۵ تنها این مشکل برجام حل شود و ما می‌خواهیم این را نشان بدهیم که ایران و ۱+۵ توانستند مشکل بسیار جدی را از طریق مذاکرات حل کنند و گام‌های مناسب را بردارند تا ایرانیان بتوانند تغییرات پس از اجرای برجام را درک کنند.

وزیر خارجه کشورمان خاطرنشان کرد: تنها زمانی‌که مردم ایران بتوانند این تغییرات پس از برجام را احساس کنند ما هم می‌توانیم به روند اجرایی شدن برجام ادامه دهیم.

ظریف در پایان گفت: ما باید مناقشات بین‌المللی را زیربنایی و بدون محدودیت درست کنیم.

این دیدار در هتل پالاس نیویورک و با محوریت هماهنگی‌های پس از برجام صورت گرفت.

جان کری نیز در پی این دیدار گفت: اجازه بدهید بگویم که من از دیدار ظریف وزیر خارجه ایران و ادامه گفت‌وگوها درباره اجرایی‌سازی طرح جامع اقدام مشترک بسیار خوشحالم. اوایل این هفته ما دیداری سازنده داشتیم. ما درباره برخی چالش‌ها تبادل نظر کردیم و حالا معتقدم که کار خود را انجام داده‌ایم و تصمیم خود را گرفته‌ایم که این گفت‌وگوها را ادامه دهیم.

وی افزود: اول من می‌خواهم مطلبی درباره یکی از موضوعاتی که درباره آن گفت‌وگو کرده‌ایم، بیان کنم. همان‌طور که رئیس‌جمهوری اوباما و همچنین جک‌لو وزیر خزانه‌داری و همچنین من گفته‌ام آمریکا مانعی بر سر راه تجارتی که اجازه آن به ایران از زمان اجرایی شدن طرح جامع اقدام مشترک داده شده است، ایجاد نکرده و نخواهد کرد. من می‌خواهم روی این موضوع تأکید کنم که ما تحریم‌های مرتبط با موضوع هسته‌ای را که به آنها متعهد شده بودیم، رفع کرده‌ایم و حالا فرصت‌هایی برای بانک‌های خارجی برای انجام تجارت با ایران وجود دارد.

وی ادامه داد: متأسفانه به نظر می‌رسد که نوعی سردرگمی بین بانک‌های خارجی وجود دارد و ما می‌خواهیم تا آنجا که می‌توانیم شفاف‌سازی کنیم.

کری گفت: وزیر خارجه درست می‌گوید. اختلافاتی وجود دارد و برخی از آنها بدیهی است که اختلافاتی جدی هستند که موضوع بحث مذاکرات آینده خواهند بود اما این مهم است که همه بدانند این توافق یک توافق است و لازم است که آن را از مسائل دیگر جدا کنیم و در جهت حل و فصل اختلافات دیگر پیش برویم. هیچ چیزی نمی‌تواند از تلاش آمریکا برای کمک به حل و فصل این اختلافات و مطمئناً ادامه تلاش در جهت صلح و ثبات در منطقه بکاهد.

ظریف توافقنامه تغییرات آب و هوایی پاریس را امضا کرد

محمد جواد ظریف، عصر روز جمعه توافقنامه تغییرات آب و هوایی پاریس را همچون دیگر مقامات ۱۷۰ کشور جهان امضا کرد.

به گزارش ایسنا، محمدجواد ظریف وزیر خارجه کشورمان روز جمعه با حضور در مراسم امضای توافقنامه تغییرات آب و هوایی پاریس که در مجمع عمومی سازمان ملل برگزار شد، به نمایندگی از طرف دولت جمهوری اسلامی ایران، این توافقنامه را امضا کرد.

ظریف پیش از این اعلام کرده بود روز جمعه به نمایندگی از ایران توافقنامه تغییرات آب و هوایی پاریس را در سازمان ملل امضا خواهد کرد.

توافقنامه پاریس در ۱۲ دسامبر سال ۲۰۱۵ میلادی با توافق ۱۹۶ کشور جهان و در چارچوب کنوانسیون تغییر اقلیم سازمان ملل امضا شده است.

طبق آمار سازمان ملل، مراسم امضای توافقنامه تغییرات آب و هوایی پاریس که روز جمعه در مجمع عمومی سازمان ملل به امضای رهبران عالی ۱۷۱ جهان رسید، رکورد جدیدی در تاریخ امضای یک توافقنامه توسط بیشترین شمار کشورها در یک روز به ثبت رساند. رکورد بیشترین امضای یک توافقنامه در یک روز پیش از این متعلق به کنوانسیون ملل متحد در مورد حقوق دریاها بود که در سال ۱۹۸۲ به امضای رهبران ۱۱۹ کشور جهان در یک روز رسیده بود.

روحانی: اگر ایران نبود دو دولت توسط تروریست‌ها اداره می‌شد

رئیس‌جمهوری، ایران را پرچمدار شعار و عمل در مبارزه با تروریسم دانست و گفت: اگر ایران نبود، داعش عملاً تحقق می‌یافت و آنها هم بر دمشق و هم بر بغداد پیروز می‌شدند و دو دولت توسط تروریست‌ها اداره می‌شد.

به گزارش ایرنا، حجت‌الاسلام و المسلمین حسن روحانی در دومین سمینار بین‌المللی محیط زیست، دین و فرهنگ افزود: داعش یعنی دولت عراق و شام که اگر ایران نبود، امروز با یک گروهک تروریستی مواجه نبودیم بلکه در منطقه و جهان با دو کشور و دو دولت که توسط تروریست‌ها اداره می‌شد، مواجه بودیم؛ آنگاه پاریس، بلژیک و نیویورک چه می‌کردند؟

رئیس‌جمهوری ادامه داد: کسانی که قدر مجاهدت‌های این مردم و ایران را نمی‌دانند کمی دقت کنند و ببینند ایران پرچمدار شعار جهان عاری از خشونت و افراطی‌گری (WAVE) است و در مقام عمل هم پرچمدار مبارزه با تروریسم بوده است.

رئیس‌جمهوری با اشاره به سمینار بین‌المللی محیط زیست، دین و فرهنگ گفت: امروز رسالت و وظیفه ما این است که شانه‌هایمان را زیر بار مسئولیت اقلیم منطقه‌ای و جهانی خود قرار دهیم.

روحانی ادامه داد: خوشحالیم که این سمینار روزی در تهران برگزار می‌شود که در نیویورک سند مهم اقلیم در حال امضا و توجه جهانیان به مسئله محیط‌زیست است.

وی اضافه کرد: امیدوارم پیام امروز از تهران در کنار پیام از نیویورک و پاریس، پیام قدرتمند جهانی را به همه بدهد که با وحدت، همفکری، تلاش و کوشش پیگیر همگان می‌توانیم به این هدف مهم دست یابیم.

رئیس شورای عالی محیط زیست تصریح کرد: اگر در این زمینه فعالیت نکنیم، کره خاکی دچار شرایط سخت خواهد شد و شاید زیست انسان‌ها مشکل یا ناممکن شود؛ پس برای زندگی، حیات و ادای وظیفه خود در برابر تمام انسان‌ها یعنی همان کره خاکی باید به وظیفه خود عمل کنیم.

روحانی یادآور شد: همه ادیان الهی این پیام را برای بشریت دارند که طبیعت برای شماست اما باید از این طبیعت به درستی و با برنامه صحیح استفاده کنید. شما از زمین هستید اما وظیفه آبادانی آن را برعهده دارید.

ایران منادی گفت‌وگوی تمدن‌ها و جهان عاری از خشونت

وی افزود: بسیار خوشحالم که از ایران و تهرانی سخن می‌گویم که ندایش به‌عنوان خاورمیانه عاری از سلاح هسته‌ای به گوش منطقه و جهانیان رسید. مفتخرم از کشوری حرف می‌زنم که ندای گفت‌وگوی تمدن‌ها از این سرزمین به پا خاست و خوشحالم از سرزمینی سخن می‌گویم که محیط‌زیست، فرهنگ، ادیان و تعامل بین فرهنگ و توسعه پایدار، در سال ۲۰۰۱ از تهران آغاز شد.

رئیس‌جمهوری ادامه داد: خوشحالم از تهرانی سخن می‌گویم که ندای جهان عاری از خشونت و افراطی‌گری از این سرزمین به پا خاست و در مجمع عمومی سازمان ملل تثبیت شد. مفتخرم از ایرانی سخن می‌گویم که ندای بلند آن برای جهانیان اعتدال و میانه‌روی است و به دنیا می‌گوید راه نجات ما این است که راه میانه و بدون افراط چه در برابر همنوعان و چه طبیعت را برگزینیم.

روحانی اضافه کرد: خوشحالم از سرزمینی سخن می‌گویم که توانست مهم‌ترین و پیچیده‌ترین معضل حقوقی، سیاسی، فنی و بین‌المللی سال‌های اخیر را از طریق گفت‌وگو با شش قدرت جهان و ۱+۵ کنار میز مذاکره با منطق و استدلال حل کند.

وی اظهار داشت: خوشحالم از سرزمینی سخن می‌گویم که ۲۰۰ سال است به هیچ کشوری تجاوز نکرده و آنگاه که مورد تجاوز قرار گرفت با شجاعت و قدرت از کشور و ملت خود دفاع کرد و پیروز شد.

رئیس‌جمهوری یادآور شد: اینجا سرزمین ایران، سرزمین همزیستی مسالمت‌آمیز است که فرهنگ‌ها، ادیان و اقوام مختلف با صلح، صفا و برادری در کنار هم زیسته‌اند و امروز هم همین راه همزیستی را ادامه می‌دهند.

دفتر حقوقی وزارت کشور درباره وضعیت منتخب سوم اصفهان توضیح می‌دهد

رئیس ستاد انتخابات کشور گفت: تبلیغات دور دوم انتخابات دهمین دوره مجلس شورای اسلامی که از روز پنجشنبه (۲ اردیبهشت) آغاز شده، در یک فضای بسیار رقابتی، گسترده و تنگاتنگ ادامه دارد.

محمدحسین مقیمی در گفت‌وگو با ایسنا، در این باره اظهار کرد: با توجه به اینکه تعداد داوطلبان در دور دوم انتخابات نسبت به دور اول کمتر است، بر تبلیغات انتخاباتی کنترل راحت‌تری می‌شود.

وی در ادامه با اشاره به اینکه فقط چند مورد تخلف تبلیغات گزارش شده که با تذکر حل شده است، تصریح کرد: به داوطلبان و هواداران آنها توصیه می‌کنم در تبلیغات به بیان توانایی خود بپردازند و دنبال تخریب رقبا نباشند.

معاون سیاسی وزیر کشور درباره آخرین آمار اعتبارنامه صادر شده توسط فرمانداری‌های سراسر کشور خاطرنشان کرد: تاکنون اعتبارنامه ۲۲۱ منتخب صادر شده ولی هنوز اعتبارنامه مینو خالقی منتخب سوم مردم اصفهان صادر نشده که در این باره به‌زودی دفتر حقوقی وزارت کشور توضیحاتی ارائه می‌کند.

مقیمی در پایان با بیان اینکه تعرفه‌های دور دوم انتخابات با تعرفه‌های دور اول متفاوت است و نمی‌توان از تعرفه‌های دور اول برای دور دوم استفاده کرد، گفت: برای دور دوم انتخابات ۱۵ هزار و ۳۵۳صندوق در نظر گرفته شده و حدود ۱۷ میلیون نفر هم واجد شرایط رأی دادن هستند.

مرحله دوم انتخابات دهمین دوره مجلس شورای اسلامی روز جمعه ۱۰ اردیبهشت برگزار می‌شود تا تکلیف ۶۸ کرسی باقی مانده مجلس مشخص شود.

سیاست

وزارت خزانه‌داری آمریکا: پول آب سنگین اراک از طریق کشور ثالث پرداخت می‌شود

به دنبال تداوم تحریم‌های تجاری آمریکا علیه ایران، بهای آب سنگین خریداری شده توسط آمریکا از طریق نهاد مالی یک کشور ثالث به ایران پرداخت می‌شود.

به گزارش مهر به نقل از خبرگزاری ترونیوز، با ادامه تحریم‌های آمریکا، ایران همچنان باید برای خرید اقلامی همچون غذا و دارو از طریق نهادهای مالی مستقر در کشورهای ثالث اقدام کند.

یکی از مقامات وزارت خزانه‌داری آمریکا اظهار داشت که تا زمان تکمیل فرآیند خرید آب سنگین اراک، جزییات نحوه پرداخت اعلام نخواهد شد، اما خاطرنشان کرد که تراکنش مالی این معامله نیز همانند موارد قبل (غذا و دارو) صورت خواهد گرفت.

این مقام وزارت خزانه‌داری آمریکا که نخواست نامش فاش شود، گفت: «صرف‌نظر از اینکه این پرداخت به دلار آمریکا صورت بگیرد یا خیر، این تراکنش مالی محدود خواهد بود.»

شایان ذکر است که «جان کربی» سخنگوی وزارت خارجه آمریکا هدف از خرید آب سنگین اراک را تامین نیاز تحقیقاتی و صنایع غیرهسته‌ای این کشور دانست. سازمان انرژی آمریکا قصد دارد آب سنگین خریداری شده را به مشتریان تجاری و تحقیقاتی داخلی از جمله آزمایشگاه ملی آمریکا بفروشد.

تیتراخبار

- **پکن قویا به آمریکا در خصوص اقدامات و اظهارات این کشور در ارتباط با دریای جنوبی و همچنین دخالت در امور داخلی خود هشدار داد.**
- **وزیر امور خارجه آمریکا در نشستی با سردبیران روزنامه نیویورک تایمز از ارسال مهمات سنگین روسی به مواضع خارج از شهر حلب در شمال سوریه سخن گفت و نگرانی‌های جدیدی از نقض احتمالی آتش بس در این کشور مطرح کرد.**

پلیس ترکیه می‌گوید شش مظنون داعش را که گزارش شده بود به دنبال سوء قصد به جان نخست‌وزیر ترکیه هستند، دستگیر کرده است

جامعه

دستور معاون رئیس‌جمهوری برای پیگیری وضعیت زن شکنجه‌دیده در مشهد

درپی انتشار خبر شکنجه یک زن طی ۲۱ روز در مشهد، شهیندخت مولاوردی به مدیرکل امور زنان و خانواده استان دستور پیگیری وضعیت این زن را داد.

به گزارش ایسنا، معاون رئیس جمهوری در امور زنان و خانواده در کانال خبری خود در تلگرام نوشت: «تنها یک روز بعد از روز پدر با این خبر هولناک و باور نکردنی مواجه می‌شویم. بلافاصله لینک خبر را به اطلاع مدیر کل امور زنان و خانواده استان مربوطه می‌رسانم و در جواب در جریان پیگیری‌های انجام شده قرار می‌گیرم.

مطالعه گزارش ارسالی را که توسط خبرنگار اجتماعی ایسنا تنظیم شده است به دلیل شدت و وسعت خشونت اعمال شده علیه اعظم و دو دخترش در ۲۱ روز، فقط تا نیمه آن می‌توانم ادامه دهم و به دنبال علت این همه سبعیت غیرعادی سریع گزارش را مرور می‌کنم و به آنچه حدس می‌زدم می‌رسم: اعتیاد، این بلای خانمانسوز!»

اعظم نام زنی مشهدی است که به همراه دختران پنج و هفت ساله‌اش به‌شدت توسط شوهر معتادش شکنجه شده است.

تیتراخبار

- **معصومه ابتکار، رئیس سازمان حفاظت محیط زیست، از بیمه شدن پلنگ ایرانی خبر داد و گفت: این بیمه‌نامه می‌تواند الگویی برای کشورها در حفظ تنوع زیستی باشد.**
- **اکبر پورفتح الله، مدیرعامل سازمان انتقال خون با بیان این مطلب که آمار اهدای خون زنان در ایران رو به افزایش است، گفت: آمار اهدای خون بانوان در ایران با افزایش یک درصدی به ۵درصد رسید.**

احسان مقدم، مدیر ارتباطات و امور بین‌الملل شرکت بهره‌برداری مترو، آدامس و پفک را بیشترین زباله درون واگن‌های مترو عنوان کرد

فرهنگ

میرکریمی: نه من و نه افخمی جنبه شوخی نداریم

دبیر سی‌وچهارمین جشنواره جهانی فیلم فجر تأکید کرد: کسی به دلیل انتقاد کردن از جشنواره حذف نمی‌شود و فضای عمومی این رویداد سینمایی هم حاکی از همدلی با اهالی رسانه است.

رضا میرکریمی، دبیر سی‌وچهارمین جشنواره جهانی فیلم فجر در گفت‌وگو با مهر درباره اظهارنظر بهروز افخمی که سوم اردیبهشت ماه در برنامه «هفت» اعلام کرد کارت‌های عوامل برنامه به دلیل انتقاد از جشنواره صادر نشده است، گفت: آیا شما این چند روز کسی را در جشنواره دیدید که مانع فعالیت رسانه‌ها شود؟ ما تا امروز گلایه و انتقادی در این زمینه نداشتیم که افراد به دلیل نقد کردن اجازه حضور در جشنواره را نداشته‌اند.

دبیر جشنواره ادامه داد: همین رویکرد رسانه‌ها نشان می‌دهد فضای کاخ جشنواره چگونه است. میرکریمی گفت: من بهروز افخمی را خیلی دوست دارم. فرض کنید که او یک شوخی با من کرده است و من هم با او یک شوخی کردم ولی معلوم شد هیچ‌کدام از ما ظرفیت شوخی نداریم.

در برنامه هفت، گزارشگر برنامه هفت با اجرا در بیرون سینما چهارسو مدعی شد که به او و همکارانش اجازه ورود به محل برگزاری جشنواره فجر داده نشده است.

تیتراخبار

- **تدوین فیلم سینمایی «سلام بمبئی» برای تدارک اکران در ماه رمضان تمام شد. «سلام بمبئی» نخستین فیلم محصول مشترک سینمای ایران و بالیوود هند با بازیگری محمدرضا گلزار است.**
- **در فیلمی جدید که قرار است با شخصیت انجیلی مریم مجدلیه شکل بگیرد، احتمال دارد خواکین فونکس در نقش حضرت مسیح ظاهر شود.**

فرهاد عزیزی، مدیر امور پایگاه‌های میراث جهانی گفت: با گروه طراحی سازه دانشگاه درسدن آلمان تفاهم‌نامه‌ای داریم که طرح حفاظت، استحکام‌بخشی و تثبیت ایوان غربی مجموعه تخت سلیمان را اجرایی کنند

ورزش

تمجید تاجیک از جوانان تکواندوی ایران

سرمربی ایرانی تیم ملی عمان گفت: تکواندو ایران با کسب عنوان قهرمانی در آسیا ثابت کرد حرف‌های زیادی برای گفتن در المپیک دارد و کسب سه مدال طلا در ریو دور از دسترس نیست.

علی تاجیک با بیان مطلب فوق به مهر گفت: تیم ملی تکواندو ایران با ترکیبی از جوانان باآتیه و میانگین سنی۱۹ سال در این دوره از رقابت‌ها حضور پیدا کرد و با کسب عنوان قهرمانی ثابت کرد که این تکواندو سرچشمه‌ای از استعدادهای ناب است که در صورت کسب فرصت توانایی خود را به نمایش خواهند گذاشت.

تکواندوکار سابق تیم ملی کشورمان در خصوص افت فنی مسابقات با حضور نفرات دوم کشورهای ایران و کره جنوبی به مهر گفت: نمی‌توان گفت این جوانانی که در ترکیب تیم ملی و در مسابقات قهرمانی آسیا به میدان رفتند نفرات دوم بودند. تیم ایران سه تکواندوکار جوان اما باتجربه را در ترکیب داشت، یا وزن ۵ کره یا نفراتی در ترکیب سایر تیم‌ها را می‌توان مثال زد که دلیل بر سطح فنی بالای این دوره از رقابت‌ها بود. در کل رقابت‌های فنی و بسیار زیبایی را شاهد بودیم.

تیم ملی تکواندو ایران چهارشنبه شب در رقابت‌های قهرمانی آسیا موفق به کسب سه مدال طلا، یک نقره و عنوان قهرمانی این رقابت‌ها شد.

تیتراخبار

- **اصغر باقریان، مدیرعامل باشگاه سپاهان اصفهان با بیان اینکه جدایی سرمربی این تیم در فضایی دوستانه بوده است، گفت: در حال حاضر بحث جدی درباره تغییر در مدیریت مطرح نشده است.**
- **سرپرست باشگاه استقلال با تمجید از زحمات حنیف عمران‌زاده، مدافع این تیم گفت: حنیف تا پایان فصل به‌خاطر مصدومیت بازی نخواهد کرد.**

اریک کانتونا، اسطوره باشگاه منچستر یونایتد گفته است از اینکه ۲۱ سال پیش نتوانسته ضربه محکم‌تری به هوادار کریستال پالاس بزند، ناراحت است.

استراتژی انتخاب رسانه تبلیغاتی برای شرکت‌های شوینده

ایجاد تمایز با سبدهای رسانه‌ای اثربخش

امیر کاکایی
a9631m@gmail.com

با افزایش رقابت در بازار، سازمان‌های ارائه‌دهنده مواد شوینده در تلاش هستند که رسانه‌ای اثربخش را برای تبلیغ و معرفی برند و محصولات خود به بازار عرضه کنند. مدیران این سازمان‌های ایرانی معمولاً باید به این نکته توجه کنند که آیا سبد رسانه‌ای که انتخاب می‌کنند به درد بازار امروز می‌خورد و بودجه تبلیغات را به‌درستی بین تبلیغات کلاسیک، دیجیتال، نقطه فروش و بازاریابی مستقیم تقسیم کرده‌اند؟ قطعاً پاسخ به این سوالات در انتخاب رسانه‌ای اثربخش بسیار می‌تواند مثمرثمر واقع شود.

محمد قاضی‌زاده، کارشناس ارشد بازاریابی و برند درباره انتخاب سبد رسانه‌ای تبلیغاتی اثربخش مواد شوینده به «فرصت امروز» می‌گوید: از آنجایی که هیچ رابطه علت و معلولی بین هزینه بازاریابی و موفقیت در بازار به علت وجود عوامل متعدد تأثیرگذار تاکنون ثابت نشده است، شرکت‌های ارائه‌دهنده مواد شوینده بهداشتی بهتر است پیش از فکر کردن به انتخاب سبد رسانه‌ای اثربخش، ابتدا استراتژی بازاریابی خود را مشخص کنند و سپس دو سوال را از خود بپرسند. سوال اول اینکه «با چقدر پول می‌توانیم مشتریان را به سمت محصولات‌مان بکشانیم؟» از آنجایی که هیچ الگوریتم واحدی نیز برای محاسبه بودجه بازاریابی مطلوب و مناسب هنوز پیدا نشده است، با تلفیق سه راهکار به عدد واقعی و قطعی بودجه‌شان دست پیدا کنند که این موارد شامل بررسی و مقیاس قرار دادن بودجه‌های رقبا، بودجه‌بندی براساس اهداف بازاریابی سازمان و مدل‌سازی اثربخش بودجه، به‌عنوان ابزاری برای کنترل صحت بودجه می‌شود و سپس براساس خروجی این سه رویکرد و میانگین گرفتن از آنها، بودجه مورد نیازشان را معین کنند. زمانی که برآوردی از میزان هزینه‌ای که نیاز است روی نقاط مختلف ارتباطی‌شان با مصرف‌کنندگان انجام دهند، به دست آمد، بهتر است سوال دوم را از خود بپرسند: «این بودجه را چطور و براساس چه معیاری باید به فعالیت‌ها و رسانه‌های مختلف اختصاص دهیم؟» جواب این سوال در فرآیند انتخاب و خرید است، یعنی معیار همان مراحل مختلف فرآیند انتخاب و خرید مشتریان است. بدین معنی که آیا سرمایه‌گذاری که روی بازاریابی انجام می‌دهند در هر نقطه تماس با مشتریان صرف آگاه‌سازی آنها از برند/کالا، افزودن یک برند به لیست چند برند اول ذهن آنها یا افزایش اندازه سبد خرید مشتریان یا افزایش وفاداری‌شان می‌شود؟

او می‌افزاید: پس از پاسخ به این دو سوال شرکت‌ها باید به چند بعد بپردازند که شامل این موارد است: انتخاب و چیدمان سبد رسانه‌ای تبلیغاتی، انتخاب فعالیت‌های بازاریابی موردنیاز برای ارتباط برقرار کردن با مصرف‌کنندگان که خود این موضوع نیز شامل توانایی مالی‌شان، وضعیت بازار و میزان هزینه کرد رقبا، نوع محصولی که می‌خواهند برای آن تبلیغ کنند و جایگاه آن محصول در منحنی عمر خود و اندازه بازار آن محصول می‌شود.

حضور استراتژیک محصولات در فروشگاه‌ها

او ادامه می‌دهد: به‌طور منطقی، بودجه بازاریابی باید صرف سرمایه‌گذاری روی فعالیت‌هایی شود که هدفشان ترغیب، برانگیختن و حرکت دادن مشتریان از مرحله آگاهی و در نظر گرفتن برند در مرحله خرید مجدد و وفاداری است. در همین راستا نیز شرکت‌ها باید برای هر مرحله از فرآیند انتخاب و خرید مصرف‌کنندگان برنامه‌ای خاص داشته باشند. به‌طور مثال شرکت‌های ارائه‌دهنده مواد شوینده در مرحله آگاهی‌رسانی از وجود و حضور یک کالا یا برند در بازار می‌توانند از آگهی‌های تلویزیونی کوتاه استفاده و برند مجموعه را به مخاطبان معرفی کنند. در کنار این موضوع تمرکز بر چیدمان و حضور محصول در فروشگاه‌ها نیز در این مرحله بسیار حائز اهمیت است، چون برخی برندها در بازه‌های زمانی مختلف هزینه‌های چندمیلیاردی در حوزه تبلیغات صرف کرده‌اند اما محصولات آنها از توزیع مناسبی برخوردار نبوده و در قفسه فروشگاه‌های مختلف حضور پیدا نکرده‌اند و این یعنی همه بودجه بازاریابی‌شان برای آن کمپین رادور ریخته‌اند. یک برند محصول در مرحله معرفی باید علاوه بر حضور مناسب در خرده‌فروشی‌ها، در فضای خوبی از آن فروشگاه‌ها هم قرار بگیرد که در معرض دید مخاطبان باشد؛ این موضوع بسیار حائز اهمیت است. این‌طور می‌توان گفت که در صورت چیدمان اصولی محصولات براساس تکنیک‌های پلانوگرمینگ (چیدمان براساس رنگ، نوع محصول و ابعاد محصول در قفسه‌ها) آن برند یا محصول شانس به‌مراتب بالاتری را نسبت به سایر محصولات مشابه در خریداری شدن و امتحان شدن برای بار اول توسط خریداران خواهد داشت.

مقایسه محصولات برای نشان دادن توانمندی محصول

این کارشناس ارشد تبلیغات خاطرنشان می‌کند: برخی شرکت‌های معتبر دنیا در این حوزه معمولاً محصولات خود را برای بالا بردن شانس امتحان شدن برای بار اول توسط مصرف‌کنندگان، با محصولات دیگران مقایسه می‌کنند به‌عنوان نمونه نشان می‌دهند که پودر شوینده آن شرکت نسبت به سایر پودرهای شوینده تا چه اندازه توانمند است؛ البته باید محصولات معروف رقبا را که حتی بدون حضور برند روی بسته‌بندی‌هایشان قابل شناسایی هستند انتخاب کنند.

او می‌افزاید: شرکت‌های ایرانی ارائه‌دهنده مواد شوینده که محصولشان در مرحله معرفی به بازار است می‌توانند سبد تبلیغاتی شامل تیزرهای کوتاه تبلیغاتی برای معرفی برند به بازار، فعالیت‌های ترویجی برای قرار دادن محصول در بهترین جای فروشگاه‌ها، برشمردن ویژگی‌ها و نقاط تمایز محصولات در نقطه عرضه، رسانه‌های چاپی که گروه هدف خانم‌های جامعه را دنبال می‌کنند و کمپین‌های ویروسی شبکه‌های اجتماعی را برای آن محصول در نظر بگیرند؛ به‌صورت کلی این موارد می‌تواند به محصولاتی/برندهایی که در مرحله معرفی هستند بسیار کمک کند و ریسک سرمایه‌گذاری بازاریابی‌شان را پایین بیاورد. در کنار این مخاطبان معمولا علاقه دارند که برای خرید یک محصول ابتدا آن را با سایر محصولات مشابه از چند نظر مقایسه کنند. به‌صورت کلی انتخاب نادرست مواد شوینده برای مخاطبان جامعه هزینه‌بردار است و حتی ممکن است برای آنها هزینه‌های جسمانی را به همراه داشته باشد؛ به‌عنوان نمونه اگر فردی شامپوی مناسبی را برای موی خود انتخاب نکند، ممکن است موی آن فرد دچار مشکل شده و هزینه‌های جسمانی را برای آن فرد به همراه داشته باشد؛ به همین دلیل مخاطبان معمولاً در انتخاب این گونه محصولات دقت می‌کنند که مناسب‌ترین محصول را برای خود انتخاب کنند. این فرصت به مقایسه گذاشته شدن و موردبررسی قرار گرفتن امروزه از طریق شبکه‌های اجتماعی و فضای دیجیتال امکان‌پذیر است و خریداران می‌توانند نظرات خود را راجع به یک محصول و مقایسه آن با دیگر محصولات در اختیار دیگران قرار دهند. شرکت‌ها در این شرایط باید بتوانند این فضا را مدیریت کنند و از آن بهره ببرند.

قاضی‌زاده بیان می‌کند: شرکت‌های ارائه‌دهنده مواد شوینده در مرحله معرفی محصول خود بهتر است تمرکز زیادی بر تبلیغات نقطه فروش داشته باشند، چراکه درنهایت این ابزارها نقش یادآوری‌کننده تبلیغات رسانه‌ای و کمک به مصرف‌کننده در لحظه حیاتی انتخاب را بازی

> **شرکت‌های ارائه‌دهنده مواد شوینده در مرحله معرفی محصول خود بهتر است تمرکز زیادی بر تبلیغات نقطه فروش داشته باشند، چراکه درنهایت این ابزارها نقش یادآوری‌کننده تبلیغات رسانه‌ای و کمک به مصرف‌کننده در لحظه حیاتی انتخاب را بازی می‌کنند**

می‌کنند. محصولاتی که مربوط به مردان جامعه هست نیز می‌تواند در نقاطی که این گروه هدف رفت‌وآمد دارند، تبلیغ شود یا در مجله‌های مختلف که گروه هدف مردان جامعه را دنبال می‌کنند آگهی‌های تبلیغاتی لحاظ شود؛ پیش‌بینی می‌شود که معرفی محصول در نقطه فروش برای این قشر از جامعه نیز اثربخش باشد. در این میان برای نشانه گرفتن گروه هدف مردان، این گونه محصولات را می‌توان در نقاط پررفت‌وآمد این قشر مانند باشگاه‌های ورزشی نیز تبلیغ کرد؛ این در حالی است که شرکت‌های ایرانی در این نقطه پررفت‌وآمد کمتر کار تبلیغاتی انجام می‌دهند.

تبلیغات در مرحله رشد و بلوغ

این کارشناس تبلیغات درباره انتخاب سبد رسانه و فعالیت‌های بازاریابی که در مرحله رشد و بلوغ در این صنعت اثربخش هستند، می‌گوید: سازمان‌ها باید خود را به‌جای مصرف‌کننده نهایی بگذارند، چون مصرف‌کننده نهایی برندهای مختلف را برای مصرف انتخاب کرده و مشتری برخی برندهاست. از طرفی هنگامی که مخاطبان به فروشگاه‌ها مراجعه می‌کنند معمولاً به این صورت محصولی را انتخاب می‌کنند که یا آن محصول در جلوی دید و در بهترین نقطه فروشگاه باشد یا فروشنده آن را به مخاطبان توصیه کند یا اینکه خریدار صرفاً مأمور به خرید آن محصول شده باشد. در این میان دسته چهارمی هم هستند که یک برند خاص را در ذهن دارند و از فروشنده تقاضا می‌کنند محصول آن برند را به آنها بدهد. اما هنگامی که مخاطبان با برندهای متنوعی آشنا هستند اما در ذهن خود تصمیم نگرفته‌اند که چه محصولی از کدام برند را انتخاب کنند، سازمان‌ها می‌توانند با مانور دادن روی چیدمان محصول در هنگام تصمیم‌گیری مشتری مثمرثمر باشند. در این میان شرکت‌ها باید برنامه‌های ترویجی و حمایت‌هایی را از محصول داشته باشند که فروشندگان در فروشگاه‌ها محصولات را به مخاطبان توصیه کنند. سازمان‌های ارائه دهنده مواد شوینده در کنار این موضوع باید تبلیغات خلاقانه‌ای را در بیلبوردها انجام داده و تیزرهای کوتاهی را تولید کنند که رابطه حسی تنگاتنگی را بتواند بین مخاطبان و برند ایجاد کند. او ادامه می‌دهد: صنعت مواد شوینده در مقایسه با بسیاری از صنایع در حوزه تکنولوژی استفاده‌شده در محصولات حرفی برای گفتن ندارد و ادعاهای (Claim) خلاقانه و جدید آن بیشتر در حوزه حسی انجام می‌شود، بنابراین شرکت‌ها باید در تلاش باشند که حس خیلی خوبی را که مصرف‌کننده نهایی پس از مصرف محصول برایش ایجاد خواهد شد در آگهی‌هایشان نشان دهند. این گونه مسائل با طراحی یک آگهی خلاقانه امکان‌پذیر است اما خلاقانه و نه آنقدر اغراق‌آمیز که با یک جرم‌گیر بتوان آنقدر بر سنگ سرویس بهداشتی برق انداخت که خانه را نورانی کند! به‌صورت کلی شرکت‌ها در مرحله رشد و بلوغ باید استراتژی مشخصی را در این حوزه داشته باشند که آیا می‌خواهند روی فضای احساسی که محصول می‌تواند به مخاطبان بدهد، مانور دهند یا روی ادعاهای تکنولوژی خود مانند قدرت تمیزکنندگی محصول. قاضی‌زاده می‌افزاید: یک پیشنهاد دیگر برای شرکت‌هایی که محصول/برندی در مرحله رشد دارند این است که کمپین‌های را در شبکه‌های اجتماعی لانچ کنند که مصرف‌کننده‌ها را دعوت به این موضوع کنند چه تجربه و خاطره‌ای از محصول دارند و این تجربه‌ها را با دیگر مخاطبان به اشتراک بگذارند. به‌صورت کلی شبکه‌های اجتماعی این امکان را به شرکت‌ها می‌دهند که مسابقات متعددی را برگزار و مخاطبان را با برند درگیر کنند. شرکت‌هایی که محصول یا برند در مرحله بلوغ دارند و این محصول در آن مرحله گیرکرده و رشدی را تجربه نمی‌کند نیز می‌توانند با جایگاه‌سازی مجدد و با به‌کارگیری دو استراتژی خاص و درنتیجه تبلیغات هم‌راستا با این استراتژی‌ها، محصولات خود را به مرحله رشد بازگردانند. یکی از این استراتژی‌ها، استراتژی جایگاه‌سازی معکوس است؛ یعنی محو کردن ویژگی‌های «لایتغیر» و ظاهراً «مقدس» یک محصول از آن و تعریف ویژگی‌های جدید برای آن. با به‌کارگیری این استراتژی بازاریابانی که همواره در گیر رقابت پایان‌ناپذیر همیشگی در معرفی ویژگی‌ها و مزایای جدید برای یک محصول (که منطقاً در مرحله بلوغ قرار دارد) هستند، با علم به اینکه مصرف‌کنندگان اغلب به چیزی بیش از یک محصول اولیه و ساده نیاز دارند و به دنبال ویژگی‌ها و مشخصات افزوده‌شده هستند، از روی این تردمیل پایین خواهند آمد و ویژگی‌ها و مشخصاتی را که باقی رقبایشان در صنعت «غیرقابل حذف» و «لایتغیر» می‌پندارند از روی محصولشان برمی‌دارند. زمانی که محصول به همان محصول اولیه، ساده و بدون ویژگی خاص بازگشت، یک یا چند ویژگی یا مزیت ناملموس و غیرعملکردی را که به‌دقت انتخاب شده‌اند به آن محصول می‌افزایند و چون جایگاه رقابتی جدیدی یافته‌اند راهشان را در بازار از دیگران متمایز می‌کنند و دوباره نیز به مرحله رشد بازمی‌گردند.

او ادامه می‌دهد: استراتژی جایگاه‌سازی انشعابی یکی دیگر از این استراتژی‌هاست؛ یعنی بردن محصول به یک گروه محصول کاملاً متفاوت است. محصولات تعلق‌شان به یک گروه محصول خاص را از طرق مختلفی به مصرف‌کنندگان نشان می‌دهند. از طریق طراحی (بسته‌بندی و محصول)، کانال توزیع، برنامه‌های ترویجی و قیمت. هرکدام از این عوامل آمیخته بازاریابی باعث می‌شوند که مخاطبان یک محصول را به‌عنوان عضوی از یک گروه محصول خاص بپذیرند. با از بین بردن این عوامل یک شرکت می‌تواند ذهنیت مصرف‌کنندگان را نسبت به محصولش عوض کند و با عوض کردن گروه محصولی آن محصول چون جایگاه رقابتی‌اش تغییر می‌کند، می‌تواند دوباره به مرحله رشد بازگردد.

تبلیغاتچی‌های دیوانه

آموزه‌های تبلیغاتی سریال MAD MEN

شریک جدید، سپر بلای استرلینگ -کوپر

علیجاه شهربانویی
مشاور تبلیغات و برندسازی

همان‌طور که در قسمت پیشین اشاره شد، آقای راجر استرلینگ یکی از سهام‌داران عمده شرکت که در عین حال یکی از افراد برجسته تبلیغات آمریکا نیز هست، به جهت بیماری مهلک مجبور شد برای مدتی طولانی، به‌دور از کار و حاشیه‌های آن باشد. این مسئله باعث شد هراس از دست رفتن مشتریان کنونی، استرلینگ – کوپر را فرا بگیرد. البته در یک اقدام پیشگیرانه، آقای کوپر سعی می‌کند با ارسال نامه به مشتریان اوضاع شرکت را عادی نشان دهد اما اخبار و شایعات پیرامون بیماری استرلینگ و عدم حضورش در رأس پروژه‌های تبلیغاتی باعث تکاپوی مشتریان بزرگ شده است.

یکی از این مشتریان مضطرب، شرکت «لاکی استرایک» تولیدکننده برند سیگار با همین نام است که می‌خواهد حتما جلسه‌ای در شرکت استرلینگ – کوپر برگزار شود. به‌ظاهر دغدغه‌های آنها پیرامون قوانین ضد دخانیات است که در آن زمان در کشور ایالات متحده تازه در حال شکل‌گیری و تصویب است اما همه می‌دانند این ظاهر قضیه است. برنامه صرف ناهار مشترک، تنها بهانه‌ای است که مدیران شرکت «لاکی استرایک» می‌خواهند از حال و روز راجر استرلینگ باخبر شوند و با این کار ریسک سپردن کارهای تبلیغاتی خود به شرکت استرلینگ-کوپر را به حداقل برسانند.

در این شرایط آقای کوپر، یکی از سهام‌داران اصلی استرلینگ – کوپر، چاره را در این می‌بیند که حداقل برای این جلسه کذایی، استرلینگ را به‌رغم توصیه‌های پزشکان به شرکت بیاورد و البته چنین می‌کند و به کمک گریم و آرایش، رنگ‌پریدگی استرلینگ را مخفی می‌کنند.

جلسه ناهار برگزار می‌شود اما حال استرلینگ اینقدر وخیم است که در میانه جلسه و زمانی که همه احساس می‌کنند، همه چیز به خوبی و خوشی در حال برگزاری است، مجددا دچار سکته قلبی و در میان بهت و حیرت میهمانان روانه بیمارستان می‌شود.

پنهان‌کاری دیگر فایده‌ای ندارد. عملا استرلینگ نمی‌تواند دیگر در شرکت نقش مهمی داشته باشد. باید تغییراتی در ساختار شرکت صورت پذیرد تا روال و قاعده کار شرکت به حال عادی بازگردد. کوپر این بار ریسک نمی‌کند و مسیر صحیح را انتخاب می‌کند. او قصد دارد آقای «دان دریپر» را به‌عنوان شریک و سهام‌دار جدید شرکت معرفی کند. به نظر این کار منطقی می‌آید، زیرا مدیر خلاقه جوان شرکت – آقای دریپر- به جهت به ثمر رساندن کمپین‌های بزرگ اکنون در صنعت تبلیغات دارای اعتبار و شهرت است و کمپانی‌های بزرگ تبلیغاتی نیز خواهان به خدمت گرفتنش هستند.

البته دغدغه‌هایی نیز در این زمینه وجود دارد که مهم‌ترین آنها جوان بودن دریپر است اما از هر نظر این تصمیم بهترین رویکرد خواهد بود.

شاید با مرور اتفاقاتی که شرح آن آورده شد سوالاتی ذهن دست‌اندرکاران حوزه تبلیغات را به خود مشغول کند؛ اینکه براساس ما در شرکت‌های تبلیغاتی چه تعداد انسان بزرگ به صنعت و بازار تبلیغات معرفی کرده‌ایم که تبدیل به یک «برند» موثر شوند به نحوی که بودن یا نبودن آنها در مجموعه به یک نکته مهم برای مشتریان تبدیل شود؟

آیا با چنین شیوه‌ای – تعامل زیاد مشتریان با پرسنل کلیدی مجموعه- موافقیم یا اینکه سعی می‌کنیم مشتریان صرفا با شرکت ارتباط رسمی داشته باشند بدون اینکه به افراد شرکت نزدیک شوند؟

و آخرین نکته اینکه آیا سعی کرده‌ایم ستاره‌های شرکت‌مان را با شیوه‌های مختلف انگیزشی مانند واگذاری بخشی از سهم یا سود شرکت، برای طولانی‌مدت حفظ کنیم؟

ارتباط با نویسنده: alijah.ir

تبلیغات خلاق

آگهی: شبکه نشنال جئوگرافی – شعار: حمله کوسه های مرگبار

ایستگاه تبلیغات

تبلیغات خلاق نیسان

نیسان با الهام از عکس معروف «ناهار بر فراز آسمان‌خراش» تبلیغ خلاقانه‌ای را منتشر کرده است.

به گزارش مارکتینگ نیوز، الهام‌بخش طراحان آگهی نیسان عکس معروفی است که حدود ۸۰سال پیش از کارگرانی گرفته شده که درحالی که پاهایشان را روی تیرآهن آسمان‌خراشی نیمه‌کاره در شهر نیویورک آویزان کرده‌اند، ناهار می‌خورند و باهم گپ می‌زنند. این عکس سیاه و سفید یکی از معروف‌ترین و پربیننده‌ترین عکس‌های جهان به شمار می‌آید.

حالا نیسان با الهام از این عکس و شعار «سرسخت، مثل همیشه و هوشمندانه‌تر از گذشته» تبلیغ تاثیرگذاری را به‌صورت رنگی منتشر کرده است.

دست‌اندرکاران:
آژانس تبلیغاتی: TBWA، پاریس، فرانسه
مدیر هنری: براولیو کوابارا
کپی رایتر: فابیو ابرام
عکاس: گری سیمپسون

ایده‌های طلایی

ایده‌های بزرگ برای برندآفرینی (۹۲)

مراقب نسخه‌های جعلی برندتان باشید (بخش اول)

ترجمه: معراج آگاهی

همزمان با موفقیت برندتان احتمال تولید نسخه‌های جعلی و غیرواقعی آن نیز افزایش می‌یابد. به‌عنوان مثال در شرق دور مراکز خریدی وجود دارند که در آنها محصولات کپی شده برندهای معتبر و مشهور به‌صورت کاملا دقیق تولید می‌شود و به فروش می‌رسد. فراموش نکنید چنانچه افرادی بتوانند به فرمول موفقیت شما دست یابند و محصولات تولید شده توسط برندتان را با قیمت ارزان‌تری تولید و روانه بازار کنند، قطعا این کار را خواهند کرد.

تنها راه مقابله با این مشکل آن است که محصول شما از کیفیتی کاملا متمایز برخوردار باشد و مشتریان از این طریق قادر به تشخیص محصول اصلی باشند. چرا که برخورد قانونی با این موضوع و حفاظت از حقوق معنوی برند و محصولات‌تان فرآیندی زمان‌بر و پرهزینه بوده و روی کسب‌وکار شما نیز اثرگذار خواهد بود.

موضوع جعل و تقلب بسیار پیچیده است، اما وجود برندهای تقلبی که اصطلاحا به آنها صنعت در سایه گفته می‌شود به این دلیل است که مردم به دنبال خرید جنس ارزان و با کیفیت مناسب هستند و خود را این‌گونه متقاعد می‌کنند که هر محصولی با لوگوی شما روی آن محصولی مناسب و ارزشمند است، حتی اگر آن محصول توسط برند شما تولید نشده باشد.

ایده

تنها خاور دور نیست که برندهای تقلبی در آن وجود دارد، امروزه چین را می‌توان به‌عنوان مرکز برندهای تقلبی محسوب کرد. تولید محصولات تقلبی در تمام کشورهای دنیا صورت می‌پذیرد. به‌عنوان مثال انگلستان در زمینه تولید نوشابه‌های تقلبی بسیار فعال است، برخی دیگر به صدور نسخه‌های جعلی برای داروخانه‌های می‌پردازند. به طور کلی هرجا تقاضا برای محصولی بالا و قیمت آن نیز گران باشد، عده‌ای به فکر تولید نسخه تقلبی و ارزان‌تر آن محصول خواهند افتاد.

موضوع تولید محصولات کپی و تقلبی تنها به شرکت‌های کوچک محدود نمی‌شود و برندهای معتبر نیز می‌توانند با این موضوع درگیر شوند. یکی از مثال‌های موجود در این زمینه، درگیری دو برند YSL و Louboutin بر سر موضوع استفاده از رنگ قرمز در کف کفش است که برند Louboutin به منظور حفظ جایگاه برند خود به دادگاه مراجعه کرد اما قانون حمایت از مالکیت معنوی کمک چندانی به این برند نکرد.

این قبیل درگیری‌ها و اختلافات تنها میان شرکت‌ها و برندهای بزرگ و مشهور نبوده و حتی می‌تواند میان برندهای کوچک و کمتر شناخته شده نیز رخ دهد.

از میان خبرها

سرویس جدید مایکروسافت برای تحلیل حالات مشتریان

شرکت مایکروسافت سرویس پردازش ابری Azure Media Analytics را به‌صورت عمومی عرضه کرد و آن را به‌عنوان خدمات گفتاری و بصری رایانه‌ای برای تحلیل فایل‌های ویدئویی ارائه کرد.

به گزارش همکاران سیستم، این سرویس به‌صورت متفاوت عمل می‌کند و از تصویر ثابت گرفته تا هرگونه حرکت را تشخیص می‌دهد، چهره افراد را شناسایی می‌کند و میزان احساسات مختلف از جمله شادی، غم، تعجب، خشم، تحقیر، ترس و نفرت را در آنها شناسایی می‌کند. سازمان‌هایی که تصاویر ویدئویی را برای آموزش، تعامل بیشتر مشتریان یا نظارت هرچه بیشتر ذخیره می‌کنند، می‌توانند این سرویس پردازش ابری را مورد استفاده قرار دهند. به گفته مایکروسافت، این کسب‌وکارها نیازمند روش جدیدی برای جست‌وجو و تحلیل حجم گسترده اطلاعات خود هستند. مدیر پروژه Azure Media Services توضیح داد: «ما این سرویس را مبتنی بر بازخوردها و الزامات مشتریان در صنایع مختلف، از امنیت عمومی گرفته تا خدمات دولتی و فروش محصول، آموزش و خودرو توسعه داده‌ایم.

کمپین «بهار رو بساز» ایرانسل زیر ذره‌بین «فرصت امروز»

یک اتفاق ساده

امیر کاکایی
a9631m@gmail.com

شروع فصل بهار برای بسیاری از جوانان و نوجوانان همواره یادآور آغاز فصلی جدید در زندگی آنها بوده و هر یک از آنها اهداف و برنامه‌ریزی‌هایی را برای سال پیش رو انجام می‌دهند. در این میان ماهیت این فصل از سال، سازمان‌های ایرانی را نیز به تکاپو انداخته که فعالیت‌هایی را آغاز کنند. اپراتور ایرانسل در بهار سال ۱۳۹۵ کمپینی تحت عنوان «بهار رو بساز» را لانچ کرده و از مخاطبان خود خواسته که عکس یا فیلم اینستاگرامی را در شبکه اجتماعی اینستاگرام با هشتگ «بهار رو بساز» به اشتراک بگذارند. «بهار رو بساز» اشاره به مفهوم «بهترین اهداف امسالت رو بساز» دارد و از مخاطبان می‌خواهد که از بهترین اهداف و برنامه‌های خود در سال جدید، عکس یا فیلمی تهیه کنند و آن را در اینستاگرام به اشتراک بگذارند. اپراتور ایرانسل بر این باور است که هدف از برگزاری این کمپین ترغیب جامعه به هدف‌گذاری و کمک در جهت تغییر سبک زندگی مخاطبان ایرانی به‌طور هدفمندتر است و ایده‌های قابل ارائه در کمپین می‌توانند متفاوت باشند. از طرفی این کمپین به‌صورت مسابقه اینستاگرامی طراحی‌شده و جوایزی را برای برندگان آن به همراه دارد. اینکه کمپین «بهار رو بساز» تا چه اندازه پتانسیل همه‌گیر شدن را دارد و چه گروه هدفی را دنبال می‌کند تا بتواند برای ایرانسل مثمر ثمر واقع شود، بهانه‌ای شد تا «فرصت امروز» سراغ ابراهیم اسکندری‌پور متخصص رسانه‌های اجتماعی و حسین گل حسینی کارشناس ارشد بازاریابی برود.

ابراهیم اسکندری‌پور در گفت‌وگو با «فرصت امروز» می‌گوید: صرف نظر از این موضوع که تا چه اندازه کمپین ایرانسل خلاقانه طراحی‌شده، مسئله مهم این است که در حال حاضر این‌گونه کمپین‌ها به‌اندازه‌ای در فضای عمومی اشباع‌شده که تاثیرات بسزایی را نمی‌تواند بگذارد. تقریبا بیشتر برندهای مطرح در داخل کشور مسابقات مختلفی را در اینستاگرام و دیگر شبکه‌های اجتماعی برگزار کردند. به نظر نمی‌رسد از دید کاربرانی که در شبکه‌های اجتماعی حضور دارند، این‌گونه کمپین‌ها متفاوت باشند. از دید کاربران بیشتر این کمپین‌ها تقریبا یکسان تلقی می‌شود و بیشتر افرادی که جذب این‌گونه کمپین‌ها می‌شوند بیشتر باانگیزه جایزه نهایی وارد این مسابقات می‌شوند؛ البته لزوما این موضوع بد نیست اما به نظر نمی‌رسد برندی مانند ایرانسل صرفا به دنبال درگیری مخاطبان با برند باشد.

گروه مخاطبان نوجوان و جوان

او ادامه می‌دهد: با توجه به اینکه هرروزه کمپین‌های اینچنینی مختلفی در شبکه‌های اجتماعی لانچ می‌شود، درگیری مخاطبان با اینچنین کمپین‌هایی کمتر می‌شود. عنوان کمپین «بهار رو بساز» به‌خوبی انتخاب شده است؛ چون هم نگاهی به آینده دارد و هم بیشتر المان‌ها و نکاتی که در یک کمپین لازم است در آن به‌خوبی رعایت شده است. با توجه به این موضوع که این کمپین به برنامه آینده مخاطبان اشاره دارد، گروه مخاطب این کمپین مخاطبان جوان و نوجوان تلقی می‌شود.

هدف؛ جمع‌آوری لایک

اسکندری‌پور می‌افزاید: در کمپین «بهار رو بساز» یک جایزه برای فردی که بیشترین لایک را دریافت کند، در نظر گرفته‌شده، البته چنین کمپین‌هایی در چند سال گذشته تجربیات موفقی نداشته‌اند؛ چون در بسیاری از این مسابقات کاربران ممکن است تقلب کنند تا بتوانند لایک‌های بیشتری برای محتوای خود داشته باشند. از طرفی در این‌گونه مسابقات در حقیقت این سازمان‌ها هستند که کاربران را تشویق می‌کنند تا بتوانند مخاطبان بیشتری را جذب کنند. در این میان در این‌گونه کمپین‌ها چون کاربران صرفا به دنبال جمع‌آوری لایک‌های بیشتری هستند، درگیری کمتری برند با مخاطبان ایجاد می‌کند.

این دانشجوی مدیریت رسانه معتقد است: ایرانسل می‌توانست کمپین را به نحو دیگری برنامه‌ریزی و لانچ کند؛ به‌عنوان نمونه از کاربران خواسته شود تا کاربرانی را که در صفحه اینستاگرام ایرانسل عضو کرده‌اند، معرفی کنند. این‌گونه اقدامات باعث می‌شود بعدا ایرانسل بتواند از این مخاطبان استفاده‌های زیادی ببرد. در بسیاری از کمپین‌هایی که برندهای معتبر جهانی در شبکه‌های اجتماعی لانچ می‌کنند، برد خبری آن پس از اتمام کمپین ایجاد می‌شود؛ یعنی تعداد پست‌هایی را که کاربران در راستای کمپین به اشتراک می‌گذارند خبری می‌کنند.

در بسیاری از این مسابقات کاربران ممکن است تقلب کنند تا بتوانند لایک‌های بیشتری برای محتوای خود داشته باشند. از طرفی در این‌گونه مسابقات در حقیقت این سازمان‌ها هستند که کاربران را تشویق می‌کنند تا بتوانند مخاطبان بیشتری را جذب کنند. در این میان در این‌گونه کمپین‌ها چون کاربران صرفا به دنبال جمع‌آوری لایک‌های بیشتری هستند، برند درگیری کمتری با مخاطبان ایجاد می‌کند

این متخصص رسانه‌های اجتماعی اظهار می‌کند: هنگامی‌که صرفا به تعداد دنبال‌کننده و لایک در کمپینی تمرکز شود، درگیری مخاطبان با کمپین کاسته می‌شود. از طرفی تعدادی کاربر در ایران هستند که صرفا منتظر مسابقه‌های مختلف هستند که از طریق شبکه‌های اجتماعی مختلف لانچ می‌شود و از طریق جذب تعداد لایک بیشتر، جوایز این مسابقه‌ها را دریافت می‌کنند؛ این موضوع بسیار متفاوت است با کاربرانی که وفادار به برندی هستند و تنها حاضر هستند برای یک برند خاصی اقداماتی را انجام دهند.

او خاطرنشان می‌کند: به‌صورت کلی کاربران وارد شبکه‌های اجتماعی شدند تا بتوانند تعاملاتی را داشته باشند و متاسفانه کمپین‌های برندهای ایرانی در این حوزه بیشتر شبیه یکدیگر عمل می‌کنند و در بهترین حالت برندهای ایرانی از کمپین‌های برندهای معتبر جهانی کپی‌برداری می‌کنند و اتفاق جدیدی در کمپین‌ها نمی‌افتد؛ البته خلاقیت‌هایی در طراحی هشتگ و عنوان کمپین استفاده می‌شود اما به‌صورت کلی بیشتر این کمپین‌ها یک استراتژی تکراری را دنبال می‌کنند.

اسکندری‌پور ادامه می‌دهد: متاسفانه فضایی در داخل کشور به وجود آمده که جواب ندادن به مشکلات و نظرات کاربران نوعی پرستیژ تلقی می‌شود؛ به‌عنوان نمونه برخی از برندها بر این باور هستند که آنقدر مخاطبان زیادی دارند که قادر به پاسخ‌گویی به آنها نیستند. البته برندهایی مانند ایرانسل به‌تازگی به مشکلات و نظرات کاربران پاسخ می‌دهند و این موضوع مثبت تلقی می‌شود. به‌صورت کلی برندهای ایرانی باید درصدد این موضوع باشند که با مخاطبان ارتباط مناسبی برقرار کنند.

حسین گل‌حسینی نیز در گفت‌وگو با «فرصت امروز» می‌گوید: بیشتر به نظر می‌رسد این کمپین گروه مخاطبان جوان را هدف قرار داده است؛ چون در این کمپین از مخاطبان خواسته می‌شود که هدف و برنامه سال آینده خود را در شبکه‌های اجتماعی به اشتراک بگذارند و این موضوع در بین جوانان پررنگ‌تر است.

او ادامه می‌دهد: معمولا هویتی که ایرانسل در تبلیغات از خود نشان می‌دهد، بیشتر یک حس شادابی و جوانی است. ایرانسل در تبلیغات خود اظهار می‌کند که نسل نو اینترنت است و معمولا در تلاش است هویت جوانانه‌ای را از خود به نمایش بگذارد. با توجه به این موضوع کمپین «بهار رو بساز» نیز در راستای هویت ایرانسل و برای مخاطبان جوان در نظر گرفته‌شده است.

این کارشناس ارشد بازاریابی اظهار می‌کند: هشتگ «بهار رو بساز» به‌خوبی طراحی‌شده و از نظر تکنیک خوب و کاملا متناسب با موضوع کمپین است.

کمپینی برای درگیر کردن کاربران

گل‌حسینی درباره حضور اپراتورهای معتبر خارجی در شبکه‌های اجتماعی خاطرنشان می‌کند: حدود ۹۵درصد اپراتورهای معتبر خارجی معمولا از شبکه‌های اجتماعی برای شناسایی مشتریان احتمالی استفاده می‌کنند. از طرفی ۴۲ درصد از شکایت کاربرها در شبکه‌های اجتماعی در کمتر از یک ساعت پاسخ داده می‌شود. ۵۱ درصد از مشتریان تمایل دارند از برندی خرید کنند که در شبکه اجتماعی آنها صفحه‌ای دارد. در این میان در کشورهای توسعه‌یافته اپراتورهای بسیار زیادی وجود دارند که رقابت بسیار زیادی با یکدیگر دارند اما در ایران گزینه‌ها محدودتر است. به نظر می‌رسد کمپین «بهار رو بساز» با هدف ارتباط برقرار کردن و درگیر کردن با مخاطبان ایجادشده و فروش و دیگر مسائل در این کمپین اولویتی ندارد.

تعامل در راستای وفادارسازی

او می‌افزاید: درگذشته با نبود شبکه‌های اجتماعی مخاطبان نمی‌توانستند با برند تعامل برقرار کنند. در حال حاضر ایرانسل در تلاش است با توجه به سبک زندگی جوانان امروزی با آنها تعامل برقرار کند. هنگامی‌که مخاطبانی با یک برند در شبکه‌های اجتماعی مکالمه‌ای دارند، تجربه‌ای که به کاربران دست می‌دهد می‌تواند باعث وفادار شدن آنها شود.

این کارشناس ارشد بازاریابی بیان می‌کند: به‌صورت کلی ایرانسل در شبکه‌های اجتماعی حضور مناسب و به‌موقعی را دارد و به مناسب‌های مختلف سال، تولید محتواهایی را انجام می‌دهد. از طرفی در کامنت‌های پست‌های مختلف با کاربران تعامل خوبی را برقرار می‌کند و حتی به شکایات و سوالات فنی آنها پاسخ داده می‌شود اما این موضوع ممکن است برای این کمپین ایرانسل و دیگر کمپین‌های آن تهدیداتی را به همراه داشته باشد؛ مخاطبان به‌جای پرداختن به این کمپین در زیر پست‌های آن مشکلات خود در استفاده از اپراتور ایرانسل را مطرح می‌کنند؛ این موضوع باعث می‌شود رفته‌رفته موضوع اصلی کمپین «بهار رو بساز» به حاشیه برود. بهتر است ایرانسل تلاش کند مانند دیگر برندها سوالات کاربران را به توییتر یا پلتفرمی دیگری برده و در تلاش باشد فضایی دیگر را برای پاسخ به مشکلات کاربران به وجود آورد.

کارگاه مارکتینگ

خط هافبک بازار

رضا مافی
مشاور توسعه بازار

مدل جابه‌جایی کالا از تولید تا مصرف معمولا از سیستم تولیدکننده (که البته فرآیندهای خود را در چرخه‌ای جداگانه طی می‌کند) آغاز می‌شود و در مراحل بعدی با گذراندن بنکداران و عمده‌فروشان، به‌وسیله پخش‌کنندگان و خرده‌فروشان به‌دست مصرف‌کننده می‌رسد. هرچند این سیر معمول گاهی در ایران تغییراتی می‌یابد (مثلا تولیدکننده مستقیما پخش می‌کند و بنکدار در مرحله بعد قرار می‌گیرد) اما باید توجه داشت هریک از این مراحل نقشی حیاتی و تاثیرگذار در بازار دارند و با تغییراتی اندک می‌توانند روند کار را تا حد زیادی تغییر دهند. در همین راستا، در این یادداشت به برخی از معضلات و مشکلات سیستم‌های پخش اشاره خواهد شد. اگر بخواهیم از توضیحات کلاسیک بکاهیم و به وظیفه شرکت‌های پخش با رویکردی واقعی بنگریم، باید اذعان داشت پخشی‌ها، با یک نگاه دو سویه، از طرفی امر خطیر رساندن کالا به بازار و از طرف دیگر معرفی کالای تولیدکننده به خریداران را برعهده دارند، البته این پایان کار نیست. من در طول سالیان سال با شرکت‌های پخش مراودات زیادی داشته‌ام. این شرکت‌ها فرهنگ خاص خودشان را دارند. تغییر در آنها به وفور دیده می‌شود و فروشندگان و مدیران زیادی در بازه‌های زمانی کوتاه تعویض می‌شوند. این رفت‌وآمدها انگار تمامی شرکت‌های پخش یک شهر را تبدیل به یک خانواده کرده است و به هر صورت مشتریان هر روز با چهره‌های آشنایی برخورد می‌کنند. گاه در نقش فروشندگانی پرتلاش هستند و زمانی واسطه‌هایی سودجو که هر مذاکره‌ای را به سوی آنچه ترجیح خود می‌دانند پیش می‌برند. به نظر می‌رسد در طول فرآیند هر بخش به نوبه خود مشکلات زیادی را تجربه می‌کند و سیستم‌های پخش نیز فارغ از این مسائل نیستند. بازی از آنجا آغاز می‌شود که یک تولیدکننده براساس استراتژی فروش سراغ یک شرکت پخش می‌رود. شرکت‌های پخش تا آنجا که امکان داشته باشد تولیدکننده را تحت فشار می‌گذارند تا محصول را با پایین‌ترین قیمت ممکن بخرند یا اگر امکان داشته باشد به‌صورت امانی در اختیار بگیرند. نقد شدن پول تولیدکننده بستگی به شرکت پخش موردنظر دارد. گاهی اسناد یک شرکت پخش حکم پول نقد را دارد و گاهی نیز به سختی نقد می‌شود. آنهم در این بازار نامطمئن که رکود را شامل حال حتی FMCGها هم کرده است. چیزی که مشخص است در چرخه عرضه تا تولید، پخشی‌ها علاقه کمتری به دادن پول دارند. حتی اگر قرار باشد تنها ۳۰درصد نقد بدهند و بقیه را ۹۰ روزه یا ۱۲۰ روزه بپردازند و این بزرگ‌ترین عامل وسوسه تولیدکنندگان به راه‌اندازی یک گروه پخش در کنار تولید است که لزوما استراتژی مناسبی

نیست. البته با یک حساب سرانگشتی اگر یک شرکت پخش، جوانی کم‌تجربه را استخدام کند، با درنظر گرفتن تمامی هزینه‌های معمول و بدون احتساب پاداش‌ها و پورسانت‌های فروش لااقل باید ماهانه حدود دو میلیون تومان هزینه کند. آن جوان باید چقدر فروش داشته باشد تا این پول جبران شود، هزینه‌های اصلی شرکت پخش پوشش داده شود و در عین حال سود هم داشته باشد؟ بنابراین نباید چندان هم شرکت‌های پخش را در این زمینه مقصر دانست. نکته دیگر که می‌توان در خصوص این رکن مهم بازار به آن اشاره کرد، درک حقیقی وظایف یک شرکت پخش است که در بسیاری از موارد نادیده گرفته می‌شود. در سال‌های قبل از انقلاب تعداد اندکی (حدود چهار گروه) شرکت پخش در بازار فعالیت می‌کردند. پس از انقلاب اتفاقاتی که منجر به وقوع جنگ تحمیلی شد موجب شد که اساسا رقابت بازار از بین برود و کالاها به‌صورت محدود، کوپنی و با استراتژی‌های تولیدمحور وارد بازار شود و شرکت‌های پخش تبدیل به بنگاه‌هایی شدند که تنها جابه‌جایی محصولات را باتوجه به امکانات خود (مانند انبار، وسایط نقلیه و غیره) بر عهده داشتند. برای تغییر فرهنگ یک جامعه/بازار زمان زیادی لازم است. زمانی‌که تولیدکنندگان را متقاعد کند «مهندسی‌سالاری» سرآمده است و امروز نه مهندسان، بلکه مشتریان هستند که مرغوبیت، شکل، کیفیت و ارزش کالا را مشخص می‌کنند. اما از اواسط دهه ۷۰ به مرور شرایط تغییر کرد. تولیدکنندگان درک مناسب‌تری یافتند و شرکت‌های پخش نیز متوجه شدند که هنر اصلی‌شان نه جابه‌جایی صرف اقلام، بلکه بازاریابی و معرفی آنهاست. امروز شرکت‌های پخش آمیخته‌ای از لجستیک، بازاریابی، فروش، مرچندایز، تحقیقات، تبلیغات و فاینانس هستند. مدیریت کانال‌های هر محصول، هزینه‌های جاری، فرم‌های دگرگون توزیع (همچون توزیع مویرگی یا فروش اینترنتی) همگی مباحث جدیدی است که باید به آنها پرداخته شود. آنها باید هر لحظه با تولیدکننده (دست اول تولید) در ارتباط باشند و به‌عنوان یک عامل مستقیم نظرات مشتریان را انتقال دهند و با این کار به بقای تولیدکننده کمک کنند. حالا تولیدکننده تنها توزیع یا فروش محصولات را طلب نمی‌کند، او در پی زنده ماندن است و جدا از وظایف معمول، خواهان اطلاعاتی به روز از عوامل پخش است. با اشاره اجمالی به موارد بالا، می‌توان نتیجه گرفت خط هافبک بازار (شرکت‌های توزیع) تا چه اندازه می‌توانند نقشی پررنگ و مثبت و در عین حال بالعکس در بازار داشته باشند. محصولات زیادی بوده‌اند که نتیجه همکاری‌شان با یک شرکت پخش، شکست مطلق یا پیروزی چشمگیر بوده است. بنابراین باید دقت داشت که چگونه می‌توان یک پخش مطمئن و مجرب را جذب کرد. در یادداشت‌های آتی به این مهارت و پارامترهایی که باید در نظر داشت اشاره خواهم کرد هر چند به‌راحتی نمی‌توان این پارامترها را در شرکت‌های پخش یافت.

مدیران ماندگار

تریپ هاوکینز سلطان بازی‌های ویدئویی

مونا اشرف‌زاده
mona.ashrafzade@gmail.com

تریپ هاوکینز (Trip Hawkins) کارآفرین آمریکایی و موسس شرکت الکترونیک آرتز (ElectronicArts)، تری‌دی‌او (The 3DO Company) و دیجیتال چاکلت (Digital Chocolate) است که همه این شرکت‌ها در زمینه بازی‌های ویدئویی فعالیت دارند و از بین آنها شرکت تری‌دی‌او دچار ورشکستگی شده است. الکترونیک آرتز که معروف‌ترین این شرکت‌هاست، در زمینه گسترش، بازاریابی، انتشار و عرضه بازی‌های ویدئویی فعالیت دارد. این شرکت یکی از پیشگامان در عرصه ساخت بازی‌های کامپیوتری و نرم‌افزارهای سرگرمی است و در طول سال محصولات متنوع و زیادی تولید می‌کند که بسیاری از آنها جزو پرطرفدارترین بازی‌های ویدئویی در جهان هستند. هاوکینز در دانشگاه هاروارد و در رشته استراتژی و تئوری بازی تحصیل می‌کرد اما از این دانشگاه فارغ‌التحصیل نشد و درسش را کامل نکرد. او مدیر استراتژی و بازاریابی اپل در سال ۱۹۸۲ بود، زمانی که این شرکت را ترک کرد تا الکترونیک آرتز را تاسیس کند. الکترونیک آرتز سال‌ها تحت مدیریت هاوکینز موفق عمل کرد. در سال ۱۹۹۱ هاوکینز، الکترونیک آرتز را برای تاسیس شرکت تری‌دی‌او ترک کرد. این شرکت در سال‌های ابتدایی بسیار موفق عمل کرد اما به دلیل فروش ضعیف در سال ۲۰۰۳ ورشکسته شد. در اواخر سال ۲۰۰۳، هاوکینز یک شرکت گسترش بازی‌های ویدئویی جدید با نام دیجیتال چاکلت را راه‌اندازی کرد. این شرکت نیز در زمینه گسترش بازی برای تلفن‌های همراه فعالیت داشت. تریپ هاوکینز در مه سال ۲۰۱۲ از مدیرعاملی در شرکت دیجیتال چاکلت کناره‌گیری کرد. در مارس ۲۰۱۳، شرکت NativeX که در تکنولوژی پلتفرم‌های بازی تلفن‌همراه فعالیت دارد، تریپ هاوکینز را به عنوان مشاور ارشد هیات‌مدیره‌اش معرفی کرد.

هر بازاری ویژگی‌های منحصر به فرد خودش را دارد

هاوکینز در یکی از رقابتی‌ترین صنایع جهان کار می‌کند اما آنچه طی این سال‌ها یاد گرفته این است کسی که در یک کشور به خوبی کار کند، در جای دیگر ممکن است با شکست مواجه شود. آگاهی داشتن از ویژگی‌های منحصربه‌فرد بازاری که در آن فعالیت داشت، یکی از مهم‌ترین وظیفه‌هایی بود که هاوکینز به‌عنوان یک مدیر برعهده داشت. او معتقد است: «هر بازاری ویژگی‌های منحصربه‌فرد خودش را دارد. با صراحت کامل می‌گویم، آنچه برایم شگفتی به همراه داشت این بود که شرکت‌های غربی به‌طور مداوم برای یادگیری درس‌های به این مشخصی شکست می‌خورند.» بنابراین او سعی کرده بود ویژگی‌های هر بازار را منحصرا بشناسد و براساس آن عمل کند. هاوکینز آسیا را برای دیجیتال چاکلت مناسب می‌دانست، مثلا در ژاپن اپراتورها بسیار هوشمندانه عمل می‌کردند و حاضر بودند ۹۰ درصد از هزینه‌های محتوا را برگردانند تا انتشاردهندگان یک زنجیره تامین‌کننده مناسب ایجاد کنند. دانستن این ویژگی‌های متفاوت یکی از چالش‌های کلیدی هاوکینز در هدایت شرکت‌هایش بود: «این یکی از بزرگ‌ترین چالش‌های کارآفرینی است، سعی کردن و فهمیدن این مسئله که چه هنگامی درست عمل می‌کند و چه زمانی اشتباه می‌کند.» آگاهی داشتن از ویژگی‌های منحصربه‌فرد صنعتی که در آن فعالیت دارید و گرفتن تصمیمات سختی که باعث می‌شود کسب‌وکارتان در جهت این ویژگی‌ها حرکت کند، دو درس مهمی است که هاوکینز در دنیای تجارت آموخت.

باید به کسب‌وکارتان افتخار کنید

«یکی از ویژگی‌های کارآفرینی استقامت است. تسلیم نشوید چون با موانع بسیاری برخورد کرده‌اید و باز هم تسلیم نشوید، زیرا دیگران می‌گویند شما دیوانه هستید. شما دیوانه کارتان هستید و باید به این مسئله افتخار کنید. به دنبال آنچه باور دارید، بروید.» پیش از راه‌اندازی کسب‌وکارش، تریپ هاوکینز به کسانی که سعی می‌کردند او را منصرف کنند، می‌گفت: «مهم نیست که قصد انجام چه کاری را دارم، در مجموع مردم همیشه فکر می‌کنند که من دیوانه‌ام، اول از همه به این دلیل که من مدام از چیزهایی که در آینده هستند و هنوز اتفاق نیفتاده‌اند صحبت می‌کنم و مردم باور چیزهایی که قرار است اتفاق بیفتد، برایشان سخت است. دوم، من تقریبا همیشه متفاوت بوده‌ام، هر مسیری که دیگران قصد دارند از آن وارد شوند، من احتمالا تصمیم می‌گیرم راهی را پیدا کنم که کاملا با آن مسیر متفاوت است.» هاوکینز به کارآفرینان هشدار می‌دهد که مسیر امن را انتخاب نکنند و کارهای بسیار مشابه به شرکت‌های دیگر را انجام ندهند که انجام چنین کاری باعث پایان یافتن رقابت در سهم بازار می‌شود. او در این باره می‌گوید: «اگر بتوانید خودتان را از شبیه بودن به سایرین دور نگه دارید، خیلی بهتر از آنها خواهید بود. باید کاری بسیار متفاوت نسبت به سایرین انجام دهید، حتی متفاوت‌تر از آنچه تا به حال انجام شده است. کاری که هیچ‌کس درباره‌اش هنوز فکر هم نکرده است.»

برای مطالعه ۴۳۸ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت forsatnet.ir مراجعه و روی همین بخش کلیک کنید.

کلینیک کسب‌وکار

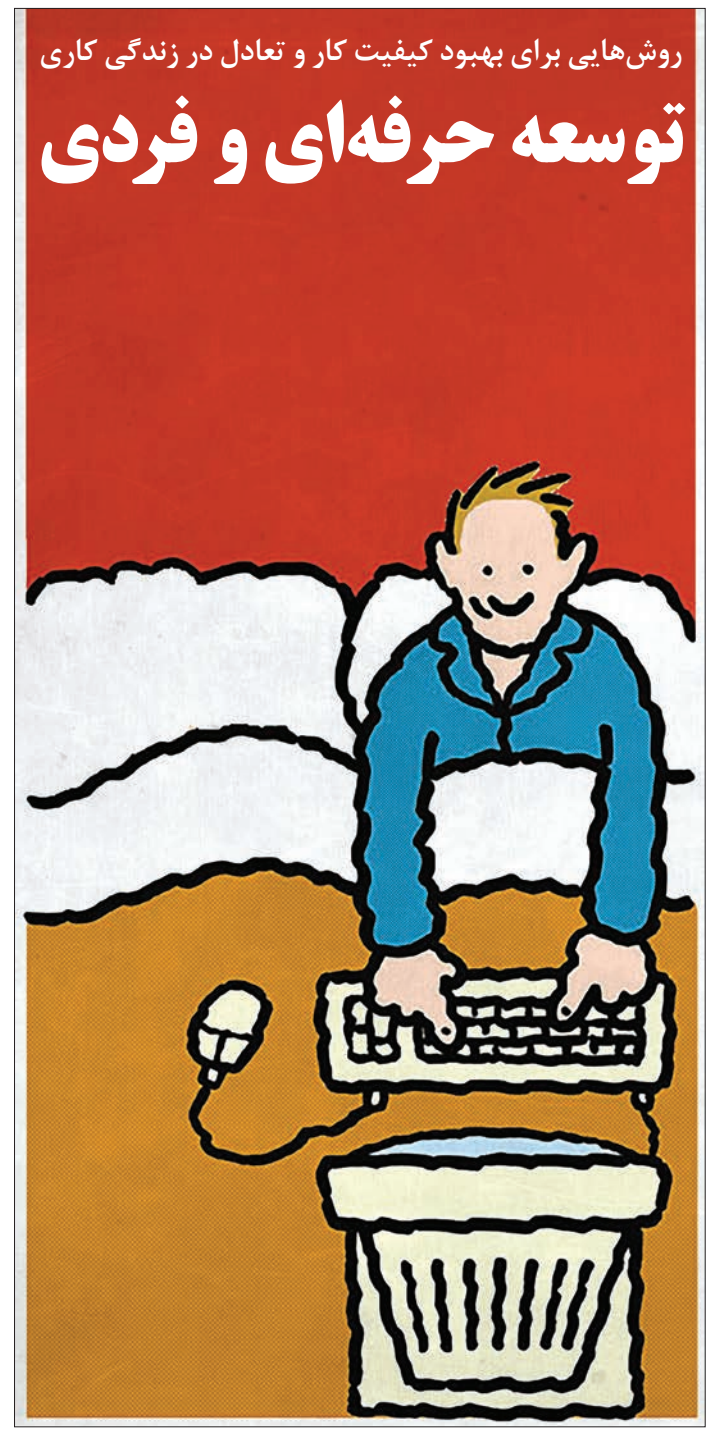
پرسش: مدیریت کافه‌ای را در یکی از خیابان‌های شلوغ تهران به عهده دارم. در این خیابان کافه‌های زیادی در فواصل کوتاه فعالیت دارند و مشغول جذب مشتریان هستند. در نتیجه جذب مشتری و از همه مهم‌تر ماندگاری مشتریان در کافه از اهمیت زیادی برخوردار است. لطفا راهنمایی بفرمایید که به چه شیوه‌هایی می‌توانم مشتریان را به سمت کافه دعوت کنم؟

جذب مشتری برای کافه

پاسخ کارشناس: کافه‌داران باید از مشتریان خود به‌گونه‌ای پذیرایی کنند که وقتی مشتری بیرون می‌رود، بگوید این کافه برای همیشه پاتوق من خواهد بود. این روزها در شهرهای بزرگ کافه‌داری کسب و کاری پر طرفدار است و بسیاری از سرمایه‌گذاران به سمت آن گرایش پیدا کرده‌اند. مشتریان زیادی نیز در دهه اخیر به سمت کافه‌ها سرازیر شده‌اند و بسیاری از آنها اوقات طولانی را در این مکان‌ها به سر می‌برند. اکثر این مشتریان نیز به دنبال مکانی می‌گردند که دائمی باشد تا دوستان و همکاران خود را به آنجا دعوت کنند. پس ایجاد فضایی صمیمی و راحت برای ماندگاری مشتریان در کافه از اولویت بالایی در این زمینه برخوردار است.

برای ایجاد این فضای صمیمی کافه‌داران می‌توانند شیوه‌های مختلفی را اجرا کنند. همکلام شدن با مشتریان یکی از روش‌هایی است که این حوزه از بازار می‌تواند از آن بهره‌برداری کند. در این باره افرادی که در کافه کار می‌کنند می‌توانند به سراغ مشتریان تنها بروند و در صورت تمایل با آنها صحبت کنند. علاوه بر این کارکنان حین پرداخت صورت‌حساب نیز می‌توانند گپی با مشتریان بزنند و از آنها درباره غذا یا فضای کافه سوال کنند. کارکنان با لحنی صمیمی بهتر است از مشتریان بخواهند که درباره حس و حالی که در کافه داشته‌اند بگویند و از این طریق با آنها ارتباط برقرار کنند. مشتریان وقتی به فضای صمیمی کافه علاقه‌مند شوند، برای بازگشت دوباره به آنجا راحت‌تر تصمیم‌گیری خواهند کرد. البته در این میان کیفیت غذا و پذیرایی نیز اهمیت دارد که مطمئنا مدیران کافه به این موضوع تسلط کامل دارند.

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



هدی رضایی
hoda.rezaeii@yahoo.com

طبق آمار یک نشریه معتبر، سالانه هزاران مدیر اقدام به کاهش دستمزد کارمندان و تحت فشار گذاشتن بیش از حد خود و زیردستان‌شان برای بهبود کیفیت زندگی کاری خود می‌کنند. اولویت‌بندی در جهت کیفیت زندگی کاری، امری قابل تحسین است، اما شاید این کار با تحت فشار گذاشتن نیروها استراتژی مناسبی نباشد. با برنامه‌ریزی شغلی فعال و متفکرانه می‌توانید شغل‌تان را به‌گونه‌ای مدیریت کنید که هم نیازهای مرتبط با کیفیت کاری خود را برآورده سازید و هم الزامات مربوط به تکریم کارمندان را. اگر در سمتی هستید که ایده‌آل شما نیست یا با مشکلاتی مواجه هستید، تصور نکنید که تنها هستید و برای رسیدن به موقعیت بهتر نیازمند تحت فشار گذاشتن کارمندان و رسیدن به ثبات هستید. در گزارش امروز چند گام برای بهبود کیفیت زندگی کاری شما بدون کاهش دستمزد کارمندان و تعادل میان امور مختلف زندگی فردی و کاری ارائه می‌شود.

منظور از کیفیت زندگی کاری چیست؟

طبق تعریف کیفیت زندگی کاری اشاره به مجموعه‌ای از نتایج برای کارکنان نظیر رضایتمندی شغلی، فرصت‌های رشد، مسائل روانشناختی، امنیت شغلی، روابط انسانی کارفرما، کارکنان و میزان پایین بودن حوادث دارد. کیفیت زندگی کاری همچنین به مجموعه‌ای از کارها یا عملکردهای سازمانی نظیر مدیریت مشارکتی، غنی‌سازی شغلی و شرایط کاری مطمئن اشاره دارد. در این رابطه برنامه‌های کیفیت زندگی کاری ممکن است به‌عنوان راهبرد مدیریت منابع انسانی شامل عملکردهای کیفیت‌زندگی کاری و بهبود برنامه‌های کیفیت زندگی کاری و بهبود کارآیی و بهره‌وری سازمانی در نظر گرفته شود

معیارهای کیفی خود را تعیین‌کنید

مدیران معیارهای متفاوتی برای سنجش زندگی کاری خود دارند مانند توسعه شغلی، هدف، فرهنگ شرکت و تعادل کار- زندگی. تمرین در خصوص آنچه کیفیت زندگی کاری نامیده می‌شود، به شما چگونگی سنجیدن موفقیت را نشان می‌دهد. برای مثال، اگر شما توسعه شغلی را به‌عنوان یادگیری پیوسته تعریف کنید، قادر به عبور از بحران‌های مربوط به حقوق کارمندان هستید یا اگر هدف شما مشارکت کارمندتان در جامعه است، پس باید در جست‌وجوی برنامه‌های تشویقی مناسب و حتی مرور دوباره بیانیه ماموریت سازمان باشید. (مثلا مدیری در یک انتشاراتی، محصول شرکتش را گسترش دانش و اطلاعات می‌داند.)

به یاد داشته باشید که در زمان‌های مختلفی در زندگی حرفه‌ای و فردی، نیاز به اولویت‌بندی معیارهای مختلف دارید. خصوصا در ابتدای شروع هر کاری، توسعه حرفه‌ای می‌تواند در نظر مدیر هم به‌عنوان منبعی برای ایجاد اعتبار و حرکت رو به جلو تلقی شود. حتی اگر شما درحال تشکیل خانواده هستید، تعادل میان زندگی و کار باید به‌عنوان اولویت شما تلقی شود. صرف‌نظر از اینکه چه شخصیتی دارید، نیاز به خودآگاهی کافی برای تصمیم‌گیری در مورد اولویت‌های‌تان خواهید داشت.

رویکرد کل نگر و جامعی نسبت به زمان‌تان داشته باشید

کیفیت زندگی کاری شما تنها در محیط کار شکل نمی‌گیرد، شما هیچ‌گاه ۲۴ساعته و هفت روز هفته را در محل کار نمی‌گذرانید (حتی اگر واقعا فکر کنید که در حال انجام این کار هستید). اگر شما رویکرد جامعی را برای مدیریت زمان خود درنظر بگیرید، می‌توانید هم در خصوص زمانی که سرکار هستید و هم ساعات غیرکاری خود به‌گونه‌ای برنامه‌ریزی کنید که جنبه‌های فردی و حرفه‌ای زندگی شما در امر بهبود کیفیت زندگی کاری مشارکت داشته باشد. یک مشاور سازمانی در این خصوص می‌گوید: با بسیاری از مدیرانی که در پی بهبود کیفیت زندگی کاری خود بودند ساعت‌ها به گفت‌وگو نشسته‌ام، مدیرانی که فرصت‌های کافی برای توسعه شغلی، هدف و تعادل کارهای روزانه خارج از سازمان را پیدا کرده‌اند. می‌توانید بعدازظهرها، آخر هفته‌ها و حتی ابتدای صبح را برای کارهای روتین خود و کلاس و کنفرانس رفتن و گذراندن ساعاتی با خانواده و پیگیری دغدغه‌های‌تان بگذرانید. این به این معنی نیست که محل کار شما در برآوردن نیازهای روزانه‌تان نقشی ندارد. اما شما نمی‌توانید تمام ساعات روزانه خود را صرف توجه به مسائل کاری کنید. همچنین رابطه کیفیت زندگی کاری نیز باتوجه به فلسفه زندگی هر جامعه متفاوت است.

این امر در مورد سازمان‌ها نیز مصداق دارد. حتی اگر اولویت شماره یک شما فرهنگ سازمان باشد، فرهنگ زندگی شخصی شما در آن دخیل است. به علاوه، کیفیت زندگی کاری در سطح کل سازمان نشان داده است که تا سطح قابل توجهی عملکرد و بهره‌وری نیروی انسانی و در نتیجه اثر بخشی سازمان را افزایش می‌دهد.

به منظور رسیدن به اهداف واقع گرایانه در خصوص بهبود کیفیت زندگی شغلی، به‌دنبال برنامه‌های داوطلبانه باشید. این برنامه‌ها می‌تواند داوطلب شدن شرکتی با یک شرکت دیگر برای مشارکت در فرصت‌ها باشد. برنامه‌های داوطلبانه‌ای که برای کارمندان می‌تواند ترتیب داده شود عبارت است از مرخصی اضافی یا برنامه‌های آموزش کارمندان

اجرای عملیات بهبود با تغییر شکل و پویایی سازمانی

شیوه‌هایی برای سازمان دادن کار و تغییر شرایط کاری نظیر برنامه‌های غنی‌سازی شغلی، استفاده از گروه‌های کاری مستقل، ایجاد برنامه‌هایی با قابلیت انعطاف زمانی و ایجاد کمیته‌های امنیت کارگران هم از اهمیت خاصی برخوردار است. عملیات دیگر در جهت کیفیت زندگی شغلی، شامل شیوه‌هایی برای اداره کردن منابع انسانی نظیر استفاده از برنامه‌های تقسیم سود و حرکت به سوی تقلیل نیروی کار حقوق‌بر یا پرداخت مبتنی بر مهارت، گزینش مبتنی بر نظام شایستگی، ایجاد حق تقدم در ثبات استخدام، سرمایه‌گذاری زیاد در آموزش مسائل اقتصادی و لزوم برقراری ارتباطات در سازمان است. در عوض، ایجاد این عملیات باید با تغییر شکل و پویایی سازمانی آغاز شود. اگر موفقیت آمیز باشد، عملیات جدید با ایجاد فرصت‌های بیشتر برای برآورده ساختن نیازهای کارکنان و توسعه ظرفیت‌ها یا استعدادهای‌شان در حین کار آغاز می‌شود و منجر به حل موثرتر مشکلات، عملیات موثرتر و در نهایت نیروی کار تواناتر در سازمان می‌شود.

برنامه‌های داوطلبانه

به منظور رسیدن به اهداف واقع گرایانه در خصوص بهبود کیفیت زندگی شغلی، به‌دنبال برنامه‌های داوطلبانه باشید. این برنامه‌ها می‌تواند داوطلب شدن شرکتی با یک شرکت دیگر برای مشارکت در فرصت‌ها باشد. برنامه‌های داوطلبانه‌ای که برای کارمندان می‌تواند ترتیب داده شود عبارتند از مرخصی اضافی یا برنامه‌های آموزش کارمندان و پاداشی که منبع و مرجعی برای حمایت از سالمندان، کودکان و مسائل درمانی و دیگر رویدادهای زندگی باشد.

اما تمام مداخلات، توانایی تاثیرگذاری بر کارایی سازمان و کیفیت کاری را ندارند، برای مثال اقدام‌هایی برای جذاب کردن محیط و شرایط کار نظیر غذاخوری مناسب و امکانات تفریحی ممکن است در رضایت کارکنان، بدون تاثیرگذاری بر کارایی سازمان دخالت داشته باشد. یکی از صاحبنظران فرض کرده است که برنامه‌های کیفیت زندگی شغلی باید مهارت‌های کارگران، انگیزش کارکنان، هماهنگی سازمانی و ارتباطات بهتر را برای تاثیر مطلوب بر کارایی سازمان به همراه داشته باشد. عوامل موقعیتی هم در این رابطه نقش مهمی دارند اما یک مداخله ممکن است بر یکی از تعیین‌کننده‌های کارایی سازمانی در یک سازمان موثر باشد و در سازمان دیگر تاثیر مهمی بر جای نگذارد. تشخیص این موضوع به‌طور معمول مستلزم هماهنگ کردن برنامه‌ها و عملیات کیفیت زندگی شغلی با نیازها و شرایط سازمانی است.

دایره احتمالات خود را گسترش دهید

ممکن است مدیر شرکتی باشید که زمانی را برای ناهار یا مقایسه چهره به چهره کارمندان تعیین نکرده باشد، در چنین مواردی بهتر است بیشتر به احتمالات ممکن در خصوص انجام برنامه‌های بهبود فکر کنید. شما می‌توانید روی بهبود محل کار فکر و این کار را با ایجاد صمیمیت در گروه و مدلسازی رفتاری با دیگران و مذاکراتی برای زمان‌های ریلکس‌سازی برای جبران خدمات کارکنان آغاز کنید. در سازمان‌های بزرگ‌تر، اگر دیگر واحدها یا شعب با نیازهای کیفیت زندگی شغلی شما هماهنگ هستند، آنها را شناسایی کنید. اگر بتوانید یک پایه مالی منسجم داشته باشید بدون برنامه‌هایی همچون کاهش دستمزد و حقوق، می‌توانید ریسک‌های بیشتر و مذاکرات سخت‌تری در جهت انجام برنامه‌های بهبود کیفیت زندگی شغلی انجام دهید.

مدیریت امروز

حسرت‌های مدیران

آبتین ایزدی

امروزه مدیریت در هر سازمانی به یکی از رکن‌های اصلی آن تبدیل‌شده و تغییرات محیطی و داخلی هر سازمانی باعث شده مدیران با چالش‌های جدی در سازمان‌ها مواجه شوند؛ این چالش‌ها باعث شده مدیران ریسک‌پذیری خود را کاهش داده و محافظه‌کارانه فعالیت‌های خود را پیش ببرند؛ همین موضوع فرصت‌های پیش روی مدیران را گاهی مواقع کاهش می‌دهد. از طرفی تصمیم‌گیری و فعالیت‌های پیش روی مدیران هر سازمانی باعث شده آنها همواره به دنبال بهبود وضع موجود باشند که به‌اصطلاح این گونه مدیران را «ناراضی مثبت» تلقی می‌کنند. در این میان برخی از مدیران بر این باور هستند که در مدت‌زمانی که در پست‌های مدیریتی مشغول به فعالیت هستند، می‌توانند تصمیم‌گیری‌هایی داشته و کارهایی را انجام دهند که شرایط سازمان و مخصوصا خود را تغییر دهند؛ این موضوع برخی از مدیران را با حسرت‌هایی همراه کرده است.

پذیرش ریسک‌های بیشتر

تصمیم‌گیری در پست‌های مدیریتی هر سازمانی قطعا با ریسک‌هایی همراه است؛ این موضوع در کارآفرینان بیشتر می‌شود و افرادی که درصدد راه‌اندازی کسب‌وکارهایی هستند در این خصوص باید ریسک‌های بیشتری را بپذیرند و با چالش‌های بیشتری همراه هستند. این گونه موضوعات باعث می‌شود مدیران در فرآیند تصمیم‌گیری با ریسک‌هایی مواجه شوند و از برخی از آن تصمیمات چشم‌پوشی کنند؛ به همین دلیل در برخی موارد فرصت‌هایی را از دست می‌دهند و در حسرت اینکه‌ای کاش برخی از ریسک‌ها را متقبل می‌شدند، شرایط مناسبی را که ممکن بود پیش روی سازمان قرار گیرد از دست می‌دهند. این موضوع بسیار حائز اهمیت است. هر مدیری برای استمرار موفقیت در تصمیم‌گیری‌های خود لازم است که همواره روحیه ریسک‌پذیری خود را حفظ کند. از طرفی درآمد بالقوه یک کسب‌وکار در بلندمدت ارتباط مستقیمی با میزان ریسک‌پذیری مدیر ارشد آن دارد، یعنی مدیران سازمان‌هایی که دارای درآمدهای بالقوه‌ای هستند، قطعا با ریسک‌پذیری بیشتر مواجه می‌شوند و در این گونه سازمان‌ها مدیران باید با برنامه‌ریزی مناسب و تحلیل و ارزیابی دست به ریسک‌های بزرگ‌تری بزنند.

دقت بیشتر در استخدام کارکنان سازمان

فرآیند استخدام کارکنان در سازمان‌ها متفاوت است؛ به‌عنوان نمونه در کسب‌وکارهای کوچک این خود مدیران هستند که وظیفه استخدام تک‌تک کارکنان را بر عهده دارند. این موضوع باعث می‌شود کارکنانی که برای سازمان مشکلاتی را به وجود آورده یا بی‌انگیزه هستند، مدیران را به این فکر وادارند که شاید با استخدام فردی مناسب‌تر می‌توانستند وضعیت بهتری را برای سازمان رقم بزنند. این موضوع قطعا حسرت‌هایی را برای مدیران به همراه خواهد داشت اما با ایجاد سازوکار مناسب می‌توان فرآیندی را ایجاد کرد که از طریق آن افراد مناسب را استخدام کرد. در این میان در سازمان‌های بزرگ‌تر که غالبا مدیران دغدغه‌های بیشتری دارند و درگیر فرآیندهای تصمیم‌گیری بزرگ‌تری هستند، منابع انسانی وظیفه استخدام کارکنان را بر عهده دارد، اگرچه در سازمان‌های بزرگ‌تر آن‌قدر مدیران مشغله فکری دارند که وقت این موضوع را ندارند که عملکرد تک‌تک کارکنان را بسنجند اما در برخی پست‌های سازمانی که در فعالیت‌های سازمان تاثیرگذار است ممکن است فردی به استخدام سازمان درآمده باشد که صلاحیت این پست را ندارد؛ به همین دلیل در این خصوص نیز مدیران با حسرت‌های جدی مواجه می‌شوند اما به‌صورت کلی می‌تواند سازوکاری را در سازمان‌های بزرگ‌تر نیز اتخاذ کرد که هزینه این موضوع را به حداقل برساند.

توجه به نظرات دیگران

برخی مدیران به اندازه‌ای از اعتمادبه‌نفس بالایی برخوردارند گاهی مواقع این موضوع به غرور تبدیل‌شده و باعث می‌شود مدیران سازمان به نظرات دیگران بی‌اعتنا باشند؛ این موضوع ممکن است چالش‌هایی را برای سازمان به همراه داشته باشد. گاهی مواقع پیش می‌آید که مشاور یا یکی از کارمندان سازمان نسبت به موضوعی هشدار می‌دهد اما مدیر سازمان روی تصمیم‌گیری خود پافشاری می‌کند و در تصمیم خود تغییراتی را لحاظ نمی‌کند؛ در صورت بروز مشکل مدیران در این بخش نیز با حسرت‌هایی مواجه می‌شوند. در این راستا نیز پیشنهاد می‌شود مدیران همواره برای نظرات کارمندان و دیگر افراد سازمان ارزش قائل شوند. از طرفی امروزه سازمان‌های مدرن در تلاشند سازوکاری را اتخاذ کنند که از این طریق بتوانند نظرات و بازخوردهای فعالیت‌های سازمان را دریافت کنند.

صرف زمان بیشتر در زندگی شخصی

تمام دغدغه‌ها و استرس‌های کاری برای آن است که افراد بتوانند زندگی شخصی مناسبی را داشته باشند. تمام این آمدورفت‌ها به این دلیل است که افراد در رفاه و آرامش بیشتری زندگی خود را ادامه دهند اما برخی افراد به‌اندازه‌ای در زندگی کاری خود غرق شده‌اند که آسایش را از زندگی خود سلب کرده‌اند؛ این موضوع در مدیران سازمان‌ها جلوه بیشتری دارد، چون معمولا مدیران با دغدغه‌های فکری بیشتری همراه و زمان بیشتری درگیر فعالیت‌های سازمان هستند. در برخی مواقع این موضوع باعث می‌شود مدیران حسرت این موضوع را بخورند که با گذشت چندین سال از عمر خویش اما نتوانستند زندگی مناسبی را که دارای آرامش نسبی باشد، برای خود رقم بزنند. یکی از نکات برجسته مدیران این موضوع است که بتوانند تعادل را در زندگی شخصی خود برقرار کنند و زمان مناسبی را برای زندگی شخصی خود بگذارند. در پایان این موضوع بسیار حائز اهمیت است که هیچ‌گاه نباید زندگی خانوادگی را فدای کار یا کار را فدای زندگی خانوادگی کرد بلکه باید هنر اولویت‌بندی را آموخت و آن را در زندگی به کار برد.

اخبار هنر

اجلاس آسیا-اقیانوسیه، بستری برای توسعه صادرات صنایع‌دستی

برگزاری هفتمین اجلاس آسیا و اقیانوسیه در ایران در کنار مزایایی که برای صنایع‌دستی کشور دارد، می‌تواند بسترساز مناسبی برای ارتباط صادرکنندگان و تجار صنایع‌دستی ایران با سایر کشورها و توسعه صادرات صنایع‌دستی به خارج از کشور باشد.

به گزارش ایسنا، علی حاجی شیزری، مدیرکل دفتر توسعه، ترویج و آموزش معاونت صنایع‌دستی با اشاره به برگزاری هفتمین اجلاس آسیا و اقیانوسیه در تبریز و اهمیت آن گفت: اجلاس آسیا و اقیانوسیه اتفاق بزرگی برای ما و صنایع دستی ما است که باید آن را غنیمت دانست و برای معرفی و توسعه بیشتر صنایع دستی اصیل ایرانی از آن استفاده بهینه را داشت.

وی افزود: پس از انتخاب شهرهای اصفهان و تبریز به‌عنوان شهرهای خلاق در زمینه صنایع‌دستی و فرش، اکنون انتخاب دو شهر مشهد و لالجین به‌عنوان شهرهای جهانی در زمینه سنگ‌های قیمتی و سفال نیز می‌تواند گام بلند دیگری برای توسعه صنایع‌دستی کشور باشد.

شیزری تاکید کرد: ما در حال حاضر وارد عرصه مدیریتی صنایع دستی در جهان شده‌ایم، در چند سال گذشته در بسیاری از زمینه‌ها از دنیا جدا مانده بودیم؛ اما در حال حاضر به نقطه بسیار خوبی در جهان دست یافته‌ایم، ما اکنون می‌توانیم بر صنایع دستی جهانی تاثیرگذار باشیم. در حال حاضر ما به‌عنوان کشوری صاحب سبک در حوزه صنایع دستی در دنیا گام برمی‌داریم.

او ادامه داد: هفتمین اجلاس آسیا و اقیانوسیه که با حضور اعضای شورای جهانی صنایع دستی در ایران برگزار می‌شود، رویداد بسیار مهمی است هم از جنبه علمی، تخصصی و هم در حوزه توسعه صنایع دستی قابل تامل است.

مدیرکل توسعه و ترویج معاونت صنایع دستی با اشاره به اهمیت حضور داوران و اعضای شورای جهانی صنایع دستی در ایران گفت: همزمان با برگزاری این اجلاس برنامه داوری اولیه مُهر اصالت یونسکو نیز با حضور داوران شورای جهانی صنایع دستی در ایران برگزار می‌شود که ایران و عمان تنها کشورهایی هستند که به دلیل شرایط خاصی که دارند، می‌توانند ۹ کاندید برای این امر معرفی کنند؛ به همین منظور حضور داوران بین‌المللی شورای جهانی صنایع دستی در این دوره زمانی در ایران بسیار مهم است.

شیزری اضافه کرد: در کنار برگزاری اجلاس، حضور و بازدید اعضای شورای جهانی از شهرهای لالجین و مشهد و برقراری ارتباط نزدیک و آشنایی بیشتر با آثار صنایع دستی ایران نیز بسیار در دیدگاه این افراد در مورد داوری بهتر آثار معرفی شده برای دریافت مُهر اصالت تاثیرگذار است. همچنین از دیگر مزایای حضور این افراد در کشور بیشتر مطرح شدن ایران در فضای رقابتی دنیا است.

او با بیان این مطلب که با حضور این افراد معرفی بهتری از صنایع دستی در دنیا صورت می‌گیرد، تصریح کرد: با حضور اعضای شورای جهانی صنایع دستی در ایران و ثبت دو شهر لالجین و مشهد به نوعی برندسازی برای صنایع دستی محسوب می‌شود که برای صنایع دستی کشورمان و ارتقای جایگاه جهانی آن بسیار مهم و قابل توجه است.

مدیرکل توسعه و ترویج معاونت صنایع دستی کشور با تاکید بر ابعاد ترویجی برگزاری این اجلاس در ایران گفت: با ورود این افراد به کشور که عموما از افراد تاثیرگذار در شورای جهانی صنایع دستی هستند و ثبت این دو شهر، برندسازی و ترویج صنایع دستی نیز صورت می‌گیرد. بنابراین پس از ثبت این شهرها، هنرمندان و مسئولان این دو شهر نیز باید به سمت پیشرفت، توسعه و اقدامات بنیادین در حوزه ترویج و ارتقای کیفی صنایع دستی برآیند.

وی با اشاره به لزوم ارتقای کیفیت محصولات صنایع دستی در کشور و به‌ویژه در شهرهای جهانی گفت: پس از ثبت و انتخاب و جهانی شدن هنرمندان و متولیان امر تولید در کشور و به‌ویژه در این شهرها باید در زمینه طراحی‌های جدید وارد شوند، یعنی با حفظ هویت و اصالت تولید آثاری را تولید کنند که باب سلیقه نسل امروز باشد.

باید اشیا و محصولات تولیدی صنایع دستی هم کاربردی باشند و هم اینکه سلیقه‌شناسی داشته باشند.

شیزری ادامه داد: برای نمونه شهر تبریز پس از جهانی شدن باید فرشی را ارائه دهد که جهانی باشد و اگر لالجین جهانی شود، باید سفالی را که در سطح معیارهای جهانی باشد ارائه کند، پس در این رابطه باید سطح آموزشی و تخصصی استان‌ها را نیز بالا ببریم.

وی در پایان تاکید کرد: باید توجه داشت که در حاشیه برگزاری اجلاس گفتمان سازی، تبلیغات و معرفی‌های گسترده بسیاری رخ می‌دهد که در حوزه توسعه و ترویج صنایع دستی بسیار مهم و تاثیرگذار است. بنابراین باید با برنامه‌ریزی مناسب از این ظرفیت عظیم بهترین بهره را برد.

گفت‌وگوی «فرصت امروز» با سیدحسن سیماروک، سازنده شیشه و کریستال

از دل کوره تا کنج خانه

علی علمی
Ali_elmi1361@yahoo.com

بعضی هنرها هستند که از حالت هنری صرف خارج شده و با حفظ اصالت خود به صنعت بدل شده اند. تولید و تراش شیشه و کریستال هم از این قاعده مستثنا نیست و پس از گذشت نزدیک به ۸۰سال از شروع این حرفه در ایران به‌صورت هنر- صنعت درآمده است. گفت‌وگوی این شماره گپی است با یکی از فعالان این حوزه که پیش روی شماست.

برای دیدار با هنرمند صنعتگر شیشه‌تراش باید به اطراف تهران بروم. روستای لُم آباد از توابع شهرستان ملارد که ۴۰، ۵۰کیلومتر با پایتخت فاصله دارد. مسیر کمی ناآشنا ولی باصفاست. محل ملاقات ما کارخانه پارس کریستال است که به آقای سیماروک تعلق دارد. منطقه‌ای سرسبز و خوش آب وهوا که بیشتر برای تفریح و تفرج مناسب است تا کار تولید. با کمی پرس وجو و بالا و پایین رفتن محل مورد نظر را پیدا می‌کنم. بعد از سلام و علیک و صرف چای و شیرینی، بحث را شروع می‌کنیم.

سیدحسن سیماروک متولد ۱۳۴۱ تهران است که شناسنامه‌اش از قزوین صادر شده. از ۱۳سالگی کنار دست برادر بزرگ‌ترش به این کار مشغول شده و بیش از ۴۰سال سابقه حرفه‌ای دارد. در کارخانه‌های بزرگ و معروف مشاور و پیمانکار بوده و از سال ۱۳۸۸ مجموعه پارس کریستال را در حوالی ملارد راه‌اندازی کرده است. نشان درجه یک هنری دارد و کلی جایزه و تقدیرنامه گرفته.

ضمن اینکه ارزشیاب رسمی سازمان میراث فرهنگی است و با این سازمان همکاری می‌کند.

دریچه تاریخ

آقاسید از زمانی که شروع به کار کرده می‌گوید: از ۱۳سالگی پیش برادر بزرگم شروع به کار کردم. یادم هست که زیر پایم جعبه میوه می‌گذاشتم تا قدم به دستگاه برسد و کار کنم. اخوی از سال ۱۳۳۷ در کارخانه شیشه ایران مشغول بود و آنجا کار تراش را انجام می‌داد. کار اصلی ما تراش شیشه و کریستال است و تولیدات ما بر همین مبناست.

کارخانه شیشه ایران را ایتالیایی‌ها و چک‌ها در میدان کشتارگاه (بهمن فعلی) تاسیس کردند که نخستین کارخانه شیشه و کریستال ایران بود اما متاسفانه الان فعال نیست. این اتفاق مربوط به قبل از جنگ جهانی دوم بود و معروف است که خود مسئولان آن زمان برای افتتاح می‌روند که در همان جا برای‌شان یک لیوان دوغ‌خوری درست می‌کنند که بسیار مورد توجه قرار می‌گیرد. در کنار این واحد دو کارگاه دیگر هم بود؛ کارگاه زاویه در خیابان بلورسازی و کارگاه متحد در میدان شوش.

این واحدهای تولیدی با اینکه در گذشته دور فعال بودند اما کیفیت کارشان بسیار مطلوب بود. نمونه‌هایی که از قدیم مانده این موضوع را تایید می‌کند. البته در قدیم مردم شناخت چندانی از ظرف و ظروف کریستال نداشتند و دوره، دوره استفاده از مس، مفرغ و سفال بود. به همین دلیل بعد از مدتی کارگاه‌ها و کارخانه‌ها تعطیل می‌شدند. الان اوضاع تغییر کرده و سلیقه مردم بهتر شده و جدا از استفاده معمول، در کنار فرش، مبلمان و تابلو برای دکور و تزیینات منزل هم کاربرد دارد و به زیبایی فضای داخلی منزل کمک می‌کند.

مخصوصا خانم‌ها که خیلی زیاد علاقه نشان می‌دهند و در جهیزیه دخترهای نوعروس حتما چند پارچه کرستال هست.

مسئله دیگر مشکل تامین انرژی در اروپاست. دو کشور آلمان و چک مهد کریستال دنیا هستند، ولی چون مشکل گاز دارند و باید از روسیه وارد کنند که تامین آن خیلی گران تمام می‌شود یکی یکی جمع می‌کنند و حجم تولیدشان خیلی محدود شده است. این محصول احتیاج به گاز دارد و با گازوییل و مازوت (نفت سیاه) خوب از آب در نمی‌آید. در ۸۰سال گذشته این دو کشور سرآمد این صنعت بودند ولی الان کارخانه‌های کمی باقی مانده است.

خوشبختانه این فرصت خوبی برای ما ایجاد کرده تا با استفاده از پتانسیل خوبی که در کشور هست اعم از نیروی کار (استادکار، تراشکار، کارگر ماهر) و منابع عظیم انرژی بتوانیم به درجه بالایی در سطح جهانی برسیم. اگر حمایت‌های لازم صورت بگیرد و مدیریت درستی اعمال شود جا برای گسترش و اشتغال‌زایی دارد آن هم در حد زیاد. پس لازم است با توجه بیشتری به این حرفه هنری نگریسته شود.

هنر تراش شیشه، ریزه‌کاری‌های زیادی دارد. از مهارت در کار و اعمال سیاست‌های مدیریتی گرفته تا شناخت مناسب از بازار مصرف. سیماروک در این باره بیشتر توضیح می‌دهد: این کار غیراز کیفیت خوب در تولید نیاز به اقبال عمومی دارد. کیفیت کارهای قدیمی خیلی بالا بوده و کسانی که از گذشته ظروف کریستال دارند به‌هیچ عنوان از دستش نمی‌دهند. سال‌ها طول کشید تا سال ۱۳۷۶ در هشتگرد یک واحد تولیدی شیشه مدرن ایجاد شد که از ارمنستان کوره و استادکار آوردند و به نوعی پایه و اساس کریستال در ایران دوباره احیا شد. بعد از آن دو کارخانه در تبریز و یکی هم در اشتهارد تاسیس شد، ولی متاسفانه هیچ‌کدام پابرجا نماندند. حتی کارخانه معتبر و بزرگ آبگینه قزوین با آن همه پتانسیل و استعداد و ظرفیت بالای تولید با ۴۰۰، ۵۰۰نفر پرسنل، ورشکست شد.

دلیل این اتفاقات نامبارک را از سیماروک جویا می‌شوم که چرا اینطور شد؟ در پاسخ می‌گوید: اینها موفق نشدند چون تخصص نداشتند. کار کریستال قبل از صنعت و شغل، یک هنر است و از دست هر کسی برنمی‌آید. این حرفه فقط به سرمایه نیاز ندارد، بلکه به مهارت و نیروی کار ورزیده احتیاج دارد. ضمن اینکه مدیریت دولتی دیگر جواب نمی‌دهد. ببینید چه بلایی سر آبگینه قزوین و نمونه‌های مشابه آمد؟ تولیدکننده باید بداند چه کاری انجام می‌دهد و باید به زیر و بم کار آشنا باشد. از حسن آقا درباره مدل کار و تولیدش می‌پرسم که می‌گوید: دو کارخانه هستند که ماشینی‌اند و در حجم زیاد کار می‌کنند. دیگر کار به آن شکل دستی نیست و تزیینات جانبی را ندارد. در رشته ما هم فقط واحد خودمان و مجموعه پارسا کریستال است که صنایع دستی تولید می‌کند.

مهم‌ترین ابزار این کار فضای مناسب و کوره است. هزینه جای مناسب بین ۵۰۰میلیون تا ۳میلیارد است. کوره زورگ آلمان به اضافه ماشین‌آلات و خط تولید مکانیزه ۱/۵میلیون یورو یعنی چیزی معادل ۵میلیارد تومان پول لازم دارد. البته بستگی به حجم و مدل تولید دارد. تولید سنتی، ماشین‌آلات نمی‌خواهد و خیلی هزینه‌بر نیست

اساس و مبنای کار ما حتما باید سرویس باشد. میوه‌خوری تکی به درد شما نمی‌خورد؛ باید سرویس شود: پیاله، پیشدستی، میوه‌خوری، شیرینی‌خوری، آجیل‌خوری، پارچ و لیوان، فنجان، سبد و کشکول. همه اینها باید جور باشد وگرنه ناقص است و خریدار ندارد. سرویس ۲۸پارچه را شامل می‌شود که با پارچ و لیوان تکمیل شده و به ۴۰پارچه می‌رسد. کاسه‌ها هم بزرگ و کوچک دارد. مغازه‌دار براساس نیاز مشتری به ما سفارش می‌دهد تا چیزی که می‌خواهد درست کنیم. در اینجا حسن‌آقا از جا بلند می‌شود و چند نمونه از کارهایش را نشانم می‌دهد. ظرفی را از قفسه می‌آورد که روی آن طلاکاری شده و ۲۵۰هزار تومان قیمت دارد.

انوع کاسه و پیاله، گلدان و کشکول را روی میز می‌گذارد و با علاقه خاصی توضیح می‌دهد. از استاد حسن قیمت می‌گیرم؛ کمترین قیمت برای پیاله و پیش‌دستی که هر دست ۱۲۰هزار تومان و بالاترین قدح میوه‌خوری سایز ۱۴ که ۲۵۰هزار تومان قیمت دارد و ۲۰گرم طلا در آن کار شده است. بعد تلنگری به ظرف میوه‌خوری طلاکاری شده می‌زند و اضافه می‌کند: کریستال چون سرب دارد صدای ناقوس می‌دهد و هر چقدر سرب آن زیاد باشد، صدای آن بلندتر است. به همین دلیل است که کریستال ارزش دارد. شیشه خالی هیچ بهایی ندارد. در خانه کریستال ۷۰ساله داریم که نظیر ندارد و اصلا نمی‌شود قیمتی رویش گذاشت. قیمت شیشه خام ثابت است. نرخ نهایی کاری است که روی آن انجام می‌شود. به اضافه طلاکاری که هزینه‌اش جداست. یک محصول یک بار داخل کوره می‌رود و کار دیگر سه بار. رنگ، نقش برجسته و... خیلی زمان‌بر و پرزحمت است. یک قسمت دیگر از فعالیت ما ساخت حباب‌ها و لوسترهای کریستال است. لوستر و آباژورهای تولیدی به‌صورت ترکیبی است و حباب و شمعدان دارد. بیشتر حباب‌های موجود بازار کار خودمان است که به‌صورت غیرمستقیم صادر می‌شود.

کار حرفه‌ای

استاد سیماروک از شروع فعالیتش در این رشته می‌گوید: بعد از هفت سال که پیش برادرم بودم مستقل شدم و سال ۱۳۵۹ کارگاه خودم را دایر کردم. از سال ۱۳۷۸ به نقاشی و تراشکاری روی آوردم. بعد از مدتی در جاهای مختلفی به طور پیمانکاری مشغول بودم. تا ۶، ۷سال پیش که این مجموعه را راه انداختم. یکی دو سال اول کارهای خام خارجی را دکور می‌کردیم. بعد که واردات دچار مشکل شد، خودمان شروع به ساختن کردیم. می‌پرسم دکور یعنی چه؟ در پاسخ می‌گوید: کار نقاشی، تراش روی شیشه و کریستال را دکور می‌گویند. ساخت، روتوش و نقش و نگار دستی انجام می‌شود و به همین دلیل یک صنعت هنری به حساب می‌آید. این کار چند فاز دارد: اول تولید و پس از آن تراش که راحت است و می‌توان در خانه هم انجام داد. مثل دار قالی که در خیلی از خانه‌ها هست. الان افراد زیادی تراش را در منزل انجام می‌دهند و امورات‌شان را با این کار می‌گذرانند. چون بازار فروش خوب است درآمد مناسبی دارد و همه راضی هستند.

استاد حسن از موقعیت کارخانه و تعداد افراد شاغل هم می‌گوید: قبلا که کوره نداشتیم ۱۸نفر بودیم که کار می‌کردیم. اما اکنون ۱۵نفر در قسمت تراش، ۱۲نفر در تولید، پنج‌نفر اسیدکاری و پنج‌نفر هم دکور مشغول به کارند که ۳۷، ۳۸نفر پرسنل را شامل می‌شود. نازک‌کاری هم در کارگاه‌های متعدد بیرون از اینجا کار می‌شود. چون نفرات زیادی لازم دارد صرف نمی‌کند که خودمان کار کنیم. قیمت این کارگاه‌ها پایین است و برایشان می‌ارزد.

هزینه‌های سرمایه‌گذاری

سیماروک در مورد سرمایه‌گذاری و ملزومات اصلی این پیشه توضیحات گران‌قیمتی می‌دهد: مهم‌ترین ابزار این کار فضای مناسب و کوره است. هزینه جای مناسب بین ۵۰۰میلیون تا ۳میلیارد است. کوره زورگ آلمان به اضافه ماشین‌آلات و خط تولید مکانیزه ۱/۵میلیون یورو یعنی چیزی معادل ۵میلیارد تومان پول لازم دارد. البته بستگی به حجم و مدل تولید دارد. تولید سنتی، ماشین‌آلات نمی‌خواهد و خیلی هزینه‌بر نیست. این تولید صنعتی با تیراژ بالاست که سرمایه زیادی طلب می‌کند. پس هزینه عمده این شغل مکان مناسب و کوره است.

زمین واحد ما ۴هزارمتری است و خودم با سرمایه ۲۰۰میلیون تومان شروع کردم. به مرور ۲/۵میلیارد دیگر هم خرج کردم که ۱/۳ میلیارد بابت کوره هزینه شد. حجم تولید ما یک تن در روز است ولی ما به نسبت سفارشی که می‌گیریم کار می‌کنیم. از این کوره می‌توانیم یک تن در روز برداشت کنیم. مواد اولیه و اصلی این کار سیلیس، کربنات سدیم، سرنج، بوراکس، نیترات پتاسیم و آرسنیک است. غیراز بوراکس و نیترات پتاسیم که از ترکیه و کره‌جنوبی وارد می‌کنیم، باقی مواد ایرانی است. سیلیس کیلویی ۶۰۰تومان، کربنات سدیم کیلویی ۵۵۰۰تومان و سرنج ۸هزار تومان در هر کیلو قیمت دارد. کلا هشت‌ماده با هم ترکیب می‌شود تا کریستال به دست بیاید. همه این مواد در کوره ریخته می‌شود و ۱۴۰۰درجه حرارت لازم است تا ذوب شود. اسیدسولفوریک و اسیدفلوریدریک هم از دیگر مواد مصرفی ما هستند. اسد سولفوریک کیلویی ۵۰۰تومان است که در داخل موجود است و اسیدفلوریدریک کیلویی ۸هزار تومان است که از چین می‌آید. کم‌کم به پایان این گپ وگفت نزدیک می‌شویم که سیماروک مشکلات کار را عنوان می‌کند: مهم‌ترین مسئله هزینه‌های بالای تولید است. ما از مالیات معاف هستیم و ماهانه ۱۳میلیون تومان پول گاز و برق پرداخت می‌کنیم. این صنعت ظرفیت زیادی برای سرمایه‌گذاری و تولید دارد و به جرات می‌گویم اگر شرایط کار فراهم شود و حمایت‌های قانونی و نظارت کافی باشد تا ۱۰میلیون نفر قابلیت اشتغال‌زایی دارد. پس بجاست که مسئولان امر نگاه درست‌تر و همه‌جانبه‌تری به این حرفه که از دیرباز در کشور وجود داشته و سابقه ۸۰ساله دارد، داشته باشند.

یادداشت

صندوق حمایت از نوآوری مثل بانک مرکزی عمل کند

دکتر سپهر قاضی نوری
عضو هیات علمی دانشگاه تربیت مدرس

هزار راه نرفته مصداق اشتباهی برای توسعه نیست بلکه باید یک راه را انتخاب کرد و از صرف وقت و انرژی در همه مسیرها پرهیز کرد، اجتناب از پیمودن مسیر غلط خود یک راه و روش درست است پس برای تحقق و رسیدن به هدف باید راه را درست شناخت و مسیریاب خوبی بود. این موضوع در مورد پدیده‌های نو و ماهیت بسیاری از هست‌هایی که به تازگی متولد می‌شوند و در جهان پیرامون ما به منصه ظهور رسیدند، مصداق دارد. نوآوری و شکوفایی همچنین تحقق ایده به عمل و تجاری شدن این ماهیت را دارد که هزار راه را نباید رفت اما کدام راه را باید رفت و هم‌اکنون کدام حلقه این زنجیر مفقود است که این سلسله از هم گسسته است؟!

در ادبیات دنیا طرحی که به نمونه اولیه می‌رسد تا تجاری شود «دره مرگ» نام می‌گیرد، به عبارتی کارآفرین و سرمایه‌گذاری که حاضر است روی این محصول سرمایه‌گذاری کند، نایاب‌ترین منبع کارآفرینی است و علتش هم این است که سرمایه‌گذاری در مرحله تحقیقات اگر یک واحد هزینه داشته باشد، در فناوری ۱۰ واحد، تجاری‌سازی به نوعی هزار واحد سرمایه‌گذاری نیاز دارد، معادل ۱۰۰ برابر کارهای تحقیقاتی، پس طبیعی است که کسی به سادگی روی این موضوع سرمایه‌گذاری نکند.

در کشور ما تا چند سال قبل چنین نوعی از سرمایه‌گذاری‌ها وجود نداشت و اغلب افراد قدرت ریسک و سرمایه‌گذاری در ایده‌های خطرپذیر را نداشتند اما در سال‌های اخیر هم در بخش خصوصی و هم توسط صندوق نوآوری و شکوفایی سرمایه‌گذاری در ایده‌های خطرپذیر بیشتر شده و اعتبار بالایی که دولت در صندوق نوآوری و شکوفایی تخصیص داده برای سرمایه‌گذاری روی همین ایده‌ها و نوآوری‌هاست، این در حالی است که با وجود تامین مالی در کشور شاهد نقاط ضعف دیگری در خصوص نوآوری‌ها هستیم و آن هم این است که ما طرح دانش بنیان زیادی تولید نمی‌کنیم و به نوعی وقتی هم در معرض این پیشنهاد قرار بگیریم توان ارزیابی مناسب نداریم.

تشخیص دانش بنیان، حلقه مفقوده

بنابراین بر خلاف آنچه در تمام دنیا معتقدند مهم‌ترین حلقه مفقوده کارآفرین یا سرمایه‌گذاری برای تجاری‌سازی است، هم‌اکنون در کشور ما مهم‌ترین حلقه مفقوده قدرت تشخیص دانش بنیان بودن و ارزش آفرین بودن طرح‌های پیشنهادی است. در واقع شاید علت این موضوع جدید و نو بودن این عرصه در کشور ماست. به علاوه این موضوع که کار و اجرای آن در دست نهادهای دولتی است هم یکی از مشکلات این عرصه شناخته می‌شود.

در حال حاضر باید پول بزرگی را که برای این منظور تخصیص داده شده، بین صندوق‌های خصوصی توزیع کنیم و این کار به بخش خصوصی سپرده شود و بخش خصوصی هم خود باید اهل فن باشد و در عرصه دانش بنیان دستی بر آتش داشته باشد تا به تدریج توزیع منابع بین صندوق‌ها و در نقاط مختلف کشور از نظر جغرافیایی و رشته‌ای و از نظر چرخه عمر به شرکت‌ها به نحوی اجرا شود تا هم مشکل کمبود در تشخیص دانش‌بنیان‌ها و هم کسری در منابع را به موازات حل کنیم.

تمام طرح‌ها مستقیم به صندوق نوآوری نرود

پیش از هرچیز ما باید صندوق توزیع مناسبی داشته باشیم، در واقع اینکه صندوق نوآوری را به سیستمی تبدیل کنیم که تمام طرح‌های کشور را دریافت و روی آنها سرمایه‌گذاری کند و در هنگام بلوغ طرح‌ها از هزینه‌کرد بر آنها خارج شود اشتباه است و تا امروز چنین ماهیتی در دنیا مشاهده نشده است. توزیع مناسبی که پیش‌تر عنوان شد می‌تواند به‌گونه‌ای پیاده‌سازی شود که صندوق توسعه نوآوری و شکوفایی را مانند یک سیستم بانکی، پشتوانه سایر صندوق‌ها کنیم، اما در این سیستم بانکی صندوق باید حکم بانک مرکزی را داشته و صندوق‌های سرمایه‌گذاری شرکت‌های خطرپذیر مانند بانک‌های زیرمجموعه به صندوق بزرگ‌تر وابسته باشند.

یکی دیگر از مشکلات این حوزه وابستگی صندوق‌های کوچک و خصوصی به دولت است، به‌گونه‌ای که مفهوم صندوق خصوصی به ندرت وجود خارجی دارد و در واقعیت فقط تعدادی شرکت شتاب‌دهنده فعال شده‌اند و آنها نیز آنقدر جوان و نوپا هستند که نمی‌توان از وضعیت‌شان ارزیابی درستی داشت، یکی از دلایل این موضوع عدم نیاز به تشکیل صندوق‌های خصوصی بوده است.

رویای کودکانه در موزه، رنگ واقعیت گرفت

ابتکاری برای رونق گردشگری موزه

اکرم سادات حسینی
a.s.h.shabestari@gmail.com

رضا رضایی‌پور جوانی است که در کودکی به اتفاق همکلاسی‌ها و اغلب اعضای خانواده در موزه‌های پایتخت تردد داشته، رفت‌وآمد و بازدیدی که منجر به ابتکار و نوآوری او در دوران جوانی شده است. او متولد ۶۴ و دانش آموخته مهندسی نرم‌افزار است. در همان دوران دبیرستان که در رشته ریاضی فیزیک تحصیل می‌کند گرایشی به سمت ایجاد کسب‌وکار مستقل می‌یابد اما به گفته خودش از سختی‌های راه بی‌اطلاع بوده و یک‌سال پس از ورود به دانشگاه، شرکت دریچه ذهن شمال را ثبت و کارش را با طراحی دستگاه حضور و غیاب کارت‌های RFID شروع می‌کند اما موج نوسانات بازار و یک علاقه دیرینه کودکی او را به سمت ابداعی برای موزه‌ها می‌برد، بازار بکری که پر از اشتیاق و مشتری اما خالی از پول است.

سراغ طراح سامانه راهنمای موزه مبتنی بر RFID رفتیم تا در مورد این سامانه بیشتر بدانیم. رضا رضایی‌پور، طراح این سامانه می‌گوید: عمر تکنولوژی کوتاه است، شرکت‌ها امکان فعالیت در یک حوزه خاص را برای سال‌های سال ندارند و مرتب کار خودشان را گسترش می‌دهند. ما هم با نوآوری از فرکانس رادیویی نرم‌افزار انبارگردانی را بعد از حضور و غیاب RFID طراحی کردیم که محصولات داخل انبار را با فرکانس برد بلند ردیابی می‌کرد و کم‌کم نیازهای دیگر یک مجموعه را در دستگاه حضور و غیاب «آداک» تجمیع کردیم و تاییدیه ساخت آن را از معاونت فناوری ریاست جمهوری همچنین تاییده توزیع را هم از وزارت ارشاد گرفتیم اما به دلیل سه برابر شدن قیمت دلار در سال ۹۱ دیگر امکان ادامه کار و رقابت با بازار وارداتی را نداشتیم و دچار ضربه شدیم و از آنجا به سراغ بازار بکر و باز موزه‌ها آمدیم.

از اشتراک نشریه علمی تا ابتکار و بومی‌سازی

رضایی‌پور از کمی دستگاه‌های راهنمای موزه می‌گوید: با اشتراکی که از نشریه آرافای دی ژورنال داشتم با سامانه‌های معرفی موزه در دیگر کشورها آشنا شدم و طبق یک تحقیق متوجه شدم که در موزه دانمارک و مالزی سامانه‌ای برای معرفی موزه‌ها مورد استفاده است و با توجه به ذهنیت و علاقه‌ای که به موزه‌ها داشتم و خلأ این سامانه را در موزه‌ها می‌دانستم انگیزه‌ای در من ایجاد شد تا یک راهنمای موزه مولتی مدیا بسازم؛ آن زمان ایده خود را با چند موزه مطرح کردم و بعضی تاییدش کردند و با توجه به اینکه تمام موزه‌ها زیر نظر میراث فرهنگی نبودند با دیگر بخش‌ها همچون شهرداری و در نهایت خود موزه‌ها ارتباط برقرار کردیم.

معرفی کار و ضعف بازار تکنولوژی

رضایی‌پور از شروع کارش و رایزنی با چند موزه می‌گوید: طبق مذاکره با مدیران موزه‌هایی که خارج از سیستم میراث فرهنگی بود مثل موزه پول و موزه زمان که وابسته به بنیاد مستضعفین هستند، کار را معرفی کردیم هر چند که با محدودیت در تکنولوژی هم مواجه بودیم. اما موضوع این بود که موزه‌ها را صرفا برای تفریح ساختند. ما عملا با بازار بکری رو به رو بودیم و نیاز به این تجهیز احساس می‌شد. از طرفی مقایسه موزه‌های داخلی و خارجی چندان معقول نبود چون هدف‌گذاری موزه‌ها در کشور ما متفاوت است و می‌توان گفت با رایزنی‌هایی که در طول این چند سال با اکثر موزه داران انجام دادم، متوجه شدم که موزه‌ها پولساز نیستند و این دیدگاه که موزه چه فایده‌ای دارد و می‌تواند چه فایده‌ای داشته باشد وجود ندارد و صرفا برای تفریح ساخته می‌شوند اما وقتی از موزه خارج می‌شویم متوجه ارزش واقعی آثار و اشیای قیمتی موزه‌ها نمی‌شویم هرچند به‌طور کلی درک می‌کنیم که این اشیای قدیمی ارزش دارند اما هیچ اطلاعاتی به درستی منتقل نمی‌شود و با ساخت سامانه راهنمای موزه تلاش کردم تا این معرفی به طور کامل انجام شود.

در این موزه وای‌فای خود را روشن کنید!

کاربری نرم‌افزار معرفی موزه و امکانات آن چند بعدی است. این موضوعی است که می‌توان از لابه‌لای حرف‌های رضایی‌پور که از کودکی به نوعی با موزه‌ها بزرگ شده متوجه شد. او می‌گوید: تعبیه یک کیوسک و ارتباط با گوشی‌های هوشمند و تبلت‌ها و انتقال داده‌های هر شیء یا اثر در موزه ویژگی این سیستم معرفی موزه است و با امکان دسترسی به متن، فیلم، صدا و تصاویر، معرفی آثار موزه کامل و جامع انجام می‌شود و بازدیدکنندگان مطلب جدید می‌آموزند و نخستین بار با کمک یک جانورشناس اطلاعات ۶۰پرنده در برکه‌ای از موزه دارآباد را وارد سامانه کردیم و با طراحی ویژه دارآباد همین‌طور وارد کردن اطلاعات دقیق و کامل ۵۰جانور تاکسی‌درمی شده درون موزه رسما سامانه فعال شد و اگر با وای فای روشن وارد موزه دارآباد شوید، می‌توانید با انتخاب هر گزینه اطلاعات آن را دریافت کنید. خوشبختانه این طرح با مخالفت کارشناسان موزه مواجه نشد و سامانه را رقیب خود ندانستند.

موزه‌های ایران تحت تاثیر بناهای تاریخی و طبیعت بکر برای گردشگران رونق چندانی ندارند و موزه‌داری در ایران تعریف دیگری از مفهوم جهانی خود دارد، بر این اساس فاصله‌ای مشهود بین این دو پدیده در داخل و سطح بین‌المللی آن وجود دارد اما این مانع ورود نوآوری و تلاش خلاقانه برای رونق بازار بکر این حوزه نشده و یک ایده با چاشنی استقامت آمده که موزه‌ها را متحول کند

بی پولی مشکل کار با موزه

مشکل عمده کار در طراحی این سیستم نحوه تامین مالی و تایید مراحل اداری است، هر چند که نگرش به موزه‌ها مسئله‌ای عمیق‌تر از آن است. رضایی‌پور ادامه می‌دهد: اجرای یک ایده نو به سادگی ممکن نیست و از نظر اداری اختیارات مدیران محدود و منابع مالی بسیار ناچیز است و اغلب به سمت مناقصه هدایت می‌شدیم در حالی‌که با اجرای این نوع از فروش یک محصول نوین در عمل ایده نو در معرض خطر انتشار واقع می‌شود و بروکراسی اداری حاکم در این مسیر مانع توسعه طرح ما بود و با کسری بودجه موزه‌ها این امیدها کمرنگ‌تر می‌شود و در حال حاضر این طرح با مشکل نقدینگی مواجهه است اما بازار بکری دارد علاوه بر آن جای توسعه هم دارد.

تحقیق اختصاصی برای هر موزه

ابتدای راه این طراحی حدود شش ماه تحقیق انجام شد، سازنده سامانه معرفی موزه می‌گوید این تحقیق ادامه دارد و برای هر موزه به طور مجزا انجام می‌شود و نمی‌توان برای همه موزه‌ها یک نرم‌افزار ارائه کرد و آغاز راه ما با ۸میلیون هزینه شکل گرفت و با انعقاد قرارداد ۲۵ میلیونی با موزه دارآباد کارمان شروع شد در حالی‌که در ادامه مسیر اغلب انرژی ما و همکارمان صرف امور اداری و مسایلی چون دریافت پول قراردادمان است همچنان که هنوز بعد از چند سال مبالغ قراردادمان را به‌طور کامل پرداخت نکرده‌اند، در حالی‌که در کشور هزینه‌ها را صرف احداث موزه می‌کنند، برنامه‌ای برای موثر بودن ارتباط جدی بازدیدکنندگان موزه‌ها با اشیای داخل آن ندارند.

تاکنون در موزه پروفسور حسابی، موزه دارآباد و هفت چنار این سامانه را پیاده‌سازی کرده‌ایم و شاخص‌های تحقیق شده از بازدیدکنندگان قبل از اجرای طرح و بعد از آن نشان داد که آنها مشتاق هستند و توسعه این کار را طلب و اغلب اظهار می‌کردند که چرا کیوسک اطلاع‌رسانی محدود است و یک دستگاه در موزه نصب شده و این دسترسی بیشتر نیست.

عمر تکنولوژی‌ها کمتر از چهار سال است

این نوآور در ادامه می‌گوید: موزه‌های دنیا هم‌اکنون توسعه جدی در مورد راهنماها دارند و امروز «واقعیت افزوده» در موزه‌ها اجرا می‌شود و در بعضی از موزه‌های ایران به طور شنیداری هم راهنما موجود است و این طرح که ما به شکل چند منظوره اجرایی کردیم، پنج سال قبل در دنیا اجرایی می‌شد. همان‌طور که قبلا هم گفتم عمر تکنولوژی‌ها در دنیا حدود سه، چهار سال است و ما در تامین اعتبار طرح‌ها مشکلاتی داریم و مرتب باید طرح‌های خود را به روز کنیم در حالی‌که هم‌اکنون با موبایل در موزه‌های مطرح جهان با نزدیک کردن دوربین موبایل به اشیای موزه، مشخصات آن شیء در صفحه موبایل می‌آید که این همان برنامه واقعیت افزوده است و حیوانات را هم در حال حرکت نشان می‌دهد. البته بازار سامانه راهنمای موزه توکا نیاز به توسعه و تحقیق دارد و طبق نیاز بازار کار را تغییر می‌دهیم. هم‌اکنون نیز در حاشیه جشنواره تلکام این دستاورد را معرفی کردیم و در آینده نیز مقرر است که طرح ما برای جلب سرمایه از سوی سرمایه‌گذاران ایرانی غیرمقیم در دوبی نیز معرفی شود.

با توجه به شرایط موجود قصد داریم شرکت‌مان را دانش بنیان کنیم و به این نتیجه رسیدیم که کارمان را به مردم عرضه کنیم و از این طریق درآمد داشته باشیم و هم‌اکنون مدتی است که کافه کادو را از سال ۹۲ با تعهد به فروش صنایع دستی و کاردستی ایرانی راه‌اندازی کردیم و تاکنون رونق خوبی داشته است.

نگاه کارشناس

تقویت شرکت‌های دانش‌بنیان با آزادسازی منابع هدفمندی یارانه‌ها

احمد طبایی

یکی از ارکان سیاست‌های اقتصاد مقاومتی که به‌عنوان محور تدوین برنامه ششم توسعه مورد توجه دولت و مجلس قرار دارد، حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان به منظور تجاری‌سازی علم و تولید ثروت از آن است؛ موضوعی که گرچه در چندسال اخیر به آن پرداخته شده و اقداماتی هم در این جهت صورت گرفته است، اما فعالان این عرصه همچنان چشم به راهند که تحولی جهش‌گونه در این مسیر اتفاق بیفتد.

عیسی امامی، عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس با بیان اینکه اقتصاد دانش‌بنیان یک تجربه موفق جهانی است که ما با تاخیر سراغ آن رفته‌ایم، به «فرصت امروز» می‌گوید: الان فضای لازم برای تحقق اقتصاد دانش‌بنیان در کشور به وجود آمده است. اگر چنین اقتصادی رشد یابد، بهره‌وری و ارزش افزوده مناسبی به دنبال خواهد داشت که به تولید ثروت و توسعه کشور کمک خواهد کرد.

وی، شرکت‌های دانش بنیان را یکی از ظرفیت‌های جدی برای دستیابی به اقتصاد مقاومتی می‌داند و می‌افزاید: متاسفانه اکثر بنگاه‌های اقتصادی ما همچنان به شیوه سنتی عمل می‌کنند که این موضوع باعث می‌شود یارای رقابت با بنگاه‌های آن سوی مرزها را که به‌صورت دانش‌بنیان به تولید می‌پردازند، نداشته باشند و سهم آنها از بازار روز به روز کاهش پیدا کند. بنابراین اگر امروز نجنبیم و در این عرصه حرکت نکنیم، شاید در آینده وضعیت خوبی نداشته باشیم.

اما یکی از چالش‌هایی که شرکت‌های دانش‌بنیان نوپا، با بنیه ضعیف مالی با آن دست به گریبانند، حضور در بازار و دست و پنجه نرم کردن با بنگاه‌های بزرگ اقتصادی است که به رقبای خویش مجالی برای عرض اندام نمی‌دهند؛ موضوعی که امامی هم بر آن تاکید و تصریح می‌کند: یکی از جاهایی که دولت می‌تواند کمک کند، همین جاست. دولت باید به شرکت‌های دانش‌بنیان کمک کند، چراکه این شرکت‌ها نوپا هستند و ممکن است توان رقابت نداشته باشند و در رقابت با بنگاه‌های بزرگ اقتصادی از چرخه خارج شوند.

این نماینده مجلس ادامه می‌دهد: دولت با وجود محدودیت‌های مالی که دارد، می‌تواند با آزادسازی منابع هدفمندی یارانه‌ها به تقویت شرکت‌های دانش بنیان بپردازد.

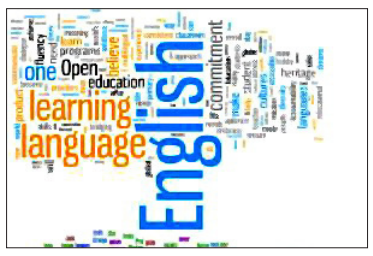
وی یکی از موانع عمده در مسیر فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان را بی‌اعتمادی دستگاه‌های دولتی عنوان و اظهار می‌کند: به نظر می‌رسد هنوز بحث حمایت از فعالیت‌های دانش بنیان در دستگاه‌های اجرایی جا نیفتاده است. یعنی مدیران این دستگاه‌ها به این باور نرسیده‌اند که باید به شرکت‌های دانش‌بنیان اعتماد کنند. با این وجود، جهت‌گیری مثبت دولت و مجلس در بودجه‌های سنواتی اخیر، این امید را به وجود آورده که جایگاه شرکت‌های دانش‌بنیان در برنامه ششم توسعه، پررنگ‌تر از برنامه‌های قبل باشد. اما آنچه عضو کمیسیون برنامه و بودجه مجلس را نگران کرده، عدم پایبندی به برنامه است. وی در این زمینه معتقد است: اول باید بازگردیم و برنامه پنجم و پیش از آن را بررسی کنیم و ببینیم که آیا واقعا طبق برنامه عمل کرده‌ایم یا نه؟ مشکل ما این است که به برنامه پایبند نیستیم.

این مشکلی است که هم مجلس با آن مواجه است و هم دولت. اگر به سوابق برنامه‌ها توجه کنید می‌بینید که مجلس در بسیاری موارد با دوسوم رای، برنامه را به هم ریخته است. اگر به برنامه‌ای که بنا به شرایط و اقتضائات در دستور قرار گرفته، پایبند نباشیم، طبیعی است که کاری انجام نخواهد گرفت.

امامی در ادامه می‌افزاید: به اعتقاد من، برای موفقیت در برنامه ششم، اول از همه مجلس و دولت برای خودشان الزاماتی قائل شوند که در برنامه دخل و تصرف نکنند. همچنین به این نکته دقت داشته باشند که اگر به دنبال بهره‌وری، ارزش افزوده و تولید ثروت هستند، باید دانش‌بنیان به‌عنوان یک اصل مدنظر قرار بگیرد. برنامه ششم باید ضعف برنامه‌های قبلی را بپوشاند، چراکه تراز این برنامه، اقتصاد مقاومتی است.

ایده‌های به دنبال سرمایه

نرم‌افزار آموزش زبان انگلیسی روی تلفن‌های همراه



نام شرکت: سامانه همراه پارسیان قرن

مشخصات: قابل اجرا روی گوشی‌های تلفن همراه با پشتیبانی از تکنولوژی جاوا

- مبتنی بر کتب Interchange
- دارای رابط کاربر گرافیکی جذاب
- ارائه امکانات جعبه لایتنر
- امکان ضبط و پخش صدای کاربر به همراه گویش اصلی نرم‌افزار به منظور تقویت تلفظ
- ارائه فرهنگ لغات انگلیسی به فارسی با بیش از ۱۰۰۰۰ لغت
- امکان ارسال جملات و اصطلاحات از طریق پیامک
- کیفیت بالای پخش صوت به منظور بهبود فرآیند آموزش
- ارائه ترجمه فارسی کامل عبارات داخل نرم‌افزار و همچنین ترجمه فارسی واژه به واژه
- امکان برگزاری آزمون از جملات نرم‌افزار به‌صورت انگلیسی و فارسی
- امکان ذخیره‌سازی و مرور مجدد پاسخ‌های نادرست آزمون

مزایا: با بررسی‌های صورت گرفته در بازار نرم‌افزار مورد نظر جامع‌ترین نرم‌افزار آموزش زبان انگلیسی همراه مبتنی بر متدهای معتبر آموزشی است.

براساس بررسی‌های به‌عمل آمده خدمات مبتنی بر تلفن همراه به دلایل زیر ضروری به نظر رسیده و پیش‌بینی می‌شود که از اقبال نسبتا خوبی برخوردار باشند:

- افزایش ضریب نفوذ تلفن همراه (تعداد کاربران) در کشور که کشش مناسب بازار (Market Demand) را موجب می‌شود.
- نو بودن فناوری تولید نرم‌افزار و محتوای تلفن همراه و وجود بازار نسبتا دست نخورده که بالطبع ریسک پایین‌تری را برای شروع در این حوزه رقم می‌زند.
- افزایش شدید مشغله مردم در زندگی‌های امروزی و کمبود وقت موجب استقبال از خدمات الکترونیکی شده است.
- ارتقای سطح فناوری در حوزه مخابرات سیار و در سطح شرکت‌های تولیدکننده تلفن همراه که امکان تولید نرم‌افزارهای کارآمدتر را موجب شده است محدودیت‌های فنی در تولید نرم‌افزارهای موبایلی را به تدریج کاهش می‌دهد.
- رویکرد دولت و سازمان‌های ارائه‌کننده خدمات دولتی (نظیر بانک‌ها) به ارائه خدمات الکترونیکی و خدمت‌رسانی از طریق موبایل
- فعال شدن شرکت‌های خصوصی جدید در حوزه مخابرات سیار و افزایش رقابت در این حوزه که موجب ارزان‌تر شدن تعرفه‌ها در حوزه مخابرات سیار
- افزایش فروشگاه‌های عرضه موبایل و خدمات ذی‌ربط به‌عنوان یکی از بهترین کانال‌های توزیع خدمات و محصولات موبایل.

اخبار رسمی شرکت‌ها

تفاهم‌نامه همکاری شرکت تابان خرد و موسسه آموزش عالی آزاد گفت‌وگو امضا شد

تفاهم‌نامه همکاری آموزشی، پژوهشی و مشاوره‌ای و اجرایی میان شرکت خدمات پژوهش و مشاوره مالی تابان خرد و موسسه آموزش عالی آزاد گفت‌وگو به امضا رسید.

به گزارش روابط‌عمومی شرکت تابان خرد، این تفاهم‌نامه همکاری در هشت ماده با اهداف ایجاد و توسعه همکاری‌های آموزشی، پژوهشی و مشاوره‌ای از طریق برگزاری دوره‌های آموزشی، انجام طرح‌های پژوهشی، تحقیقاتی و مشاوره‌ای صورت گرفت.

مهندس افروغ در راستای امضای این تفاهم‌نامه اظهار داشت: «با توجه به ضرورت توسعه اقتصادی کشور و همچنین ارتقای بهره‌وری و توانمندسازی سرمایه انسانی، هر نوع مهارت و آموزشی که فرد می‌بیند در وی ظرفیت و قابلیتی ایجاد می‌کند که می‌تواند جریان درآمد بیشتری را در آینده به وجود آورد. بنابراین، آموزش و پژوهش در راستای افزایش توانایی و مهارت، در واقع به منزله سرمایه‌ای است که بازدهی اقتصادی دارد.»

وی افزود: «با گسترش مراکز آموزشی و پژوهشی نه‌تنها نیروی انسانی متخصص مورد نیاز جامعه افزایش یافته است، بلکه زیرساخت‌های فکری، فرهنگی و اجتماعی جامعه برای برخورداری از روش‌ها و فناوری‌های نو نیز فراهم شده است.

وی در خصوص دیگر اهداف این تفاهم‌نامه گفت: «بهره‌مندی طرفین از توانمندی‌های پژوهشی یکدیگر و همکاری در انجام مطالعات علمی، تحقیقاتی و طراحی نظام ارزیابی، برگزاری همایش‌ها، کارگاه‌های آموزشی مشترک و همکاری در خصوص انتشار کتب و نشریات علمی و پژوهشی از دیگر اهداف این تفاهم‌نامه همکاری است و طرفین این تفاهم‌نامه متعهد شدند در جهت استفاده متقابل، بسترهای پشتیبانی و فعالیت‌های علمی را فراهم کنند.»

«فرصت امروز» سرمایه‌گذاری خارجی در کشورهای همسایه را بررسی می‌کند

بیم‌ها و امیدهای سرمایه‌گذاری در خاورمیانه

گردآوری و ترجمه: بابک جمالی

منطقه خاورمیانه؛ این منطقه به ظاهر بیش از آنکه رنگ و بوی اقتصادی داشته باشد، بوی باروت، ترور و جنگ می‌دهد اما بر هیچ‌کس پوشیده نیست که این منطقه از جغرافیای جهان علاوه بر اینکه از نظر رشد اقتصادی یکی از پرسرعت‌ترین‌های دنیاست، همزمان غنی‌ترین منابع نفت دنیا را در خود جای داده است. همچنین با وجود بی‌ثباتی‌های همیشگی در این منطقه، سرمایه‌گذاران زیادی را از سراسر جهان جذب کرده و کشورهای منطقه در این حوزه موفقیت‌هایی را کسب کرده‌اند. در این گزارش به بررسی حضور سرمایه‌گذاران خارجی در مناطق خاورمیانه، آسیای میانه و آسیای مرکزی می‌پردازیم.

از دیدگاه مجله «سرمایه‌گذاری»، در منطقه خاورمیانه کشورهای عربی حوزه خلیج‌فارس در جذب سرمایه‌های خارجی از دیگر رقبای خود موفق‌تر عمل کرده‌اند. امارات متحده عربی از دیدگاه پتانسیل اقتصادی در لیست رتبه‌بندی این مجله برای سال جاری میلادی رتبه نخست را به خود اختصاص داده است. نرخ بیکاری بسیار پایین (۳/۸درصد)، تولید ناخالص ملی (۶۴۱میلیارد دلار) قابل توجه و ضریب توسعه انسانی بسیار بالا (۰/۸۳۵) همگی از دلایل این رتبه‌بندی ذکر شده است. این کشور بین سال‌های ۲۰۱۰ تا ۲۰۱۴ موفق شده برای ۱۵۱۴پروژه و فعالیت اقتصادی خود نظر مثبت سرمایه‌گذاران خارجی را جذب کند که از کشورهای دیگر در این منطقه بیشتر است. نبود قوانین دست‌وپاگیر و ارائه مشوق‌های اقتصادی مانند حق مالکیت ۱۰۰درصدی و معافیت مالیاتی از جمله راهکارهایی بوده که این کشور کوچک با قدمت چند دهه‌ای را در جذب سرمایه‌گذاری خارجی موفق کرده است.

عوامل تأثیرگذار در جذب سرمایه‌گذاران خارجی

امارات متحده عربی در حال کاستن از وابستگی خود به نفت است اما به هر حال درآمد حاصل از فروش نفت و گاز نقش مهمی در چرخش اقتصادی این کشور بازی می‌کند. صنعت ساخت‌وساز به‌ویژه در ابوظبی یکی از بخش‌های مهم جذب‌کننده پول سرمایه‌گذاران است. تخمین زده می‌شود که ارزش کل پروژه‌های ساخت‌وساز امارات حدود ۳۵۰میلیارد دلار باشد. این کشور خود در ۱۰۰۳پروژه مختلف سرمایه‌گذاری کرده که ۳۰درصد آنها در بخش خدمات مالی بوده است. کشورهای عربستان سعودی، عمان و لبنان هم برای جذب سرمایه‌های خارجی به تکاپو افتاده‌اند و با تقلید از امارات و ایجاد مراکز آزاد تجاری سعی در جذب سرمایه‌های خارجی دارند. ایران کماکان سهم چندانی در این زمینه ندارد که البته تحریم‌های سال‌های اخیر از مهم‌ترین‌دلایل این امر بوده است. چنانچه حدود یک‌سال پیش بیزینس مانیتور در گزارشی عنوان کرد که ریسک‌های قابل توجهی پیش روی سرمایه‌گذاران احتمالی که در اندیشه ورود به ایران هستند، وجود دارد که ناشی از تحریم‌ها علیه این کشور است. این ریسک‌ها هم ظرفیت خارجی برای تجارت و سرمایه‌گذاری را کاهش می‌دهد و هم موجب اختلال در دسترسی ایران به بازارهای مالی و مکانیزم‌های تجاری بین‌المللی می‌شود. براساس این گزارش، ایران از نظر ریسک تجارت و سرمایه‌گذاری نمره ۲۸/۱ از ۱۰۰ را می‌گیرد که این کشور را در رتبه چهارم از آخر در بین ۱۸کشور منطقه قرار می‌دهد. پس از امضای قرارداد «برجام» با ایران، شرایط و رتبه‌بندی‌های اقتصادی که در بالا به آن اشاره شد می‌تواند دستخوش تغییرات عمده‌ای شود. حذف فشار تحریمی به شرکت‌های بزرگ و فعالان اقتصادی اجازه می‌دهد تا به ذخایر و بازار نفتی کشور که پیش‌بینی می‌شود تا سال ۲۰۲۰ ارزشی بیش از ۱۸۵میلیارد دلار داشته باشند، دسترسی پیدا کنند. مقررات‌زدایی تا سرحد ممکن، انتشار صورتحساب‌ها و ترازنامه‌های مالی دقیق و به موقع از سوی شرکت‌های عرضه‌کننده سهام در بورس و ثبات در قوانین و مقررات مربوط به سرمایه‌گذاری را می‌توان به‌عنوان مهم‌ترین عوامل موفقیت در جذب سرمایه‌گذاران خارجی دانست.

ریسک‌ها و تهدیدهای سرمایه‌گذاری در خاورمیانه

منطقه خاورمیانه از مشکلاتی رنج می‌برد، از جمله بی‌ثباتی سیاسی و تروریسم. این جغرافیای ثروتمند خاستگاه گروه‌های تروریستی مانند القاعده، خلافت اسلامی یا همان داعش، جبهه النصره و... هم است که در حال حاضر از بزرگ‌ترین موانع توسعه اقتصادی این منطقه است. کوچک‌ترین دگرگونی نامطلوب سیاسی از جمله بروز جنگ یا کودتا، سرکوب سیاسی شدید در یکی از کشورهای خاورمیانه، در حکم فاجعه‌ای برای بازارهای سرمایه آن خواهد بود. اگر دولت‌ها می‌خواهند سرمایه‌گذاران خارجی را به بازارهای سرمایه خود دعوت کنند باید به آنها بقبولانند که کشورشان ثبات سیاسی و اقتصادی لازم را به‌دست آورده است و همه چیز در این راستا رو به بهبودی می‌رود. عراق هنوز به بمب ساعتی خطرناکی می‌ماند که هر لحظه احتمال انفجار آن وجود دارد. از دیگر چالش‌های منطقه خاورمیانه جمعیت جوان این کشورها و نیاز دولت‌ها به ایجاد شغل برای آنهاست. در سال ۲۰۱۶، روند اقتصاد جهانی به احتمال زیاد منفی خواهد بود و مهم‌ترین اقتصادهای جهانی رشد آهسته‌ای خواهند داشت. عوامل نامطلوبی نیز بر این وضعیت تأثیر می‌گذارند که از جمله آن می‌توان به سیاست‌های پولی «فدرال‌رزرو» (بانک مرکزی ایالات متحده آمریکا)، کاهش رشد اقتصادی چین، فشار مستمر بر اتحادیه اروپا و روسیه به دلیل تحریم‌های متقابل، کاهش تقاضا در بازارهای کالا و همچنین عوامل غیراقتصادی مانند مهاجرت و تغییرات محیط‌زیست و آب و هوا اشاره کرد.

آسیای میانه

وضعیت صنایع به جای مانده از زمان شوروی سابق و نوع و میزان منابع موجود اولیه وضعیت اقتصادی متفاوتی را بر این کشورها حاکم کرده است. ترکمنستان و قزاقستان با داشتن منابع قابل توجه نفت و گاز نسبت به دیگر کشورها از موقعیت بهتری برخوردارند. ازبکستان نیز با داشتن منابع قابل توجه گاز، طلا و اورانیوم دارای جاذبه‌های خاص خود است. وابستگی محض کشورهای قرقیزستان و تاجیکستان به درآمدهای بخش کشاورزی و نداشتن جاذبه برای سرمایه‌گذاری نسبت به دیگر کشورهای منطقه، آنان را در پایین‌ترین وضعیت اقتصادی نسبت به سایر کشورها قرار داده است. نکته قابل توجه، شباهت تقریبی تولیدات اقتصادی این کشورها در هر یک از بخش‌های اقتصادی از یک طرف و همچنین وجود تفاوت‌های بسیار فاحش در حجم اقتصادهای آنهاست. به‌طوری که میزان تولید ناخالص داخلی کشور ترکیه بیش از ۲۰۰برابر کشور قرقیزستان است. براساس تازه‌ترین آمار صندوق بین‌المللی پول، درآمد کارگران مهاجر تاجیک که عموما در کارهایی چون رفتگری و کارگری در ساختمان‌ها مشغول هستند، حدود ۴۵درصد از اقتصاد کل تاجیکستان را در بر می‌گیرد. بسیاری از دیگر کشورهای منطقه نیز از مشکل مشترکی مانند تاجیکستان رنج می‌برند. درآمد کارگران مهاجر قرقیزی در روسیه ۳۰درصد از درآمدهای این کشور را تشکیل می‌دهد. در مولداوی درآمد کارگران ۲۴درصد و ارمنستان ۲۰درصد از کل اقتصاد را تشکیل می‌دهد. حتی کشورهای صادرکننده نفت همچون آذربایجان نیز از این مسئله مستثنا نیستند و در حال حاضر با مشکلات زیادی در نتیجه کاهش قیمت انرژی دست به گریبانند.

وضعیت سرمایه‌گذاری خارجی در ایران

فعالیت سرمایه‌گذاران خارجی در ایران در چند بخش زیر خلاصه می‌شود؛ نفت و گاز، خودروسازی، معدن، پتروشیمی، خوراک و دارو. ایران توانسته برای ۴۸۵پروژه بین سال‌های ۱۹۹۲ تا ۲۰۰۹، حدود ۳۴/۶میلیارد دلار سرمایه خارجی جذب کند. تخمین زده می‌شود که فرصت‌های سرمایه‌گذاری در یک دهه آینده در بخش صنعت و خدمات کشور حدود ۶۰۰ تا ۸۰۰میلیارد دلار ارزش داشته باشد و فراهم شدن امکان سرمایه‌گذاری خارجی می‌تواند سبب شکوفایی و رشد معنادار اقتصادی ایران شود. سرمایه‌گذارانی از بیش از ۵۰کشور دنیا بین سال‌های ۱۹۹۲ تا ۲۰۰۸ سرمایه‌های خود را به ایران آورده‌اند که در این میان آسیایی‌ها و اروپایی‌ها بیشترین سهم را داشته‌اند. براساس داده‌های کنفرانس سازمان ملل درباره تجارت و توسعه سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی در سال ۲۰۱۰ میلادی با وجود تحریم‌ها از ۳/۶میلیارد دلار عبور کرد و در همان سال پیش‌بینی شد که این میزان سرمایه‌گذاری در مدت چهار سال، ۱۰۰ درصد رشد داشته باشد. آمار و ارقام نشان می‌دهد که در سال ۲۰۱۳ سرمایه‌گذاری خارجی در ایران حدود ۳/۰۵میلیارد دلار بوده است و ایران حدود ۳۸۰میلیون دلار در دیگر کشورها سرمایه‌گذاری کرده است. استان‌های بوشهر و خوزستان نسبت به دیگر مناطق کشور سرمایه خارجی بیشتری به خود جذب می‌کنند که عمده آن هم در بخش نفت و گاز است. فارس، گیلان، تهران، کرمان و مازندران از دیگر استان‌های مهم کشور در جذب سرمایه‌های خارجی هستند.

منطقه	کشورهای سرمایه‌گذار	تعداد پروژه‌ها	مبلغ سرمایه گذاری
آسیا	امارات متحده عربی، سنگاپور، اندونزی، عمان	۱۹۰	۱۱/۶میلیارد دلار
اروپا	آلمان، هلند، اسپانیا، انگلستان، ترکیه ایتالیا، فرانسه	۲۵۳	۱۰/۹میلیارد دلار
آمریکا	کانادا، ایالات متحده آمریکا، جامائیکا	۷	۱/۴میلیارد دلار
آفریقا	لیبریا، آفریقای جنوبی، موریتانی	۳	۸میلیارد دلار
استرالیا	استرالیا	۱	۶۲۸میلیون دلار

۳۰۰میلیارد دلار سرمایه خارجی نیاز است

برای اجرایی شدن کامل برنامه پنج‌ساله توسعه، ایران نیازمند ۳۰۰میلیارد دلار سرمایه‌گذاری خارجی است و با در نظرگرفتن افق کشور در سال ۲۰۲۵میلادی باید طی دو دهه (۲۰۲۵-۲۰۰۵) حدود ۳/۷تریلیون دلار سرمایه‌گذاری در کشور انجام شود که از این مقدار ۱/۳تریلیون دلار نیاز کشور به سرمایه‌گذاری خارجی پیش‌بینی شده است. براساس گزارش مجله اکونومیست، نیاز ایران به سرمایه‌گذاری در بخش ریلی ۱۵میلیارد دلار، در بخش انرژی ۲۰۰میلیارد دلار و در بخش گردشگری ۳۰میلیارد دلار است. ایران کشوری هم‌جمعیت ترکیه، به اندازه غرب اروپا و دارنده بزرگ‌ترین ذخایر گازی جهان است. سرمایه‌گذاران در ایران نه‌تنها به بازار ۸۰ میلیون نفری ایران دسترسی خواهند داشت، بلکه این کشور می‌تواند به قطب تجارت با بازارهای صدها میلیون نفری همسایگانش نیز تبدیل شود. به‌گفته فرج‌الله حسینی، قائم‌مقام سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های فنی و اقتصادی ایران، پیش‌بینی شده که در سال ۲۰۱۷ بیشترین میزان سرمایه‌گذاری در منطقه خاورمیانه و شمال آفریقا انجام گیرد اما با توجه به وضعیت کشورهای خاورمیانه که بیشتر درگیر جنگ هستند ایران به علت باثبات بودن، کشوری مطمئن برای سرمایه‌گذاری خواهد بود. انعقاد تفاهم‌نامه با سرمایه‌گذاران خارجی نیاز به مجوز قانونی دارد چرا که در این صورت سرمایه‌گذاران خارجی تحت پوشش قانون قرار می‌گیرند و بسیاری از امور نقل و انتقالات سریع‌تر انجام می‌شود. از زمان اعلام سرمایه‌گذاری خارجی این موضوع در مدت دو تا سه هفته در هیأت سرمایه‌گذاری خارجی بررسی و مجوز آن از سوی وزیر اقتصاد به نمایندگی از دولت امضا می‌شود. اما غیرقابل پیش‌بینی بودن قوانین و وجود شرکت‌های دولتی که به شرکت‌های خصوصی تغییر قیافه داده‌اند، از ریسک‌های مهم برای سرمایه‌گذاری در اقتصاد ایران است.

ریسک‌ها و تهدیدهای سرمایه‌گذاری

بررسی چند شاخص

امکان ایجاد کسب‌وکار جدید با توجه به روندهای اداری، قوانین مختلف، شرایط دریافت تسهیلات مالی، پیش‌نیازها برای قراردادها و ویژگی‌های حقوقی آنها و مسائل دیگر از این دست همگی می‌توانند سبب آسان‌تر یا سخت‌تر شدن ورود به بازار یک کشور شوند. نوعی شاخص مقایسه‌ای وجود دارد به نام «آسانی کسب‌وکار» که توسط بانک جهانی و موسسات وابسته به آن (براساس ۱۰ویژگی محاسبه می‌شود؛ فرآیند ثبت شرکت، اخذ مجوزها، استخدام و اخراج نیروی کار، قراردادها، ثبت مالکیت، اخذ اعتبار، پرداخت مالیات، تجارت فرامرزی، انحلال شرکت، الزام‌آور بودن قراردادها) تهیه می‌شود و امکان بررسی و سنجش کشورهای مختلف را از این لحاظ برای سرمایه‌گذاران مهیا می‌کند.

در جدول۱ وضعیت چندین کشور نخست، ایران و برخی از کشورهای منطقه با در نظر گرفتن این پارامترها طی چندین سال اخیر ارائه شده است.

همچنین مدرسه آی‌ای‌اس‌ای (IESE) اقتصاد و گروه ارنست و یونگ نیز سالانه لیستی از کشورهایی را منتشر می‌کند که امکانات و تسهیلات خوبی برای پذیرش سرمایه‌گذاران فراهم می‌کنند. در جدول۲ مطابق گزارش این گروه که مربوط به سال ۲۰۱۳میلادی است، کشورهایی را می‌بینید که در آنها امکانات و تسهیلات مناسبی برای پذیرش سرمایه‌گذاران فراهم می‌شود. نکته جالب اینجاست که از خاورمیانه هیچ کشوری در این لیست وجود ندارد.

شاخص آزادی کسب‌وکار پارامتر دیگری است که به‌صورت سالانه و توسط بنیاد هریتیج و وال‌استریت ژورنال از سال ۱۹۹۵ تاکنون محاسبه و ارائه می‌شود و نمره یا رتبه‌بندی کشورها را از دیدگاه آزادی کسب‌وکار (امکان هر فرد برای دنبال کردن سود اقتصادی مورد علاقه‌اش) می‌سنجد. ایران از نظر آزادی اقتصادی نمره ۲۱,۹ از ۱۰۰ را می‌گیرد.

سرمایه وطن نمی‌شناسد

گفته می‌شود سرمایه بسیار ترسو است و چیزی به نام وطن نمی‌شناسد؛ پس وجود شرایط باثبات به‌همراه آرامش از بهترین راهکارها برای جذب سرمایه‌های خارجی است. مؤسسه انگلیسی مرسر (Mercer)، به کارفرمایان در نقاط مختلف دنیا خدمات مشاوره‌ای در زمینه منابع انسانی ارائه می‌دهد. این شرکت حدود دو دهه است که پژوهش‌هایی را درباره کیفیت زندگی و امنیت شهروندان در تمام دنیا انجام می‌دهد.

براساس مطالعه سال ۲۰۱۶ این مؤسسه، شهرهای وین، زوریخ، اکلند، مونیخ و دوسلدورف بهترین شهرهای دنیا برای زندگی، کار و سرمایه‌گذاری هستند. در منطقه آسیا، سنگاپور شماره یک و در کل دنیا رتبه بیست و ششم را دارد و پس از آن کوالالامپور و بانکوک قرار دارند. در خاورمیانه دوبی و ابوظبی از بهترین شهرها با کیفیت بالای زندگی و امنیت مطلوب هستند. دمشق و بغداد به دلیل مشکلات و تهدیدات تروریستی در آخرین مکان‌های این لیست قرار دارند. از نظر موانع حقوقی تجارت و سرمایه‌گذاری، ایران نمره ۳۶,۵ از ۱۰۰ را می‌گیرد. قوانین ضعیف ایران در زمینه مالکیت، ریسک وارد آمدن زیان به شرکت‌های فعال در این زمینه را در پی دارد.

به علاوه، هرچند دولت الکترونیک در ایران گسترده است و به شهروندان امکان می‌دهد دسترسی آسانی به خدمات دولتی آنلاین داشته باشند، اما این خدمات ناکامل و ناکافی است ولی مکانیزم‌های ایران برای حل اختلافات قراردادی در بین کشورهای منطقه بهتر است. این نشان می‌دهد که ریسک از بین رفتن حقوق و سود شرکت‌ها از طریق قراردادهای مخدوش تا حدی پایین است.

کشور	وضعیت در رتبه بندی			
	۲۰۱۳	۲۰۱۴	۲۰۱۵	۲۰۱۶
سنگاپور	۱	۱	۱	۱
نیوزیلند	۳	۳	۲	۲
دانمارک	۵	۵	۴	۳
ایران	۱۴۴	۱۴۵	۱۵۲	۱۳۰
ترکیه	۷۱	۶۹	۵۵	۵۵
امارات متحده عربی	۲۶	۲۳	۲۲	۳۱
عربستان	۲۲	۲۶	۴۹	۸۲
تاجیکستان	۱۶۶	۱۴۳	۱۴۱	۱۴۷

جدول۱- آسانی شرایط کسب و کار

کشور	نرخ رشد (به درصد تولید ناخالص داخلی)
ایالات متحده آمریکا	۲,۲
کانادا	۱,۷
بریتانیا	۰,۳
ژاپن	۱,۹
سنگاپور	۱,۳

جدول۲- کشورهایی که تسهیلات زیادی در اختیار سرمایه‌گذاران قرار می‌دهند

دریچه

سرمایه ایرانیان خارج از کشور

۵ تا ۶میلیون ایرانی خارج از کشور زندگی می‌کنند که حدود ۷درصد از جمعیت کل کشور است. اطلاعاتی که درباره میزان کل دارایی‌های ایرانیان خارج از کشور وجود دارد، دقیق نیست و منابع مختلف اعداد و ارقامی متفاوت ارائه می‌دهد. در فروردین سال ۱۳۸۶ مرکز پژوهش‌های مجلس شورای اسلامی، میزان سرمایه‌های مالی ایرانیان مقیم خارج را با استناد به نظر مسئول بازرسی و نظارت سازمان نخبگان کشور بالغ بر ۱/۳تریلیون دلار و ثروت ایرانیان مقیم آمریکا را به تنهایی بالغ بر ۹۰۰میلیارد دلار ذکر کرده است. در آن زمان بیش از ۶۵۰۰شرکت و ۱۰هزار دانشجوی ایرانی در دوبی حضور داشتند و افزون بر ۱۴۰۰ایرانی در بورس دوبی سرمایه‌گذاری کرده بودند. علیرضا رحمت‌نیا، معاون امور آمایش و توسعه منطقه‌ای معاونت نظارت راهبردی ریاست جمهوری در دی‌ماه سال ۱۳۹۲ میزان سرمایه‌گذاری ایرانیان خارج از کشور را حدود ۷۰۰میلیارد دلار اعلام کرد. به‌گفته وی، بیش از ۲۰۰میلیارد دلار از این پول در امارات متحده عربی سرمایه‌گذاری شده است. در اردیبهشت سال ۹۳، رئیس فراکسیون فرهنگی-اقتصادی ایرانیان خارج از کشور مجلس شورای اسلامی سرمایه ایرانیان خارج از کشور را حدود ۴تریلیون دلار برآورد کرد. در خرداد سال ۱۳۹۴ جواد قوام شهیدی، دبیرکل شورای عالی امور ایرانیان خارج از کشور در مصاحبه‌ای میزان این سرمایه را ۲تریلیون دلار تخمین زد. اگر همین تخمین (جالب اینجاست که این رقم بیشتر از ارزش تولید ناخالص داخلی ایران در سال ۲۰۱۴ است) پایه محاسبات قرار گیرد، جذب تنها ۱۰درصد این سرمایه بالقوه به داخل کشور می‌تواند مانند معجزه‌ای سبب بهبود و جهش اقتصادی معنادار شود. از سوی دیگر احتمال خروج سرمایه از کشور هم وجود دارد. انتظار می‌رود سرمایه‌گذاران ثروتمند ایرانی در املاک متعددی در سراسر جهان سرمایه‌گذاری کنند و در این میان احتمالا لندن یکی از مهم‌ترین مناطقی خواهد بود که سرمایه‌گذاران ایرانی در آن سرمایه‌گذاری خواهند کرد. تحقیقات انجام شده توسط مؤسسه املاک راک استون نشان می‌دهد که بعد از لغو تحریم‌ها، میلیونرها و تجار ایرانی طی ۵ تا ۱۰سال آینده ۶میلیارد پوند صرف خرید املاک در خارج از ایران خواهند کرد. براساس این گزارش، لندن در کنار مناطقی همچون دوبی، سوییس، بخش‌هایی از آلمان و جنوب فرانسه، در صدر مکان‌های احتمالی خرید املاک توسط سرمایه‌گذاران ایرانی قرار دارند.

سرمایه‌گذاری

دبلیو موتورز (W Motors) خودروسازی موفق در خاورمیانه

در این گزارش به نمونه‌ای از سرمایه‌گذاری یک کمپانی تولید خودرو در آسیا و به‌طور مشخص در لبنان می‌پردازیم. شرکت خودروسازی دبلیو موتورز در ماه مه سال ۲۰۱۲میلادی توسط رالف دباس در بیروت لبنان ثبت شد، اما در واقع رشد و تعالی این خودروساز از حدود هشت سال پیش آغاز شد، بنیانگذار این خودروسازی موفق شد با طراحی چندین طرح مفهومی در سال ۲۰۰۸ جوایز مختلفی را در اروپا نصیب خود کند. پس از مدتی مقر اصلی دبلیو موتورز به شهر دوبی منتقل شد. این شرکت در حال حاضر با کمک شرکای خود اعم از تیونر معروف به پورشه، روف اتومبیل، استودیوی تورین و دانشگاه توکیو اقدام به طراحی، تأمین قطعات و تولید خودروهای خود می‌کند. شرکت خودروسازی دبلیو موتورز، در سال ۲۰۱۲ یک تیم سه نفره طراحی داشت که هر سه در رشته طراحی اتومبیل از دانشگاه کاونتری انگلستان فارغ‌التحصیل شده بودند. نخستین شرکت سازنده اتومبیل‌های سوپر اسپورت یا سوپرکار درخاورمیانه نمونه‌ای موفق از سرمایه‌گذاری در جهت درست است. جذب سرمایه‌های خودروسازان اروپایی (StudioTorino، RUF Automobile، Carrozzeria Viotti، Magna Steyr) در موفقیت این شرکت سهم بسزایی داشته است. سرمایه‌گذاری اولیه در این شرکت حدود ۱۳میلیارد دلار تخمین زده می‌شود که مقداری از آن به کمک بانک خصوصی لبنان تأمین شد.

این کمپانی امروز یک برند لوکس جهانی است و کارشناسان اتومبیل آن را به‌عنوان یک خودروساز درجه یک و برتر در نظر می‌گیرند. دبلیو موتورز مالک چندین مرکز در اتحادیه اروپاست. دفتر اصلی شرکت در شهر تورینو ایتالیا قرار دارد. این خودروساز در نظر دارد در سال میلادی جاری مکان کارخانه خود را به شهربندری جبل‌علی در نزدیکی دوبی منتقل کند. انتظار می‌رود در سال ۲۰۱۷ خط تولید دبلیو موتورز به ۲۰۰ اتومبیل در سال برسد. این خودروساز نخستین کمپانی سازنده اتومبیل در منطقه است که واحد تحقیق و توسعه در محل کارخانه دارد و همچنین دارای یک پیست مجهز اختصاصی برای پژوهش و تست اتومبیل‌های خود است. اتومبیل‌های ساخت این شرکت لوکس و خاص هستند و از هر مدل تنها تعداد محدودی ساخته می‌شود. در واقع دبلیو موتورز ماشین معمولی نمی‌سازد، آنچه تاکنون به بازار عرضه کرده سوپرکار یا ابراتومبیل بوده است.

گرانقیمت‌ترین اتومبیل دنیا ابرخودروی لایکان است که توسط دبیلو موتورز طراحی و ساخته شده است. علاقه‌مندان به سینما نخستین بار این اتومبیل را در قسمت هفتم از مجموعه فیلم‌های سریع و آتشین (fast and furious) دیدند. استودیوی یونیورسال ۱۰دستگاه از این اتومبیل را برای فیلم مذکور سفارش داده بود. موتور این ماشین ۷۴۰اسب‌بخار قدرت دارد و این توانایی را دارد که در کمتر از ۲/۸ثانیه، از سرعت صفر به ۶۰مایل در ساعت برسد. این خودرو قادر است بیش از ۲۶۷مایل در ساعت سرعت داشته باشد. چراغ این خودرو با روکشی از الماس پوشیده شده و چرم‌های استفاده شده در روکش این خودرو با نخی از طلای ۲۴عیار دوخته شده است. داشبورد این خودرو دارای صفحه نمایش تعاملی هولوگرافی سه بعدی است. قیمت هر دستگاه از این اتومبیل‌ها ۳/۵میلیون دلار است.

دیدگاه

بنزین با قیمت تمام شده فروخته شود

حسن مرادی
استاد حقوق انرژی دانشگاه تهران

براساس آنچه مجلس تصمیم گرفته است، برای سال ۹۵ کارت سوخت حذف نمی‌شود و قیمت‌های سال ۹۴ برای امسال هم مقرر خواهد بود و هیچ تغییری نمی‌کند. اما براساس این تصمیم دولت باید با بررسی خود مشخص کند که اگر میزان مصرف بنزین بیش از حد تعریف شده باشد میزان مابه‌التفاوت را تحت عنوان عوارض زیست محیطی، عوارض استفاده از زیرساخت‌ها و عوارض مرتبط با موضوع مرتبط از حوزه سوخت اخذ کند.

این در حالی است که دولت طرح مجلس را برای استفاده مجدد از سامانه هوشمند سوخت در راستای افزایش پلکانی نرخ به معنای پنج نرخی کردن قیمت بنزین می‌داند و اجرای آن را غیرممکن تلقی می‌کند.

ما فرضی داریم و آن این است که سعی و تلاش شود که قیمت بنزین با قیمت تمام شده به مردم عرضه شود که می‌تواند به فوب خلیج فارس هم نزدیک باشد. تجاربی که داریم و پیشینه‌ای که وجود دارد نشان می‌دهد بهتر است که بنزین با قیمت تمام شده و نه کمتر از قیمت تمام شده به فروش برسد. این موضوع موجب می‌شود که دولت یارانه سنگینی را بابت بنزین پرداخت نکند و بتواند این پول را صرف امور واجب‌تری برای اقشار کم درآمد جامعه کند.

نظر مجلس این است که دولت با گرفتن مالیات و عوارض و پلکانی کردن قیمت بنزین، افرادی را که مصرف بالاتری دارند، مدیریت کند و این افراد سهم بیشتری را در پرداخت مالیات و عوارض داشته باشند و به این ترتیب اقشار عادی جامعه سهمیه‌ای از مالیات و عوارض داشته باشند.

نکته‌ای که باید توجه داشته باشیم این است که متاسفانه بحث سهمیه‌بندی بنزین آفت‌زا است و غالبا وزیر نفت هم معتقد است سهمیه‌بندی امر پرتنشی برای کشور و جامعه است و سهمیه باعث به‌وجود آمدن رانت می‌شود. به‌خصوص اینکه در مورد اتومبیل‌های عمومی از جمله اتومبیل‌های دولتی، مسافرکش و تاکسی‌ها که دولت مجبور است سهمیه بیشتری را به آنها اختصاص دهد اینها مازاد سهمیه خود را در بازار آزاد عرضه می‌کنند و ممکن است در این میان یا کارگر پمپ بنزین یا راننده تاکسی یا واسطه سود ببرد و ضرر آن هم متوجه دولت و مردم می‌شود. بنابراین نظر دولت این است که سعی کند وضعیت سهمیه‌بندی در مورد بنزین ایجاد نشود زیرا اگر ۲۰ لیتر اضافه داده شود، همان ۲۰ لیتر اضافه تمام حرکت دولت را برای اینکه سهمیه‌بندی کند و بنزین را به قیمت متعادل‌تری بفروشد، خنثی می‌کند. بنابراین این موضوع که ما چه میزان را به‌عنوان حد متوسط مصرف در نظر بگیریم، تعیین این مصداق بسیار دشوار است.

کما اینکه ۱۸۰ لیتر سهمیه بنزین هم که در سال‌های پیش تعیین شد، به نسبت بالا بود و کسی در شرایط عادی نیازی به خرید بنزین به میزان بالاتری ندارد، به جز آنهایی که ماشین‌های پرمصرف دارند یا ماشین‌های مدل پایینی دارند که میزان مصرف آنها بالا است. بنابراین دولت باید مدیریت کند و در یک شرایط آرام دولتمردان فکر کنند که چه تمهیداتی را به کار ببرند تا هم بتوانند بنزین را با قیمت مناسب‌تری بفروشند و یارانه به بنزین ندهند و هم از طرفی بتوانند این کار را به یک شکلی هدایت و مدیریت کنند که نخواهند از جیب دولت یارانه‌ای را به بنزین بدهند. بنابراین باید در این مورد تدبیر کنیم و از هر تصمیم شتابزده‌ای بپرهیزیم، زیرا اگر تصمیم شتابزده و بدون مطالعه گرفته شود، عواقبی دارد و نه‌تنها سودی برای دولت ندارد، بلکه جامعه هم متحمل تورم ناشی از تغییر قیمت می‌شود و این مشکلاتی را ایجاد خواهد کرد. بنابراین باید مهلتی داد تا دولت ارزیابی کند که چه تمهیداتی را به کار ببندد تا این کار انجام شود.

اما در مورد تداوم بهره‌گیری از کارت سوخت هم باید به این موضوع اشاره کنم که هزینه نسبتا سنگینی بر دوش دولت است که این کار را مدیریت کند و به تداوم کارت سوخت ادامه دهد. البته دولت خواهان این موضوع نیست که کارت سوخت تداوم پیدا کند، زیرا دولت باید هزینه حفظ کارت سوخت را پرداخت کند و این در حالی است که حفظ کارت سوخت امری پرهزینه است. اما به دلایل مختلفی اگر دولت بتواند کارت سوخت را حفظ کند، بهتر است، زیرا این موضوع می‌تواند در ساماندهی وضعیت مصرف تا حدود زیادی موثر واقع شود و از به وجود آمدن برخی رانت‌ها و سوءاستفاده‌ها جلوگیری کند. بنابراین امیدواریم پایان این مسئله منجر به این شود که دولت بتواند منابعی را که در فروش بنزین نیاز دارد، به دست آورد و هم جامعه دچار تورم افسارگسیخته نشود و هم بهانه‌ای برای افزایش خودسرانه کرایه تاکسی‌ها و مسافرکش‌ها به وجود نیاید.

به نظر می‌رسد که کارت سوخت باید وجود داشته باشد و قیمت بنزین تک نرخی باشد، منتها دولت باید این موضوع را بررسی کند که چه ابزاری را به کار برد که هم بنزین را با قیمت بالاتری بفروشد و هم رانت ایجاد نشود.

قیمت بنزین در بودجه ۹۵ بررسی می‌شود

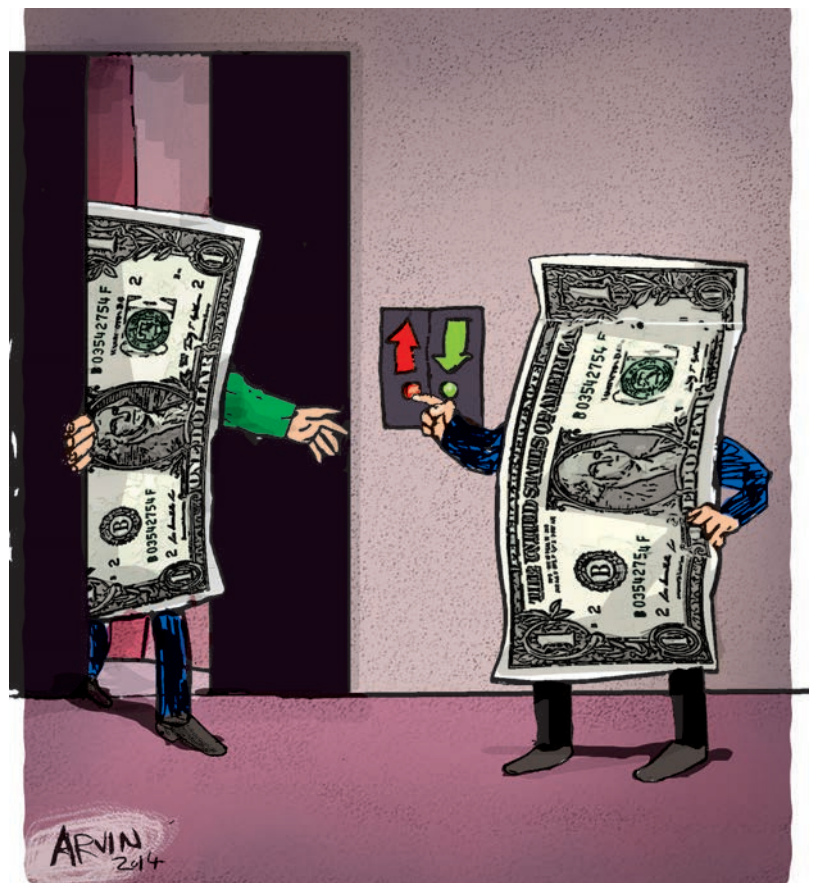
تک نرخی یا دو نرخی؛ مسئله این است

المیرا اکرمی
elmira.akrami@gmail.com

از زمانی که بررسی لایحه بودجه سال ۹۵ در کمیسیون تلفیق مجلس آغاز شد، موضوع قیمت بنزین و ماندگاری یا حذف کارت سوخت از مباحث جدی بین دولت و مجلس بود. در حالی که در لایحه بودجه دولت پیش‌بینی کرده بود که برای امسال بنزین تک‌نرخی باشد و کارت سوخت هم حذف شود، اما نظر نمایندگان مجلس بر خلاف دولت بود. همین رویه مخالفت مجلس با دولت در تعیین قیمت بنزین موجب شد که کمیسیون تلفیق مصوبه‌ای داشته باشد مبنی بر اینکه استفاده از کارت هوشمند سوخت برای همه الزامی باشد و قیمت بنزین براساس مصرف هر وسیله نقلیه به‌صورت پلکانی افزایش یابد.

این مصوبه یک بار در صحن علنی مجلس به تصویب رسید اما در همان روز با اخطار قانون اساسی یکی از نمایندگان در مورد ابهاماتی که در این مصوبه وجود داشت، به کمیسیون تلفیق ارجاع شد.

اما در نهایت آنچه در صحن مجلس به تصویب رسید، این بود که نمایندگان با باقی ماندن کارت هوشمند سوخت خودروها و همچنین ارائه بنزین به‌صورت دو نرخی موافقت کردند. این در حالی است که دولت همچنان اصرار دارد که باید کارت سوخت حذف و بنزین به‌صورت تک نرخی عرضه شود. در همین حال کارشناسان معتقدند بنزین باید به‌صورت تک نرخی عرضه شود. در این گزارش موضوعات مرتبط با قیمت بنزین در سال جاری مورد بررسی قرار گرفته است.



نرسی قربان:

کارت سوخت آماری از مصرف ارائه می‌دهد

نرسی قربان، کارشناس مسائل انرژی معتقد است استفاده از کارت‌های هوشمند سوخت بسیار خوب است به این دلیل که می‌توان از طریق آن به آماری در مورد میزان مصرف بنزین در سطح کشور و اینکه میزان مصرف در چه مناطقی بیشتر است، دست یافت.

یکی از نخستین مصوبات کمیسیون تلفیق مجلس در جریان بررسی بودجه ۹۵ این بود که نرخ بنزین تغییری نکند اما عوارض دریافت شود و قیمت به‌صورت پلکانی از مصرف‌کنندگان دریافت شود، به نظر شما این موضوع اگر به تصویب نهایی مجلس می‌رسید، تا چه اندازه منطقی و قابل اجرا بود؟

به طور کلی در همه جای دنیا بنزین یکی از فرآورده‌هایی است که بر آن مالیات یا عوارض وضع می‌شود و کشورها و دولت‌های مختلف سعی می‌کنند با وضع مالیات یا عوارض بر قیمت بنزین، میزان عواید خود را اضافه کنند.

بنابراین این موضوع که دولت بخواهد عواید خود از بنزین را با اخذ عوارض افزایش دهد، کار مرسومی در تمام دنیا است و دولت ما هم می‌تواند چنین اقدامی را انجام دهد. به طور کلی مالیات بنزین در دنیا بسیار مرسوم است و اگر قرار باشد چند نرخ برای بنزین در نظر گرفته شود، استفاده از کارت سوخت راهکار مناسبی برای این موضوع است.

استفاده از کارت سوخت و دو نرخی ماندن بنزین مصوبه نمایندگان مجلس است و در مقابل دولت با تداوم استفاده از کارت سوخت مخالف بوده و معتقد است که در کشورمان باید بنزین تک نرخی باشد. نظر شما در رابطه با این موضوع چیست؟

ممکن است استدلال دولت این باشد که کارت هوشمند سوخت به اندازه کافی هوشمند نیست و برای اجرای طرح چند نرخی کردن بنزین، باید کارت‌های سوخت تعویض شود، برای اینکه مشخص نیست کارت سوخت فعلی تا چه اندازه هوشمند است و آیا می‌تواند تمام کارهایی که مدنظر طرح مجلس است را انجام دهد و اگر نتواند باید کارت‌های سوخت عوض شود. به طور کلی کارت‌های هوشمند سوخت بسیار خوب است به این دلیل که می‌توان از طریق آن به آماری در مورد میزان مصرف بنزین در سطح کشور و اینکه میزان مصرف در چه مناطقی بیشتر است، دست یافت.

دولت این طور عنوان می‌کند که میزان تولید بنزین به‌گونه‌ای است که می‌توان تک‌نرخی بودن آن را تضمین کرد و از همین رو معتقد است که باید کارت سوخت حذف شود. شما چه استدلالی در مورد این موضوع دارید؟

مسئله اخذ عوارض و مالیات از بنزین ربطی به این موضوع ندارد که چقدر تولید در کشور داریم. به‌عنوان مثال کشور ترکیه خود اقدام به تولید بنزین نمی‌کند اما عوارضی را روی آن وضع می‌کند. مثال دیگر کشور کانادا است که از تولیدکنندگان بنزین است و عوارضی را از مصرف‌کنندگان دریافت می‌کند. بنابراین لزوما موضوع اخذ مالیات یا عوارض از بنزین ربطی به میزان تولید ندارد. در واقع در بسیاری از کشورهای دنیا مالیات یا عوارض بنزین دریافت می‌شود، به این دلیل که این راهکار مکانیزمی برای افزایش درآمد دولت است.

ابراهیم رزاقی:

دولت باید بر میزان مصرف نظارت کند

ابراهیم رزاقی، کارشناس مسائل اقتصادی و استاد دانشگاه معتقد است به صرف این موضوع که در داخل کشور تولید بنزین به اندازه کافی داریم، دلیل بر آن نمی‌شود که دولت هیچ نظارتی بر میزان مصرف نداشته باشد.

یکی از نخستین مصوبات کمیسیون تلفیق مجلس در جریان بررسی بودجه ۹۵ پلکانی محاسبه کردن نرخ بنزین و اجرای این طرح چندنرخی با استفاده از کارت سوخت بود. به نظر شما اگر این موضوع در نهایت به تصویب می‌رسید، اصولا قابلیت اجرا داشت؟

نخستین مسئله بحث فنی است که آیا کارت‌های سوخت می‌توانند چند نرخی بودن بنزین را براساس افزایش میزان مصرف محاسبه کنند یا خیر و باید در صورت تصویب ابتدا امکان‌پذیری این موضوع بررسی می‌شد. اگر از نظر فنی امکان‌پذیر بود، طرح بسیار خوبی بود، زیرا به نظر من در مورد تمام حامل‌های انرژی باید میزان مصرف مشخص شود. اما اینکه دولت تاکید دارد بنزین تک نرخی باشد، حتما فرض را بر این گرفته که تمام مصرف‌کنندگان از درآمد یکسانی برخوردار هستند که این ظلم بزرگی است در صورتی که چنین نیست و همه قدرت خرید یکسان ندارند اما از آنجا که ما اقتصاد لیبرال را پیاده کرده‌ایم، مهم نیست که مصرف‌کنندگان دارای امکانات مختلفی هستند. حتی گاهی اوقات امکاناتی که به طبقات بالای جامعه داده می‌شود، بسیار بیشتر از امکاناتی است که به طبقات پایین اعطا می‌شود، در حالی که طبقات پایین فاقد حداقل‌ها برای تولید و پرداخت هزینه‌های زندگی اعم از مسکن، خوراک و پوشاک هستند. متاسفانه این نگاه در جامعه ما حاکم نشده که در مصرف متوجه درآمد اشخاص باشیم.

البته استدلال دولت این است که میزان تولید بنزین به اندازه‌ای است که می‌تواند عرضه بنزین تک نرخی را تضمین کند و از این جهت احساس می‌کند دیگر نیازی به کارت سوخت وجود ندارد. به نظر شما این استدلال درست است؟

این استدلال درست نیست. زیرا نمی‌توانیم به صرف اینکه در داخل کشور تولید بنزین به اندازه کافی داریم، هیچ نظارتی بر میزان مصرف نداشته باشیم. شاید همین استدلال‌ها موجب شده که بدون هیچ حساب و کتابی خودرو در کشور تولید شود و اقدامات قابل توجهی در ارتباط با توسعه ناوگان حمل‌ونقل عمومی اعم از مترو، اتوبوس و... انجام نشود. به نظر من دولت باید مردم را در شرایطی قرار دهد که تا این اندازه مصرف‌گرا نباشند و اعتیاد به مصرف بیش از اندازه نداشته باشند، اما متاسفانه در کشور ما میزان مصرف بنزین بالا است.

اعتقاد دولت این است که در چند سال اخیر اجرای طرح بنزین دو نرخی دارای مشکلات جدی بوده و از همین رو باید به سمت بنزین تک نرخی حرکت کرد. به‌نظر شما راه‌حل این مشکلات اجرایی چیست؟

این موضوع که دولت می‌گوید حتی دو نرخی بودن بنزین هم مشکل است در واقع بیانگر این موضوع است که در بخش فنی کار اشکالاتی وجود دارد. البته بعید است که نتوانیم و با توجه به اینکه امکان وجود کارت‌های بسیار هوشمند وجود دارد، قاعدتا نباید مشکلات فنی هم وجود داشته باشد. اگر مشکلاتی هم وجود دارد می‌توانیم نرم‌افزارهای کارآمد مرتبط با آن را خریداری کنیم.

کامران ندری:

بنزین باید تک‌نرخی باشد

کامران ندری، کارشناس اقتصادی و مدرس دانشگاه معتقد است که بنزین باید تک‌نرخی باشد و برای مشخص شدن میزان مصرف استفاده از کارت سوخت در نظر گرفته شود.

نمایندگان مجلس در ابتدا تاکید بر چند نرخی بودن بنزین داشتند و در نهایت مجلس این‌گونه مصوب کرد که بنزین دو نرخی باشد و کارت سوخت همچنان برقرار باشد. به نظر شما چندنرخی یا دونرخی بودن بنزین تا چه اندازه توجیه اقتصادی دارد؟

در هیچ بخشی از اقتصاد دو نرخی یا چند نرخی بودن هیچ‌گاه توصیه یک کارشناس اقتصادی نیست. چه در بازار ارز و چه در بازار انرژی دو نرخی یا چندنرخی بودن مشکلاتی را در اقتصاد ایجاد می‌کند و حداقل اقتصاد ما تجربه چندنرخی بودن را بیش از سایر اقتصادها دارد. لذا اصل چند نرخی شدن به غیراز برخی مقاطع زمانی خاصی که به‌عنوان مثال جنگی اتفاق می‌افتد و دولت در نظر دارد که برخی کالاها را به قیمت ارزان به دست مردم برساند، توجیه ندارد.

بنابراین چند نرخی شدن بنزین با استفاده از کارت سوخت مربوط به دوره‌هایی است که به دلایلی دولت مجبور می‌شود این کار را انجام دهد و معمولا در شرایط عادی نباید به سراغ این راه‌حل‌ها رفت. در شرایط عادی باید اقتصاد یک نرخ داشته باشد و آن نرخ بتواند به مردم بگوید که چه رفتاری را داشته باشد.

به نظر شما چند نرخی یا دونرخی بودن بنزین چه تبعات و پیامدهایی را به دنبال دارد؟

یک فرضیه در ذهن نمایندگان مجلس وجود دارد و بدون آنکه دلایل کافی در رد یا اثبات آن داشته باشند این فرضیه را تبدیل به قانون می‌کنند که به نظر من کار درستی نیست. من فکر می‌کنم در جاهایی که ما خلأ اطلاعاتی داریم و مطالعات میدانی به اندازه کافی انجام نشده است، به جای اینکه بر مبنای فرضیه‌ها قانون وضع کنیم باید متمسک به اصول شویم. اصل در اینجا بر این است که تا جایی که ممکن است نظام قیمت‌ها را با چندنرخی کردن یا دو نرخی کردن مخدوش نکنیم. مصداق بارز این موضوع اقدامی است که چند سال پیش در بازار ارز انجام شد و قیمت ارز چندنرخی شد و هنوز نتوانسته‌ایم بازار ارز را به سمت تک نرخی بودن سوق دهیم.

بنابراین شما معتقدید که هم باید کارت سوخت لغو شود و هم قیمت بنزین تک‌نرخی شود؟

بله، باید قیمت بنزین تک نرخی باشد، اما بهتر است که مردم بنزین تک نرخی را نیز با استفاده از کارت سوخت مورد مصرف قرار دهند. اگر هر کسی از کارت سوخت خود استفاده کند و کارت سوخت موجود در پمپ بنزین‌ها فقط مورد استفاده افرادی قرار بگیرد که فاقد کارت سوخت هستند، بسیار خوب است. البته شاید یک مقدار اجرایی‌کردن این موضوع سخت باشد و شاید هدف نمایندگان مجلس از اصرار بر حفظ جایگاه کارت سوخت این است که مشخص شود هر فردی چه مقدار بنزین را مورد استفاده قرار می‌دهد. البته این موضوع خوب است که میزان مصرف بنزین به‌صورت ماهانه یا سالانه مشخص باشد، اما در مجموع این نگاه که دولت دخالت در ساز و کار قیمت‌ها داشته باشد از منظر اقتصادی صحیح نیست و بهتر است در این زمینه مانند سایر کشورها عمل کنیم. در واقع هیچ جایی در دنیا به شکلی که ما در مورد قیمت سوخت عمل می‌کنیم، عمل نمی‌کنند.

آزموده

کارت‌های سوخت در اقصی نقاط جهان

ترجمه و گردآوری: رویا پاک سرشت

استفاده از کارت سوخت در کشورهای متعددی رایج است، اما این طرح مانند بسیاری از طرح‌های دیگر موافقان و مخالفان پر تعدادی دارد. موافقان استفاده از کارت‌های سوخت معتقدند این روش به نظارت و کنترل هزینه‌های سوخت کمک می‌کند، نیاز به روش پرداخت سنتی (پرداخت از طریق وجوه نقدی) را از میان بر می‌دارد، امکان تعیین قیمت سوخت به واسطه سراسری بودن شبکه‌ها و درایوهای انتقال سوخت الکترونیک ساده‌تر است و در نهایت در حوزه عمومی امکان تقلب و برداشت بیش از حدمجاز سوخت را به حداقل می‌رساند. با این حال سیستم تعیین حد مجاز برای دریافت سوخت از طریق کارت‌های الکترونیک، خصوصی یا دولتی بودن نهادهایی که کارت را صادر می‌کنند و نحوه تعیین قیمت سوخت، جزو چالش‌های اساسی کشورهایی است که از کارت سوخت حمایت می‌کنند. بر این اساس برخی کشورها در حوزه استفاده از سیستم هوشمند سوخت موفق عمل کرده و بازخوردهای امیدوارکننده‌ای دریافت کرده‌اند و برخی دیگر چندان موفق ظاهر نشده‌اند.

هندوستان

مدت‌هاست که ساکنان کشور هند، با فرهنگ استفاده از کارت‌های سوخت آشنا شده و به خوبی با این فرهنگ سازگار شده‌اند، بسیاری از شرکت‌های خصوصی و نیمه خصوصی در حوزه صدور کارت‌های سوخت فعالیت می‌کنند و فضای کارت‌های سوخت در هند نه فقط یک فضای رفاهی، بلکه یک فضای رقابتی و کارآفرین است. کارت‌های هوشمند پترو که محصولی از شرکت بهارات پترو است، از محبوب‌ترین کارت‌های سوخت این کشور محسوب می‌شود. علت محبوبیت این کارت‌ها به جوایز نقدی، امتیازها، جوایز اضافه بها و مواردی مشابه مرتبط است. در صورتی که فردی تمایل به استفاده از کارت نداشته باشد، می‌تواند با کمک کوپن‌های سوخت وابسته به این شرکت از پرداخت وجوه نقدی خودداری کند. درواقع کوپن‌ها نوعی جایزه برای دارندگان کارت‌های سوخت خواهد بود. اغلب کارت‌های سوخت شرکت‌های خصوصی در هند به شکل ماهانه یا سالانه قابلیت شارژ دارند و در ازای هر بار شارژ حائز درصدی مشخص از جوایز می‌شوند.

مصر

بنا بر گزارش پایگاه خبری المانیتور؛ از اواسط سال گذشته میلادی دولت مصر در راستای طرح اصلاحات اقتصادی، از تصمیماتی مبنی بر اصلاحات در یارانه‌های بخش انرژی خبر دادند، بنا بر گزارش‌ها در طول سال گذشته دولت مصر هزینه‌ای بالغ بر ۱۰۰میلیارد پوند مصری (۱۳میلیارد دلار) در بخش انرژی متحمل شده است، بر این اساس دولت برای کنترل میزان مصرف سوخت هر خودرو و کاهش هزینه‌های بخش انرژی، برنامه‌هایی برای اعطای کارت سوخت به شهروندان طراحی کرد. خالد عبد الغنی، مدیر پروژه کارت‌های سوخت مصر در گفت‌وگو با المانیتور، از احتمال اجرای این طرح از اکتبر ۲۰۱۴ در قاهره و از ژوئن همین سال در سراسر مصر خبر داد. وی در این گفت‌وگو تشریح کرد، کارت‌های سوخت دارای سقف استفاده هستند و در صورتی که فردی افزون بر میزان مجاز سوخت مصرف کند ناچار به پرداخت مبلغی خارج از یارانه تامین شده توسط دولت خواهد بود.

اما مدتی بعد خبرگزاری‌های مصر خبر از به تعویق افتادن برنامه‌های دولت در بخش کارت سوخت دادند. بر مبنای جزییات این گزارش‌ها به نظر می‌رسید زیرساخت‌های کشور برای اجرای طرح یارانه انرژی و کارت سوخت، مهیا نیست و اجرای این طرح تا زمانی که آمادگی به حد کافی نرسد به تعویق خواهد افتاد. برخی تحلیلگران منطقه معتقدند مشکل دولت مصر تنها در یارانه‌های بخش سوخت خلاصه نمی‌شود، مدتی است دولتمردان مصر در بخش یارانه‌های شهروندی با معضل نارضایتی مردمی و حتی تظاهرات گاه و بیگاه رو به رو هستند و بر این اساس، دولت تمایلی به ایجاد نارضایتی‌های مضاعف ندارد. درواقع تصمیم‌گیری دولت برای ایجاد زیرساخت‌های کامل بخش سوخت تصمیمی منطقی به نظر می‌رسد.

انگلستان

در سراسر بریتانیا شرکت‌های متعددی همچون شل، آلستار، تگزاکو و... در حوزه سوخت و صدور کارت‌های سوخت فعالیت می‌کنند، برخی از این شرکت‌ها نه تنها به چرخه فروش سوخت و انرژی یاری می‌رسانند، بلکه به افزایش کارآفرینی در کشور نیز کمک می‌کنند. شرکت آلستار بالغ بر ۳۸,۰۰۰ شغل جدید به جامعه بریتانیا تقدیم کرده که رکورد قابل توجهی است. در این میان دو نکته اصلی جلب توجه می‌کند:

*نخست؛ اعتماد دولت به بخش خصوصی و شرکت‌های مختلف برای صدور کارت سوخت و ساده‌تر شدن مسیر دولت برای پیگیری میزان مصرف افراد از کارت‌های سوخت.

*دوم؛ فرصت‌های شغلی متعددی که در سایه فعالیت شرکت‌های خصوصی ایجاد می‌شوند و نرخ اشتغال را می‌افزایند.

با این حال نمی‌توان نقش زیرساخت‌ها در سیستم کارت‌های سوخت و پیشگیری از چند نرخی شدن را نادیده گرفت. عمده شکایات در خصوص توزیع انواع سوخت، بالا و پایین شدن سقف دریافت سوخت، یکسان نبودن نرخ و به عبارتی چند نرخی بودن آن و در نهایت عدم موفقیت دولت در تامین بودجه مناسب برای این بخش را شامل می‌شود. بر همین اساس است که پیش از تصمیم‌گیری مبتنی بر توزیع کارت‌های سوخت، باید از وجود توانایی تامین نیاز شهروندان اطمینان حاصل کرد.

فرصت امروز آخر
شماره ۴۸۹ www.forsatnet.ir صفحه ۱۶ تلفن مستقیم: ۸۶۰۷۳۲۸۳

نگاه آخر

پیوند اقتصادی عامل قدرت سیاسی

نیلوفر قدیری
کارشناس مسائل بین‌الملل

در هفته گذشته رسانه‌های آمریکایی از مکالمه‌ای بی‌سابقه میان مقامات سعودی با واشنگتن خبر دادند که نشان می‌دهد رابطه میان آمریکا و عربستان‌سعودی واقعاً تغییر کرده‌است. عادل‌الجبیر وزیر خارجه عربستان ماه گذشته در یکی از سفرهایش به واشنگتن، مقامات آمریکایی را تهدید کرده که اگر پرونده مقامات سعودی و ارتباط‌شان با حملات ۱۱سپتامبر گشوده شود، ریاض صدها میلیارد دلار از دارایی‌اش را در آمریکا می‌فروشد و با این کار اقتصاد آمریکا و به ویژه دلار را متزلزل خواهد کرد.

این خبر اما علاوه بر اینکه نشان داد رابطه واشنگتن و ریاض از هم‌پیمانی استراتژیک به تهدید اقتصادی کشیده است، یک موضوع مهم دیگر را هم در روندهای سیاسی، اقتصادی جهان آشکار کرد: پیوندهای اقتصادی می‌تواند عاملی قدرتمندتر از بمب و موشک از نظر بازدارندگی و تطمیع در روابط میان کشورها باشد. این موضوعی است که سال‌هاست در روابط آمریکا و چین دیده می‌شود و حالا در رابطه میان آمریکا با قدرت‌های منطقه‌ای نمود و ظهور پیدا کرده‌است.

دارایی‌های عربستان در بازار مالی و اقتصادی آمریکا به صدها میلیارد دلار می‌رسد. عمده این دارایی‌ها به شکل اوراق قرضه است که در بازارهای مالی در چرخش است و برای سعودی‌ها سود به دنبال دارد. آمریکا عین همین مناسبات را با چین هم دارد. چین بزرگ‌ترین دارنده اوراق قرضه در بازارهای مالی آمریکاست. براساس اعلام وزارت دارایی آمریکا، تا دو ماه پیش چین و با فاصله‌ای اندک ژاپن بیشترین اوراق قرضه را در بازارهای مالی آمریکا داشته‌اند.

این یعنی آمریکا بیشتر از هر کشور دیگری به این دو کشور بدهکار است. میزان فروش اوراق قرضه بازارهای آمریکا به خارجی‌ها با ۰/۹ درصد افزایش به ۶/۲۴ هزار میلیارد دلار رسیده‌است. در این میان چین سهم خود را بیش از یک درصد افزایش داده و به ۱/۲۵ هزار میلیارد دلار رسانده‌است. آمریکا هم در بازارهای چین سرمایه‌گذاری زیادی دارد و بخش عمده‌فروش جهانی شرکت‌های آمریکایی چون اپل به چین اختصاص می‌یابد. همین در هم تنیدگی باعث شده که آمریکا و چین باوجود تنش‌های سیاسی و اقتصادی، رابطه‌ای دوستانه و گرمتر از یک صلح سرد داشته‌باشند. رابطه‌ای که باوجود همراستا بودن سیاست و ایدئولوژی چین و روسیه، میان روسیه و آمریکا برقرار نیست، بلکه برعکس واشنگتن و مسکو در میدان‌های جنگ اروپا و خاورمیانه رو در روی هم قرار گرفته‌اند.

اگرچه موقعیت چین با عربستان قابل مقایسه نیست اما رابطه اقتصادی میان آمریکا با عربستان هم مانند واشنگتن با پکن، نوعی بازدارندگی برای دو طرف به ویژه سپر حمایتی برای سعودی‌ها ایجاد کرده‌است. آمار دقیقی از میزان دارایی‌ها و اوراق قرضه سعودی‌ها در بازار آمریکا وجود ندارد اما سعودی‌ها تهدید کرده‌اند اگر ماجرای ۱۱ سپتامبر کش پیدا کند، آنها ۷۵۰ میلیارد دلار از دارایی‌های‌شان را در بازارهای آمریکا به فروش می‌گذارند. همین تهدید موجب شده که تا اینجا کاخ سفید کوتاه بیاید و نه‌تنها نتواند از پرونده ۱۱ سپتامبر برای امتیازگیری از عربستان استفاده کند، بلکه به نوعی آن را مختومه نگه دارد.

پیوندهای اقتصادی میان کشورها، منافع دوجانبه ایجاد می‌کند. همین منافع دوجانبه گاه ابزار مفیدی برای چانه‌زنی هستند و گاه عاملی بازدارنده در تنش‌های سیاسی.

دور دنیا

ونزوئلا در خاموشی فرو می‌رود

ترجمه: سارا گلچین
منبع: ibtimes

مردم ونزوئلا هر روز چهار ساعت خاموشی و بی‌برقی را تجربه می‌کنند. این طرح از روز دوشنبه هفته گذشته شروع شده است. دولت اعلام کرد که قطع برق در این کشور تا ۴۰ روز ادامه خواهد داشت.

هدف دولت از این کار تلاش برای صرفه‌جویی در مصرف انرژی اعلام شده است. این‌درحالی‌است که اقتصاد ونزوئلا ضربه بزرگی از قیمت پایین جهانی نفت متحمل شده است.

قانون جدید خاموشی در ونزوئلا در بسیاری از شهرهای بزرگ این کشور اجرا می‌شود تا دولت بتواند جلوی مصرف بی‌رویه انرژی را بگیرد. مقامات ونزوئلا امیدوارند که باران توربین‌های سد EL Guri را راه بیندازد. این توربین‌ها تقریبا ۶۵ درصد برق این کشور را تامین می‌کنند.

لوئیز موتا دومینگوئز، وزیر برق ونزوئلا در این‌باره می‌گوید: «با کمک خداوند باران خواهد بارید. باران بسیار کم می‌بارد و آبی به توربین‌ها نرسیده است.»

نیکولاس مادورو، رئیس‌جمهوری ونزوئلا پیش از این تعطیلات آخر هفته این کشور را برای کارمندان دولت سه روزه اعلام کرده بود. اقدام رئیس‌جمهور در طولانی‌تر کردن زمان تعطیلات در جهت پایین نگاه‌داشتن مصرف انرژی در این کشور انجام شد. اکنون قطعی برق و کمبود آب به بخشی از زندگی عادی مردم ونزوئلا تبدیل شده است.

قطع برق که تازه‌ترین مشکل ونزوئلا شناخته می‌شود، بحران این کشور را به بدترین مرحله خود رسانده است.

قیمت پایین جهانی نفت که اکنون زیر ۴۵ دلار است، به درآمد ارزی خارجی این کشور ضربه زده است. دخایر ارزی این کشور اکنون حدود ۱۳ میلیارد دلار است که در نوع خود رکورد به‌شمار می‌آید و در یک دهه گذشته در ونزوئلا بی‌سابقه بوده است.

شرایط اقتصادی فشارها بر مادورو را افزایش داده است. مادورو اکنون غیر از مشکلات اقتصادی باید با کنگره‌ای که دست اکثریت مخالفش است نیز مبارزه کند. کنگره ونزوئلا از مادورا خواسته از مقامش کنار رفته و دفتر ریاست‌جمهوری این کشور را ترک کند.

جرج میلان، سیاستمدار مخالف دولت می‌گوید: «قطع برق درحال‌حاضر یعنی شهروندان مجبورند هزینه فساد در بخش برق را بپردازند؛ فسادی که رقم آن به میلیاردها دلار می‌رسد.»

صندوق بین‌المللی پول (IMF) پیش‌بینی کرده است که اقتصاد ونزوئلا در سال جاری میلادی تا ۸ درصد کاهش را تجربه خواهد کرد. این نهاد پولی بین‌المللی همچنین برای سال ۲۰۱۵ ونزوئلا هم ۵/۷ درصد انقباض اقتصادی پیش‌بینی کرده بود.

نرخ بیکاری ونزوئلا ۶/۹ درصد بالاتر از میانگین جهانی است که این امر به برخی اعتراضات مردمی در این کشور بحران‌زده منجر شده است.

صندوق بین‌المللی پول (IMF) همچنین آماری از نرخ بیکاری در ونزوئلا منتشر کرده است. براین‌اساس نرخ بیکاری این کشور نسبت به نیروی کار موجود در سال ۲۰۱۵ میلادی ۱۴/۲درصد پیش‌بینی شده بود. این میزان براساس همین پیش‌بینی در سال ۲۰۲۰ دوبرابر خواهد شد و به ۲۸/۲۹درصد خواهد رسید.

تولید ناخالص ملی (GDP) در ونزوئلا براساس گزارش صندوق بین‌المللی پول (IMF) سالانه منفی ۴ درصد کاهش را تجربه می‌کند که این امر نشان از ضعف اقتصادی موجود در این کشور دارد. این رشد منفی، ۲۲۹ درصد کمتر از میانگین کشورها و ۲۳۷ درصد کمتر از همه کشورهای آمریکای جنوبی‌است.

نرخ تورم ونزوئلا در ابتدای سال میلادی جاری به رقم بی‌سابقه ۲۷۰ درصد رسیدکه نشان از وضعیت بغرنج اقتصادی این کشور داشت.

مهم‌ترین دلیل وضعیت ناگوار اقتصادی در ونزوئلا پایین آمدن قیمت نفت است. به‌گفته کارشناسان اقتصادی در این کشور، برای اینکه اقتصاد ونزوئلا به نقطه سربه‌سر برسد، نفت باید با قیمت ۱۱۱ دلار فروخته شود.

قاب

طبق مطالعه‌ای از سال ۱۹۰۰ تا کنون، بلایای طبیعی در سراسر دنیا جان ۸ میلیون نفر را گرفته و هزینه‌ای معادل ۶۱۴۰میلیارد یورو بر جای گذاشته است. بر اساس این مطالعه، طی این ۱۱۵ سال، ۳۵ هزار بلای طبیعی شدید رخ داده که به طور متوسط سالانه ۵۰ هزار کشته داشته‌اند. ۶۰ درصد از این حوادث طبیعی، سیل و توفان بوده است.

سبک زندگی

برندهای جهانی لوازم آرایشی در صف ورود به ایران

وقتی نگین فتحی‌دسمل که یک تاجر اماراتی است سالن معروف کاشت ناخن خود را در تهران افتتاح کرد، با تردید و کنجکاوی زیادی از سوی جوانان ایرانی روبه‌رو شد.

احتمالا فروش لوازم آرایشی در ایران بیشتر از هر کشور دیگری در خاورمیانه است. حالا که تحریم‌های اقتصادی علیه ایران در پی توافق هسته‌ای برداشته شده‌اند، فتحی‌دسمل معتقد است که زمان حضور برندهای معتبر دنیا در ایران رسیده است.

برند زنجیره‌ای او-N. Bar- همین حالا هم جایگاه خوبی در میان زنان ایرانی دارد. خانم فتحی‌دسمل که در ایران متولد شده و تابعیت اماراتی دارد، می‌گوید: «این برند برای زنان ایرانی جذاب است. تا حالا کالاهای تقلبی زیادی در ایران بوده است. آنها تشنه هر چیزی هستند که واقعی و اصل باشد و از غرب وارد شده باشد.»

با این حال او می‌گوید که مشتریان زیادی در تهران درباره کیفیت استاندارد این شعبه تردید دارند. آنها معتقدند خدماتی که در دوبی ارائه می‌شود با همان کیفیت در تهران عرضه نمی‌شوند.

جمعیت جوان ایران از طریق شبکه‌های اجتماعی و سفر به خارج خودش را با مدهای جهانی هماهنگ نگه داشته است. خانم فتحی‌دسمل می‌گوید که تردیدهای مشتریان ایرانی‌اش را درک می‌کند.

حتی در دوران تحریم‌ها، مغازه‌های مستقل در منطقه مرفه‌نشین شمال تهران آخرین محصولات فصل برندهای معتبری مانند دولچه و گابانا، لویی ویتون، گوچی و روبرتو کاوالی را تهیه می‌کردند.

حالا برخی برندهای لوکس مستقیما در حال ورود به ایران هستند و دیگر برندهای آرایشی و زیبایی هم می‌توانند شانس مشابهی در بازار بزرگ ایران داشته باشند؛ براساس گزارش مرکز تحقیق پارلمان ایران بازار محصولات آرایشی و زیبایی در ایران ۴میلیارد دلار در سال است.

با این حال این برندها احتمالا با مقاومت‌هایی در لایه‌های محافظه‌کار در ایران مواجه خواهند شد. سعید قطب‌زاده، مشاور مدیریت برند در تهران و سردبیر سابق مجله ایران استایل می‌گوید: «برندهایی که به ایران می‌روند باید آماده مقاومت از سوی محافظه‌کاران و حتی بسته شدن و اخراج از ایران باشند.»

برخی محافظه‌کاران برندهای لوکس خارجی را حتی بخشی از جنگ علیه جمهوری اسلامی ایران می‌دانند. خبرگزاری تسنیم که به سپاه پاسداران انقلاب اسلامی نزدیک است هفته گذشته گزارش داد که سی‌آی‌ای می‌تواند از طریق لوسیون‌های مراقبتی پوست و مژه‌های مصنوعی جاسوسی کند.

دیگر مانعی که بر سر برندهای خارجی است، موانع اداری و قوانین بانکی است. خانم فتحی‌دسمل قبلا این مشکل را داشته است و تجارت او در تهران به نام یک شریک محلی در تهران است. وجود قوانین سخت و گرانی اجاره‌ها هم به این مشکلات اضافه می‌شوند.

فتحی‌دسمل می‌گوید: «به خاطر پیچیدگی‌ها و قوانین سخت، ایران جای آسانی برای تجارت نیست اما در عین حال بازار لوکسی به شمار می‌رود. به همین دلیل بود که ما وارد این بازار شدیم.»

برخی برندها در پیدا کردن یک شریک بومی که مناسب تجارت‌شان باشد و همین‌طور شامل تحریم‌های آمریکا که همچنان برپاست نباشد دچار مشکل شده‌اند.

ژان کاسگران، مدیر اجرایی برند کیف‌های دستی لان‌شان می‌گوید: «ایران پتانسیل دارد اما ما همچنان در مرحله پیدا کردن شریک هستیم.» او همچنین اضافه می‌کند که این پروسه می‌تواند زمان زیادی طول بکشد.

اما فتحی‌دسمل نمی‌خواهد پا پس بکشد و در حال بررسی وارد کردن یک برند دیگر به ایران است: جت‌ست، سالن‌های موی مخصوص خانم‌ها که از تم‌های هوانوردی الهام می‌گیرد.

او درباره افتتاح برند جدیدش در ایران می‌گوید: «چرا که نه؟»

منبع: رویترز

۳۶۰

کاهش چشمگیر مصرف‌کنندگان در انگلیس

فروشندگان بریتانیایی با کاهش شدید فروش مواد خوراکی و پوشاک روبه‌رو شده‌اند که نشان‌دهنده نگرانی خانواده‌های انگلیسی از چشم‌انداز شرایط اقتصادی این کشور است.

دفتر آمار ملی انگلیس اعلام کرده که میزان فروش خرده فروشان در ماه گذشته ۱٫۳درصد کاهش داشته است. این در حالی است که اقتصاددانان پیش‌بینی کاهش ۰٫۱درصدی را داشتند.

براساس آمار اعلام شده بیشترین کاهش فروش در زمینه پوشاک و موادغذایی بوده است. کاهش میل مردم انگلیس به خرید نشانه دیگری است که اقتصاد انگلستان با کاهش رشد روبه‌رو است. از جمله عوامل تاثیرگذار بر این کاهش رشد، می‌توان به افت رشد تجارت جهانی و عدم اطمینان از نتیجه همه‌پرسی ماه ژوئن و احتمال خروج انگلیس از اتحادیه اروپا اشاره کرد.

دیوید کرن، اقتصاددان ارشد اتاق بازرگانی انگلیس می‌گوید کاهش میزان فروش در ماه مارس بسیار ناامیدکننده بوده است.

«این آمار نظریه ما را در مورد کاهش رشد اقتصادی انگلیس در دهه اول سال ۲۰۱۶ تایید می‌کند.»

مبالغ پرداخت شده از سوی مردم انگلیس هنگام خرید، بزرگ‌ترین محرک رشد اقتصادی این کشور بوده است، اما آمارهای جدید نشان می‌دهد، مردم به میزان گذشته تمایلی به خرید ندارند.

طبق آمار اعلام شده از سوی دفتر آمار ملی انگلیس فروش لباس در این کشور در ماه مارس ۲٫۳درصد و فروش مایحتاج خانگی ۲٫۹درصد کاهش داشته است.

با آنکه اقتصاد انگلیس در سه ماه آخر سال ۲۰۱۶ با رشدی ۰٫۵درصدی روبه‌رو بوده است، اما خبر کاهش شدید میزان خرید مصرف‌کنندگان، سبب افزایش نگرانی‌ها از احتمال افت رشد اقتصادی در ماه‌های پیش رو شده است.

سموئل تامبز، کارشناس اقتصادی می‌گوید: «به نظر می‌رسد میزان رشد درآمد خانوارها در سال جاری به دلیل افزایش تورم و تشدید فشار مالی با کاهش روبه‌رو باشد. در چنین شرایطی تکیه بر مصرف‌کنندگان به‌عنوان عامل مهمی برای بهبود شرایط اقتصادی نگران‌کننده است.»

منبع: گاردین

جدول امروز

قیمت بلیت اتوبوس(تومان)

مبدا - مقصد	درجه یک	تک صندلی	وی آی پی
تهران - تبریز	۲۴۵۰۰	۳۲۵۰۰	۳۸۵۰۰
تهران - اصفهان	۱۷۰۰۰	۲۳۰۰۰	۲۷۵۰۰
تهران - اهواز	۳۵۰۰۰	۴۸۰۰۰	۵۷۵۰۰
تهران - زنجان	۱۲۰۰۰	۱۷۵۰۰	۲۰۵۰۰
تهران - مشهد	۳۳۵۰۰	۴۷۵۰۰	۵۷۰۰۰
تهران - ساری	۱۴۰۰۰	۱۸۵۰۰	۲۴۵۰۰

کیوسک

آموزش ماشین‌ها به لطف گوگل

گوگل نخستین پیش پرده از قابلیت یادگیری ماشینی خود را رو کرد. یادگیری ماشینی یکی از شاخه‌های هوش مصنوعی است که با تنظیم و دریافت الگوریتم‌ها، کامپیوتر توانایی یادگیری پیدا می‌کند.

این روش یادگیری ماشینی Cloud Learning نام دارد. این پلتفرم به کاربران این امکان را می‌دهد که به کمک شبکه‌های حسگر گوگل، به ساختن مدل‌های داده بپردازند و همچنین به رابط‌های برنامه نویسی گوگل دسترسی داشته باشند.

سرویس‌های Google، Google Now Photos و Mountain View به کمک مدل‌های یادگیری ماشینی، امکانی را برای توسعه خدمات بهتر و بیشتر فراهم آورده‌اند. اما گوگل از این هم پا فراتر گذاشته است. با توسعه این قابلیت در پلتفرم خود، یادگیری ماشینی را در دسترس کاربران خود قرار داده است. گوگل این ابزار کاربردی را که مورد استفاده توسعه‌دهندگان و برنامه‌نویسان است، در اختیار آنها قرار می‌دهد. این قابلیت برای کسانی کاربرد دارد که مایل به نوشتن برنامه‌های تحلیلی در زیرساخت گوگل باشند. در میان نمونه‌های ذکر شده از امکانات این برنامه، می‌توان به اپلیکیشن طبقه‌بندی تصاویر یا برنامه‌های مدیریت در زمینه‌های مالی اشاره کرد. این پلتفرم گوگل، به کمک TensorFlow کتابخانه یادگیری ماشینی کار می‌کند.

این نسخه آزمایش از ماشین یادگیری گوگل در حال حاضر برای عموم قابل دسترسی نیست و تنها به تعداد محدودی از این نسخه توصیفی از طرح برای پروژه‌های منتخب گوگل ارسال خواهد شد.

kindle جدید آمازون با باتری خورشیدی

آمازون از هشتمین سری کیندل خود پرده‌برداری کرد. هفته اول آوریل شرکت آمازون تولید مدل جدید کیندل را اعلام کرده بود. البته از مشخصات فنی این Book Reader هنوز اطلاعات دقیقی در دسترس نیست، اما به نظر می‌رسد باتری آن با انرژی خورشیدی کار می‌کند. Kindle سخت‌افزار الکترونیکی آمازون است. این وسیله برای خواندن کتاب‌های الکترونیکی یا سایر رسانه‌های الکترونیکی دیگر به کار می‌رود. پیش از این کیندل با نسخه‌های کیندل، کیندل ۲، کیندل دی ایکس، کیندل کیبورد، کیندل تاچ و کیندل فایر تولید شده است. هشتمین مدل کیندل پس از مدل قبلی که در سال ۲۰۰۷ تولید شد، به بازار عرضه خواهد شد. این مدل با نام Kindle Oasis و قیمتی معادل ۲۸۹.۹۹ یورو وارد بازار می‌شود. درحالی‌که قیمت مدل مجهز به سیستم وای فای و 3G آن به ۳۴۹.۹۹ یورو نیز می‌رسد. این نسخه از این بوک ریدر الکترونیکی با سری‌های پیشین خود تفاوت زیادی دارد. از جمله مهم‌ترین تفاوت‌های این دستگاه، باتری قابل شارژ آن با انرژی خورشیدی است. این مدل از مدل‌های قبلی کوچک‌تر و باریک‌تر است، طوری که می‌توان آن را در یک دست نگه داشت. وزن آن ۲۳۸ گرم است. صفحه نمایش این بوک ریدر ۶ اینچ و رزولوشن تصویر آن ۳۰۰ است.