توسعه بازاریابی

هفته‌نامه اقتصادی

شنبه ۱۱ بهمن ۱۳۹۹
شماره چهل‌ودوم
۸ صفحه
۴۰۰۰ تومان

رسانه تعاملی چه خدماتی برای کسب‌وکارها دارد؟

زومیت: رسانه تعاملی یا VOD در سال‌های اخیر شهرت زیادی پیدا کرده است و فرصت‌های مناسبی هم برای تبلیغات کسب‌وکار فراهم می‌کند. کافه‌بازار نیز یکی از بازیگران اصلی این حوزه است که در ادامه به تشریح سرویس VOD آن می‌پردازیم. شاید نتوان کاربری را در دنیای امروزی فناوری تصور کرد که نام سرویس‌هایی همچون نتفلیکس و هولو و آمازون پرایم را نشنیده باشد. سرویس‌های رسانه تعاملی یا ویدئو به‌هنگام درخواست یا VOD (مخفف Video on Demand) در سال‌های اخیر محبوبیت زیادی پیدا کرده‌اند و حتی به‌مرور درحال جایگزین کردن تلویزیون‌های سنتی هستند.

صفحه ۴

بازاریابی حلقه طلایی تولید ثروت



حمید بروغنی
سردبیر

همه فعالیت‌های اقتصادی و تولید ثروت باید پیوست بازاریابی داشته باشد. ایده‌ای که برای یک تولید در ذهن کارفرینان شکل می‌گیرد برای جلب و توسعه سرمایه گذاری نیاز به طرف‌های عرضه خدمات سرمایه گذاری دارد و اگر به خوبی معرفی شود در زمان کوتاهی قابل سرمایه گذاری خواهد بود. هیچ گونه تولید ثروت و اندیشه اقتصادی جدید را نمی‌توان یافت که بی‌نیاز از خدمات بازاریابی باشد. باید توجه داشت که بازاریابی فقط مربوط به مرحله بعد از تولید یا شبکه توزیع کالا و خدمات نیست. به نوعی محصول برای عرضه در بازار تولید می‌شود و تولید بدون بازار معنی ندارد. بازاریابی کمک می‌کند، سرمایه‌گذاری‌ها و ساختار سازمانی شرکت‌ها از لحاظ کالاها و خدمات به حالت قابل رقابت تبدیل شوند. پیش نیاز توسعه مناسبات اقتصادی و تجارت ایران با کشورهای خارجی و جهانی شدن و جهانی سازی، بهبود کیفیت کالاهای تولیدی و خدمات در سطح جهانی است. و برای این که در بازارهای جهانی مطرح شویم و کسب جایگاه و سهم بکنیم، باید ثابت کنیم که کالای تولیدی ما کالایی ارزشمند و قابل رقابت است و از لحاظ کیفیت و عمر مفید، دوام بالایی دارد که این همان هنر و صنعت بازاریابی است.

سیاست‌های ارزی سال آینده دولت بررسی می‌شود

سرنوشت مبهم دلار

۳



گزارشی از وضعیت نابسامان صنعت کشاورزی در کشور

اعتیاد شغل جدید کشاورزان

۲

سر تیتر اخبار

کرونا، شوک بزرگ اقتصادی مترو بود
صفحه ۳

ده خودرو پرطرفدار در جهان
صفحه ۵

سهم ما «هیچ» است...
صفحه ۶

محسن جمالی نیک:
حراج، برده‌داری نوین در قالب هنر است
صفحه ۷





گزارش هفته

«نفت ملی، کالا و خدمات ایرانی» در روزگار تحریم



سپیده شمس: نمایشگاه نفت، گاز، پالایش و پتروشیمی که هر ساله اردیبهشت ماه برگزار میشد، امسال بیست و پنجمین دوره‌اش را بهخاطر شیوع بیماری کرونا، از ۳ تا ۶ بهمن ماه با شعار «نفت ملی، کالا و خدمات ایرانی» در محل دائمی نمایشگاه‌های بین‌المللی تهران برگزار شد. ایران به عنوان دومین تولید کننده نفت در کشورهای عضو اوپک، با پتانسیل یازده درصد از کل ذخایر نفت جهان و ۱۸ از ذخایر گاز طبیعی هر ساله میزبان برگزاری نمایشگاه بین المللی نفت و گاز تهران است اما در نمایشگاه امسال، چندان خبری از حضور شرکتهای نفتی خارجی که سالهای گذشته به نمایشگاه میآمدند، نبود و بیشتر شرکتها و تجهیزاتسازان داخلی در این نمایشگاه حضور داشتند.

این نمایشگاه که با حضور وزیر نفت و مدیران ارشد این صنعت و تعدادی از نمایندگان مجلس و سفیران کشورهای خارجی در تهران، افتتاح شد، با رعایت پروتکلهای بهداشتی و فاصلهگذاری اجتماعی برگزار شد. در نمایشگاه امسال با عریضتر کردن راهروها و استفاده از بستههای بهداشتی و ماسک و مواد ضدعفونیکننده، در ورودی سالنها، سعی در حفظ سلامتی مشارکتکنندگان داشت.

بیژن زنگنه، وزیر نفت که در نمایشگاه حضور داشت، به خودکفایی در زمینه ساخت برخی تجهیزات به واسطه حضور شرکتهای دانشبنیان اشاره کرد و گفت: در سالهای اخیر، کشور با جهشی در تولید و خوداتکایی روبهرو بوده و سازندگان که بیشتر دانشبنیانها بودند با تکیه بر همکاری تنگاتنگ با دانشگاهها و بهویژه پژوهشگاه صنعت نفت و شرکت پژوهش و فناوری پتروشیمی موفق به ساخت بیشتر مواد شیمیایی و کاتالیستهای مصرفی واحدهای پتروشیمی و پالایشی و همچنین ساخت تجهیزات دوار در کشور شدهاند. در بازدید از این نمایشگاه، بسیاری از مسئولین از جمله رئیس مجلس شورای اسلامی، محمدباقر قالیباف و اسحاق جهانگیری به به این نکته اشاره کردند که با وجود تحریمها، بزرگترین پروژههای نفتی را به ثمر رساندیم. اسحاق جهانگیری، معاون اول رئیسجمهور، در بازدید از این نمایشگاه با بیان اینکه بعد از تحریم صادرات نفت ما بیش از ۱۰۰ میلیارد دلار کاهش یافت، گفت: نمایشگاه نفت امسال نماد واقعی «ما میتوانیم» است و به معنای واقعی کلمه، بیاثر بودن تحریمها را نشان داد، زیرا بزرگترین پروژههای نفتی را در دوران تحریم اجرا کردیم.

رئیس مجلس شورای اسلامی، محمدباقر قالیباف، نیز در بازدید از نمایشگاه نفت گفت: شعار «ما میتوانیم»باید باور درونی ما در صنعت نفت باشد، همچنین این بخش نیازمند حمایت دانشبنیانهاست. باید بیش از گذشته از شرکتهای دانشبنیان حمایت و همکاریهای نزدیک صنعت نفت با دانشگاهها و بخشهای خصوصی ایجاد شود. چنین حرکتهایی (حمایت از ساخت داخل) باید در دههای گذشته نیز ایجاد میشد، زیرا در سالهای اخیر این گونه نیازها در صنعت نفت احساس میشد، امیدوارم کارهایی که امروز انجام شده سرعت بگیرد.

گزارشی از وضعیت نابسامان صنعت کشاورزی در کشور

اعتیاد شغل جدید کشاورزان

علی خسروجردی: معیشت کشاورزان اصفهانی بحرانی است و برخی از آن‌ها محتاج نان شب خود شده‌اند. بسیاری از روستاها خالی از سکنه شده و حاشیه‌نشینی در این استان روندی صعودی دارد و در این میان؛ بسیاری از کشاورزان برای غم نان به دستفروشی روی آورده‌اند.

به گزارش ایلنا، سیاست‌های دولت نقش بسزایی در صنعت کشاورزی دارد. سیاست‌های اتخاذ شده می‌تواند صنعت کشاورزی یک کشور را فعال‌تر کند یا به خاموشی و سکون بکشاند. کشاورزان استان اصفهان در این روزها با مشکلات فراوانی روبرو هستند، زمین‌دارانی که توانایی استخدام و اشتغال چندین کارگر کشاورزی را داشته‌اند، در حال حاضر گرفتار مشکلات معیشتی فروانی هستند. کشاورزان اصفهانی معتقدند که سوءمدیریت‌ها و اشکالاتی که در ساختار تصیم‌گیری کشور وجود دارد، سبب بروز مشکلات این گروه شغلی در اصفهان شده است.

معیشتی که در تنگنا قرار گرفته است

علیرضا خرمی (عضو شورای اسلامی روستای جوهرستان از توابع روستای شهرستان مبارکه در استان اصفهان) درباره وضعیت معیشت کشاورزان استان اصفهان توضیح داد: بر اساس طومار شیخ‌بهایی، کشاورزان استان اصفهان از دیرباز دارای حقابه بودند اما در این روزها از این امتیاز بی‌بهره هستند. صنعت در استان اصفهان به سرعت رشد کرده و کشاورزی در این استان را تحت تاثیر قرار داده است. رشد صنعت، تنها مشکل کشاورزان اصفهان نیست بلکه انتقال آب به استان یزد از دیگر مشکلات این گروه شغلی است.

او ادامه داد: آلودگی زمین‌های کشاورزی به دلیل کارخانه‌ها و انتقال آب به استان‌های همجوار سبب شد که سفره کشاورزان اصفهانی روز به روز کوچک‌تر شود. عوامل انسانی، نقش مهمی در وضعیت معیشتی کشاورزان دارند، در کنار عوامل انسانی، پدیده‌های طبیعی مثل کاهش باران نیز مزید بر علت شدند و معیشت کشاورزان را در تنگنا قرار دادند. من خانواده‌هایی را می‌شناسم که فرزندان آن‌ها در آستانه ازدواج قرار دارند ولی توانایی خرید یک تکه نان را هم ندارند.



عضو شورای اسلامی روستای جوهرستان تشریح کرد: اینطور باید گفت بسیاری از کشاورزان در استان اصفهان آسیب دیده‌اند و مشکلات متعددی گریبان آن‌ها را گرفته است. کشاورزانی که مالک زمین کشاورزی هستند با مشکل روبرو شده‌اند. در این شرایط، وضعیت کشاورزان بدون زمین را تصور کنید، به طور قطع وضعیت آن‌ها اسفبار است. من معتقدم که تمامی این موارد به دلیل سوءمدیریت مسئولان صورت گرفته و کشاورزان گرفتار مشکلات فراوان شدند. اگر زیرساخت‌ها و پیش‌بینی‌ها درست درباره طرح‌ها وجود داشت، کشاورزان اصفهانی در این وضعیت گرفتار نمی‌شدند.

وی با اشاره به مشکلات پیش‌آمده به دلیل انتقال آب از استان اصفهان به چهارمحال بختیاری گفت: طرحی در دولت آقای احمدی‌نژاد ارائه شد و آب زاینده رود به استان چهارمحال بختیاری منتقل شد. کشاورزان این استان، آب را به مناطق صعب‌العبور پمپاژ می‌کنند و در ارتفاعات به کشاورزی مشغول هستند.

خرمی افزود: مسئولان تصمیم گرفته بودند که از تالاب گاوخونی به استان یزد آب منتقل کنند اما به طور ناگهانی منبع تغذیه، چشمه «سرچشمه» شد و دود این تصمیم‌گیری به چشم کشاورزان اصفهانی رفت و مشکلاتی گریبان آن‌ها را گرفت.

قانون نادیده گرفته می‌شود

یزدانی (نماینده حقابه‌داران شبکه راست نکوآباد) در ارتباط با مشکلات کشاورزان اصفهانی گفت: زمانیکه طرح انتقال آب زاینده رود به یزد مطرح شد، برای هر ۵ هزار متر زمین کشاورزی، یک مجوز حفر چاه عمیق صادر کردند. پیش از مطرح شدن طرح انتقال آب، برای ۲هزار جریب زمین کشاورزی، یک مجوز حفاری چاه عمیق صادر می‌کردند. این روزها، شهرستان فلاورجان حدود ۲ هزار حلقه چاه عمیق دارد. این کشاورز توضیح داد: کشاورزان کشت تابستانه خود را بدون هیچ برنامه‌ای انجام داده‌اند ولی از کشت پاییزه محروم هستند. تمام این شرایط دست به دست هم می‌دهند که کشاورزان و خانواده‌هایشان در تنگنا قرار بگیرند. درحالیکه کارگران در مشکلات فروانی غرق شده‌اند، آیا راهکاری برای آن‌ها درنظر گرفته شده است؟ من مطمئن هستم که آن‌ها برای خروج از این بحران، حاضر به فروش مایملک خود هستند اما کسی زمین‌های کشاورزی بدون آب در دشت لوت را نمی‌خرد.

کشاورزان محتاج نان شب شده‌اند

او توضیح داد: استان اصفهان جزو مناطقی است که همواره بحران آب را داشته و مشکلاتی برای کشاورزی ایجاد کرده است. دولت و مسئولان با صدور تبصره‌های خود، مشکلات کشاورزان را بیشتر کرده‌اند. با ارائه طرحی، آب استان اصفهان را به استان یزد منتقل می‌کنند. کاشت گلخانه‌ای و صنعت در استان یزد رونق می‌گیرد اما کشاورزان اصفهانی به خاک سیاه می‌نشینند. آیا کشاورزان حقابه‌دار باید جور کارخانه‌ها را بکشند؟ صنایع ذوب‌آهن و فولاد مبارکه چندین میلیارد برای تیم فوتبال خود هزینه می‌کند اما حق کشاورز را می‌خورند.

یزدانی افزود: روزگاری، کشاورزان زکات و خمس پرداخت می‌کردند اما در این روزها باید دست گدایی دراز کنند. من کشاورزانی را می‌شناسم که تحت پوشش کمیته امداد قرار گرفته‌اند. وقتی هم شرایط به اینجا می‌رسد و کشاورز فریاد مطالبه‌گری سر می‌دهد، برچسب اغتشاشگری به او چسبانند. مطالبه‌گری کشاورز نه تنها اغتشاش نیست بلکه احقاق حقوق و انتقاد به وضع موجود است.

نماینده حقابه‌داران شبکه راست نکوآباد تصریح کرد: کشاورز باید دروغ بگوید و بیمه خود را به صورت یک کارگر صوری رد کند. بسیاری از کشاورزان بیشتر از ۴۵ سال دارند و تامین اجتماعی دیگر آن‌ها را بیمه نمی‌کند. کشاورزی که ۵۰ یا ۶۰ سال دارد چگونه خود را بیمه کند؟

وی گفت: معیشت کشاورزان بحرانی است و برخی از آن‌ها محتاج نان شب خود شده‌اند. بسیاری از روستاها خالی از سکنه شده و حاشیه‌نشینی روندی صعودی دارد و در این میان بسیاری از کشاورزان به دستفروشی روی آورده‌اند اما شهرداری تلاش می‌کند که جلو فعالیت آن‌ها را بگیرد. عده‌ای نیز با اجاره دکه‌ای، سیگار فروش شده‌اند. بزهکاری نیز در منطقه افزایش یافته و برخی از کشاورزان گرفتار منجلاب اعتیاد شده‌اند. متاسفانه برخی از کشاورزانتمام اعضای خانواده آن‌ها گرفتار اعتیاد شده‌اند.

کشاورزان اصفهانی در وضعیت نابسامانی قرار دارند و توجه به معیشت و زندگی آن‌ها اهمیت دارد. وضعیت سخت معیشتی کشاورزان اصفهانی در شرایطی است که دولت مدام شعار بهبود وضعیت معیشت و سطح رفاه مردم را می‌دهد اما به نظر می‌رسد، انگیزه‌ای برای بهبود وضعیت آن‌ها وجود ندارد. اگر کارخانه‌ها و واحدهای صنعتی در پرداخت خسارت‌های عقب افتاده این گروه اهتمام بورزند، بخشی از مشکلات معیشتی آن‌ها حل می‌شود و انگیزه اشتغال در بخش کشاورزی نیز ایجاد می‌شود.

گفت و گو با علی امام، مدیرعامل متروی تهران

کرونا، شوک بزرگ اقتصادی مترو بود

سپیده شمس: علی امام، مدیرعامل مترو تهران، درباره وضعیت اقتصادی مترو و درآمدهای حاصل از بلیت و اجاره غرفه در روزهای کرونا گفت: کم شدن تعداد مسافران مترو و کسادی بازار غرفه‌دارهای مترو، آسیب جدی به وضعیت اقتصادی مترو زده است.

علی امام، مدیر عامل مترو تهران، در گفت و گو با نشریه توسعه و بازاریابی درباره وضعیت اقتصادی مترو در این روزها گفت: مترو در بهترین حالتش که قبل از وضعیت کرونا بود، حداکثر ۱/۵ میلیون مسافر در روز را جابجا می‌کرد، خیلی وقتها بیشتر از ۹۰۰ هزار مسافرنداشتیم اما در همان وضعیت خوبش هم خرید بلیت، شاید در حدود یک پنجم هزینه‌های شرکت بهره‌برداری مترو را تامین می‌کرد . این روند، بعد ازآغاز کرونا به‌شدت افت کرد و مسافران کم شدند و پیرو آن غرفه‌داران مترو هم به‌شدت کم شدند، اجاره‌بهای غرفه‌های مترو برای بهبود وضعیت متروها، به شرکت بهره‌برداری مترو داده می‌شد که آن‌هم تقریبا در وضع کرونا نمی‌شود رویش حسابی کرد و همه اینها آسیب جدی به وضعیت مترو زدند.

وی در ادامه بیان کرد: با این وضعیت مبالغ حاصل از



بلیت یا اجاره غرفه-ها، خیلی ناکافی به‌نظر می‌رسد و مترو اغلب با کمک مالی شهرداری اداره می‌شود. شرکت بهره‌برداری مترو، علاوه بر حقوق پرسنل، کلی هزینه‌های تعمیرات و سرپا نگه داشتن متروها و واگن‌ها را دارد که رقم قابل توجهی‌ست. امام در پاسخ به اینکه اوراق مشارکت و محدودیت‌های آن آیا می‌تواند منبع قابل اتکایی برای تامین بودجه‌های مترو باشد، به نشریه توسعه و بازاریابی گفت: ۵۰ درصد بودجه مترو به عهده دولت است الان و ۵۰ درصددیگر آن با مشارکت شهرداری، تامین می‌شود که امسال با توجه به وضعیت نامناسب درآمدهای شهرداری تهران، بیشتر بحث اوراق مشارکت برای تامین بودجه مهم است و اگر اوراق مشارکت برای سال ۹۹، تامین بشود، به نتیجه خواهیم رسید.

امام در ادامه با اشاره به اینکه مترو، یک پروژه زیرساختی‌ست و باید در سطح کلان از آن حمایت شود، گفت: مترو یک کار زیرساختی و جاری‌ست و تنها یک مقوله از بحث حمل و نقل عمومی نیست . مترو، در وضعیت آلودگی هوا هم بسیار مهم است و باید به آن به چشم یک الزام و امر واجب نگاه کنیم نه مثل بسیاری پروژه‌های دیگر. باید از مترو در سطح کلان حمایت شود. اگر حمایت باشد و با دید یک الزام به آن نگاه شود، مسیر ساخت مترو آسان می‌شود. بیشتر مشکل تامین بودجه است که روند کار مترو را سخت می‌کند.

مدیر عامل مترو تهران در خصوص مشکلاتی که مدتی پیش در خصوص شهرداری با سازمان تامین اجتماعی رسانه‌ای شده بود، بیان کرد:مشکلات با سازمان تامین اجتماعی حل شده و بر همین اساس سازمان املاک شهرداری تهران می‌تواند با سرعت بیشتر وثایق مورد نظر بانک رفاه راه تامین کند.

البته براساس قانون، ۵۰ درصد اصل و سود این اوراق توسط دولت تضمین می‌شود و بانک رفاه باید هرچه سریعتر سهم دولت را واریز کند تا شهرداری هم برای تامین وثایق سهم ۵۰ درصدی خود راغب شود، اما متاسفانه این مهم هنوز محقق نشده است.

مدیر عامل مترو تهران درباره قطار ملی که قرار بود در بهمن‌ماه راه‌اندازی شود، گفت: قطارملی، پروژه طراحی ساخت یک رام قطار ۷ واگنه ملی با حمایت معاون علمی و فناوری است که ۸۵ درصد آن تولید داخل است و علی‌رغم مشکل تامین منابع و وضعیت تحریم و کرونا تا کنون پیشرفت خوبی داشته و قرار است تا پیش از پایان سال افتتاح شود و از سال آینده به شبکه قطارهای شهری اضافه شود. ما پیش ازین ۷۰درصد ساخت مترو را از خارج از ایران تامین می‌کردیم و ۳۰ درصد تولید در ایران بود.

بوی عید و کارگرانی که چشم انتظار دولت هستند

هر سال بهمن ماه که می‌شود کارگران به لطف و کرم کارفرمایان خود امید می‌بندند تا بلکه عیدی و پاداش پایان سال را با حقوق بهمن ماه به حسابشان واریز کنند و خرید مایحتاج ضروری و مورد نیازشان را قبل از پایان سال انجام بدهند.

به گزارش ایسنا، مبنای تعیین عیدی پایان سال کارگران مشمول قانون کار، حداقل دو و حداکثر سه برابر مصوبه دستمزد شورای عالی کار است و کارفرمایان باید دو ماه پایه حقوق را به عنوان حداقل عیدی و سه ماه پایه حقوق را به عنوان حداکثر عیدی و پاداش آخر سال به نیروهای کار خود بپردازند. آنچه مبنای محاسبه و پرداخت عیدی و پاداش پایان سال کارگران مشمول قانون کار قرار می‌گیرد، مزد و فوق العاده‌هایی است که کارگر به مناسبت اشتغال در شغل مربوط دریافت می‌دارد؛ به عبارت دیگر مزایایی که افراد به نوعی در ارتباط با شغل دریافت می‌کنند از اجزای مزد محسوب می‌شود و فوق العاده شغل، سختی کار و هر آنچه را که به تبع شغل به کارگر داده می‌شود، جزو مزد منظور می‌شود و در محاسبه عیدی و پاداش مدنظر قرار می‌گیرد. بر این اساس، مزایای رفاهی از قبیل کمک عائله مندی، کمک هزینه مسکن، بن خواربار یا پاداش افزایش تولید جزو مزد به شمار نمی‌رود و از این جهت در پرداخت عیدی و پاداش منظور نمی‌شود. قانون در خصوص عیدی کارگرانی که به دلایلی از کارگاه منفک شده یا قطع رابطه آنها با کارفرما اتفاق می‌افتد نیز ملاحظاتی دارد و میزان عیدی و پاداش این گروه از کارگران را مشخص کرده است. در برخی مواقع، کارگر خواسته یا ناخواسته مجبور به ترک کار می‌شود که قانون کار در مورد کارگرانی که در طول سال از خدمت استعفا داده، اخراج و یا بازنشسته می‌شوند یا به نحوی از انحاء رابطه آنها با کارگاه و کارفرما قطع می‌شود اعلام کرده که مستحق دریافت عیدی هستند و به نسبت مدت کارکردشان، عیدی و پاداش سالانه را دریافت می‌کنند.کارگرانی که دوره آزمایشی را طی می‌کنند نیز مشمول دریافت کلیه حقوق و مزایای قانونی هستند. با توجه به مصوبه دستمزد شورای عالی کار که حداقل دستمزد کارگران در سال ۱۳۹۹ را یک میلیون و ۹۱۱ هزار تومان تعیین و تصویب کرد، عیدی امسال کارگران حداقل ۳ میلیون و ۸۲۰ هزار تومان و حداکثر ۵ میلیون و ۷۳۰ هزار تومان خواهد بود. بنابر این عیدی امسال هیچ کارگری کمتر از ۳ میلیون و ۸۰۰ هزار تومان نیست.

سیاست‌های ارزی سال آینده دولت بررسی می‌شود

سرنوشت مبهم دلار



یلنا: با افزایش درهم تنیدگی اقتصاد کشورها در اقتصاد جهانی تاثیرگذاری ارزهای معتبر مانند دلار که تقریبا ۶۰ درصد سبد ارزی جهان را تشکیل می‌دهد در اقتصادها افزایش می‌یابد. ایران نیز از موضوع جدا نیست بویژه آنکه تقریبا ۸۰ درصد واردات را مواد اولیه، کالاهای واسطه تولید، تجهیزات، ماشین آلات، نهاده‌های دامی،... تشکیل می‌دهد. از همین روی افزایش یا کاهش نرخ دلار تاثیر بالایی بر تمام کارگزاران اقتصادی می گذارد.

یکی از موضوعات چالش برانگیز که در دهه‌های اخیر نیز محل چالش اقتصاددانان و سیاستگذاران بوده نوع سیستم ارزی و سیاست ارزی کشور است که باعث معضلات اقتصادی مانند جهش‌های ارزی شده بویژه آنکه فاصله زمانی این جهش‌ها کوتاه‌تر شده است. مثلا اگر تا سال ۹۷، در هر دهه یک جهش ارزی داشتیم، حالا تقریبا سالانه با جهش ارزی مواجه هستیم که آخرین آن تجربه دلار ۳۲ هزار تومانی در سال جاری بود.

بسیاری از فعالان اقتصادی همیشه بر این موضوع تاکید دارند که برای رهایی از این مشکلات باید به سمت تک نرخی کردن ارز حرکت کنیم و مبنای سیاست گذاری همان نرخ بازار آزاد باشد و عملا نرخ‌های ترجیحی حذف شوند. اما در مقابل برخی‌ها سیستم ارزی چندنرخی را یکی از ویژگی‌های کشورهای در حال توسعه می‌دانند و برای رهایی از آن باید مقدمات توسعه را فراهم کرد تا بازار آزاد محل دلال بازی و اعمال قدرت نباشد.

مباحث پیرامون نرخ ارز دوباره با ارائه بودجه سال ۱۴۰۰ گرم شده، چون بنوعی دولت و مجلس بر سر حذف ارز ترجیحی که از سال ۹۷ برای کالاهای اساسی تخصیص داده می‌شود توافق دارند، اما نرخ پیشنهادی دولت از ابتدا ۱۱۵۰۰ تومان بود که حالا با تصمیم کمیسیون تلفیق به ۱۷۵۰۰ تومان افزایش یافته و در مقابل در نظر دارد مابه التفاوت آن را بصورت افزایش یارانه نقدی در سال آینده جبران کند.

البته بسیاری از کارشناسان نسبت به افزایش نرخ دلار در بودجه به ۱۷۵۰۰ تومان هشدا می‌دهند چون آن را بنوعی بذرپاشی برای جهش جدید ارزی می‌دانند و از سویی محل صرف آن یارانه نقدی است که با توجه به افزایش نیازهایی کالایی در میان اقشار مختلف بویژه ۷ دهک جامعه، احتمال افزایش تقاضای کالایی و تورم‌های بالا وجود دارد. بنابراین این موضوع از همان ابتدا با مخالفت کنشگران اقتصادی مواجه شده است.

هرچند مجلس با رد اعلام هر نرخی در بودجه آن را میانگین نرخ‌های مورد استفاده می‌داند. اما تاثیر این تصمیم مجلس حداقل از نظر روانی و انتظارت بی‌تاثیر نبوده است، چون در هفته‌های اخیر نرخ دلار بدلیل اخبار مثبتی مانند آزادسازی پول‌های بلوک شده تقریبا روند کاهشی به خود گرفته بود بطوریکه نرخ فروش دلار در صرافی بانک‌ها به کانال ۲۱ هزار تومان هم بازگشته بود و سود آربیتراژ ارز کاهش یافت اما حالا دوباره نرخ دلار روند افزایشی دارد.

گویا نرخ دلار نیز مانند سایر موضوعات محل بحث‌های حزبی شده؛ بطوریکه رویکردهای سیاسی و اختلافات دولت و مجلس در این موضوع پررنگتر است در حالیکه با توجه به نقش بالای دلار در اقتصاد ایران قطعا دود آن به چشم مصرف کنندگان و تولیدکنندگان خواهد رفت.

بنابراین سیاست گذاران باید فارغ از نگاه‌های سیاسی این موضوع را بررسی کنند و اگر اینگونه نباشد با افزایش تورم در سال آینده و افزایش شکاف بین نرخ تورم ایران و طرف‌های تجاری، روشن نبودن وضعیت تحریم‌ها، افزایش نرخ ارز در بودجه و عدم رشد صادرات غیرنفتی؛ احتمال افزایش نرخ ارز وجود خواهد داشت در حالیکه هفته‌های اخیر نشان داد که اقتصاد ایران می‌تواند حتی دلار زیر ۲۰ هزار تومانی را تجربه کند همانطور که بسیاری از سیاست‌گذاران اقتصادی نیز بر آن تاکید دارند.

کارنامه تسهیلات پرداختی بانکها در ۱۰ ماهه ۹۹

مهر: تسهیلات پرداختی بانک‌ها طی ۱۰ ماهه ابتدای سال ۱۳۹۹ به بخش‌های اقتصادی، معادل ۱۲۱۹۹.۴ هزار میلیارد ریال بوده است که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل، ۹۴.۸ درصد افزایش یافته است.

سهم تسهیلات پرداختی در قالب سرمایه در گردش در تمامی بخش‌های اقتصادی طی ماه‌های اخیرمبلغ ۷۲۱۴.۷ هزار میلیارد ریال معادل ۵۹.۱ درصد کل تسهیلات پرداختی بوده است که در مقایسه با دوره مشابه سال قبل مبلغ ۳۸۰۶.۴ هزار میلیارد ریال معادل ۱۱۱.۷ درصد افزایش داشته است. سهم تسهیلات پرداختی بابت تأمین سرمایه در گردش بخش صنعت و معدن طی ۹ ماهه سال جاری معادل ۲۷۰۴.۴ هزار میلیارد ریال بوده است که حاکی از تخصیص ۳۷.۵ درصد از منابع تخصیص یافته به سرمایه در گردش کلیه بخش‌های اقتصادی (مبلغ ۷۲۱۴.۷ هزار میلیارد ریال) است.

از ۳۶۲۱.۱ هزار میلیارد ریال تسهیلات پرداختی در بخش صنعت و معدن معادل ۷۴.۷ درصد آن (مبلغ ۲۷۰۴.۴ هزار میلیارد ریال) در تأمین سرمایه در گردش پرداخت شده است که بیانگر توجه و اولویت‌دهی به تأمین منابع برای این بخش توسط بانک‌ها در سال جاری است.

با توجه به بهبود روش‌های گزارش‌گیری و همچنین تکمیل و اصلاح اطلاعات موجود در سامانه‌های بانک مرکزی توسط بانک‌ها و مؤسسات اعتباری، اطلاعات تسهیلات پرداختی در ۹ ماهه نخست سال ۱۳۹۸ از ۶۲۶۲.۷ هزار میلیارد ریال به ۶۵۶۰.۷ هزار میلیارد ریال تعدیل شده است؛ که با اعمال این تعدیل، رشد تسهیلات پرداختی طی ۹ ماهه ابتدای سال ۱۳۹۹ نسبت به دوره مشابه سال قبل از ۹۴.۸ به ۸۵.۹ درصد می‌رسد.

از سوی دیگر، عوامل دیگری بر افزایش تسهیلات پرداختی تأثیرگذار بوده‌اند که از آن جمله می‌توان به افزایش منابع بانک‌ها و مؤسسات اعتباری، تسهیلات پرداختی به اقشار آسیب دیده از شیوع کرونا، تسهیلات ودیعه مسکن مستأجران و افزایش تسهیلات پرداختی به شرکت‌های کارگزاری فعال در بازار سرمایه اشاره نمود. به نحوی که، چنانچه رقم تسهیلات (مستقیم) پرداختی بابت کرونا و همچنین آثار ناشی از افزایش تسهیلات پرداختی به شرکت‌های کارگزاری مزبور از کل تسهیلات پرداختی طی ۹ ماهه ابتدایی سال ۱۳۹۹ خارج شود، رشد پیش‌گفت از ۸۵.۹ درصد به ۶۲.۹ درصد تعدیل خواهد شد.

بر این اساس ضروری است به افزایش توان مالی بانک‌ها از طریق افزایش سرمایه و بهبود کفایت سرمایه بانک‌ها، کاهش تسهیلات غیرجاری و بازگرداندن آنها به مسیر صحیح اعتباردهی بانک‌ها، افزایش بهره‌وری بانک‌ها در تأمین سرمایه در گردش تولیدی، پرهیز از فشارهای مضاعف بر دارایی بانک‌ها و ترغیب بنگاه‌های تولیدی به سمت بازار سرمایه به عنوان یک ابزار مهم درتامین مالی طرح‌های اقتصادی (ایجادی) توجه ویژه‌ای کرد.

شرکت دانش بنیان «آکام مدار آسان»

صرفه جویی در مصرف آب با کنتورهای هوشمند آکام

ریال نیوز: شرکت دانش بنیان "آکام مدار آسان" بعنوان اولین و تنها تولید کنندهٔ کنتورهای دیجیتال آلتراسونیک در ایران با رویکرد استفاده از ظرفیتهای داخلی و با استفاده از جوانان متخصص و فناور در حوزهٔ آلتراسونیک، به تازگی محصول‌های خود را به بازار عرضه کرده است.

در هفته گذشته این شرکت توانست محصول تازه خود را به جزیره کیش معرفی کند. شرکت آب و برق کیش در یک قرارداد خرید کنتورهای دیجیتال آلتراسونیک در فاز اول تعداد ۳۰۰۰ کنتور از شرکت آکام مدار خریداری نموده که ۲ پارت آن تاکنون تحویل آن شرکت گردیده است.

همچنین در دو سال گذشته این کنتورها در بیش از ۲۲ استان نصب شده که به دلیل قیمت مناسب و کیفیت مطلوب متقاضیان فراوانی پیدا کرده است.

بر همین اساس، اشکان شفیعی، مدیر عامل شرکت دانش بنیان آکام مدار آسان، درباره مدیریت صحیح مصرف آب گفت: راه اصولی کمک به مدیریت تقاضا و مصرف آب، تعیین و ملحوظ نمودن قیمت واقعی تمام شده آب شرب در سبد هزینه خانوار است که این امر به کمک کنتورهای توزیع آب شرب که از کلاس و دقت مناسبی برخوردار باشند میسر می‌شود.

وی در ادامه بیان کرد:آب آشامیدنی که در حال حاضر به علت محدود بودن آن با هزینه‌های فراوان به دست می‌آید، می‌باید ضمن کسب درآمد برای جبران هزینه‌ها، از مصرف بی‌رویه آن نیز جلوگیری گردد. بدین منظور یکی از روش‌ها، اندازه‌گیری صحیح مقدار آب تحویلی به مشترکین است که با انتخاب و نگهداری و بهره برداری از وسایل اندازه‌گیری مناسب مقدور است.

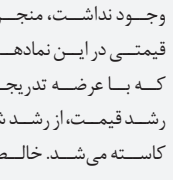
شفیعی با توجه به کنتور هوشمند آب و بررسی آن عنوان کرد: کنتور هوشمند آب یکی از بهترین راهکارها برای شناسایی میزان مصرف آب می‌باشد. امروزه با توجه به رشد جمعیت و سیر صنعتی شدن جوامع بشری، موضوع محدودیت منابع آب شیرین در اولویت توجه قرار گرفته و جلوگیری از آلوده شدن و اتلاف منابع آب شیرین جزو اهداف هزاره سوم قرار گرفته است.در شبکه‌های تحت فشار و انشعابات آن برای اندازه‌گیری حجم، آب در جریان، از ابزار و لوازم مختلفی که مکانیسم، روش اندازه گیری، تکنولوژی ساخت و دقت کار آن‌ها با هم متفاوت است، تحت نام کلی "دبی سنج" استفاده می‌شود که کنتور یکی از آن هاست. یکی از انواع کنتور آب، کنتورهای آب هوشمند هستند که توانایی محاسبه دبی لحظه‌ای و حجم آب را دارند.

شفیعی در پایان گفت: کنتور آلتراسونیک آب آکام مدار قابل بکارگیری برای محاسبه مصارف آب مشترکین خانگی، مجتمع‌های تجاری، چاههای کشاورزی و صنعتی می‌باشد. که با قیمتی کاملا رقابتی و با ویژگی‌های منحصر به فرد همچون نصب آسان، تغذیه به وسیله باتری لیتیومی، صفحه نمایش فارسی و مهمتر از همه دقت بالای اندازه‌گیری و پشتیبانی محصول توانسته این کنتور را از محصولات وارداتی متمایز می کند.



یادداشت

تلاطم بازار سرمایه و ناامیدی مردم!



اردشیر مطهری
نماینده مردم گرمسار

مهر: مهم‌ترین علت وضعیت سقوط بازار بورس، کسری بودجه دولت بود. کسری بودجه انتظاری در سال ۹۹، یک واقعیت نهفته در لایحه بودجه سال ۹۹ بود که تمام کارشناسان به آن اذعان داشتند. با توجه به کاهش درآمد نفتی امید دولت به کسب درآمد حداکثری از سرفصل‌های مالیات، فروش اموال دولتی و اوراق قرضه اوج گرفت. درآمدهایی که به صورت غیر مستقیم و مستقیم از طریق بازار سرمایه امکان پذیر هستند.

یکی از بزرگترین اشتباهات دولت حمایت از یکسری از سهم‌های خاص موسوم به سهم‌های دولتی بود. یعنی شرکت‌هایی که قرار شد سهام آنها در قالب صندوق‌های قابل معامله عرضه شود مانند سهام بانک‌های بزرگ، شرکت‌های نفتی و پالایشی. این حمایت منجر به رشد بالغ بر ۴۰۰ الی ۵۰۰ درصدی در این شرکت‌ها شد که متأسفانه با واقعیت اقتصادی کشور، تولید و فروش این شرکت‌ها و افزایش نرخ دلار همخوانی نداشت. عرضه سهام شرکت‌های دولتی توسط تعدادی از شرکت‌های حقوقی در سقف قیمتیِ زمانی که کشش تقاضا برای این شرکت‌ها وجود نداشت، منجر به ایجاد شوک قیمتی در این نمادها گردید. در صورتی که با عرضه تدریجی سهام در حین رشد قیمت، از رشد شتابان این نمادها کاسته می‌شد. خالص خروج نقدینگی حقوقی‌ها در تیر و مرداد ۹۹، در حدود ۶۵۸ هزار میلیارد ریال بوده است(لازم به ذکر است که این میزان تماماً به منزله فروش حقوقی‌ها در شرکت‌های دولتی نیست) به صورت موردی می‌توان به خالص فروش شرکت پالایش و پخش فرآورده‌های نفتی در این دو ماه در سقف قیمتی اشاره نمود که مبلغی به ارزش ۶۱ هزار میلیارد ریال بوده است. البته علت‌های دیگری مهم در ماجرای بورس دخیل بودند. مثل عدم کاستن سرعت رشد و متعادل کردن بازار، از طریق فروش بدون تعلل دارایی‌های دولت در بازار سرمایه یا همان سرعت بخشیدن به فرایند عرضه اولیه شرکت‌ها. واگذاری این دارایی‌ها علاوه بر اینکه موجب تعمیق بازار و متعادل شدن تقاضا و عرضه می‌شد، درآمد فروش اموال دولتی را پوشش می‌داد و در نهایت موجب کاهش کسری بودجه می‌شد. عرضه اولیه‌ها از اول سال تا تاریخ شهریور ماه ۹۹ نسبت به ارزش بازار ۰.۴ درصد بوده که به هیچ عنوان نمی‌توانست موجب تعمیق بازار گردد.

شرایط اقتصادی سیاسی نسبت به گذشته دچار تغییرات بنیادی شده است. مشکلات موجود در روابط بین المللی به واسطه تحریم‌های یک جانبه و همچنین رکود حاکم و هزینه‌های تحمیلی به واسطه بیماری مسری کرونا، سبب می‌شود که اقتصاد ایران خواه ناخواه با تنگنای مالی مواجه باشد. این امر در کسری شدید بودجه، حذف تدریجی تخصیص ارز دولتی و روند رو به رشد ارزش دلار قابل مشاهده است. در صورتی که ارکان اقتصادی بتوانند شرایطی را فراهم آورند که از کانال بازار سرمایه غول پرقدرت نقدینگی به بخش واقعی اقتصاد وارد شود، اهداف تأمین مالی دولت و جلوگیری از تورم می‌توانند محقق شود.

یادداشت

عقب ماندگی معدن در حوزه توسعه



روح الله ایزدخواه
عضو کمیسیون صنایع و معادن مجلس

در حکمرانی کشور عقب‌ماندگی زیادی داریم، قطعاً نمی‌توان بدون درک این عقب‌ماندگی ریل‌گذاری کرد، قانون‌گذاری بدون مطالبه‌گری معنا ندارد، مگر می‌توان نظیر موضوع معروف ارز ۴۲۰۰ تومانی که هرکسی عددی را عنوان و کشور را به خسران کشیدند، قانون‌گذاری کرد؟

بنده معتقدم، مطالبه‌گری باید صریح و روشن پیش‌برود و پس از آن قانون‌گذار، قانون‌گذاری و سیاست‌گذار، سیاست‌گذاری کند.

در واقع در حوزه معدن ۵ سرفصل داریم؛ در فصل اول توسعه معدن و صنایع معدنی است، احیا و استخراج معادن، فناوری حوزه معادن، ارزش افزوده در معادن و اشتغال در سرفصل توسعه قرار می‌گیرد، معدن در حوزه توسعه عقب مانده است، ما حتی استخراج سنگ معدن را نداریم. در واقع سنگ را کنده و روی تریلی می‌گذاریم؛ ما مزیت ماشین‌سازی معدن را فراموش کرده‌ایم در حالی که ظرفیت ماشین‌سازی سنگین وجود دارد و در انبوه معادن نیاز به ماشین‌های معدنی داریم.

سرفصل دوم آمایش حوزه معدن است، وقتی آمایش داشته باشیم به حوزه پرتاب پروژه می‌رسیم، ما باید استراتژی توسعه مناطق خود را اصلاح کنیم.

مفاسد و ناکارآمدی‌ها سومین سرفصل در حوزه معدن است که در واگذاری‌ها، پیمانکاری‌ها و غیره در معدن به چشم می‌آید. قانون‌دانانِ قانون‌گریز باید در معادن کشف شوند.

معدن در حوزه توسعه عقب‌ماندگی دارد. به هرحال تدابیری با اندیشیده شود تا مرکزی تحت عنوان مرکز مطالبه‌گری کنار مجلس احداث شود.

مردمی سازی اقتصاد معدن سرفصل دیگری در حوزه معدن است؛ همچنین حکمرانی معدن شامل حقوق، انفال، سازمان توسعه‌ای معدن و غیره است. سازمانی نظیر ایمیدرو خود معدن‌دار، سیاست‌گذار معدن، مجری و ناظر است و این منطقی نیست.

شبکه اندیشه‌ورز جهادی باید به نهادهای حاکمیتی و مجلس وصل شود، ضرورت دارد مرکز مطالبه‌گری در کنار مجلس نظیر مرکز پژوهش‌ها احداث شود. در این راستا باید کارکرد تحلیل‌گری مشخص باشد، از تحلیل تئوری، قانون و سیاست استخراج می‌شود. پیشرانی و به همرسانی عوامل هم موضوع مهم دیگری است، عوامل شامل سرمایه‌گذار، بهره‌بردار، کارگر و بنگاه صنعتی را به هم وصل و میانجیگری میدانی ایجاد می‌کند.

گزارشی درباره وضعیت واگذاری شرکت دولتی به عموم مردم

عدم موفقیت خصوصی سازی در ایران چیست؟

خصوصی‌سازی در ایران با چالش‌های متعددی مواجه است که واگذاری تحت نظر مؤثر ناظران، احراز صلاحیت خریداران و توجه به توانمندسازی بنگاه بعد از واگذاری می‌تواند منجر به کنترل این چالش‌ها شود.

مهدی تدین، پژوهشگر دفتر مطالعات راهبردی رونق‌تولید دانشگاه امام صادق درباره خصوصی سازی در ایران می‌گوید:در اغلب شرکت‌های دولتی تصمیم گیرنده‌نهایی دولت است برخلاف شرکت‌های غیردولتی که محیط کسب و کار و شرایط بازار در آنها تعیین کننده فعالیت‌هایشان است که درنتیجه مدیریت دولت مشکلات زیادی ازجمله: ایجاد انحصار، کاهش بهره‌وری بنگاه اقتصادی و عدم تناسب هزینه و بهره به وجود می‌آید. اما برای برون رفت از آن شرایط آشفته در شرکت دولتی مناسب‌ترین راهی که کارشناسان پیشنهاد می‌کنند خصوصی‌سازی است.

وی در ادامه بیان کرد:عبارت «خصوصی‌سازی» به معنی مجموعه اقداماتی است که برای واگذاری مالکیت یا مدیریت شرکت‌های‌دولتی به بخش‌خصوصی، انجام می‌گیرد. که بهترین نوع خصوصی‌سازی واگذاری شرکت دولتی به عموم مردم و یا تعاونی‌ها است؛ در نهایت ذی‌نفعان این چنین واگذاری‌ها، عموم مردم خواهند بود که علاوه بر جلوگیری از ایجاد انحصار بخش غیردولتی، نظارت همگانی بر بنگاه و بهبود بهره‌وری شرکت را هم به همراه دارد.

هدف از خصوصی سازی

تدین با اشاره به هدف از خصوصی سازی شرکت‌ها در شرایط فعلی گفت:خصوصی‌سازی به دنبال اهداف متعددی است که ارتقا کارایی بنگاه‌های اقتصادی مهم‌ترین هدف آن است که در صدر سیاست‌های‌کلی‌اصل ۴۴ هم بدان اشاره شده است زیرا اغلب خصوصی‌سازی‌های انجام شده در جهان، رشد بهره‌وری شرکت‌ها را به همراه داشته است. با توجه به این که اکثر شرکت‌های دولتی از سطح بهره‌وری پایین برخوردار بوده‌اند و برخی از آنها به لطف حمایت‌های‌مالی و غیرمالی دولت زیان خود را جبران کرده‌اند پس خصوصی‌سازی برای توسعه اقتصادی هر کشوری گریزناپذیر است اما در مقام عمل خصوصی‌سازی در ایران موفق نبوده‌است و آثار زیان باری داشته است. من جمله باعث بیکاری کارگران و تعطیلی کارخانه‌های موفق متعددی شده است. لذا اغلب اهداف مذکور در سیاست‌های‌کلی‌اصل ۴۴ محقق نشده است. برای آسیب‌شناسی خصوصی‌سازی در ایران ابتدا لازم است با معیارهای یک خصوصی‌سازی موفق طبق آشنا شویم.

الزامات یک واگذاری مطلوب:

وی در ادامه عنوان کرد:تحقق اهداف خصوصی سازی الزاماتی دارد که به سه دسته کلی تقسیم می‌شود:



الف) دسته اول الزامات و اقدامات قبل از انجام فرآیند خصوصی‌سازی است که با بررسی تجربه کشورهای موفق ملاحظه می‌گردد اقداماتی از قبیل تجدید ساختار فیزیکی، فناورانه، مالی بنگاه‌ها، تعدیل نیروی کار در دوره قبل از واگذاری شرکت انجام شده است که در تجربه خصوصی سازی ایران این گونه اقدامات دیده نمی‌شود؛ به عنوان مثال بررسی خصوصی‌سازی‌های انجام شده توسط سازمان تروی‌هند که متولی خصوصی‌سازی در کشور آلمان است نشان‌دهنده بازسازی تجهیزات فرسوده شرکت‌ها و یا جایگزین‌نمودن آن‌ها با تجهیزات نو با فناوری بالاتر قبل از خصوصی‌سازی است. البته چنین الزاماتی در قانون اجرای‌سیاست‌های‌کلی‌اصل ۴۴ وجود ندارد و به نظر می‌رسد وجود چنین الزام قانونی توسط مقنن در فرایند خصوصی سازی صحیح و ایجاد رغبت در بخش خصوصی برای خرید بنگاه بسیار حائز اهمیت می‌باشد.

ب) دسته دوم الزامات و بررسی‌های زمان انجام واگذاری است که اغلب مفاد قانون اجرای‌سیاست‌های‌کلی‌اصل ۴۴ ناظر به این دسته الزامات است از قبیل: قیمت‌گذاری توسط کارشناس، امکان استفاده از انواع راه‌های واگذاری، بررسی صلاحیت خریدار توسط سازمان مربوطه، البته این بیان این نکته نیز خالی از لطف نیست که در عمل به این الزامات هم بنا بر دلایلی از جمله تخلف در قیمت‌گذاری توسط کارشناس، شتابزدگی دولت برای واگذاری‌ها به علت الزام دولت به واگذاری در مهلت مقرر، کم توجهی شده است.

بطور کلی می‌توان گفت سه نوع واگذاری وجود دارد: واگذاری مدیریت، واگذاری مالکیت و واگذاری مدیریت و مالکیت بطور همزمان که روح کلی حاکم بر سیاست‌های‌کلی اصل ۴۴ ناظر بر واگذاری همزمان مالکیت و مدیریت است که در عمل در برخی از واگذاری‌ها دیده شده است که فقط مالکیت واگذارشده است و مدیریت کماکان با دولت است که با هدف کاستن از بار مالی و مدیریتی دولت تعارض دارد.

ج) دسته سوم الزامات و اقدامات بعد از انجام واگذاری است. وظیفه دولت بعد از واگذاری شرکت دولتی به پایان نمی‌رسد و برای تحقق بهبود بهره‌وری بنگاه اقتصادی نظارت وحمایت‌های دولت بعد از انجام واگذاری الزامی است که در بند (ج) ماده ۹ قانون اجرای‌سیاست‌های‌کلی‌اصل ۴۴ حمایت‌هایی برای بخش تعاونی در نظر گرفته شده است اما اولاً چنین حمایت‌هایی در عمل دیده نشده‌است. ثانیاً حمایت‌های مذکور در قانون اجرای‌سیاست‌های‌اصل ۴۴ کافی به نظر نمی‌رسد. علاوه بر چنین حمایت‌هایی نظارت‌هایی بر عملکرد خریداران نیز از سوی نهادهای حاکمیتی نیز لازم است تا سرانجام خصوصی سازی به بیکاری کارگران و فروش اموال منقول و غیرمنقول شرکت و تعطیلی بنگاه کشیده نشود.

این پژوهشگر در ادامه گفت: حال که به طور اجمالی به الزامات خصوصی‌سازی اشاره شد به مهم‌ترین مشکلات خصوصی سازی‌های انجام شده به طور مشخص‌تر اشاره می‌شود و در انتها به برخی از راهکارها اشاره خواهد شد.

مسائل خصوصی سازی در ایران:

۱. چالش‌های قانونی:الف) در این قانون اکثر اهداف مذکور در صدر سیاست‌های‌کلی‌اصل ۴۴ قانون اساسی به صورت کمی و یا کیفی بیان نشده است و تنها در حوزه واگذاری و بخش تعاون، چند هدف کمی ذکرشده است که این موارد کافی به نظر نمی‌رسد و روح کلی حاکم بر قانون بیش‌تر ناظر بر هدف کاستن از بارمالی و مدیریتی دولت است و الزاماتی برای تحقق سایر اهداف در نظر گرفته نشده است؛ مثلاً برای توانمندسازی و ارتقا کارایی بنگاه‌ها مواد مؤثر همراه با ضمانت اجرای بازدارنده وجود ندارد.

ب) این قانون با تعیین فرصت زمانی کوتاه برای واگذاری، ضمن ایجاد شتابزدگی در اجرا، سبب شد آنچه از واگذاری‌ها مورد انتظار بود محقق نشود. یکی از تبعات سو شتابزدگی در خصوصی سازی، عرضه بلوکی (به صورت عمده) سهام شرکت‌های دولتی بوده است که تا حدودی مانع تحقق هدف افزایش مالکیت عمومی شده است چون غالباً در چنین واگذاری‌هایی عموم جامعه توانایی خرید چنین حجم بالای سهام را ندارند و از طرفی عرضه بلوکی باعث ایجاد انحصار در برخی موارد شده است که خود انحصار هم تبعات مخرب دیگری بدنبال خواهد داشت.

۲. چالش‌های اجرایی:در عمل به قانون نیز مشکلاتی وجود دارد از جمله این که به دلیل بدهی سنگین دولت به نهادهای عمومی و سایر اشخاص، سهم قابل‌توجهی از منابع حاصل از واگذاری، بدون توجه به مفاد ماده (۲۹) قانون اجرای سیاست‌های‌کلی‌اصل ۴۴ (که مصارف وجوه حاصل از واگذاری را مشخص کرده است) برای رد دیون دولت اختصاص می‌یابد افزون بر این در مواردی شرکت‌ها به سازمان‌های غیرمتخصص و غیرمرتبط با فعالیت شرکت واگذار می‌شود که ارتقای کارایی شرکت را با چالش‌های جدی روبرو می‌کند. عدم باور مدیران دولتی به کارکرد مطلوب بخش خصوصی و وجود مقاومت در میان مدیران دولتی به دلیل منافع شخصی آنها هم باعث کند شدن روند خصوصی‌سازی‌ها شده است. علاوه بر موارد فوق نظارت بر اجرای واگذاری‌ها نیز مطلوب نبوده و هیأت عالی نظارت بر اجرای سیاست‌های کلی، نظارت مؤثر و دقیقی انجام نداده است.

تدین در پایان بیان کرد: لذا طبق نظر کارشناسان خصوصی‌سازی‌های انجام شده تا به حال موفقیت لازم را نداشته پس ابتدا باید خصوصی‌سازی‌ها به طور موقت متوقف شوند تا اصلاحات اساسی و ساختاری در قوانین و مخصوصاً قانون اجرای‌سیاست‌های کلی اصل ۴۴ صورت بگیرد و از طرف دیگر پس از اجرای دوباره رعایت نکات زیر حائز اهمیت است:

- فرآیند خصوصی سازی با آرامش و تحت نظارت و بازرسی مؤثر ناظران انجام شود.
- صلاحیت خریداران برای اداره مطلوب بنگاه بررسی شود.
- از طرفی بعد از واگذاری به توانمندسازی بنگاه و حمایت و نظارت بر آن نیز توجه ویژه شود.

به امید آنکه درنتیجه رعایت نکات فوق به اهداف خصوصی سازی خصوصاً ارتقای کارایی بنگاه توجه ویژه شود و سرمایه‌های ملت از بین نرفته، اشتغال‌زایی که در سال‌های متمادی بوجود آمده است درزمان کوتاه پس از واگذاری نابود نشود.

رسانه تعاملی چه خدماتی برای کسب‌وکارها دارد؟

زومیت: رسانه تعاملی یا VOD در سال‌های اخیر شهرت زیادی پیدا کرده است و فرصت‌های مناسبی هم برای تبلیغات کسب‌وکار فراهم می‌کند. کافه‌بازار نیز یکی از بازیگران اصلی این حوزه است که در ادامه به تشریح سرویس VOD آن می‌پردازیم.

شاید نتوان کاربری را در دنیای امروزی فناوری تصور کرد که نام سرویس‌هایی همچون نتفلیکس و هولو و آمازون پرایم را نشنیده باشد. سرویس‌های رسانه تعاملی یا ویدئو به‌هنگام درخواست یا VOD (مخفف Video on Demand) در سال‌های اخیر محبوبیت زیادی پیدا کرده‌اند و حتی به‌مرور درحال جایگزین کردن تلویزیون‌های سنتی هستند. محبوبیت این نوع از سرویس‌ها به‌حدی افزایش یافت که بازیگران بزرگی همچون دیزنی و برادران وارنر و اپل را نیز به فعالیت در حوزه‌ی جدید تشویق کرد.

در کشور ما نیز در سال‌های گذشته سرویس‌های VOD متعددی با هدف جذب مخاطب داخلی متولد شده‌اند. امروز اکثر کاربران ایرانی با نام فیلیمو و نماوا و سرویس‌های تازه‌نفسی مثل بخش ویدئو بازار، آشنا هستند و تعداد زیادی هم از خدمات آن‌ها استفاده می‌کنند. ماه‌های اخیر که با بحران ویروس کرونا و تعطیلی گسترده در سرتاسر جهان و کشورمان همراه بود، تمایل به این نوع از سرویس‌ها را افزایش داد و بسیاری از آن‌ها، افزایش قابل‌توجهی را در تعداد کاربران تجربه کردند. هجوم کاربران جدید به سرویس‌ها به‌حدی بود که حتی برخی از آن‌ها با چالش‌های زیرساختی مواجه شده و برخی دیگر برای مدیریت بهتر پهنای باند، مجبور به کاهش کیفیت محتوای خود در سطوح گسترده شدند.



رسانه‌های تعاملی یا VOD علاوه بر خدمات و محتوایی که به کاربر یا مصرف‌کننده‌ی نهایی عرضه می‌کنند، برای کسب‌وکارها نیز کانال جدیدی در جهت نمایش تبلیغات ایجاد کرده‌اند. با اینکه سرویس‌هایی مثل نماوا و فیلیمو از مدل درآمدزایی SVOD (Subscription Video on Demand) پیروی می‌کنند، سرویس‌هایی مانند یوتیوب و بازار مدل AVOD یا Ad-based Video on Demand را دنبال می‌کنند که این روزها با استقبال قابل‌توجهی ازسوی کسب‌وکارها و سرویس‌های رسانه‌ی تعاملی روبه‌رو شده است. در ادامه‌ی این مطلب زومیت، بررسی و شرحی بر انواع سرویس‌های VOD و چگونگی بهره‌مندی از زیرساخت موجود برای کسب‌وکارها داریم.

VOD چیست و از چه زمانی رونق گرفت؟

VOD به زبان ساده یک سیستم توزیع رسانه‌ی ویدیویی است که امکان دسترسی به محتوای ویدیویی را در روندی خلاف تلویزیون‌های سنتی به کاربر ارائه می‌کند. در VOD، نیازی به تجهیزات تلویزیونی سنتی نیست و کاربر هم به زمان‌بندی شبکه‌ی پخش‌کننده‌ی محتوا محدود نخواهد بود. نام‌گذاری «ویدئو در زمان درخواست» نیز از همین تعریف اولیه بر می‌آید. به بیان دیگر، کاربر VOD هر زمان که بخواهد به‌واسطه‌ی تمام دستگاه‌های هوشمند خود (تلویزیون، گوشی، لپ‌تاپ و تبلت) به هر محتوای ویدیویی موجود در کتابخانه‌ی سرویس دسترسی خواهد داشت. تلویزیون اینترنتی مفهومی بود که از دل سرویس‌های VOD زاده شد. اپلیکیشن‌های سمت کاربر همچون فروشگاه محتوای آنلاین اپل آیتونز و اپلیکیشن‌های تلویزیون هوشمند مانند آمازون پرایم ویدئو، حاصل همین مفهوم بودند که امکان اجاره یا خرید محتوای ویدیوی و نمایش آن در دستگاه‌های گوناگون را به کاربر می‌دادند. سرویس‌های دیگری هم در این‌میان متولد شدند که به‌جز فیلم و سریال، دسترسی به مجموعه‌ای از محتوای سرگرم‌کننده‌ی ویدیویی را دراختیار کاربر قرار می‌دادند. ازمیان آن‌ها می‌توان به غول صنعت استریم یعنی نتفلیکس و رقبایی همچون هولو و دیزنی پلاس اشاره کرد.

انواع سرویس‌های VOD

سرویس‌های رسانه‌ی تعاملی بسته به نوع خدمت‌رسانی که به کاربران ارائه می‌کنند یا نحوه‌ی درآمدزایی، به گروه‌های متنوعی تقسیم‌بندی می‌شوند. سه گروه اصلی VOD، با نام‌های SVOD و AVOD و TVOD شناخته می‌شوند.

گفت و گو با سعید حافظی بافتی، معاونت عملیات کارخانه لاستیک بارز کردستان:

تورم عامل اصلی نوسان قیمت تایر در ایران

صبا شادور در این نوسان قیمت‌های عجیب و گاه غیر معقول خودرو که برگرفته از وضعیت نابسامان اقتصادی کشور است، صحبت درباره قطعات خودرو و نیز عدم شفافیت رقمهای نجومی باعث شد تا شرکت‌های تولید داخلی میزان واردات خود را رسانه‌ای کنند. در هفته گذشته مصطفی تنها سخنگوی انجمن صنعت تایر معتقد بود که در سال گذشته حدود ۸۰ درصد از تایر سواری مصرفی کشور در داخل تولید شده است. اما این موضوع دور از ذهن هم نبوده چرا که در حال حاضر کارخانه لاستیک بارز در کردستان با توجه به کاهش رشد اقتصاد در یک سال اخیر، تولیدات داخلی نسبتا مثبتی را داشته‌اند. سعید حافظی بافتی، معاونت عملیات کارخانه لاستیک بارز کردستان و عضو هیات مدیره بارز کردستان درباره شرایط موجود کارخانه خود به صحبت پرداخته‌ایم که در ادامه می‌خوانیم. لاستیک‌سازی بارز کردستان از جمله واحدهای تولیدی بزرگ در کردستان بشمار می‌آید که در حال حاضر فعالیت چشمگیری داشته است.

■ چرا لاستیکی که با کیفیت خوب تولید می‌شود و مردم هم از آن استقبال می‌کنند، عملا با افزایش قیمت در بازار روبرو است؟

همانگونه که استحضار دارید کیفیت هزینه دارد و در شرایط سخت کنونی حفظ و ارتقاء کیفیت هزینه بیشتری را طلب می‌کند. از طرفی مصرف کننده آگاه ارزش کیفیت را درک می‌کند .اگر کیفیت یک تایر در بازار را به زبان فنی ترجمه کنیم، می‌بایستی شاخص سرعت،تحمل بار،تحمل ضربات،طول عمر، تحمل نوسانات دما، فرمان پذیری بالاتر و ناحیه طوقه و دیواره مناسب تری داشته باشیم .

در واقع با استانداردهای روز که سخت گیرانه‌تر هستند، باید مواد اولیه و طراحی ساختار و آمیزه را انجام دهیم. اگر به استانداردهای زیست محیطی همانند ریچ نیز توجه کنیم، باز هم قیمت تایر بالا می‌رود .

امروزه تایر سواری با کیفیت، در دنیا تا کیلویی ۵ دلار و در تایر معدنی تا کیلویی ۱۱ دلار است . این در حالی است که در همین گروه‌ها تایرهای معمولی سواری کیلویی ۵/۲دلار تا ۳ دلار تجارت می‌شوند .

در صنعت تایر افزایش قیمت هم ناشی از نرخ برابری ارز،قیمت نفت، قیمت دوده، کائوچو و ضدها نوع ماده شیمیایی است که بیشتر وارداتی است . همچنین در ایران از دیگر دلایل افزایش،قیمت تورم سالانه است که همه ساله بر تولید اثر می‌گذارد .


عکس: FARS

البته شرکتهای تایر سازی از طرق مختلف همانند کاهش ضایعات و دوباره کاری‌ها میزان افزایش،قیمت را کنترل می‌کنند .

■ در شرایطی که تولیدات داخلی تایر با کیفیت مطلوب می‌تواند نیاز عموم مردم را تامین کند، چرا تایرهای چینی بازار ایران را تسخیر کرده است؟

در حوزه تایرهای چینی یا سایر برندهای وارداتی به نظر می‌رسد هدف دولت تامین ثبات در بازار و ایجاد امنیت خاطر برای مردم کشور باشد. البته در سال‌های اخیر در حوزه تایرهای بایاس و رادیکال سواری و جدیدا SUV صنعت تایر کشور مدام افزایش ظرفیت،افزایش کیفیت و افزایش تنوع محصول را داشته است .

در این حوزه نیاز است که دولتمردان محترم از توسعه صنعت جهت دستیابی به استقلال و تامین کامل نیاز کشور حمایت نمایند . تولید در کشور حداقل کیلویی ۱ دلار به صرف کشور است .

در حوزه واردات هم نیاز است تا نظام کیفی مناسبی جهت کنترل کیفیت و به روز آوری استانداردها و پاسخگویی برندهای خارجی ایجاد و اجرا گردد .

قبلا سیستمی تعریف شده بود که متاسفانه به دلیل تحریم‌ها کمی اجرای آن متوقف شد .هر قدر اندازه بازار دقیق‌تر محاسبه شود و از توسعه صنعت داخلی و پروژه‌های توسعه پشتیبانی شود، آینده درخشان تری را پیش رو خواهیم داشت .در حوزه تایرهای تجاری شدیدا نیازمند حمایت دولت هستیم.

■ در بعضی مواقع شنیده می‌شود که تایرهای دولتی به نفع مردم و به ضرر تولیدکنندگان است. در این باره صحبتی دارید؟

نفع مردم و تولید کننده با هم مغایرت ندارد و باید هر دو تامین گردد. مسلما تولید داخلی تایر به نفع مردم است. اما نیاز تولید کنندگان هم باید با همراهی دولت برآورده شود.

اگر شرایط اقتصادی امروز را افت ارزش پول ملی و کاهش درآمد نفتی و مشکل انتقال وجه بنامیم و اگر تولید داخلی تایر به صرفه‌تر باشد، در آن صورت تکلیف معلوم است . برنامه ریزی منسجم ملی، تدوین آینده مناسب سطح کیفی و عملیاتی صنعت تایر و افزایش ظرفیت تولید می‌تواند به کارخانه‌های تولیدات داخلی کمک فراوانی کند. این راهی است که همه دنیا رفته اند و برای دهه‌ها آن را به سرانجام رسانده‌اند. با یک طرح خوب و کار جهادی نهایتا ۳ تا ۵ سال آینده کشور ما از واردات بی‌نیاز خواهد شد . اما نیاز است تا تکنولوژی درست و کیفیت جهانی مناسبی تدوین گردد . همچنین ایران با اجرای استانداردهای به روز و افزایش تولید، خود را به یک چین دیگر در منطقه و آینده تبدیل کند . اگر ما تنها نیازمند واردات کاوچوی طبیعی باشیم، آنوقت قیمت تمام شده هم با داخلی سازی تمام زنجیره کاهش می یابد .

در حال حاضر تایرهای سواری، SUV، کشاورزی،صنعتی،راه سازی و تجاری تولید ایران برای بازار ۴۰۰میلیونی منطقه ما کافی است و از منظر اقتصادی در صورت افزایش ظرفیت تولید صادرات آن کیلویی ۱ دلار سود دارد . همچنین به دلیل سرعت تامین بالاتر ایران برای منطقه فعلی مان، به نسبت چین این تجارت برای تجار عراق،افغانستان،کشورهای آسیای میانه، شرق اروپا و آفریقا به دلیل زمان کوتاه‌تر خرید و فروش تایر می‌تواند مزیت به شمار رود.

■ به نظر می‌رسد مردم برای تهیه لاستیک‌های مناسب، اطمینان خاطری ندارند. چطور می‌شود اعتماد میان تولیدات داخلی و مردم را دوباره بدست آورد؟

اگر در بازار تایر قابل اطمینان وجود نداشت که همه روزه شاهد انبوه حوادث بودیم .

در سال‌های اخیر هم اداره استاندارد و هم استانداردهای جهانی در حال توسعه بوده و از تایر سازان تایرهای با عملکرد بالاتری را طلب نموده اند . در گروه صنعتی بارز محصولات طراحی شده با هدف تطابق با استانداردهای روز اروپایی همه ساله به کشور آلمان ارسال و آنجا تست می‌شوند. نسل جدید تایرهای بارز شامل تایرهای رادیال سواری،رادیال باری،SUVو ... که در این سالها به بازار عرضه شده‌اند، همگی دارای تطابق با استاندارد روز دنیا هستند .

بارز در سالهای اخیر سرمایه گذاری عظیمی را در حوزه آزمون تایر در شرایط واقعی و انجام آزمون‌های مقاومت غلط و .. انجام داده است . همچنین در آزمون‌های سخت گیرانه‌تر از استانداردهای داخلی تمام محصولات خود را مورد آزمون قرار خواهد داد.

نتایج برگشت محصولات رادیال سواری، SUV، رادیال باری و ... و روند کاهش آنها از دلایل این امر است.

بهبود تجهیزات کنترلی بارز تا آنجا پیش رفته که بارز امروزه آزمایشگاه و همکار اداره استاندارد بوده و آخرین گواهینامه‌های مربوطه را دریافت نموده است .

■ در حال حاضر چه تعداد نیروی فعال در کارخانه تولیدی بارز کردستان مشغول به کار هستند؟

۷۵۱ نفر در این کارخانه تولیدی مشغول به کار هستند و ظرفیت روزانه لاستیک بارز ۱۶ هزار حلقه تایر است که در حال حاضر در این کارخانه ۱۷ هزار حلقه لاستیک تولید می‌شود.



یادداشت

صنایع قطعه‌سازی در آستانه ورشکستگی

مازیار بیگلو دبیر انجمن قطعه‌سازان - در شرایط فعلی تیراژ تولید روزانه ایران‌خودرو از ۲ هزار و ۵۰۰ دستگاه به هزار و ۶۰۰ تا هزار دستگاه رسیده است. به همین نسبت ظرفیت تولید قطعه‌سازان نیز کاهش یافته، اگرچه تحویل قطعه از قطعه‌سازان به خودروسازان کم نشده اما بعضی قطعات به موقع به خط تولید نمی‌رسد. وقتی تنها یکی از این قطعه‌سازها نتواند قطعه را به موقع برساند، خودرو تکمیل نمی‌شود، تولید متوقف می‌شود و تیراژ روزانه کاهش پیدا می‌کند. به دنبال آن فروش خودرو کاهش یافته و بازهم مطالبات قطعه‌سازان بیشتر می‌شود. اگر از بین ۷۰۰قطعه‌ساز فعال، هر روز تنها یک کارخانه نتواند قطعه را به موقع برساند، میزان تولید در طول سال به شدت کاهش می‌یابد. اگرچه از ابتدای امسال روال به گونه‌ای بود که توقف تولید به دلیل دیر رسیدن قطعه اتفاق نمی‌افتاد، اما اکنون به دلیل کمبود نقدینگی و دشواری تامین مواد اولیه، قطعات به موقع نمی‌رسد و در نتیجه با کاهش تیراژ تولید روبه‌رو شده‌ایم. اگرچه امسال هنوز کمبود نقدینگی باعث تعطیلی کارخانه‌های قطعه‌سازی نشده اما معمولا در این مواقع ابتدا کاهش تیراژ تولید، سپس تعدیل نیرو و در آخر تعطیلی کارخانه‌های قطعه سازی رخ می‌دهد. او افزود: این بحران از دو هفته پیش؛ اثر خود را با کاهش تولید خودرو در دو خودروساز بزرگ نشان داده است . به گفته او، قطعه‌سازان دیگر راهکاری برای تامین نقدینگی لازم برای تامین مواد اولیه در دست ندارند. مشکل فعلی این است که هیچ کدام از وعده‌ها عملی نشده و ۵ هزار میلیارد تومان باقی مانده از تسهیلات ۱۰ هزار میلیارد تومانی مصوب در سال گذشته، پرداخت نشده است. علاوه بر آن قرار بود ساز و کارهای جدید بانکی راه‌اندازی شود که همچنان در حال آزمایش است. او افزود: همچنین قرار بر این بود که شیوه قیمت گذاری به گونه‌ای اصلاح شود که خودروسازان از زیان خارج شوند و توان پرداخت مطالبات قطعه سازان را داشته باشند که این موضوع نیز هنوز عملی نشده است.

۱۰ خودرو پرطرفدار جهان را بشناسید

میلاد زنگانه: در بسیاری از کشورها محصولات تویوتا پرفروش‌ترین خودرو هستند؛ اما در ایران سایپا پراید رکورد می‌زند.

با شروع سال نوی میلادی، شرکت‌های بزرگ در حوزه‌های مختلف آمار فروش سالانه را منتشر می‌کنند. سال گذشته با شیوع ویروس کرونا، فروش خودرو در بیشتر کشورهای جهان شیب نزولی داشت؛ البته برخی برندها و مدل‌های خاص، افزایش فروش تجربه کرده‌اند. آمار فروش خودرو در کشورهای مختلف، اطلاعات مهمی از بازار و شرایط اقتصادی آن برملا می‌کند. اینکه محدودیت‌ها تا چه حد انتخاب خودرو را بر مردم تحمیل می‌کنند واقعیتی است که هر روز در ایران محسوس‌تر می‌شود. برخی به بهانه‌ی «ملی کردن»، درها را به روی شرکت‌های بزرگ و تبادل دانش و تربیت نیروهای برجسته بسته‌اند؛ اما در کشورهای توسعه‌یافته فروش خودروی برقی رکورد می‌زند و طرح‌های اقساطی وسوسه‌برانگیز برای مشتری وجود دارد.

در سال ۲۰۱۹، تویوتا ۱۰۴۸ میلیون دستگاه کرولا فروخت و برای پانزدهمین سال متوالی، این خودروی ژاپنی خوش‌ساخت پرفروش‌ترین مدل در جهان بود. تویوتا در ۴۱ کشور جهان محبوب‌ترین برند خودرو محسوب می‌شود و هایلوکس جان‌سخت در ۱۶ کشور جهان پرفروش‌ترین خودرو است.

خاورمیانه و آسیای مرکزی

از بین ۱۵ کشوری که آمار فروش خودرو سال ۲۰۱۹ آن‌ها منتشر شده، تویوتا در ۹ کشور محبوب‌ترین برند است. طبق انتظار، کشورهای عربی طرفدار خودروهای تویوتا هستند و انتخاب اول در این کشورها چیزی نیست جز لندکروزر. براساس نظرسنجی‌ها، ۵۶ درصد از مردم کشورهای عربی، ژاپن را به صنعت خودروسازی‌اش می‌شناسند. البته پرفروش‌ترین خودروها در سوریه و عربستان سعودی، به ترتیب هیوندای توسان و اکسنت بوده است. عراقی‌ها بیشتر از هر خودرویی در سال ۲۰۱۹، کیا فرانتیر (پیکاپ و ون کیا بونگو) خریده‌اند و بازار خودروهای صفر کیلومتر قزاقستان دراختیار تویوتا کمری بوده است. براساس داده‌های BestSellingCarsBlog، در ایران پرفروش‌ترین خودرو مدل‌های مختلف پراید از برند سایپا است.

آسیا و اقیانوسیه

در مجموعه تمام کشورهای آسیا و اقیانوسیه، عنوان پرفروش‌ترین خودرو به تویوتا هایلوکس می‌رسد. تویوتا در استرالیا، تایلند، ویتنام، فیلیپین، اندونزی و تایوان محبوب‌ترین خودروساز بوده؛ اما در ژاپن، خودروی شهری هوندا N-Box فروش بیشتری داشته است. بیشتر هندی‌ها ماروتی التو (Maruti Alto) سوزوکی را در سال ۲۰۱۹ خریده‌اند و در چین وانت و ون وولینگ (Wuling) که ساخت مشترک سایک و جنرال موتورز محسوب می‌شود، بیشترین فروش را ثبت کرده است.

در کره جنوبی، هیوندای گرنجور (آزرا) و در نیوزیلند فورد رنجر انتخاب اول مردم بوده است. پرفروش‌ترین خودروی آذربایجان، ایران‌خودرو دنا است که در این کشور با برند خزر و نام SD و LD فروخته می‌شود.

اروپا

فولکس واگن گلف در قاره‌ی سبز فرمان‌روایی می‌کند؛ البته اشکودا و پژو در کشورهای مختلف اروپایی فروش بالایی دارند. در روسیه لادا گرنتا (Lada Granta)، بریتانیا فورد فیستا، فرانسه پژو ۲۰۸، ایتالیا فیات پاندا، رومانی داچیا لوگان (L۹۰) و دانمارک نیسان قشقایی پرفروش‌ترین خودروها شناسایی می‌شوند. تسلا مدل ۳ در هلند و نروژ پرفروش‌ترین خودروی سال ۲۰۱۹ انتخاب شده است.

آمریکای شمالی و جنوبی

اگر طرفدار دنیای خودرو باشید، قطعا می‌دانید که پرفروش‌ترین خودرو در آمریکای شمالی برای چند دهه، پیکاپ‌های سری F فورد است. مردم آمریکا و کانادا در سال ۲۰۱۹ هم پیکاپ‌های سبک و سنگین از سری F فورد را بیشتر از هر خودروی دیگری خریده‌اند و محصولات رم (Ram) در مقام دوم قرار دارند. مکزیک تنها کشور در جهان است که سدان نه‌چندان زیبای نیسان ورسا (Versa) پرفروش‌ترین خودرو در آن شده؛ مکزیکی‌ها در سال ۲۰۱۹ بیش از ۸۷ هزار دستگاه ورسا خریده‌اند که پایین بودن قیمت این خودرو به لطف فعال بودن خط تولید ژاپنی‌ها در این کشور نقش مهمی در فروش بالای این مدل دارد. در آمریکای جنوبی، پرفروش‌ترین خودرو شورولت اونیکس بوده و تویوتا در تعقیب آمریکایی‌ها است. شورولت اونیکس در برزیل حدود ۲۵۰ هزار مشتری داشته و همین تقاضای بالا باعث شده است تویوتا با وجود محبوب بودن هایلوکس و فورچونر در آرژانتین، پرو و ونزوئلا از شورولت عقب بماند. رنو در سال ۲۰۱۹ بیش از ۴۰۰ هزار دستگاه خودرو در آمریکای لاتین فروخته است؛ ساندرو و کوئید در کشورهای کلمبیا و اروگوئه پرفروش‌ترین خودرو بوده‌اند. در شیلی پیکاپ میتسوبیشی L۲۰۰ که مدل‌های قدیمی‌اش هنوز در ایران وجود دارد، پرفروش‌ترین خودرو بوده است.

آفریقا

اصلا جای تعجب نیست که در کشورهای آفریقایی، پرفروش‌ترین خودرو از شرکت تویوتا، آن‌هم مدل هایلوکس باشد. پیکاپ محبوب تویوتا که در هر شرایطی استارت می‌خورد و راننده‌اش را ناامید نمی‌کند، در هشت کشور آفریقایی پرفروش‌ترین خودروی سال ۲۰۱۹ بوده است. آمار دقیقی از تمام کشورهای آفریقا موجود نیست؛ اما در مصر، تونس، مراکش و سنگال به ترتیب شورولت سری T، داچیا ساندرو، رنو کلیو و میتسوبیشی L۲۰۰ پرفروش‌ترین‌ها بوده‌اند.

گردشگری

سهم ما «هیچ» است...



مریم آموسا: امیرحسین زندی یکی از مدیران جوان و موفق در حوزه صنعت توریسم است، به گفته او صنعت توریسم پس از صنایع نفت و خودروسازی در رده‌ی سوم صنایع جهان است و طبق آمار بانک جهانی، هشت درصد از کل گردشگران جهان متعلق به خاورمیانه است؛ یعنی تقریباً ۱۰۲ میلیون نفر. اما سهم ما از این رقم بیش از یک میلیارد نفر گردشگر جهان «هیچ» است! او راه برون‌رفت از این وادی پُرخطر را اندکی تأمل، بازنگری در قواعد و قوانین دست‌وپاگیر گردشگری، کمک گرفتن از افراد جوان، خلاق، آینده‌پژوه، ایده‌پرداز و نوآور می‌داند و معتقد است ما نیاز به یک نقشه‌ی راه نوآورانه و جسورانه داریم تا از صنعت به سوی اکوسیستم حرکت کنیم؛ و تنها در این صورت است که می‌توانیم از این کشتی درهم شکسته به سلامت به در آییم. با زندی در خصوص وضعیت صنعت توریسم ایران به گفت‌وگو نشسته‌ایم:

آقای زندی! شما به‌عنوان یک فعال جدی حوزه‌ی گردشگری، وضعیت صنعت توریسم کشور را چطور ارزیابی می کنید ؟

ایران از صدها سال پیش، از زمان کاروانسراها و چاپارخانه‌ها همواره پر از جاذبه‌ها و ظرفیت‌های ناب و نادیده‌ی گردشگری و راه ارتباطی میان ملت‌ها بوده است. جاده‌ی ابریشم، نقطه‌ی تلاقی توسعه‌ی مراودات و مبادلات تجاری بوده و سال‌های سال، همه‌ی دنیا، ایران را به‌عنوان مقصد گردشگری جذاب به رسمیت می‌شناخته. ما از سال ۱۳۱۴ سازمان گردشگری داشته‌ایم؛ سازمانی به نام «اداره‌ی جلب سیاحان خارجی و تبلیغات». ببینید که نگاه متولیان این امر در ۸۰-۹۰ سال پیش، چقدر تخصصی و آینده‌نگرانه بوده که از واژه‌هایی مثل «جلب» و «تبلیغات» استفاده می‌کردند.

به نظر می‌رسد گردشگری ایران از همان بدو تولد رسمی خود، ماهیت وجودی‌اش را بر ورود گردشگران خارجی به داخل کشور بنا کرده و ارزآوری و جذب سرمایه‌های خارجی برای ساختار گردشگری و جهانگردی‌مان مهم تلقی می‌شده است. سال ۱۳۱۹ اولین آژانس جهانگردی و مسافرتی ایران با عنوان «ایران‌تور» در تهران تأسیس شده اما واقعاً بعد از ۸۰ سال، ما با گردشگری‌مان چه کرده‌ایم؟

خب با این سابقه‌ی درخشان تاریخی در حوزه‌ی گردشگری، ایران امروز در چه جایگاهی است؟

ایران کشوری چهارفصل است و با داشتن قدمت تاریخی، تنوع آب‌وهوایی شگفت‌انگیز، محیط‌زیستی نادر و ۲۴ اثر ثبت‌شده در فهرست میراث جهانی یونسکو، هنوز اندر خم یک کوچه‌ایم! این یعنی یک جای کار می لنگد !

در گزارش انجمن جهانی اقتصاد آمده که؛ ایران به دلیل ارزش پایین سوخت و ارزان بودن هتل‌های آن یکی از مهم‌ترین مقاصد گردشگری جهان است؛ در حالی که آنچه پیش روی ماست، تنها سبد خالی گردشگری کشور است.

البته شیوع بیماری کرونا را فراموش نکنیم! شکی نیست که کووید ۱۹ تأثیر بسیار زیادی بر افت ورودی گردشگر در همه جای دنیا داشته. ایران هم از این قاعده مستثنی نیست.

من هنوز درباره‌ی کرونا و شیوع بیماری حرف نزدم. من دارم درباره‌ی امکان‌ها و ظرفیت‌های سوخته‌ی این صنعت به‌طور کلی حرف می‌زنم. وقتی تحقیقات بازار اقتصادهای برجسته‌ی جهان نشان می‌دهد که گردشگری و صنعت توریسم دنیا در سال ۱۹۸۰ میلادی، ۳۰ درصد از سهم اقتصاد جهانی را به خود اختصاص داده و در سال ۲۰۱۶ این رقم به ۴۵ درصد افزایش یافته است؛ طبیعی به نظر می‌رسد که پیش‌بینی کنیم تا سال ۲۰۳۰ میلادی تا ۵۷ درصد نیز صعود کند؛ و این بدین معناست که جهان تا سال ۲۰۳۰ با رقمی بیش از یک میلیارد نفر گردشگر بین‌المللی روبرو خواهد بود. حرف من این است که سهم ما از این رقم یک میلیاردی چقدر بوده است؟

بحث من درباره‌ی سیاست‌گذاری کلان و رونق گردشگری‌مان کمکی می‌کنند و نه میدان نقش جهان و پاسارگاد و ... به دادمان خواهند رسید! در صورتی که با این همه پتانسیل قابل اتکاء تاریخی و طبیعی موجود، ایران امروز باید یکی از پربازدیدترین مقاصد گردشگری جهان می‌بود. شما این‌طور فکر نمی‌کنید؟

شما به‌عنوان یک فعال جدی حوزه‌ی گردشگری، پاشنه‌ی آشیل گردشگری کشورمان را در چه می‌بینید؟ به زعم شما شاخص‌ترین چالش پیش روی‌مان چیست؟

اگر واقعاً به دنبال پاسخ این پرسش کلیدی هستید، خیلی شفاف باید بگویم که پاشنه‌ی آشیل گردشگری ایران، ساختار قوانین و قواعد دست‌وپاگیر بالادستی این صنعت است! تغییر و تحول در گردشگری ایران بدون اصلاح و بازنگری قوانین و سیاست‌های گذشته امکان‌پذیر نیست. تنها با تغییر نگرش و نگاه به آینده است که می‌توانیم باعث رشد و توسعه‌ی این حوزه شویم...

حتی در شرایط فعلی و گردشگریِ آغشته به ویروس کرونا؟

شما درست می‌فرمایید! شیوع ویروس کرونا همه را درگیر کرده و به این موضوع واقف هستم که با وضعیت موجود، بهبود شرایط بسیار دشوارتر از گذشته شده اما ناممکن نیست. شاید صنعت گردشگری یکی از آسیب‌پذیرترین کسب‌وکارهای جهان باشد که با چالش‌های بیشتری روبه‌رو شده اما حرف من این است که در طول این همه سال، آیا اساساً نظام گردشگری کشورمان هیچ‌وقت آمادگی مواجهه با بحران را داشته؟! آیا هیچ‌گاه برنامه‌ریزی و استراتژی مشخصی برای مقابله با وقایع غیرمترقبه داشته‌ایم؟! آیا نظام حاکم بر اکوسیستم گردشگری کشور تا به حال هیچ چتری برای حمایت و پشتیبانی از خانواده‌ی بزرگ خود گسترده است؟!

پاسخ برای من مثل روز روشن است. پاسخ همه‌ی این پرسش‌ها با قاطعیت «خیر» است. من بر اساس تجربه‌زیسته‌ی خودم حرف می‌زنم و سخنگوی صنف یا همکاران‌ام نیستم؛ پُر واضح است که ویروس کرونا تمامی کسب‌وکارهایمان را درگیر خود کرده؛ مخصوصاً در حوزه‌ی گردشگری. این موضوع را که همه می‌دانیم و در دشواری راه با همه‌ی جهان در شرایط نسبتاً یکسانی به سر می‌بریم؛ به زعم من، موضوع آن جا متفاوت می‌شود که سازمان‌ها و ارگان‌های ذی‌ربط گردشگری و جهانگردی در همه جای دنیا بلافاصله تمهیداتی را برای پشتیبانی و حفظ و نگاه‌داشتن فعالان و کنشگران متخصص خود در مسیر مبارزه و مقابله با بحران در نظر می‌گیرند و بسته‌های حمایتی خود را به اشکال مختلف به گروه‌های مورد نظر تزریق می‌کنند اما نهادهای اصطلاحاً حمایتی ما تنها نظاره‌گرند!

این شاید تنها انتظار آژانس‌ها و تمامی فعالان حرفه‌ای صنعت توریسم است که دولت در شرایط سخت، حامی آن‌ها باشد و در کنارشان قرار بگیرند. آیا این انتظار و توقع بی‌جایی‌ست؟ چیزی که می‌گویم حاصل شنیده‌ها و برآمده از شایعات پراکنده در فضای مبهم و بلاتکلیف و پیچیده‌ی این روزها نیست؛ من به‌طور واقعی در اتمسفر گردشگری ایران و جهان تنفس می‌کنم و از تجربه‌زیسته‌ی حقیقی‌ام در اکوسیستم صنعت گردشگری حرف می‌زنم.

ترکیه و بسیاری از مقاصد مشهور توریستی جهان در جریان شیوع بیماری کرونا بااستراتژی و برنامه‌ریزی به‌موقع خود توانستند بسته‌های تشویقی و تسهیلاتی را دراختیار فعالان و کارآفرینان حوزه‌ی گردشگری قرار دهند تا شرایط برای آن‌ها کمی آسان‌تر شود و بتوانند بحران پیش‌آمده را مدیریت کنند.

معافیت مالیاتی، بیمه‌ی بیکاری، وام‌های بدون بهره و بسیاری موارد دیگر که اگر در کشور ما نیز عملیاتی می‌شد، هر کدام به تنهایی می‌توانست زخم‌های ناسور کسب‌وکارهای زیان‌دیده امروز این حوزه را کمی التیام ببخشد، اما دریغ! دریغ و افسوس که اکوسیستم گردشگری ایران در پی بی‌مسئولیتی و بی‌برنامه‌گی متولیانش در سراشیبی نابودی جدی‌ست و مسئولان امر تنها تماشاگران منفعل پیکاری هستند که بازنده‌ی آن از پیش معلوم است. وعده‌هایی که هیچ‌کدام به سرانجامی نرسیدند. شعارهایی که هیچ‌کدام عملی نشدند! حالا که یک سال از ماجرای شیوع کرونا گذشته و همه‌ی ما به نحوی، هم‌زیستی با شرایط را آموخته‌ایم اما در طول مدت یک سال گذشته، همه‌ی فعالان حوزه‌ی گردشگری رنج‌های زیادی را متحمل شدند که هنوز هم با آن دست به گریبان هستند؛ وقتی درآمدی نیست و حمایتی هم در کار نیست، تنها راه جلوگیری از زیان بیشتر، تعطیلی‌ست. آژانس‌ها و مراکزی که تا همین چندی پیش، پیش‌قراولان ارزآوری و توسعه‌ی صنعت مهجور توریسم کشور بوده‌اند، امروز چاره‌ای جز پایین کشیدن کرکره‌ی بنگاه اقتصادی خود نمی‌بینند. بسیاری از دوستان و همکاران من مجبور به تعطیلی شدند! اما مگر برای کسی مهم است؟ در سخت‌ترین شرایط اقتصادی و تعطیلی‌های پی در پی آژانس‌های مسافرتی، معاون گردشگری بخشنامه‌ای صادر کرد با این مضمون که: «اگر می‌خواهید تعطیل کنید، تعطیل کنید؛ نیازی نیست که به ما اطلاع دهید»!

حرفی نمی‌ماند!

پس راه‌کار چیست؟

تا وقتی که صنعت توریسم ایران ساختار و سیستم نظام‌مندی برای تبلیغات و توسعه‌ی هدفمند گردشگری نداشته باشد و مسیر فرهنگ‌سازی جهانی‌مان با وضعیت موجود گام بردارد، بر این باورم که هیچ رشد و توسعه‌ای اتفاق نخواهد افتاد. به جِد معتقدم که نظام گردشگری کشور بایستی از درون بازنگری شود. باید برای دوران پساکرونا آماده باشیم و برنامه‌ی مُدون و جامعی در اختیارمان باشد تا بتوانیم گردشگری‌مان را از این حال نزار بیرون آوریم و عبور کنیم. باور کنید که بسیاری از کشورهای جهان به داشته‌ها و توانمندی‌ها و ظرفیت‌های بالقوه‌ی ما غبطه می‌خورند اما متأسفانه خودمان از این پتانسیل‌ها بهره‌ی مناسبی نمی‌بریم!

تازمانی که مسئولان و متولیان کشور، ساختار فکری نفت‌محورشان را تغییر ندهند و به تدوین استراتژی هدفمند گردشگری روی نیاورند، آش همین آش است و کاسه همین کاسه!

و حرف آخر...

حرف آخر این که؛ به زعم من، راه برون‌رفت ازاین وادی پُرخطر اندکی تأمل، بازنگری در قواعد و قوانین دست‌وپاگیر گردشگری، کمک گرفتن از افراد جوان، خلاق، آینده‌پژوه، ایده‌پرداز و نوآور است. ما نیاز به یک نقشه‌ی راه نوآورانه و جسورانه داریم تا از صنعت به سوی اکوسیستم حرکت کنیم؛ و تنها در این صورت است که می‌توانیم از این کشتی درهم شکسته به سلامت به در آییم.

با توجه به وضعیت موجود، آینده‌ی صنعت گردشگری‌مان را چطور می بینید ؟

ببینید؛ منابع زیرزمینی ما در حال تمام شدن است که اگر هم نبود، تحریم‌ها یادمان داده که نباید روی آن حسابی باز کنیم. صنایع‌مان دراغما به سر می‌برند. تولیدکنندگان‌مان حال و روز خوبی ندارند. تعطیلی متوالی بنگاه‌های اقتصادی و تعدیل نیرو و منابع انسانی تنها راه‌کار باقی‌مانده‌ی صنعتگران و صاحبان کسب‌وکارهایمان شده! واقعاً وقت آن رسیده که لااقل در دوره‌ی توقف و رکود بازارهای جهانی و شرایط پیچیده‌ی موجود، برای آینده‌ی گردشگری‌مان به‌طور جدی و اصولی برنامه‌ریزی شود تا نقشه‌ی راهی در مسیر پیش رویمان داشته باشیم. مگر نه اینکه نتیجه‌ی همه‌ی مطالعات و پژوهش‌های جهانی گواهی می‌دهند که معضل اشتغال در کشورهای اصطلاحاً در حال توسعه را می‌توان از طریق توسعه‌ی صنعت توریسم حل کرد؟ مگر نه اینکه گردشگری، موتور محرک توسعه‌ی اقتصادی و کارآفرینی دنیاست؟

آمارها نشان می‌دهند که تنها در سال ۲۰۱۷ میلادی صنعت توریسم به‌طور مستقیم ۲/۶ تریلیون دلار و قریب به ۱۱۹ میلیون شغل ایجاد کرده است و با در نظر گرفتن تأثیرات گسترده و غیرمستقیم آن، می‌توان گفت بالغ بر ۸/۳ تریلیون دلار به اقتصاد جهانی کمک کرده و ۳۱۳ میلیون شغل پشتیبانی شده است؛ این یعنی تقریباً یک‌دهم کل مشاغل دنیا. صنعت توریسم پس از صنایع نفت و خودروسازی در رده‌ی سوم صنایع جهان است و طبق آمار بانک جهانی، هشت درصد از کل گردشگران جهان متعلق به خاورمیانه است؛ یعنی تقریباً ۱۰۲ میلیون نفر. این همان نکته‌ی کلیدی و قابل تأملی‌ست که عرض کردم؛ که سهم ما از رقم بیش از یک میلیارد نفر گردشگر جهان «هیچ» است!

فارغ از اینکه ویروس کرونا دقیقاً چه زمان به‌طور کامل رفع شود و چه‌وقت از این شرایط عبور کنیم، فراموش نکنیم که طبق سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ (۲۰۲۵)، سهم ایران از تعداد گردشگران جهانی بایستی از ۰/۰۹ درصد در سال ۱۳۸۳ به ۵/۱ درصد در سال ۱۴۰۴ (پایان چشم‌انداز ۲۰ ساله) افزایش یابد؛ یعنی چیزی در حدود ۲۰ میلیون نفر توریست. و سهم ایران از درآمد گردشگری جهانی از ۰/۰۷ درصد در سال ۱۳۸۳ به دو درصد در سال ۱۴۰۴ رشد یابد؛ به‌گونه‌ای که ایران در سال ۱۴۰۴ خورشیدی (۲۰۲۵ میلادی) سالانه قریب به ۲۵ میلیارد دلار از محل گردشگر ورودی درآمد کسب کند. تمام تلاش امروز ما باید دستیابی به اهداف سند افق ۱۴۰۴ باشد. اما آیا بدون برنامه‌ی مدون، بدون سرمایه‌گذاری مناسب در این حوزه، بدون تبلیغات رسانه‌ای بین‌المللی، بدون استقرار نظام جامع آماری، بدون وابستگی تصمیم‌گیری‌ها به نفت، بدون توجه به رشد فزاینده‌ی گردشگری الکترونیک و آنلاین و بدون استراتژی واحد و ساختارمند می‌توان به اهداف این چشم‌انداز دست پیدا کرد؟ من فکر نمی‌کنم!

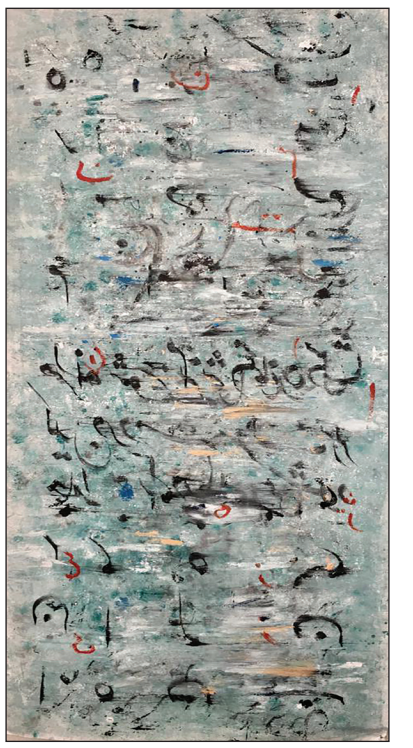
خودتان پاسخی برای این پرسش دارید؟ سهم ما چقدر بوده؟

تقریباً هیچ! با وضعیت موجود و بدون برنامه‌ریزی و سیاست عملیاتی، نه سایت تخت جمشید و چغازنبیل و تخت سلیمان به



محسن جمالی نیک:

حراج، برده‌داری نوین در قالب هنر است







مریم آموسا: محسن جمالی‌نیک از جمله هنرمندانی است که در عرصه هنر نقاشی به فعالیت می‌پردازد. وقتی با این هنرمند درباره وضعیت هنر و ارتباط مستقیم آن با اقتصاد به گفت و گو پرداختم، حرف‌هایی درباره حراجی آثار هنری بیان کرد که متوجه شدم، همچنان هنر و اقتصاد همانند یک زنجیره‌ای جدا نشدنی برای زندگی وکار کسانی است که اعداد و ارقام را در هنر خود جستجو می‌کنند. این هنرمند معتقد است،اگر به هر دلیلی رابطه هنرمند با حراج قطع و یا بد شود، زندگی و ادامه فعالیت هنری برای او بسیار دشوار می‌شود چون سایه سنگین حراج را همه جا می‌توان احساس کرد. یکی دیگر از آسیب‌های حراج بر روی هنرمند؛ این است که برای حفظ قیمت کارش باید تعداد اثر کمتری خلق کند و اجازه ندارد آثارش را با هر قیمتی در هر مجموعه‌ای در معرض دید و فروش بگذارد. در واقع به نوعی حراج برده داری نوین در قالب هنر است.

■ به نظر شما برگزاری حراج‌ها چه تاثیری در اقتصاد هنر (تجسمی) دارند؟

به نظرم در کشور ما هنوز مساله هنر برای عموم، یا هنر برای هنر، به نتیجه و سرانجام نرسیده است که بحث اقتصاد هنر، آن هم در وسعتی گسترده و پیچیده به نام حراج ها شکل گرفت وروند شکل گیری حراج‌ها به گونه‌ای است که رد پای سرمایه داری را به وضوح در آن می‌توانیم ببینیم. به نظر من حراج‌ها به هیچ وجه برنامه‌ای هدفمند در راستای رشد و توسعه هنر نداشته و نخواهد داشت. بلکه تمام سیاست حراج‌ها معطوف به سرمایه داری است و اتفاقا در حراج‌ها شاهد سودهای کلان و زود بازده برای برگزار کنندگان هستیم. با این تفاسیر به نظر من طرح این سوال خالی از لطف نیست؛ آیا حراج‌ها بر رشد هنر تاثیری دارند؟ به نظرم باید این موضوع را به شکل جدی در کشور خودمان بررسی کنیم.

■ به نظر شما آیا حراج تهران تاثیر سویی بر هنر تجسمی ما گذاشته اند؟

برای پاسخ به این پرسش باید کمی به عقب بازگردیم زمانی که هنر معاصر در ایران در حال شکل گیری بود.

پس از تولد هنرمعاصر در ایران، به مرور شاهد شکل گیری گالری‌ها در تهران و کم کم در سایر شهرها بودیم. هر چند هنوز در بسیاری از شهرهای ایران؛ گالری و فضای مناسبی برای ارائه و نمایش آثار تجسمی نداریم.

پس از باز گشایی گالری، فضایی برای نمایش آثار بزرگان هنرهای تجسمی، استادان و دانشجویان هنر بوجود آمد و هنرمندان تلاش می کردند هر یک با زبان هنری خاص خودشان آثار یکه و درخوری را خلق کنند و همین موضوع موجب شد تا شاهد آثاری مدرن باشیم که در عین حال که در عرصه‌های بین المللی حرفی برای گفتن دارند. در آن‌ها مولفه‌هایی از هنر بومی و تمدن ایرانی را نیز مشهود بود. البته برخی از هنرمندان هم به شکل‌های مختلف تلاش می کردند تا از هنر تجسمی روز دنیا عقب نمانند و از امکاناتی که سایر هنرمندان برای خلق آثار خود بهره می گرفتند برای خلق اثر بهره بگیرند. در چنین شرایطی هنرمندان هر یک برای نمایش آثارشان تلاش می کردند تا گوی سبقت را از یکدیگر بربایند تا آثارشان بهتر دیده شود. البته فروش آثارشان نیز برایشان اهمیت داشت چون هم می‌خواستند از راه هنر ارتزاق کنند و هم زمینه ادامه حیات هنری شان را نیز فراهم کنند. در این دوران ما شاهد بالا رفتن کیفیت و کمیت آثار تجسمی بودیم اما با راه اندازی حراج تهران خیلی زود بسیاری از ارزش‌ها اهمیت خود را از دست دادند و دیگر تنها جنبه مورد توجه هنرمندان، گالری دارها و مجموعه دارها قرار گرفت ازاین زمان بود که هنرهای تجسمی به بهانه شکوفایی اقتصاد هنر از مسیر اصلی خود خارج شد.

وقتی اثر هنری به کالایی سود ده آن هم در حد کلان تبدیل می‌شود، نفوذ سرمایه دارن و در هر صورتی به شکل حقیق و حقوقی بسیار پر رنگ می‌شود. هنری که تا پیش از آن بسیار سنجیده و قدم به قدم در حال پیشرفت بود مبدل به دستمایه‌ای برای نمایش قدرت این افراد می‌شود. دیگر اثر هنری با خودرویی لوکس یا مثلا قطعه زمینی ارزشمند برابری می کند. سرمایه داران اثر هنرمند را از یک گالری یا خود وی با نازل‌ترین قیمت خریداری می کنند و در حراج با قیمت‌هایی که برای خود هنرمند نیز باور پذیر نیست با ترفندهایی زیرکانه مثلا خرید خود اثر توسط صاحب همان اثر فقط برای بالا بردن ارزش اثر برای فصل بعدی حراج می‌فروشند.

■ آیا هنرمندان از ارقام و وضعیت موجود در عرصه اقتصادی هم لطمه می‌خورند؟

در چنین شرایطی بزرگ‌ترین آسیبی که هنرمند می‌خورد این است که پس حراج؛ دیگر به راحتی نمی‌تواند اثرش را بفروشد و پس از آن این مجموعه دار آثار هنرمند است که برای ادامه حیات هنری او تصمیم می‌گیرد و اگر به هر دلیلی رابطه هنرمند با حراج قطع و یا بد شود، زندگی و ادامه فعالیت هنری برای او بسیار دشوار می‌شود چون سایه سنگین حراج را همه جا می‌توان احساس کرد. یکی دیگر از آسیب‌های حراج بر روی هنرمند؛ این است که برای حفظ قیمت کارش باید تعداد اثر کمتری خلق کند و اجازه ندارد آثارش را با هر قیمتی در هر مجموعه‌ای در معرض دید و فروش بگذارد. در واقع به نوعی حراج برده داری نوین در قالب هنر است.

■ آیا حراج‌ها از همان ابتدای امر بر روی هنر معاصر ما تاثیر سو گذاشتند؟

باید به این مساله مهم اشاره کنم که حراج تهران در ابتدای امر و در مرحله آزمون خطا زیر لوای فعالیت‌های انسان دوستانه و خیریه فعالیت خود را آغاز کرد.نخستین حراج آثار هنرهای تجسمی به همت خیریه بهنام دهش‌پور و با حضور ۱۲۷ هنرمند خیر و صاحب‌نام برگزار شد .با پیش کشیدن بحث خیریه چون عواید حراج صرف بیماران سرطانی می‌شد بسیاری از هنرمندان از برگزاری این رویداد استقبال کردند. البته همه هنرمندان به نیت انسان دوستانه حراج توجه داشتند و با حمایتی که از حراج کردند به نوعی باعث شدند تا سنگ حراج تهران محکم گذاشته شود.

پس از آن که حراج تهران شکل گرفت به مرور به هنری برای او بسیار دشوار می‌شود چون سایه سنگین حراج را همه جا می‌توان احساس کرد. یکی دیگر از آسیب‌های حراج بر روی هنرمند؛ این است که برای حفظ قیمت کارش باید تعداد اثر کمتری خلق کند و اجازه ندارد آثارش را با هر قیمتی در هر مجموعه‌ای در معرض دید و فروش بگذارد. در واقع به نوعی حراج برده داری نوین در قالب هنر است.

■ آیا حراج‌ها از همان ابتدای امر بر روی هنر معاصر ما تاثیر سو گذاشتند؟

باید به این مساله مهم اشاره کنم که حراج تهران در ابتدای امر و در مرحله آزمون خطا زیر لوای فعالیت‌های انسان دوستانه و خیریه فعالیت خود را آغاز کرد.نخستین حراج آثار هنرهای تجسمی به همت خیریه بهنام دهش‌پور و با حضور ۱۲۷ هنرمند خیر و صاحب‌نام برگزار شد .با پیش کشیدن بحث خیریه چون عواید حراج صرف بیماران سرطانی می‌شد بسیاری از هنرمندان از برگزاری این رویداد استقبال کردند. البته همه هنرمندان به نیت انسان دوستانه حراج توجه داشتند و با حمایتی که از حراج کردند به نوعی باعث شدند تا سنگ حراج تهران محکم گذاشته شود.

پس از آن که حراج تهران شکل گرفت به مرور به واسطه اتفاقاتی که در حراج رخ داد، زمینه‌ای فراهم شد تا برخی از هنرمندان و رسانه‌ها با دست‌های پشت پرده و ترفندهای عوام فریبانه برگزار کنندگان حراج تهران آشنا شوند.

برگزاری حراج تهران به نوعی بزرگترین آسیب را به هنرمندان زد و به نوعی موجب قربانی شدن هنرمندان می‌شود وموجب ایجاد فضای مسمومی در فضای هنرهای تجسمی ما است و فضای رقابتی بدی میان هنرمندان بوجود می‌آورد.

■ در حراج اخیر شاهد فروش اثر آیدین آغداشلو به رقمی نجومی بودیم؛ نظر شما در این خصوص چیست؟

به نظر من فروش تابلوی کپی آیدین آغداشلو که با کلمه از آن خود سازی با رقم نجومی،دهن کجی به شعور مخاطبان هنر تجسمی است. وعدم شفاف سازی آقای علیرضا سمیع آذر درباره چگونگی حضور این اثر در حراج و چرایی بالارفتن این اثر در حالی که آیدین آغداشلو در ماه‌های اخیر با حاشیه‌های بسیاری همراه بوده است اشاره‌ای گویا به دست‌های پشت پرده دارد. البته بسیاری از هنرمندان و گالری داران نیز با سکوت خود نسبت به این افزایش قیمت مهر تاییدی بر این موضوع زدند.

اهالی اقتصاد و هنر از هم شناخت دارند؟



سعید فلاح‌فر منتقد حوزه تجسمی/ مهر: قاعده ورود به موضوعات، ترکیبی و بینارشته‌ای است؛ اگر قرار بر پرداختن به «اقتصاد هنر» باشد، باید به دو مقوله کاملاً تخصصی و شیوه تحلیلی رابطه‌ها مسلط بود. اول اقتصاد و دوم هنر و بالاخره چیستی و چگونگی رابطه بین این دو. به نظر می‌رسد مشکل از همین بحث ساده شروع می‌شود. اهالی اقتصاد با هنر و چرایی و چگونگی و چیستی آن آشنا نیستند و اهالی هنر با درک اقتصاد کلان و مقتضیات و جزئیات آن.

باید اعتراف کرد هنوز در فرهنگ ایرانی، زبان مشترکی برای این دو پیدا نشده است. هیچکدام به درستی دنیای دیگری را درک نکرده و حتی به درستی نتوانسته‌اند تصور کارآمدی از الگوی برد برد برای طرفین و حتی ماهیت سود آن دیگری داشته باشند.

اختلاف شیوه‌های نگارخانه‌داری در ایران با نمونه‌های غربی که سابقه طولانی‌تری در اقتصاد هنر دارند از همین مهم ناشی می‌شود، تا جایی که به طور کلی نمی‌توان مجموعه پیوسته‌ای از هنرمند و نگارخانه‌داری را در ایران سراغ گرفت. هنرمندان در شیوه‌های نگارخانه‌داری و حقانیت سهم نگارخانه‌ها از منافع مادی و معنوی تردید دارند و نگارخانه‌ها تلاش می کنند با ترفندهایی از این حق دفاع کرده و هنرمندان را در جهت منافع خود کنترل کنند. به نظر می‌رسد این رابطه به مبارزه‌ای پنهان تبدیل شده و حاصل آن تخطی بسیاری از وظایف حرفه‌ای و اخلاقی است. بدیهی است در این میان آنچه که مورد بی‌مهری قرار می‌گیرد نسبت هنر است با اقتصاد و موقعیت هنرمند و تاجر و... نسبت به دیگری و نسبت به دیگران. در نتیجه فضای فرهنگی هنری معدود نگارخانه‌ها و انگیزه‌های فرهنگی هنری هنرمندان ناگهان از اوایل دهه هشتاد به سمت اولویت فروش و ثروت و شهرت و...، تغییر جهت می‌دهد بی‌آنکه قواعد و فرهنگ مشارکت، قانون و موضوعات حقوقی و... با این سرعت تغییر کرده باشند.

اقتصاد هنر باید پرورش پیدا کند



بهنام کامرانی نقاش و پژوهشگر/ ایلنا: برگزاری اکسپوی هنری (بازار فروش آثار هنری) در دنیا اتفاق تازه‌ای نیست.هدف از برگزاری اکسپو تحول در اقتصاد هنر است. برگزاری چنین بازارهایی زمانی می‌تواند در کشور با موفقیت همراه باشد که موضوع خرید آثار تجسمی با الزام و اجبار همراه باشد. در بسیاری از کشورها آموزش‌هایی وجود دارد که مردم را به کار هنری علاقه‌مند کند، چیزی که در کشور ما هنوز تدوین نشده است. این که چگونه قشر غیر هنری را به هنر علاقه‌مند کنیم سیاست فرهنگی است. در حال حاضر مسئله ما این نیست که آثار به چه قیمتی فروش می‌روند، مسئله اساسی این است که عموم مردم هنوز مسعود عربشاهی یا بهمن محصص را نمی‌شناسند. برنامه‌ریزان اقتصاد هنر باید بدانند چگونه هدفمندانه مردم را با این موضوعات آشنا کنند. در این شرایط حتی اگر یک اثر هنری به مبلغی بالاتر از ارزش خود فروش رود به سایر نقاشان کمک می‌کند. با توجه به آنچه گفته شد باید ادغان کرد که حمایت گسترده می‌تواند اقتصاد هنر را پرورش دهد و باعث رشد آن شود. آن را کنترل کند و ظرفیت‌های هنری را تا جایی که ممکن است پیش ببرد.

رادیو و تلویزیون هم نقش دارند؛ وقتی رادیو و تلویزیون فضایی را برای انعکاس فعالیت‌ها و معرفی آثار هنری ارائه ندهند، مسئولیت این کار به‌تنهایی برعهده هنرمند خواهد بود و اوست که تاوان آن را می‌دهد.

توان خرید خانواده ایرانی در عرصه هنر پایین است و علت‌اش این است که باید هنر در سیستم آموزش و پرورش قرار بگیرد تا زایش ذهن از کودکی با انسان همراه شود. باید کودکی که تازه به دنیا می‌آید، هنر را ببیند تا فرهنگ خرید آثار هنری در آینده وی بخشی از زندگی‌اش شود. برگزاری رویدادهایی مانند نمایشگاه فروش آثار هنرهای تجسمی فرصت مناسبی برای حمایت از هنرمندان رشته‌های تجسمی فراهم می‌کند.

هفته‌نامه اقتصادی
توسعه بازاریابی

صاحب امتیاز و مدیرمسئول: مریم سپاه خباز
سردبیر: حمید بروغنی
دبیر تحریریه: صبا شادور
هیأت تحریریه: مریم آموسا، سپیده شمس
مدیر فنی‌وهنری: حسین ناصری

نشانی: تهران خیابان بهشتی، خیابان صابونچی، پلاک ۳
واحد سوم غربی
تلفن: ۸۸۸۹۹۹۹۲ همراه: ۰۹۱۹۹۶۰۶۰۴۰
چاپ: پیمان نواندیش
toseebazaryabi.gmail.com

| هفته‌نامه اقتصادی، اجتماعی | شنبه ۱۱ بهمن ۱۳۹۹ | ۸ صفحه | شماره ۴۲ | قیمت ۴۰۰۰ تومان |

کدام خصوصیات ویدئو پروژکتورها مهم است؟

تقریباً همه ما نیاز داریم تا محتوا، هدف و ارزش کار مان را به مشتریان و همکاران مان نشان دهیم. پروژکتورها با بزرگ کردن تصاویر صفحه نمایش کامپیوتر شما به اندازه‌ای که برای نمایش در یک اتاق پر از افراد مختلف مناسب باشد، به برقراری چنین ارتباطی کمک می‌کند.



شفافیت ویدیوپروژکتور

اصل طراحی یک دیتا پروژکتور بر اساس تبدیل تصاویر کوچک به تصاویر بسیار بزرگتری است که افراد حاضر بتوانند به راحتی آن را ببینند. برای فعال کردن سنسورهای موجود در چشم انسان نیاز و تابش نور به اندازه کافی است.

این میزان تابش نور بر اساس اندازه صفحه نمایش و میزان نور موجود در محیط متغیر است. برای مثال برای دریافت تصویر ۱۵۰ اینچ یا تقریباً یک پرده نمایش سه متر در محیط نسبتاً تاریک، دستگاه مورد استفاده باید دارای لومنز ۲۰۰۰ باشد ولی اگر در محیط تاریک باشد دستگاه با هزار لومنز کفایت می‌کند. البته تنها تفاوت دستگاه‌های حرفه‌ای که در سالن‌های کنفرانس و یا سالن همایش‌ها استفاده می‌شود با دستگاههای خانگی در این میزان نیز دیده شده است که البته به دلیل بالا بودن قیمت چنین دستگاه‌هایی برای مصارف خانگی گزینه مناسبی نخواهد بود.

رزولوشن ویدئو پروژکتور

رزولوشن معمولاً بر حسب تعداد پیکسل‌ها در ابعاد افقی و عمودی بیان می‌شود. فقط به یاد داشته باشید که لزوماً رزولوشن بالاتر، همواره بهتر نیست. به عنوان مثال اگر مانیتور کامپیوتر شما دارای رزولوشن ۷۶۸ در ۱۰۲۴ باشد ارسال تصاویر آن به پروژکتوری با رزولوشن ۱۴۰۰ در ۱۰۵۰ می‌تواند موجب کاهش کیفیت تصویر شود. پیکسل‌های بیشتر موجب درهم ادغام شدن مقادیر پیکسل‌های اصلی شده و در نتیجه باعث محو شدن لبه‌های هر پیکسل و ایجاد تصویری با جذابیت کمتر می‌شود. وضعیت ایده‌آل منطبق بودن رزولوشن پروژکتور با رزولوشن صفحه نمایش کامپیوترشماست.

خصوصیات دیگر

تقریبا تمام ویدیوپروژکتورهای میان متوسط تا حرفه‌ای، کیفیت تصویر قابل قبول و شفافیت نسبتاً بالایی دارند. بنابراین گاهی اوقات انتخاب شما باید بر اساس خصوصیات دیگری باشد. به عنوان مثال آیا نیاز به ریموت کنترل دستی برای کنترل پروژکتور خود دارید؟ آیا همواره در حال جابجا کردن ویدئو پروژکتور خود هستید و وزن آن برای شما مهم است؟ آیا نیاز به دیتا پروژکتوری دارید که قابل نصب به سقف باشد؟ آیا می‌خواهید با یک قیمت مناسب‌تر خرید نمایید. آیا یک پروژکتور رومیزی می‌خواهید؟

آیا نیاز دارید پروژکتور داشته باشید که به صورت وایرلس به گوشی و یا تبلت شما نصب گردد.

هنگام خرید دقت کنید که به طور معمول قصد دارید چگونه از پروژکتور خود استفاده کنید، تا به شما برای تصمیم‌گیری در مورد خصوصیات ویدئو پروژکتوری که نیاز دارید کمک کنیم.

بزرگترین مزایای ویدئو پروژکتور نسبت به تلویزیون این است که در چند سال گذشته بسیاری از مردم تلویزیون‌های قدیمی خود را با صفحه‌های مسطح مبادله کردند چرا که اصولا تلویزیون‌های قدیمی مردم به مرور منسوخ شدند از آغاز سال ۲۰۱۵ به بعد، برخی از مشتریانی که بسیار مدرن بوده و با فناوری پیش می‌رفتند مزایای ویدئو پروژکتورها را کشف کردند. نه تنها این دستگاهها ارزش استثنایی پول شما را از نظر طراحی عملکرد و کیفیت بالا نشان می‌دهند بلکه همچنین از مزایای زیادی برخوردارند که تلویزیون‌های قدیمی حتی نمی‌توانند به آنها نزدیک شوند.

اگر شما زیاد با پروژکتورها آشنا نیستید یکی از تلویزیون‌هایی که صفحه غول پیکری دارند را با یک پروژکتور مقایسه کنید. از نظر اصولی یک ویدیوپروژکتور نه تنها بهتر از یک تلویزیون غول پیکر است بلکه دارای همان ارزش بالا از نظر کیفیت تصویر با هزینه کمتر است. در ادامه بزرگترین مزایای ویدئو پروژکتور نسبت به تلویزیون را ذکر خواهیم نمود.

کیفیت بهتر تصویر

کیفیت تصویر اولین موردی است که می‌توان به آن اشاره نمود. در حالی که برخی از صفحه نمایش‌های مسطح، تصویری با کیفیت عالی ارائه می‌دهند. اما باید از عان داشت که یک پروژکتور خوب با آن قابل قیاس نیست.

همچنین در تلویزیون‌های قدیمی شما قادر نیستید تصویر را از زوایای مختلف ببینید. در حالی که وقتی پروژکتور را با صفحه نمایش خاص هماهنگ می‌کنید می‌توانید به یک دید کامل ۱۸۰ درجه برسید. با وجود دیتا پروژکتورها شما کیفیت تصویر را از دست نمی‌دهید و این به دلیل رزولوشن شگفت‌انگیز آن است. با استفاده از یک ویدئو پروژکتور نه تنها شما می‌توانید اندازه صفحه نمایش را تغییر دهید بلکه می‌توانید صفحه نمایش را پس از استفاده مخفی نمایید.

مدیریت فضا

یکی دیگر از مزایای ویدئو پروژکتور، مدیریت فضایی است که می‌خواهید از آن استفاده نمایید. بدون اینکه آن را هدر دهید. به طور مثال شما برای داشتن یک تلویزیون حداقل با میز و دیگر ملزوماتش نیاز به یک فضای حداقل ۲ متر در عمق یک متر دارید. در صورتی که با استفاده از پروژکتور این فضا اشغال نمی‌شود.

راحتی

مزیت بعدی مربوط به راحتی است. شاید از خودتان بپرسید که راحتی چه ارتباطی با ویدیو پروژکتور دارد. پاسخ این مسئله به چگونگی دیدن چشمان شما در برابر صفحه‌نمایش مقابل شما مربوط می‌شود. اگر شما قادر باشید یک صفحه بزرگ را پر کنید، قطعاً دیده چشمان شما راحت‌تر خواهد بود.

قیمت ویدئو پروژکتور

یکی از بزرگترین مزایای نسل جدید پروژکتورها که مدل‌های آن در زیر به آن اشاره خواهیم کرد، پایین بودن قیمت‌ها است که با توجه به امکانات بالایی که دارد از نظر قیمت نسبت به یک تلویزیون که این امکانات را ارائه دهد نسبت یک به هفتاد است.

بهره وری آموزشی

با توجه به مشکلات پیش رو در دنیا از جمله بیماری کرونا، آموزش به داخل منازل و یا محیط کار بیشتر شده و با داشتن چنین ابزار کاربردی در زمینه پخش با توجه به تصویر بزرگ و صدای استریوی آن، بسته آموزش جذابیت بیشتری پیدا کرده است. الخصوص برای کودکانی که تنها با دیدن دروس در تبلت و یا گوشی همراه خسته شده و نسبت به آموزش دلزده شده اند با این ابزار مفید نسبت به آموزش دلگرم‌تر می‌شوند و مفاهیم را بهتر درک می‌کنند.

بهره‌وری در زمینه کسب و کار و تجارت

با توجه به نصب پروژکتور قابل حمل جدید در کسب و کار و یا رزومه کاری و یا شرکت در کنفرانس‌های کوچک با استفاده از این ابزار مفید می‌توان بدون استرس تمامی فایل مرتبط به کار مورد نظر ما و یا تبلیغ محصولات ما را در کمترین زمان به مخاطبان ارائه دهیم.

انسان‌های بزرگ علاقه زیادی به بزرگ دیدن و بزرگ دیده شدن بهره‌وری در اتاق خواب کودکان و یا تخت خواب‌های مدرن جدید کودکان امروز دارای هوش بالایی بودند و با توجه به بالا رفتن سطح فرهنگی پدر و مادرها و همچنین درگیری‌های زندگی و شرایط سخت کار برای ایشان برای جبران علم، توان قصه گویی بر بالین کودکان را ندارند. از زمان کودکی در اتاق خواب ایشان برای پخش کارتون و یا پخش فایل‌های صوتی و یا تصویری و اقدام به نصب این دستگاه‌های مفید در اتاق‌های تخت ایشان می‌نماید.

کاهش چشمگیری و صرفه جویی در هزینه‌های خانوار و جلوگیری از ابتلا به بیماری با توجه به هزینه‌های بالا در زمینه بلیط سینما تئاتر و تعطیلی این مراکز و به دلیل بیماری‌های مانند کرونا و پرکردن این خلاء تفریحی با پخش فیلم با این ابزار نشاط و روحیه را به خانواده‌ها تقدیم می کنیم. با لذت بردن از تصویر بزرگ سینمایی در منزل بهره‌وری در زمینه لذت بازی‌های کامپیوتر و دیگر کنسول‌های حرفه‌ای این امکان با این دستگاه‌ها فراهم شده است. گاهی دور هم بودن و دور هم دیدن و با هم بازی کردن در وضعیت ناپایدار زندگی امروز مهم است. پس باید این ابزار مفید و با پخش بازی در ابعاد بزرگ لذت خیلی بالاتری را می‌توان به دست آورد؛ چه برای کسانی که آن بازی را تماشا می‌کنند و چه برای کسانی که خود بازی می‌کنند. مزایای نصب پروژکتورهای قابل حمل جدید نسبت به نسل قدیم متفاوت است.

یک قیمت فوق العاده مناسب از مبلغ دو میلیون و ۲۰۰ هزار تومان تا مبلغ ۳ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان تغییر یافته است. لازم به ذکر است این قیمت برای دستگاه آکبند بسیار ارزنده بوده؛ دو قابلیت اتصال مستقیم از طریق وایرلس به انواع گوشی‌ها و تبلت‌ها، سه، قابلیت اتصال از طریق بلوتوث جهت انتقال تصویر و یا صدا، چهار قابلیت اتصال با کابل از طریق Hdmi کابل av کابل rgb or vga کابل usb.

این مدل k۱۸

با قابلیت نصب از طریق وایرلس به گوشی و تبلت‌های همراه

مبلغ فروش ۳۶۰۰۰۰۰ تومان هست



مورد اول
دستگاه پرژکتور ارکست
مدل k۱۸

با مشخصات فنی زیر

یکی از بهترین ویژگی این دستگاه غیر از حمل آسان آن اتصال مستقیم به گوشی‌های موبایل هست و پخش مستقیم آن و تا تصویر پرده ۳ متر یا ۱۵۰ اینچ برد موثر ش هست

قیمت فروش تک
۳۶۰۰۰۰۰ تومان



مورد دوم دستگاه پرژکتور
K۱۷

هست که این دستگاه دستگاه زیاد خوبی برای سالن‌ها نیست بیشتر کاربدش در اطاق هست مخصوص اطاق کودکان چون نهایت تصویر مفیدش تا ۶۰ اینچ هست که یه سری تولید کننده‌های تخت خواب کودکان دارن خرید میکنن متل عکس زیر

فروش در سایت‌ها ۲۲۲۰۰۰۰ تومان هست
که فروش همکاری طبق مورد بالا بوده



مورد سوم
دستگاه پرژکتور
مدل k۱۹

مدل a۲۰۰۰

فروش در سایت ۲۷۲۰۰۰۰ تومان

این دستگاه نسبت به k۱۷ دارای کیفیت بالاتری هست و همچنین در پک آن پایه نیز اضافه دارد. همچنین دارای سه رنگ میباشد سفید نارنجی و مشکی

مرکز فروش
تهران خیابان ولیعصر بالاتر از خ انقلاب بازار کامپیوتر رضا پلاک ۱۹
فروشگاه شیرین کار کامپیوتر
تلفن تماس ۶۶۴۶۳۳۷۳
۶۶۴۸۰۰۴۲
۶۶۴۸۰۰۵۱
مدیر فروش
مرتضی شیرین کار