خراسان روزنامه صبح ایران
چهار شنبه ۲۳ دی ۱۳۹۴ . ۲ ربیع الثانی ۱۴۳۷ . شماره ۱۹۱۶۶

رسوب ۲/۷ میلیون تن فولاد درانبارها

معاون وزیر صنعت از رسوب ۲/۷ میلیون تن فولاد در انبارها خبر داد و گفت: باید زمینه را برای صادرات محصولات فولادی فراهم کرد و با پرداخت جایزه، صادرات را رونق داد. کرباسیان در گفتگو با مهر گفت: نبود موازنه در زنجیره فولاد هموار یکی از دغدغه های دولت بوده و در سال جاری نیز کشور با کسری ۱۰ میلیون تنی گندله مواجه است، این در شرایطی است که برهم خوردن همین موازنه می تواند منجر به آسیب های جدی برای صنعت فولاد کشور شود.

تالار شیشه‌ای

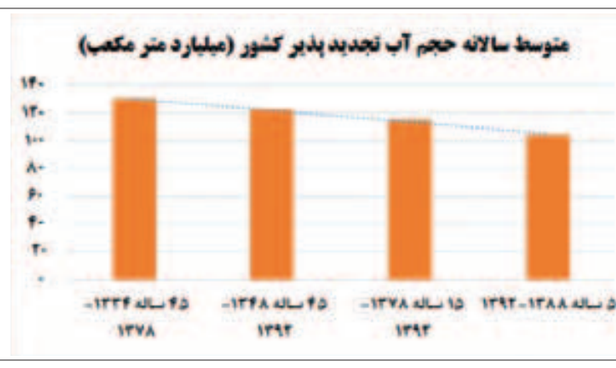
ایمان مقدسیان
economic@khorasannews.com

بانک ها موتور محرک بورس شدند

چشم صندوق باز نشستگی به دنبال یک کرسی هیئت مدیره ایران خودرو

سه شنبه، بانکها موتور محرک بورس شدند، بانک تجارت، بانک ملت و بانک صادرات در بین بانک های بزرگ زمینه ساز شروع حرکت بانکی ها شدند، پس از تیر ماه امسال، برای اولین بار بانک تجارت بالاتر از قیمت های ۱۰۰۰ ریال معامله شد، بانک ملت هم بالاتر از ۲۰۰۰ ریال شده، بانک صادرات اما هنوز به اندازه این دو رشد نکرده است. بانک ملت بر رشد شاخص هم اثرگذار بود، ۵۳ واحد شاخص را بالا آورد و در کنار بانک ملت، حکشتی و خساپا بیشترین تأثیر را بر رشد شاخص داشتند. فارس، شبندر و فولاد هم مانع از رشد بیشتر شدند، در نهایت شاخص ۵۱ واحد رشد کرد و به ۶۲۸۴۰ واحد رسید. در صنایعی که پیش از این رشد داشته اند از جمله تجهیزاتی ها و سهام پرتانسیلی مانند شکربن، بیشتر استراحت و معاملات در درصدهای منفی را شاهد بودیم.

اما حالا که بورس شروع به رشد کرده، برخی سهام ها هم ممکن است بدون علت و تنها به دلیل تقاضای ناشی از انگیزه های سفته بازانه رشد قیمتی داشته باشند، از جمله سهام شرکت لعابیران که ظرف مدت ۸ روز کاری ۳۳ درصد رشد کرده بود، به دنبال شفاف سازی مدیر عامل این شرکت با توقف رشد روبه رو شد. ظاهراً مدیر عامل شرکت اعلام کرده روند حرکت قیمتی با وضعیت سودآوری سهم تضاد دارد. این شفاف سازی موجب شد این سهم ۳ درصد افت قیمتی را تجربه کند. اما در اخبار مجامع برگزار شده، مجمع هلدینگ صندوق بازنشستگی کشوری برگزار شد، در این مجمع رأی به تقسیم سود ۶۲۵ ریالی به ازای هر سهم داده شد، این شرکت برنامه افزایش سرمایه ۱۰۰ درصدی از محل مطالبات و آورده نقدی را در دستور کار دارد. در این مجمع از استراتژی های تازه این شرکت صحبت شد، اولین استراتژی خرید یا احداث نیروگاه سیکل ترکیبی است و دومین استراتژی گرفتن یک کرسی از هیئت مدیره شرکت ایران خودرو است. افزایش سرمایه شرکت بهمن لیزینگ نیز در مجمع این شرکت تصویب شد، این شرکت قصد دارد سرمایه خود را از ۶۰ میلیارد تومان به ۱۰۰ میلیارد تومان برساند، قرار است این افزایش سرمایه در دو مرحله انجام شود. در مجمع این شرکت اعلام شد، ذخایر این شرکت برای مطالبات مشکوک الوصول کافی است و تمهیدات لازم برای این مورد در نظر گرفته شده است. در این مجمع عنوان شد، شرایط سال ۹۳ و ۹۴ ملاک خوبی برای پیش بینی آینده نیست و محصولی مانند کامیونت کشش خوبی برای لیزینگ در ایران دارد و احتمالاً از نیمه دوم سال ۹۵ رونق به بازارها بر می گردد.



گزارش مرکز پژوهش های مجلس از نظام تعرفه ای آب

بهره وری آب قربانی تعرفه گذاری ناکارآمد

محمد حقگو- درحالی کشور با کاهش های پیاپی سالیانه بارش های جوی و بخصوص کاهش ذخایر آب زیرزمینی مواجه است که هنوز نقاط ضعف قابل تاملی در زمینه سیاست گذاری آب وجود دارد. شاید بتوان اصلی ترین ضعف را در عدم پیاده سازی نگاه اقتصادی به آب عنوان کرد. در این راستا بررسی های مرکز پژوهش های مجلس نشان می دهد تعرفه آب بهای بخش کشاورزی که بخش عمده ای از مصرف را تشکیل می دهد، از بسیاری از کشورها وحتی کشورهایی که ظاهراً از نظر منابع آبی وضعیت بهتری نسبت به ایران دارند، پایین تر است. بارزترین نمونه آن را نیز می توان تعرفه صفر تومانی آب های زیرزمینی عنوان کرد. ذخایری که هم اینک کشور با کسری روز افزون و ۱۰۹ میلیارد متر مکعبی در آن مواجه است. این مرکز در نهایت پیشنهاد می کند تا نظام تعرفه ای موثری برای سروسامان دادن به نظام بهینه تخصیص منابع در این بخش اعمال گردد.

■ **کاهش وضعیت منابع و مصارف، اصلی ترین ضرورت بازبینی تعرفه های آب کشاورزی**

کمابیی همواره راهنمای ارزش گذاری بازاری کالاها بوده است. هم اینک وضعیت منابع و مصارف آب در ایران نشان می دهد اولاً متوسط حجم آب تجدیدپذیر کشور در دوره های زمانی مختلف کاهش شدیدی داشته است. ثانیاً بر اساس نمودار فوق و بر اساس متوسط بارش سالانه ۱۳۰ میلیارد متر مکعبی، سهم مصرف آب کشاورزی، بیش از ۹۲ درصد و شرب و صنعت به ترتیب ۶/۴ و ۱/۲ درصدی می باشد. با توجه به این اطلاعات گزارش مرکز پژوهش ها می توان به ضرورت پرداختن به اصلاح مصرف آب کشاورزی بیش از سایر بخش ها پی برد. همچنین در راهبردهای توسعه بلندمدت منابع آب کشور بر رساندن سهم ۹۲ درصدی یادشده به ۸۷ درصد در بیست سال آینده تاکید شده است.

■ **تعرفه های صفر آب کشاورزی برای منابع زیرزمینی**

هم اینک تعرفه های آب کشاورزی هر ساله توسط هیئت مدیره شرکت های آب منطقه ای، به تفکیک هر دشت و نوع شبکه آبیاری (مدرن، نیمه مدرن و سنتی) و نیز عملکرد و قیمت محصولات کشاورزی محاسبه و ابلاغ می شود. بر این اساس متوسط آب بهای تنظیم شده در شبکه های مدرن، معادل ۳ درصد ارزش محصول و در شبکه های نیمه مدرن و سنتی به ترتیب معادل ۲ و ۱ درصد می باشد. برای فهم بیشتر موضوع، شایان ذکر است متوسط این نرخ ها در سال ۹۳ به ترتیب برای شبکه های مدرن، نیمه مدرن، سنتی و منابع زیرزمینی، ۲۰،۷۲،۱۳۳ و صفر ریال در مترمکعب بوده است. همانطور که ملاحظه می شود دقیقاً در بخش منابع زیرزمینی که کسری جدی آب (چیزی معادل ۱۰۹ میلیارد مترمکعب در ۱۰ سال اخیر) وجود دارد، نظام تعرفه ای مناسبی برقرار نیست. این درحالی است که در سال های اخیر، با نصب کنتورهای هوشمند تنها سقف مصرف آب کشاورزی کنترل می شود که الزاماً منطبق بر حفظ کارایی منابع نمی باشد.

■ **در تعرفه آب کشاورزی نسبت به دنیا چگونه ایم؟**

تفاوت های نسبتاً زیادی بین کشورها در قیمت گذاری و نحوه تامین هزینه ها وجود دارد. اما می توان گفت، تجربه کشورهای موفق نشان دهنده این است که قیمت گذاری آب علاوه بر پوشش کامل هزینه های مالی، شامل محاسبه ارزش فعلی هزینه های فرصت داخلی و خارجی نیز می باشد. در هر صورت دیدگاه مجامع بین المللی در خصوص قیمت گذاری آب که می توان آن را چکیده تجربه های جهانی دانست، بر مواردی از قبیل پوشش هزینه های کامل آب، قیمت گذاری بر مبنای پایداری و کارایی مصرف تاکید دارد. البته در این میان به رعایت قدرت پرداخت مصرف کنندگان نیز توصیه شده است. در هر صورت مروری بر کشورهای دور و نزدیک وحتی بهتر از لحاظ شرایط منابع آبی، نشان می دهد نرخ تعرفه آب کشاورزی در ایران تفاوت قابل ملاحظه ای با آن ها دارد. (نمودار فوق) به عنوان مثال این تعرفه ها در ترکیه، همسایه شمالی ما، حدود ۳ برابر نرخ تعرفه آب سیستم های مدرن در کشور است. با این حال مقایسه بهره وری آب در ایران با سایر کشورها نیز نشانگر این است که این شاخص در کشور نسبت به کشورهای دیگری که حتی از نظر منابع آبی وضع مناسبتری دارند، پایین تر است.

در مجموع به نظر می رسد اصلاح نظام تخصیص منابع آبی کشاورزی با استفاده از ابزار تعرفه ها، امری حیاتی است. چرا که از یک سو سبب استفاده بهینه از این منابع شده و از سوی دیگر، جهت گیری های تولیدات را با توجه به پتانسیل ها و نیز وضعیت موجود اصلاح خواهد کرد. در این راستا حتی به منظور حمایت از تولید پایدار، می بایست به طرح هایی پرداخته شود که ضمن ایجاد بهره وری آب و خاک، به صنعتی شدن این بخش منجر شود. حمایت های بیمه ای، یارانه ای و خرید تضمینی محصولات منطبق با الگوی کشت نیز از جمله مکمل های مناسب برای اصلاح نظام تعرفه های غیر کارا و شبه یارانه ای فعلی به شمار می رود.

نبض بازار

ارزانی ۳۰ درصدی حبوبات وارداتی

معلمی- بخشی از نیاز حبوبات مصرفی خانوارهای ایرانی را اقلام وارداتی نظیر عدس، لوبیا و ماش تشکیل می دهد. قیمت محصولات خارجی (به جز برنج که تعرفه قیمتی آن تعزیراتی بوده و تابعی از قیمت تولید داخل نیست) در مقایسه با قیمت محصولات داخلی اختلاف ۳۰ درصدی را نشان می دهد. کارشناسان دلیل ارزان تر بودن محصولات وارداتی را کیفیت کم و پایین بودن ارزش غذایی حبوبات وارداتی دانسته و اظهار می دارند: آنالیز کیفیتی لوبیا چیتی وعدس وارداتی نشان می دهد که ترکیب عناصر معدنی این دو محصول نسبت به محصولات ایرانی پایین تر بوده لذا شاخص مطلوبیت (در مورد مواد خوراکی خوشمزگی تعریف می شود) این محصولات بسیار کم محاسبه می شود به عبارت دیگر عدس و لوبیا چیتی وارداتی در مذاق ایرانی خوشمزه نیست! مهندسین کشاورزی یکی دیگر از دلایل ارزان بودن حبوبات خارجی را احتمال تراریخته بودن آنها عنوان کرده و می افزایند: تولید انبوه محصولات زراعی اصلاح شده ژنتیکی موجب پایین آمدن قیمت تمام شده آنها می شود لذا به قیمت پایین تری به بازار مصرف عرضه می شود با توجه به این محصولات ممکن است عوارض ناشناخته ای داشته باشد، ارزان خریدن آن دارای توجیه اقتصادی و بهداشتی نیست.

محصول	لوبیا چیتی		عدس			ماش	
	ایرانی	خارجی	ایرانی	داخلی	ایرانی	خارجی
	۸۲۰۰۰	۷۱۰۰۰	۷۲۰۰۰	۵۸۰۰۰	۷۶۰۰۰	۶۲۰۰۰

منبع: بنکداری حبوبات و برنج مشهد / اتحادیه اصناف خراسان رضوی — قیمت به ریال

مهارت‌های کارآفرینی

شماره ۲۰: مشتری شناسی ۲

قبل از کارآفرینی، کمی روانشناس باشید

غیاثی- فروش حرفه ای با تحلیل نیازها آغاز می شود. اگر شما قبل از راه اندازی کسب و کار و تولید محصولات و خدمات خود، گروه هدف و مشتریان اصلی خود را به خوبی شناخته باشید به هنگام فروش کار بسیار راحتی دارید. به همین خاطر لازم است که نه فقط به هنگام فروش بلکه از زمان طراحی، مشتریان خود را شناخته و آنها را روانشناسی کنید. به تکنیک ها و روش های ساده اما حیاتی زیر دقت کنید:

۱- قبل از هرچیز برآوردی از تعداد مشتریانِ حقیقی، سازمانی، زن، مرد، جوان یا پیر خود داشته باشید.

۲- لازم نیست کارهای تحقیقاتی پیچیده برای خود تعریف کنید. اما به این موضوعات فکر کنید: آیا کالای شما به یک نیاز اساسی و حیاتی فرد پاسخ خواهد داد؟ یا یک نیاز فردی و سلیقه ای؟ مشتریان شما کالا را به خاطر نیاز به اصل آن می خرند یا شما با ایجاد جذابیت های جانبی می توانید فروش خود را بیشتر کنید؟ قدرت خرید مشتریان شما به چه میزان است و ایجاد جذابیت جانبی - که طبیعتا همراه با افزایش قیمت است - تا کجا مشتری شما را فراری نخواهد داد؟ اگر توان مالی برای تحقیق کافی از طریق روشهای معرفی شده - نظیر تهیه پرسشنامه، مطالعه میدانی، تحلیل آماری و ... - ندارید حداقل سوالات فوق را در ذهن داشته باشید و طی معاشرت های روزانه خود به دنبال حقایقی باشید که به سوالات پاسخ دهد.

۳- یادتان باشد به هر میزان مشتری شناسی را قبل از طراحی محصول و شروع کسب و کار انجام دهید بعدا با هزینه های سربار کمتری مواجه خواهید شد. با این حال بعد از شروع کسب و کار مشتری شناسی را فراموش نکنید.

اجازه دهید مشتری ها به کارتان جهت بدهند

خانم سینگلا که در آمریکا یک رستوران غذای هندی راه انداخته تجربه های ارزشمندی دارد. او از غرغرهای دوستانش در شبکه های اجتماعی در مورد یافتن غذای هندی با ادویه خاص به خوبی نیازها و علایق آنها را شناخت و کسب و کار پرسودی راه انداخت. او هدفش را فروش محصولاتش در تمام آمریکا دانسته و برای رسیدن به هدف فقط یک استراتژی دارد. او می گوید: « همچنان در حال تست کردن کالاهای مختلف هستم تا ببینم کدام یک درخواست کننده بیشتری دارد».