روزنامه مدیریتی - اقتصادی

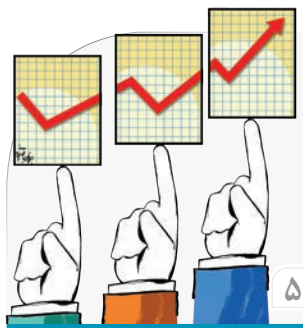
فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

پنجشنبه
۳ تیر
۱۳۹۵

Thu. 23 Jun 2016
۱۷ رمضان ۱۴۳۷ - سال سوم
شماره ۵۳۸-۲۰صفحه - ۱۰۰۰ تومان

www.forsatnet.ir



واکنش سبز بازار سهام به کاهش نرخ سود بانکی

رشد ۸۴۷ واحدی شاخص کل

شاخص کل بورس روز چهارشنبه، یک روز پس از کاهش نرخ سود بانکی تقویت شد و با ۸۵۴ واحد رشد به رقم ۷۳ هزار...

۵

برندهایی که با تبلیغات خود در جام ملت‌های اروپا عرض اندام می‌کنند

فاتحان واقعی جام قهرمانی

سوت آغاز یکی دیگر از تورنمنت‌های هیجان‌انگیز دنیا دو هفته پیش در سنت‌دنیز فرانسه به صدا درآمد و ۲۴ تیم قاره سبز در پایتخت فرهنگی اروپا و کشور ناپلئون بناپارت گرد هم آمدند تا برای کسب جامی طلایی شاخ و شانه بکشند. اما قبل از اینکه مسابقات شروع شود و ضربه‌ای به توپ جام نواخته شود، کمی آن طرف‌تر جنگ میان برندها در یورو ۲۰۱۶ آغاز شده بود و آنها برنامه‌های زیادی برای تابستانی توفانی ترتیب داده بودند تا از فرصتی بهینه استفاده کنند. این گردهمایی علاوه بر مطرح شدن بیشتر نام بازیکنان و هنرنمایی‌های آنها، جنبه‌های اقتصادی و تجاری برای برندهای درگیر نیز خواهد داشت. امسال یورو از اسپانسرهای بنامی استفاده کرده و برندها نیز از دستیابی به جامعه مخاطب فراوان در این بازه استقبال می‌کنند. اما در نهایت چه کسی فاتح این بازی تبلیغاتی خواهد شد؟ در این گزارش کمپین‌های تبلیغاتی برندهای مختلف در بازی‌های یورو ۲۰۱۶ را از نظر می‌گذرانیم.

۹

اصناف

نوید لاله | فرصت امروز

رئیس اتاق اصناف ایران در روز ملی اصناف مطرح کرد

بنگاه‌های کوچک و متوسط اهرم‌های رشد اقتصادی

سرمقاله

ما را به سخت جانی خود این گمان نبود*

حمیدرضا اسلامی
عضو شورای سردبیری

«فرصت امروز» با این شماره پا به سال سوم انتشار خود می‌گذارد. هنگامی که روز دوم تیر ماه سال ۹۳ انتشار روزنامه را آغاز کردیم مطلقا تصوری از اینکه ممکن است این فعالیت- که طبیعتا ماهیت اقتصادی دارد- با یکی از عمیق‌ترین دوران رکود اقتصادی کشور، بازمانده از هشت سال بی‌تدبیری و سوء تدبیر محض دولت‌های نهم و دهم، همراه شود، نداشتیم. اما با خوش‌بینی به آینده میهن و اتکا به تلاش و خلاقیت گروهی همدل و همراه پا به این عرصه گذاشتیم و راه پیش‌بینی شده خود را تا اینجا آمدیم...

۱

تأثیرات آب‌وهوا بر بهره‌وری اقتصادی

سر در آسمان، پول در جیب

۱۲

نتیجه بررسی دولت هنوز اعلام نشده

پرونده ارج ورق خورد

۳

تلاش اتحادیه اروپا برای بستن مفرهای مالیاتی با اعمال قوانین جدید

کشورهای اتحادیه اروپا به دنبال رسوایی ناشی از انتشار اوراق پانامایی به توافقی دست یافته‌اند که راه‌های فرار مالیاتی را از سوی برخی از شرکت‌های بزرگ مسدود خواهد کرد.

به گزارش پایگاه اینترنتی «ای یو آبزرور»، وزیران دارایی اتحادیه اروپا پنجشنبه پیش به توافقی آزمایشی درباره بخشنامه اجتناب از فرار مالیاتی دست یافتند و نمایندگان آنها روز گذشته مجوز نهایی آن را صادر کردند. کمیسیون اروپا که در ژانویه گذشته (دی-بهمن۹۴) پیش‌نویس قانونی در این زمینه را پیشنهاد داده بود، از چنین توافقی استقبال کرد و «پی یر موسکوویسی» رئیس کمیسیون اقتصاد و مالیات اتحادیه اروپا گفت که «توافق به‌دست آمده ضربه‌ای مهلک به افراد دخیل در جلوگیری از پرداخت مالیات است.»

اتحادیه اروپا سال‌ها در جلوگیری از اقدام برخی شرکت‌های بزرگ در خودداری از پرداخت مالیات ناکام مانده است و اکنون همه کشورهای عضو این اتحادیه باید به اتفاق آرا درباره مسائل مالیاتی به توافق برسند. برخی از کشورهای عضو از جمله ایرلند و لوگزامبورگ، به دلیل پایین بودن نرخ مالیات، بهشت مالیاتی برخی از شرکت‌های چند ملیتی محسوب می‌شوند. هلند، بلژیک و قبرس نیز مجموعه گسترده‌ای گزینه‌ها را ارائه داده‌اند که امکان فرار مالیاتی را برای شرکت‌های تجاری فراهم می‌کند. انگلیس نیز از گسترش قوانین رازداری مالیاتی خود به خارج از مرزهای این کشور که برخی از آنها بهشت‌های مالیاتی خارجی محسوب می‌شوند، خودداری کرده است.

سرمقاله

در آستانه سومین سال انتشار

ما را به سخت جانی خود این گمان نبود*

«فرصت امروز» با این شماره پا به سال سوم انتشار خود می‌گذارد. هنگامی که روز دوم تیر ماه سال ۹۳ انتشار روزنامه را آغاز کردیم مطلقا تصوری از اینکه ممکن است این فعالیت- که طبیعتا ماهیت اقتصادی دارد- با یکی از عمیق‌ترین دوران رکود اقتصادی کشور، بازمانده از هشت سال بی‌تدبیری و سوء تدبیر محض دولت‌های نهم و دهم، همراه شود، نداشتیم. اما با خوش‌بینی به آینده میهن و اتکا به تلاش و خلاقیت گروهی همدل و همراه پا به این عرصه گذاشتیم و راه پیش‌بینی شده خود را تا اینجا آمدیم.

روزنامه برای نیل به اهداف خود از جمله توسعه کمی و کیفی مستمر، ارائه حداکثر مطالب تولیدی، حفظ استقلال خود و ماندن در صف مدافعان بخش‌خصوصی نیاز به منابع مالی ناشی از تک فروشی و تبلیغات داشته و دارد. رکود عمیق اقتصادی باعث شد تا درآمدهای روزنامه ما از این منابع تا حد زیادی کاهش یابد. در عین حال مقتضیات رسانه‌ای این روزگار از طرفی و فضاهای محتوایی خاصی که روزنامه برای خود انتخاب کرده است (از جمله حوزه‌های مدیریتی تبلیغات و بازاریابی و فرصت کسب‌وکار) توسعه فنی و رسانه‌ای روزنامه را اجتناب ناپذیر ساخته است. «فرصت امروز» در این شرایط دست از تلاش برای پرمحتواتر ساختن وبگاه خود برنداشت و همزمان علاوه بر روشن نگه داشتن چراغ فعالیت خود در شبکه‌های اجتماعی (تلگرام، توییتر، اینستاگرام و فیس‌بوک) دست به راه‌اندازی وب‌سایتی اختصاصی برای ارزیابی و رتبه‌دهی به کارهای تبلیغاتی اکران شده در کشور زد؛ فعالیتی که برای نخستین بار صورت گرفته و ظرفیت تأثیرگذاری بر کیفیت تبلیغات کشور و ارتقای دانش عمومی از این رکن مهم اقتصاد را دارد. برنامه‌های دیگری از این دست، از جمله در مورد آموزش‌ها و راهنمایی‌های لازم برای آغاز و اداره کسب‌وکار (همچون کلینیک کسب‌وکار) جزو اهداف روزنامه بوده و با پاگرفتن وب‌سایت آن در چند روز گذشته، زود است که به نتیجه دلخواه برسد.

انتشار روزنامه و برپایی سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی بدون همسو شدن تلاش جمع قابل توجهی از انسان‌ها با قابلیت‌های متفاوت ناممکن است و سعی هر فرد در این مجموعه صرف نظر از پست سازمانی، مهم و تأثیرگذار است. من چنین مناسبتی را فرصت مغتنم می‌شمارم تا از همه همکاران خود در طول دو سال گذشته در بخش‌های مختلف تحریریه، فنی، اداری و توزیع سپاسگزاری کنم.

اکنون و در آستانه آغاز سومین سال انتشار، خوانندگان دلبند ما می‌توانند ثبات و برقراری ما را در عهد خود و تعهد به اهداف اعلام شده باوجود همه دشواری‌های پیش‌گفته، ببینند. فرزندان شما در «فرصت امروز» طبیعتا سال دشواری را پشت سر گذاشته‌اند، اما به شما قول می‌دهند که همچنان امیدوار و متعهد به منافع ملی و اهداف تبیین شده روزنامه بمانند و فعالیت کنند.

*«شکیبی اصفهانی»

پالایشگاه

جانشین قرارگاه خاتم الانبیا اعلام کرد

افتتاح بزرگ‌ترین پالایشگاه خاورمیانه؛ به‌زودی

جانشین قرارگاه خاتم‌الانبیا نخستین مولفه در توانمندی ملت را توان دفاعی عنوان کرد و گفت: به‌زودی پالایشگاه ستاره خلیج فارس افتتاح می‌شود، این پالایشگاه صددرصد توسط متخصصان ایرانی احداث شده و در این راستا قرارگاه خاتم‌الانبیا نیز ثابت کرده فراجناحی عمل کرده و پاسدار و مدافع انقلاب است.

به گزارش ایلنا، سردار آبنوش معاون هماهنگ‌کننده و جانشین قرارگاه خاتم‌الانبیا(ص) در همایش مدیران جهادی اقتصاد مقاومتی کشور که دیروز در دانشکده علوم اقتصادی دانشگاه شهید بهشتی برگزار شد، اظهار داشت: کشور ما نیازمند حدود ۴۰ میلیارد مترمکعب آب است که بیش از نصفی از آن توسط قرارگاه مهار شده و در این رابطه دستاوردهای جدیدی در حوزه مدیریت آب داریم.

در بحث نفت و گاز نیز رئیس‌جمهوری چند ماه گذشته فاز ۱۶ پارس جنوبی را افتتاح کرد و عده‌ای باور نمی‌کردند که بتوانیم از عمق ۴ کیلومتری دریا گاز استخراج کنیم و پالایشگاه بسازیم که این امکان در حال حاضر فراهم شده است.

جانشین فرمانده قرارگاه خاتم‌الانبیا در پایان گفت: برای سال جاری مجوز بیش از ۵۰ پروژه از جهانگیری، معاون رئیس‌جمهوری گرفته شده است.

ایران به قطب تامین سوخت کشتی‌های عبوری در منطقه تبدیل می‌شود

وزارت نفت پیش‌بینی کرده پس از اجرایی شدن برجام و رفع محدودیت‌ها، با پشت سر گذاشتن رقیبان منطقه‌ای، به قطب بانکرینگ (سوخت‌رسانی به کشتی‌ها) در منطقه خلیج فارس و دریای عمان تبدیل شود.

به گزارش ایرنا، ایران از لحاظ موقعیت جغرافیایی در مجاورت خلیج فارس و دریای عمان قرار دارد و سهولت دسترسی به آب‌های آزاد و عبور تعداد بسیار زیادی از کشتی‌های نفتکش و تجاری از تنگه هرمز، موقعیتی بسیار استثنایی برای ایران در حوزه بانکرینگ رقم زده است.

ایران اکنون ۲۰ درصد از سهم بانکرینگ خلیج‌فارس را در اختیار دارد و به دنبال افزایش سهم و پیشی گرفتن از امارات در صنعت بانکرینگ است. درواقع، بندر فجیره امارات، تنها رقیب جدی در بازار خلیج فارس برای کشورمان به‌شمار می‌رود.

فجیره یکی از بنادر و شیخ‌نشین‌های هفت‌گانه امارات متحده عربی است که در زمینه بانکرینگ سرمایه‌گذاری زیادی کرده و در سال ۲۰۱۰ میلادی، بیش از ۱۲ هزار فروند کشتی عبوری از تنگه هرمز برای سوخت‌گیری به بندر فجیره که ۴۰ مایل با مسیر تردد کشتی‌ها فاصله دارد، رفتند.

دوران تحریم، کشتی‌ها و نفتکش‌ها مجاز به تجارت دریایی با ایران نبودند و درنتیجه نمی‌توانستند از ایران سوخت و سایر خدمات بانکرینگ را دریافت کنند. طی‌سال‌های گذشته، حتی نفتکش‌هایی که نفت خام ایران را در بنادر کشورمان بارگیری می‌کردند، برای دریافت سوخت مورد نیاز خود به بندر فجیره می‌رفتند.

اجرایی شدن برجام و رفع تحریم‌ها، این امکان را فراهم ساخت که ایران برنامه‌ای را برای افزایش سهم خود در بانکرینگ تعریف کند که براساس آن، جزیره قشم به دلیل موقعیت استراتژیک به‌عنوان قطب بانکرینگ خاورمیانه فعالیت خواهد کرد.

به گزارش ایرنا، بیژن زنگنه، وزیر نفت برای تسریع در روند توسعه صنعت بانکرینگ، روز سه‌شنبه، شیوه نامه طرح جامع خدمات سوخت‌رسانی به کشتی‌ها (بانکرینگ) را در آب‌های مرزی ایران در خلیج فارس، دریای عمان و دریای خزر ابلاغ کرد.

برپایه این شیوه نامه، وزارت نفت سیاست‌های کلی را با توجه به تراز تولید و مصرف سوخت کشور، مقادیر صادراتی نفت کوره و گازوییل مشخص ساخته و امور بین‌الملل نسبت به تخصیص محموله‌ها به صادرات و بانکر با اولویت بانکرینگ اقدام می‌کند.

همچنین برابر این شیوه نامه درباره حوزه فعالیت این طرح آمده است: همه جزایر و بنادر کشور در جنوب و شمال را دربر می‌گیرد و با توجه به مزیت نسبی و موقعیت جغرافیایی جزیره قشم، این جزیره به‌عنوان قطب خدمات بانکرینگ کشور تعیین می‌شود.

براساس این طرح، همه جزایر و بنادر در جنوب و شمال کشور می‌توانند در این صنعت فعالیت کنند.

وزیر نیرو:

با یک سال بارندگی شرایط تغییر نمی‌کند

وزیر نیرو در آیین پایانی جشنواره «گزارش یک نگرانی» گفت: با یک سال بارندگی شرایط تغییر نمی‌کند و ما باید منابع موجود آب را قدر بدانیم.

به گزارش پایگاه اطلاع‌رسانی وزارت نیرو (پاون) حمید چیت‌چیان در آیین پایانی دومین جشنواره فیلم و عکس موبایلی، گزارش یک نگرانی با رویکرد نگاه مردمی به بحران کمبود آب در سال حجاب، با بیان این مطلب گفت: ضمن اینکه به‌خاطر هر قطره بارانی که می‌بارد به درگاه خداوند شکرگزار هستیم، اما دانستن این نکته نیز ضروری است که با یک سال بارندگی شرایط تغییر نمی‌کند.

وی با بیان این مطلب که آب مسئله حیات انسان‌ها است و مسائل آن مربوط به یک سازمان و وزارتخانه نیست، گفت: آب موضوع حیات و زندگی و بقای تمدن یک ملت به‌خصوص مردم ایران در این پهنه خاکی است که به‌شدت مورد توجه است.

چیت‌چیان از آب به‌عنوان موضوعی که سرنوشت همه ما را تحت تاثیر قرار می‌دهد یاد کرد و در ادامه اظهار داشت: از ۴۰ سال قبل هر ایرانی سالانه بیش از ۷۵۰۰ مترمکعب آب تجدیدشونده در اختیار داشت، ولی در زمان حاضر این میزان به کمتر از ۱۴۰۰ مترمکعب کاهش یافته و منابع آبی نیز با افزایش مصرف و میزان سرانه در اختیار هر ایرانی، روزبه‌روز محدودتر می‌شود.

وی با اشاره به نظریه سازمان ملل مبنی بر اینکه تمام انسان‌هایی که در طول سال کمتر از ۱۵۰۰ مترمکعب آب تجدیدپذیر در اختیار دارند در مرحله بحران به‌سر می‌برند، افزود: ما از این وضعیت عبور کرده‌ایم و هم‌اکنون در مرحله بحران هستیم.

وزیر نیرو با اشاره به بارندگی‌های خوبی که در سال آبی جاری داشتیم، گفت: عده‌ای می‌گویند با این میزان بارش نباید بحران آب داشته باشیم ولی در پاسخ به آنها باید گفت، ضمن اینکه به‌خاطر هر قطره بارانی که می‌بارد به درگاه خداوند شکرگزار هستیم، اما دانستن این نکته نیز ضروری است که با یک سال بارندگی شرایط تغییر نمی‌کند.

وی با بیان اینکه ما باید قدر نعمت‌های خدایی را بدانیم و در تمام موارد به‌خصوص آب، از اسراف بپرهیزیم، خاطرنشان کرد: آب در فرهنگ ما مقدس است و تک تک ما از مسئولان، مدیران، کارمندان، هنرمندان، کشاورزان و شهروندان موظف هستیم ضمن مصرف درست آب، از این مایه حیاتی و ارزشمند پاسداری کنیم.

چیت‌چیان با تقدیر از آثار خلق شده توسط هنرمندان در دومین جشنواره فیلم و عکس موبایلی، گزارش یک نگرانی با رویکرد نگاه مردمی به بحران کمبود آب گفت: هنرمندان به این مسئولیت انسانی توجه دارند و با ورود به مقوله آب، با خلاقیت فکری و خلق آثار هنری توانسته‌اند سایر انسان‌ها را با مسئولیت‌های خود آشنا کنند.

پیش از سخنان وزیر نیرو، سیدجواد رضویان، دبیر دومین جشنواره فیلم و عکس موبایلی، گزارش یک نگرانی با رویکرد نگاه مردمی به بحران کمبود آب، در گزارشی تعداد آثار هنری در این جشنواره را ۱۰ هزار عنوان ذکر کرد و افزود: از این بین ۱۰۰ عکس و ۳۰ فیلم به‌عنوان آثار برگزیده، توسط هیأت داوران انتخاب شدند که مورد تقدیر قرار خواهند گرفت.

وی اظهار امیدواری کرد، در سال آینده عزم ملی ایجاد شود تا اتفاق خوشایند و تاثیرگذارتری در مبحث آب با جامعیت بیشتری رقم بخورد.

در این مراسم هنرمندانی همچون رضا کیانیان، داریوش فرهنگ، محمد حسین لطیفی، کمال تبریزی، احمدرضا درویش، علیرضا زرین دست، آزاده نامداری، امیرکربلایی و سیدجواد رضویان حضور داشتند.

بین‌الملل

اوپک در بازار نفت مرده است

ایگور سچین، مدیرعامل شرکت «روس نفت» روسیه تنها سه کشور عربستان سعودی، ایالات متحده آمریکا و روسیه را بازیگران اصلی نفت دانسته است.

به گزارش رویترز، سچین اخیرا در اظهاراتی نقش سازمان کشورهای صادرکننده نفت خام (اوپک) را زیر سوال برده است. براساس سخنان سچین در تلویزیون روسیه ۲۴، در حال حاضر تنها سه کشور ایالات متحده آمریکا، عربستان سعودی و روسیه بازیگران اصلی در بازار نفت به شمار می‌آیند که اینها نیز به دلیل دسترسی به تکنولوژی‌های نوین موفق شده‌اند بازار را در قبضه قدرت خود بگیرند. او همچنین در صحبت‌های خود قیمت نفت را برای سال ۲۰۱۷ بالای ۶۵دلار در ازای هر بشکه پیش‌بینی کرده‌است.

ایگور سچین، رئیس بزرگ‌ترین شرکت تولیدکننده نفت در روسیه یعنی شرکت روس‌نفت اعلام کرده عربستان سعودی، ایالات متحده آمریکا و روسیه بازیگران اصلی بازار نفت در جهان به شمار می‌آیند. او با این حرف خود نقش رگولاتوری و مهم سازمان کشورهای صادرکننده نفت خام (اوپک) را زیر سوال برده‌است.

او در گفت‌وگو با تلویزیون روسیه ۲۴ گفته‌است نقش روسیه در بازار نفت و فرآورده‌های هیدروکربنی به‌زودی تقویت خواهد شد.

روسیه جزو بزرگ‌ترین تولیدکنندگان نفت و گاز طبیعی در جهان به شمار می‌آید. این کشور روزانه ۱۰میلیون و ۹۰۰هزار بشکه در روز نفت تولید می‌کند و سعی دارد سطح تولید و صادرات نفت خود را روی همین میزان فعلی به‌صورت ثابت نگه دارد. نفت اصلی‌ترین کالای صادراتی این کشور به شمار می‌آید.

سچین اظهار کرده که اوپک نقش تعیین‌کننده خود را در بازار جهانی نفت از دست داده است. او در این باره گفته‌است: «به اعتقاد من اکنون تنها سه بازیگر اصلی در عرصه نفت وجود دارد که آنها نیز ایالات متحده آمریکا، عربستان سعودی و روسیه هستند.»

رئیس شرکت روس‌نفت درباره دلایل این مسئله گفته است: «اصلی‌ترین دلیلی که باعث شده این وضعیت جدید در بازار نفت حاکم شود به فناوری‌های نوین بازمی‌گردد. تمامی کشورهایی که نام آنها ذکر شد به منابع کافی و بادوام و همچنین ابزارهای مالی در کنار تکنولوژی‌های نوین دسترسی دارند.» او همچنین تاکید کرده‌است که ایالات متحده آمریکا برجسته‌ترین نقش را در بازار مصرف نفت دارد.

یکی از مهم‌ترین صحبت‌های سچین در مورد آینده بازار نفت به روسیه بازمی‌گردد. او گفته‌است: «روسیه زیرساخت‌های لازم را فراهم کرده و تلاش دارد به بازارهای جدید دسترسی پیدا کند.» سچین یک ماه پیش نیز اعلام کرده بود که اختلاف‌نظرها درون سازمان اوپک باعث مرگ این سازمان شده‌است و قدرت نفوذ را از این سازمان گرفته است.

براساس پیش‌بینی‌های روس‌نفت، قیمت نفت تا پایان سال جاری به ۵۰ تا ۵۵دلار در ازای هر بشکه خواهد رسید. سچین برآورد کرده قیمت نفت تا پایان سال ۲۰۱۷ به بالای ۶۵دلار نیز برسد.

او در مورد فروش سهم روس‌نفت گفته است ۵۱۹,درصد از سهم دولتی را به سرمایه‌گذاران استراتژیک خواهد فروخت. علاوه بر آن، او تاکید کرده که شرکت روس‌نفت هیچ صحبتی مبنی بر خصوصی‌سازی با شرکت‌های چینی یا هندی نداشته‌است.

طرح‌های توسعه‌ای مناطق نفت‌خیز جنوب در انتظار قراردادهای جدید است

بسته‌های سرمایه‌گذاری شرکت ملی نفت‌خیز جنوب مشتمل بر طرح‌های توسعه‌ای در انتظار نهایی شدن قراردادهای جدید نفتی است.

عبدالرضا دبیری، مدیر تولید شرکت ملی مناطق نفتخیز جنوب در گفت‌وگو با شانا با تشریح بخشی از طرح‌های توسعه‌ای شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب اظهار کرد: در انتظار نهایی شدن قراردادهای جدید نفتی هستیم.

وی با اعلام برخی از این طرح‌ها به طرح توسعه میدان کارون بنگستان و احداث کارخانه گاز و گازمایع ۱۷۰۰ در ناحیه هفت شهیدان مسجد سلیمان اشاره کرد و افزود: طرح‌های توسعه‌ای شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب در کنفرانس تهران مطرح شد که با اجرای آنها زنجیره جمع‌آوری گازهای همراه در محدوده عملیاتی شرکت مسجد سلیمان محقق می‌شود.

به گفته وی، با اجرای این طرح‌ها، افزون بر تولید روزانه بیش از ۱۳ هزار بشکه مایعات سنگین‌تر از اتان و ۱۵۰ میلیون فوت مکعب گاز سبک، بیش از ۱۰ هزار بشکه نیز به تولید روزانه نفتا اضافه می‌شود.

مدیر تولید شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب با اشاره به آماده بودن مطالعات فنی طرح یادآور شد: باید منتظر نهایی شدن قراردادهای جدید نفتی و حضور سرمایه‌گذار برای تامین منابع مالی و توسعه آن باشیم.

دبیری گفت: برای طرح‌های فوق، شرکت‌های پتروشیمی ایرانی نیز اظهار تمایل کرده‌اند و باید منتظر ارائه پیشنهادها و ارزیابی گزینه‌ها باشیم.

پتروشیمی

مذاکره با اروپایی‌ها برای طرح‌های توسعه پتروشیمی مارون

مدیرعامل مجتمع پتروشیمی مارون از مذاکره با اروپایی‌ها برای طرح‌های توسعه‌ای این شرکت خبر داد.

سیدرحیم شریف موسوی، مدیرعامل مجتمع پتروشیمی مارون در گفت‌وگو با شانا با اشاره به تغییرات ایجاد شده در دوره پسابرجام به مذاکره با کشورهای مختلف اروپایی برای انجام طرح‌های توسعه‌ای این شرکت اشاره کرد و گفت: رایزنی با آنها برای توسعه طرح‌های بالادستی، پایین دستی و میان دستی که از پارسال آغاز شده است، تداوم دارد.

وی اظهار امیدواری کرد که این مذاکرات به نتایج مناسبی منجر شود.

شریف موسوی با اشاره به عملکرد تولیدی پارسال شرکت پتروشیمی مارون اظهار کرد: پارسال ۹۷درصد از ظرفیت شرکت به تولید منجر شد و کمتر از ۴۰ درصد آن به کشورهای خارجی صادر شد.

مدیرعامل شرکت پتروشیمی مارون همچنین از برنامه‌ریزی برای افزایش تولید و صادرات امسال این شرکت خبر داد.

شرکت پتروشیمی مارون برای اجرای الفین هفتم تاسیس شد و با اجرای این طرح که با ظرفیت تولید سالانه یک میلیون و ۱۰۰ هزار تن پلی اتیلن در زمره بزرگ‌ترین الفین‌ها در جهان است برای نخستین بار در کشور C_2^+ (اتان) از گاز طبیعی استحصال شده، طی فرآیندهایی به مواد الفینی، فرآورده‌های پلیمری و شیمیایی بدل می‌شود.

مجتمع پتروشیمی مارون در زمینی به مساحت ۱۰۲,۵ هکتار و در دو منطقه جغرافیایی کریت کمپ اهواز و منطقه ویژه اقتصادی پتروشیمی قرار دارد.

انعقاد قراردادهای بلندمدت در بورس کالا در گرو استقبال تولیدکنندگان

راه‌اندازی قراردادهای بلندمدت محصولات مختلف از جمله پتروشیمی‌ها در بورس کالا برای مجتمع‌های پتروشیمی و صنایع پایین‌دستی مزایای زیادی خواهد داشت و بورس کالا آماده اجرای این گونه معاملات است.

مدیر کالایی کارگزاری بانک آینده در گفت‌وگو با نیپنا اظهار کرد: راه‌اندازی قراردادهای بلندمدت در معاملات بورس کالای ایران روی محصولات مختلف به‌خصوص صنایع پتروشیمی جذاب خواهد بود.

فرزاد هیبتی افزود: بورس کالای ایران آمادگی و زیرساخت‌های راه‌اندازی قراردادهای بلندمدت پتروشیمی‌ها را دارد و در شرایط فعلی استقبال مجتمع‌های پتروشیمی اثربخش خواهد بود.

به گفته هیبتی، انعقاد قراردادهای بلندمدت محصولات پتروشیمی از مطالبات تولیدکنندگان بوده و از این رو به نظر می‌رسد این‌گونه قراردادها در بورس کالا با استقبال مجتمع‌های پتروشیمی روبه‌رو شود، همچنین به طور طبیعی صنایع پایین دستی از قراردادهای بلندمدت محصولات پتروشیمی در بورس استقبال ویژه‌ای خواهند کرد.

وی با اشاره به توسعه ابزارهای نوین مالی در بورس کالای ایران گفت: بورس کالا در آغاز مسیر توسعه ابزارهای مالی و فرهنگ‌سازی برای این معاملات قرار دارد به‌طوری‌که در سال‌های بعد ثمرات این فعالیت‌ها برای اقتصاد کشور به بار خواهد نشست. مدیر کالایی کارگزاری بانک آینده به معاملات قبض انبار یا گواهی سپرده کالایی اشاره کرد و گفت: این معاملات که در دنیا نیز شناخته شده است، نیاز به کار کارشناسی بسیار قوی دارد تا بهترین محصولات با قابلیت انبار شدن و تحویل مناسب برای این ابزار انتخاب شود.

هیبتی تاکید کرد: ابزارهای نوین مالی در بورس کالای ایران نیازمند اطلاع‌رسانی و فرهنگ‌سازی بیشتری در بین فعالان صنایع و بازیگران بازار سرمایه دارد، برای مثال انتشار اوراق سلف و قبض انبار می‌تواند برخی نیازهای پتروشیمی‌ها و فولادسازان را پوشش دهد اما تحقق این امر نیازمند آموزش است. مدیرکالایی کارگزاری بانک آینده با اشاره به اینکه تسویه معاملات تالار صادراتی با ارزهای رایج دنیا می‌تواند دغدغه خریداران خارجی را کاهش دهد، گفت: در حال حاضر کسانی که از بیرون اقدام به خرید از تالار صادراتی می‌کنند، وجوه معاملات را به‌صورت حواله دریافت می‌کنند، اما اگر تسویه دلاری انجام شود، مشکلات تا حد بسیار زیادی رفع خواهد شد.

وی افزود: از سوی دیگر افرادی که ضمانت نامه بانکی دارند و در رینگ صادراتی خرید می‌کنند، همواره برای انتقال وجه با مشکلاتی روبه رو می‌شوند، اما با برنامه جدید بورس کالا و تسویه دلاری معاملات بسیاری از این موارد حل می‌شود.

گفتنی است فرآیند عقد قراردادهای بلندمدت خریدوفروش محصولات پتروشیمی به این شکل خواهد بود که شرکت‌های تولیدکننده شرایط فروش بلندمدت خودشان را در بورس کالا اعلام می‌کنند و افراد یا شرکت‌هایی که می‌خواهند طبق آن قرارداد خرید کنند، وارد فرآیند رقابت می‌شوند و در صورت برنده شدن در قرارداد می‌توانند خرید بلندمدت داشته باشند، همچنین اساس قیمت در این قراردادها نیز قیمت‌هایی است که در بورس کالا کشف می‌شود.

تولید

ایران رتبه ۱۳ تولید فولاد جهان شد

انجمـن جهانی فولاد گزارش داد تولید فولاد خام ایران در ماه مه ۲۰۱۶ میلادی با ۱۳درصد رشـد، به جایگاه سیزدهم تولیدکنندگان ارتقا یافت.

بـه گـزارش روابـط عمومی سـازمان توسـعه و نوسـازی معادن و صنایـع معدنی ایران، براسـاس جدیدتریـن گـزارش انجمـن جهانـی فـولاد (Worldsteel ASSOCIATION)، ایـران در ماه مـه ۲۰۱۶ میلادی، یک میلیـون و ۶۴۵ هزار تن فولاد خام تولید کرد که این رقم در مدت مشابه سال گذشته میلادی، یک میلیون و ۴۵۵ هزار تن بود.

ایران در پنج ماهه نخسـت سال جدید میلادی، ۷ میلیـون و ۲۱۶ هزار تن فولاد خام تولید کرد که در مقایسه با رقم مدت مشابه سال گذشته میلادی (۶ میلیـون و ۹۴۴ هـزار تـن)، ۳,۹درصد افزایش نشان می‌دهد.

۶۶کشـور تولیدکننده فولاد جهانـی طی ماه مه ۲۰۱۶ میلادی، ۱۳۹ میلیون و ۱۵۴ هزار تن فولاد خام تولید کردند که نسـبت به مدت مشـابه سال گذشته، ۰,۱درصد کاهش نشان می‌دهد. همچنین میزان تولید پنج ماهه این کشورها طی سال جاری (۶۵۸ میلیـون و ۲۲۷ هـزار تن) و سـال گذشـته میـلادی (۶۷۳ میلیـون و ۱۶۴ هـزار تن) نشـان می‌دهـد میزان تولید کل جهـان ۲,۲درصد کاهش یافته است.

تولیدکننـدگان برتر جهانی طـی پنج ماهه اخیر میـلادی به ترتیب چین (۳۲۹ میلیون و ۹۵۰ هزار تـن)، ژاپن (۴۳ میلیون و ۱۸۰ هزار تن)، هند (۳۸ میلیـون و ۵۹۹ هزار تن)، آمریکا (۳۳ میلیون و ۷۲ هزار تن)، روسـیه (۲۹ میلیـون و ۱۵۹ هزار تن) و کره جنوبی (۲۷ میلیون و ۸۹۱ هزار تن) بوده‌اند.

سیمان

۴۰۰هزار تن مازاد تولید سیمان در چهارمحال و بختیاری

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت چهارمحال و بختیاری از مازاد ۴۰۰ هزار تنی تولید سـیمان در این استان خبر داد.

سـیدنعیم امامی روز چهارشنبه در گفت‌وگو با ایرنا با بیان اینکه هم اینک یک کارخانه تولید سـیمان با ظرفیت یـک میلیون تن در چهارمحـال و بختیاری وجود دارد، اظهار داشت: سال گذشته حدود ۳۵ تا ۴۰ درصد مصرف سیمان در استان کاهش یافت ولی این کارخانه با تمام ظرفیت خود تولید داشت.

وی بـدون ذکر آمار صادرات سـیمان چهارمحال و بختیاری گفت: کارخانه تولید سـیمان در استان سال گذشته بخشی از تولید سیمان خود را به‌صورت کلینکر به کشور عراق و آفریقا صادر کرد.

امامـی تصریح کرد: علاوه بـر آن یک واحد کوچک تولید سـیمان با ظرفیت ۲۵۰ هزار تن در سال نیز در اسـتان فعال اسـت که تمامی محصولات تولیدی آن به‌صورت محلی در استان به فروش می‌رسد.

رئیس سازمان صنعت، معدن و تجارت استان ادامه داد: به دلیل رکود در بازار مصرف و تولید مازاد، طی دو سال گذشته مصرف سیمان در چهارمحال و بختیاری ۳۵ درصـد کاهش یافت. امامی گفـت: برای رفع این مشکل باید به مصرف داخلی رونق داده و بازار صادراتی بیشتری برای سیمان تولید شده در استان مهیا کرد.

وی گفت: حدود ۴۰ درصد تولید سـیمان در کشور مازاد بر تولید است. به گزارش ایرنا، اول تا دهم تیرماه دهه تولید نامگذاری شده است.

دخانیات

مدیر کل مبارزه با قاچاق کالاهای هدف:

قاچاق سیگار ۳.۵میلیارد نخ کاهش یافت

مدیـر کل مبارزه بـا قاچاق کالاهای هدف سـتاد مرکزی مبارزه با قاچاق کالا و ارز عنوان کرد که قاچاق سیگار در سال گذشته در مقایسه با سال ۱۳۹۳ معادل ۳.۵ میلیارد نخ کاهش داشته است.

به گـزارش ایسـنا، عبـاس نخعی دربـاره آخرین وضعیت قاچاق سیگار عنوان کرد که در سال گذشته مجموع تولید داخلی و مشـارکتی ۲۹میلیارد نخ بوده و ۱۶.۴میلیارد نخ نیز واردات قانونی انجام شده است.

نخعی همچنین گفت: افزایش تقاضا در بازار داخلی و سود باد آورده در این بخش، باعث شده قاچاق این کالا همچنان ادامه داشته باشد، هر چند براساس اقدامات سال گذشته، شاهد کاهش قاچاق سیگار بوده‌ایم.

وی تصریح کرد که سال گذشته مجموع تولید داخلی و مشارکتی‌مان ۲۹ میلیارد نخ بوده است و ۱۶.۴ میلیارد نخ نیز واردات قانونی داشته‌ایم. مجموع کشفیات قاچاق سیگار در سال گذشته نیز ۵۰۰ میلیون از ۸. ۵ میلیارد نخ بوده است. این مقدار ۳.۵میلیارد نخ نسبت به مدت مشابه در سال ۹۳ کاهش داشته است.

نخعی در یک گفت‌وگوی رادیویی، درباره قاچاق کالا و ارز گفت که ورود یا خروج کالا بدون انجام تشریفات گمرکـی را قاچاق می‌گویند. مطابـق این تعریف هر کالایی که در مبادی رسـمی یا غیررسمی تشریفات گمرکی را رعایت نکرده باشـد، به‌عنوان کالای قاچاق ضبط می‌شـود و مطابق قانون مبارزه با قاچاق کالا و ارز مجازات‌های تعیین شده اعمال می‌شود. مدیر کل مبارزه با قاچاق کالاهای هدف با اشاره به حجم بالای قاچاق کالا تا سـال ۱۳۹۳ اظهار کرد که در دو سـال گذشته این حجم از قاچاق با اقداماتی که دستگاه‌های عضو ستاد انجام داده‌اند، کاهش پیدا کرده است.

وی با بیان اینکه براسـاس برآوردها سـال گذشته حدود ۱۰ میلیارد دلار حجم قاچاق نسـبت به سـال ۱۳۹۳ کاهـش یافتـه، عنـوان کـرد کـه اقدامات و برنامه‌هایـی که در حوزه مبارزه با قاچاق انجام شـده است، موثر واقع شده اما قطعا کافی نبوده است.

نوید لاله | فرصت امروز

رئیس اتاق اصناف ایران در روز ملی اصناف مطرح کرد

بنگاه‌های کوچک و متوسط اهرم‌های رشد اقتصادی

رئیـس اتـاق اصنـاف جهت‌گیـری بـه سـوی بنگاه‌های متوسط و کوچک را برای رسیدن به رشد اقتصادی ۸ درصـدی و ایجاد اشـتغال درکشـور بهتریـن گزینـه عنـوان کرد. علـی فاضلی در روز ملـی اصناف که با حضور وزیر صنعـت و نمایندگانی از مجلس سه‌شـنبه شب برگزار شـد، خطاب بـه نایب رئیس اول مجلس شـورای اسلامی و برخـی نماینـدگان مجلس که در مراسـم گرامیداشـت ایـن روز حضـور داشـتند، گفت: قانون نظام صنفی نگاه توسـعه‌ای ندارد و متاسـفانه در پنج برنامه گذشـته کشور اصنـاف جایگاهـی نـدارد امـا امیدواریـم در برنامـه ششـم در کنـار اتاق‌هـای بازرگانـی و تعاون عضو مراکز تصمیم‌گیری شود.

رئیـس اتاق اصنـاف ایران آرامش ایجاد شـده در بازار را حاصل عملکرد خوب اصناف دانسـت. فاضلـی وضعیـت بنگاه‌ها را نامناسـب دانست، او گفـت: شـرایط کشـور و دولـت بـرای ما قابـل درک اسـت، امـا در شـرایطی که از اقتصـاد مقاومتـی و تولید ملی صحبت می‌شـود باید از بنگاه‌ها حمایت شـود. رئیس اتاق اصناف گفت: ما به دنبال نوین سـازی، شفاف‌سـازی و یکپارچه‌سازی هستیم که در این خصوص نیاز به همکاری و مسـاعدت مجلـس داریـم و امیدواریـم مجلـس کمبود قوانیـن اقتصـادی را جبران کنـد. علی فاضلـی اصناف را باوجود سهم ۴۸ درصدی‌شان در اشـتغال کشـور محروم از فرصت‌های اقتصـادی عنوان کرد و گفـت: در حال حاضر در کشـورهای صنعتـی ۶۰ درصـد اشـتغال در بخـش خدمات شـکل می‌گیرد. او از عنـوان دلالی و واسـطه‌گری که برای خدمـات به‌کار برده می‌شود انتقاد کرد.

محسـن جلال‌پـور دیگـر سـخنران ایـن نشسـت، اخلاق را اصـل مغفول مانده اقتصاد کشـور نامید و احیای اخلاق‌مـداری، مسـئولیت اجتماعـی و اعتمـاد را بـه بازاریـان و اصنـاف متذکـر شـد. رئیس اتاق ایـران، اتاق بازرگانـی را برآمده از اصناف و بـازار را پـدر و مـادر همه فعالیت‌های اقتصادی دانست. جلال‌پور از فاصله عمیق میان بازارهـای واقعی و آنچه امروز بـازار نامیده می‌شـود گلایه کرد، او بازار قدیم را سـرآمد اخـلاق و مسـئولیت‌های اجتماعـی دانسـت کـه در بازارهای امروز کمرنگ شـده است. رئیس اتاق ایران احیای ویژگی‌هـای بازارهای قدیمی را ضـرورت دانسـت و با ذکر نمونه‌هایـی از بازاری‌هـای قدیمی و نقش اجتماعی آنها و از اصناف و بازاریان خواست بـا توجـه بـه ایـن الگوهای اخلاقـی در جهـت احیـای اخلاق در بازار تلاش کنند.

محسـن جلال‌پـور توجـه روسـای اتاق‌هـای اصناف و تعـاون را به این سـنت‌ها در بازارقدیـم به‌عنوان سـرمایه اخلاقی جامعـه، جلب کرد و از دبیرخانه سـه اتاق خواست بـرای زنـده کـردن فضـای اخلاق‌مدارانـه در بـازار اقدام کنند و با تشـکیل کمیته‌ای ایـن موضـوع را در فعـالان اقتصـادی دنبـال کننـد. او راه‌انـدازی یک نهضت اخلاق را ضروری دانست و گفت: اگر اخلاق در بازار اصلاح شـود، کشور درسـت می‌شود و اگر بازار درست شـود، رضایت و اعتماد در جامعه بیشتر شده و فرهنگ مردم رشد می‌کند. جلال‌پور مدرنیزه شـدن بازار را یک ضایعه خود خواسته در کشـور نامید. اما بحث اخلاق که با رئیس اتاق ایران شـروع شد، توجه وزیر صنعت، معدن و تجارت و نایـب رئیس اول مجلس شـورای اسـلامی را جلب کرد و آنها هم بخشـی از سخنان‌شـان را در این باب مطرح کردند.

محمدرضـا نعمـت‌زاده از آمار بالای چک‌های برگشتی انتقـاد کـرد و گفـت: ایـن رفتارها و عدم تعهد در کجای اسلام و با کدام باورها، رفتارها و اصـول ما مطابقت دارد، اگر در کسـب‌وکار بی‌بنـد و بـار باشیم، دیگر آینده فرزندان ما چه می‌شود.

وزیـر صنعـت، معـدن و تجـارت گفـت: ۹۰ درصـد تولیـدات داخلـی از سـوی اصناف به دست مردم می‌رسد و سه چهارم واردات کشور نیز توسط اصناف عرضه می‌شود. او از برندسـازی در بنگاه‌ها و نظـام طراحی و اصلاح الگوی تولیـد خبـر داد و گفـت: ما چاره‌ای جز تجمیع واحدهای کوچـک نداریـم، واحدهای صنفی غیررسـمی و غیرمجاز می‌توانند جمع شـوند و یک فروشگاه بزرگ را اداره کنند، ما هم در این راه به آنها کمک می‌کنیم.

پزشـکیان، نایب رئیس اول مجلـس از دیگر سـخنرانان ایـن همایـش نیـز اخلاق و مشـتری مداری را مهم‌ترین اصل در میان اصناف دانست. او خطاب به خانـواده اصناف گفت: ما دغدغه شـما را برای قوانین می‌دانیـم اما فراموش نکنیـد هـر قانونی کـه قرار اسـت با کمک شما و مجلس تدوین شود باید شما، خدمات گیرنـده و حاکمیت، هر سـه در این فرآینده برنده باشـند و نباید ضـرری متوجه مردم، شما یا حاکمیت شود.

محمدرضـا پورابراهیمـی، رئیـس کمیسـیون اقتصادی مجلـس در ایـن همایـش ضمن دادن پیشنهاد عضویت اتـاق اصنـاف در شـورای پـول و اعتبار، قانـون کار را از چالش‌هـای اصلـی حوزه اصنـاف دانسـت و گفـت: براسـاس گـزارش سـازمان جهانی کار، سخت گیرانه‌ترین قانون کار مربوط به جمهوری اسلامی ایران است. او اصناف را بخـش خصوصـی واقعـی دانسـت و گفـت: اصناف در سـال‌های گذشـته ارتقا پیدا کردند، اما با ایـن حال هنوز اصناف به جایگاه واقعی خود دسـت نیافته است. او مالیات را از دیگـر مشـکلات اصناف دانست.

به گزارش «فرصت امروز» روز ملی اصنـاف بعد از ظهر سه‌شـنبه (اول تیرمـاه) بـا حضـور رئیس اتـاق اصناف ایـران، وزیر صنعـت، معدن و تجـارت، نایـب رئیس اول مجلـس شـورای اسـلامی، رئیس کمیسـیون اقتصادی مجلس، رئیس اتاق بازرگانی ایـران، روسـای اتحادیه‌های صنفـی تهـران و نمایندگان اصنـاف در شهرسـتان‌ها در هتـل فردوسـی تهـران برگـزار شـد، همچنیـن از برترین‌هـای اصناف تجلیل و از تمبر یادبـود اصناف ایران در مراسـم روز ملـی اصناف رونمایی شد.

صنعت غذایی

نتیجه بررسی دولت هنوز اعلام نشده

پرونده ارج ورق خورد

ساناز کلاهدوز
sanazkolahdooz@yahoo.com

بـا گذشـت دو هفتـه از خبر تعطیلـی کارخانـه ارج، شـاهد واکنـش دولت درباره مشـکلات ایـن کارخانـه هسـتیم. دیروز محمدرضـا نعمـت‌زاده، وزیـر صنعت، معـدن و تجارت درباره مشـکلات این کارخانه گفت: از مدار خارج شـدن این واحدهای صنعتـی به دلایـل متعدد نظیر «قدمت، عدم نوسـازی و به روز نشدن» تجهیزات و ماشین‌آلات کارخانه‌هـا و از سـوی دیگـر «شـرایط بـازار و اختـلاف بین شرکا» روی داده است که از نظر من کاملا هم طبیعی است.

وی با اشاره به اینکه هم‌اکنون «گـزارش کارخانه ارج روی میز مـن» اسـت و در حال بررسـی جزییـات آن هسـتم، ادامه داد: پیـش از ایـن عـده‌ای را بـرای تحقیق درباره کارخانه ارج مامور کرده بودم که براساس آن متوجه شـدم عمده سـهام این کارخانه یعنـی چیزی حـدود ۷۵ درصد آن بین سـه گـروه خصولتی‌ها، شـرکت‌های سـرمایه‌گذاری و... تقسیم شده است.

وزیر صنعـت، معدن و تجارت سـهامداران کارخانه را سه گروه اصلـی خوانـد و توضیح داد: این سـه گـروه با در اختیار داشـتن سـهام عمده ارج و در عین حال کـه کارخانـه را در طـول زمان دوشـیده‌اند، هیـچ اقدامی برای نوسـازی کارخانـه خـود انجام نداده‌انـد. به هر حال کارخانه‌ای که قدمـت تجهیزات و قطعاتش به حدود ۴۰سـال قبل می‌رسد، نیاز به نوسـازی دارد و من عامل اصلـی تعطیلی ایـن کارخانه را «فرسودگی» آن می‌دانم.

گزارش‌ها از اوضاع کارخانه‌های لوازم خانگی کشور، سیاه نمایی است

اسـحاق جهانگیـری، معـاون اول رئیس‌جمهـوری نیـز عضو دیگـری از دولـت اسـت که در واکنش به خبر تعطیلی کارخانه لـوازم خانگـی ارج در بازدید از برخـی «واحدهای تولیدی لوازم خانگـی در منطقه پاکدشـت» گفت: «امروز از سـه واحد بزرگ صنعتـی در یکـی از بزرگ‌ترین شهرک‌های صنعتی کشور بازدید کـردم که تولید خوب، بهره‌وری بالا و بازار پرطرفدارشـان نشـان می‌دهـد اوضـاع آن‌طـور کـه برخی‌ها می‌خواهند سـیاه‌نمایی کنند، نیست.»

وی در ادامـه توضیح داده بود: در روزهـای اخیـر بـا توجه به مسـائلی که برای یک نام تجاری در حـوزه لوازم خانگی (کارخانه لـوازم خانگـی ارج) پیـش آمد، برخـی تـلاش کردنـد این‌گونه نشان دهند که واحدهای صنعتی کشـور با مشکل روبه‌رو هستند، اما در این بازدید مشـخص شـد که واحدهـای تولیدکننده لوازم خانگـی با وجود واردات و قاچاق وضعیت خوبی دارند.

تعیین تکلیف ارج در دولت قبل

از سـوی دیگـر علـی یزدانی، مدیرعامل سازمان صنایع کوچک و شـهرک‌های صنعتی نیز درباره تعطیلی این شرکت معتقد است: کارخانـه «ارج» از آن دسـته واحدهایی است که در دولت قبل تعیین‌تکلیف شده بود. ضمن اینکه هر واحد تولیدی برای ادامه فعالیت خـود به عرضه تولیـدات به روز و کیفی نیاز دارد و باید بتواند در بازار رقابت کند وگرنه بازار و خریداران آن را کنار می‌زنند.

پایان ماه مبارک رمضان، آغاز فعالیت مجدد کارخانه ارج

به گـزارش «فرصت امروز»، جمعـه ۲۱ خـرداد از سـوی برخـی خبرگزاری‌هـا خبـر تعطیلی کارخانه ارج مطرح شد که به سـرعت از سـوی فرهاد حنیفـی، مدیرعامـل شـرکت سـرمایه‌گذاری گـروه توسـعه ملـی تکذیب شـد، امـا پس از آن، اخبـار ضـد و نقیض دراین بـاره افزایـش یافـت و در عین حال کـه محمدرضا حسـینی، مدیرعامـل فعلـی کارخانه ارج از فعالیت کارخانه خبر می‌داد، اظهـارات کارگـران و مدیران شـاغل در کارخانـه حاکـی از تعطیلی کارخانه بود.

طبـق اظهـارات مدیرعامـل کارخانـه ارج، ایـن کارخانـه تا پایان ماه مبارک رمضان به علت بازسازی (اورهال) خطوط تولید تعطیل است و مجددا آغاز به کار خواهد کرد.

باتمام این تفاسیر، اظهار نظر وزارت صنعـت، معدن و تجارت پس از گذشـت حدود دو هفته از تعطیلی این کارخانه می‌تواند نشـانه خوبی باشـد که دولت و وزارت مربوطه، حواس‌شـان به اوضـاع و چگونگی کارخانه‌های تولید اسـت، امـا موضوع قابل توجه این اسـت کـه به اذعان تولیدکننـدگان اقـدام جـدی بـرای حـل و فصل مشـکلات آنهـا انجام نمی‌شـود تا بتوانند با توجه به پتانسـیل و ظرفیتی که دارند در سایه حمایت دولت فعالیت کنند.

صنعت

مشکل صنعت فقط نقدینگی نیست

معـاون وزیر صنعت، معدن و تجارت با بیان اینکه مدیریت و تکنولوژی از مشـکلات مهم صنعت امروز اسـت، گفت: همه مشـکل صنعت فقـط نقدینگی نیست.

بـه گزارش ایسـنا، منصور معظمـی در بازدید از مجتمع فولاد اسفراین با اشاره به اینکه امروز صنعت در کشـور حال خوشـی ندارد و باید از این وضعیت خارج شـود، افزود: نقدینگی بخشـی از مشـکلات صنعت ماسـت و مشـکلات مدیریتـی و تکنولوژی نیز وجـود دارد پس باید از برجام برای نوسـازی و به‌روزرسانی صنایع استفاده کنیم و حداکثر سرعت را بـه‌کار بریم تا از رقیبـان خود عقب نمانیم و بازار را از دست ندهیم.

وی در خصـوص مجتمع صنعتی فولاد اسـفراین اظهـار کرد: بـا توجه به ظرفیت بـالای دو مجتمع فولاد و لوله گسـتر در این شهرستان وظیفه ما این اسـت که از این سـرمایه ملی ایجاد شـده حداکثر اسـتفاده را بکنیـم و اقتصاد مقاومتـی را در اینجا به نمایش بگذاریـم و تولید و درآمدزایی را افزایش دهیم تا موجب رونق این دو مجتمع شویم.

رئیس سـازمان گسـترش صنایع ایران (ایدرو) با اشـاره به طرح تکمیلی فاز جدیـد مجتمع صنعتی فولاد که قرار است در ۲۲ بهمن امسال افتتاح شود اما پیمانکار هنوز شـروع به کار نکرده است، توضیح داد: طی جلسه‌ای در این مورد صحبت خواهد شد و مشکلات مدیریتی و پیمانکار را حل می‌کنیم.

معظمی در پاسـخ به سوال دیگری مبنی بر اینکه ظرفیت مجتمع فولاد و لوله گسـتر ۶۰ هزار تن در سال است اما عملا با ۱۰ درصد در حال تولید است و این به علت مشـکلات مالی، سرمایه در گردش و مطالبات از شـرکت‌های دولتی اسـت، و برای رونق این دو مجتمـع چه حمایتی خواهد شـد؟ تصریح کرد: این امر بسیار نگران‌کننده است که این صنایع با کمتر از ظرفیت خود تولید می‌کنند.

وی افزود: تلاش خواهیم کرد با توجه به گشایشی کـه بعد از برجام برای شـرکت ملی نفـت ایران به وجـود آمـده بدهی‌های خود را به ایـن دو مجتمع پرداخـت کنیـم و سـازمان نیز برای حل مشـکل نقدینگـی ایـن دو مجتمع ظـرف یک مـاه آینده کمک‌هایی خواهد داشت.

معاون وزیر صنعت:

ایران به روسیه سنگ صادر می‌کند

معاون امور معـادن و صنایع معدنی وزارت صنعت، معدن و تجارت گفت: شرکت‌های ایرانی فعال در حوزه تولید و تجارت سنگ‌های ساختمانی برای صادرات به روسیه و کشـورهای عضو جامعه همسود برنامه‌ریزی کرده‌اند و سهم مورد انتظار اولیه در این بازار گسترده نیز حدود ۱۰۰ میلیون دلار در هر سال است.

جعفر سـرقینی در حاشـیه آغاز به‌کار نمایشگاه بین‌المللی سـنگ روسـیه در مصاحبه با ایرنا گفت: نخسـتین حضور شـرکت‌های ایرانی با گستردگی و تنوع محصولات در نمایشـگاه بین‌المللی سـنگ مسـکو با هـدف اجـرای برنامه منسـجم و مدون صادرات در این عرصه اسـت تا سـنگ‌های ایران به روسیه و کشورهای عضو جامعه همسود صادر شود.

وی افزود: برخی کارشناسان فعال در بازار سنگ، میـزان توانمندی شـرکت‌های ایرانی بـرای تامین نیازهای بازار روسـیه به انواع سنگ‌های ساختمانی را حداقل یک میلیارد دلار در سال ارزیابی می‌کنند که می‌تواند به‌عنوان هدف در نظر گرفته شود.

معاون امور معادن و صنایع معدنی وزارت صنعت همچنیـن اظهار کـرد: گوناگونـی و فراوانی معادن سـنگ در ایران و همچنین میـزان تولید با میزان صادرات اندک کنونی مناسب نیست.

وی ادامه داد: ایران با حدود ۴، ۵ میلیارد تن ذخیره انواع سـنگ‌های سـاختمانی با مشـتریان بسیار در بازارهای خارجی و ۱۵۰ معدن فعال، متاسـفانه فقط ۲۰۰ میلیـون دلار در هر سـال صـادرات دارد و باید زمینه‌های لازم برای افزایش آن در نظر گرفته شـود که روسـیه و کشـورهای عضو جامعه همسود یکی از بازارهای هدف است. سـرقینی تاکیدکرد: با توجه به نامتناسب بودن توانمندی ایران در بخش صنعت و بازار سنگ با میزان عرضه محصولات و تولیدات در بازارهای خارجی، افزایش صادرات شـرکت‌های ایرانی به‌عنوان یک اولویت در دستور کار است که یکی از راهکارهای آن حضور نمایشگاهی در خارج است.

روسـیه، جمهـوری آذربایجـان، ارمنسـتان، ازبکسـتان، بـلاروس، تاجیکسـتان، قرقیزسـتان، قزاقستان و مولداوی از جمهوری‌های شوروی سابق اعضای جامعه همسود هستند. هفدهمین نمایشگاه بین‌المللی سنگ مسکو با حضور ۲۵۸ شرکت از ۲۷ کشـور از جمله ۱۱ شـرکت ایرانی با حضور معاون وزارت صنعت، معدن و تجارت، مهدی سنایی سفیر ایران در روسـیه و احمد شـریفی دبیر کل انجمن سـنگ ایران روز سه‌شـنبه در مرکز نمایشگاه‌های سراسری روسیه (ودنخا) گشایش یافت.

خبرنامه

کاهش میزان ۲ درصدی نرخ سود تسهیلات صندوق‌های پس‌انداز مسکن

همزمان با کاهش نرخ سود سپرده‌ها در سیستم بانکی کشور، بانک مسکن به طور داوطلبانه نرخ سود تسهیلات حساب صندوق‌های پس‌انداز مسکن خود را به میزان ۲درصد کاهش داد.

به گزارش روابط عمومی بانک مسکن، محمدهاشم بت‌شکن، مدیرعامل بانک مسکن با بیان این مطلب گفت: بانک مسکن به منظور اجرای سیاست‌های دولت در خصوص خروج بخش مسکن از رکود، اقدام به کاهش نرخ سود تسهیلات حساب صندوق‌های پس‌انداز مسکن سه‌گانه خود یعنی صندوق پس‌انداز مسکن یکم، حساب صندوق پس‌انداز مسکن جوانان و حساب صندوق پس‌انداز عادی از ۱۳درصد به ۱۱درصد کرد.

بت‌شکن در خصوص تاثیر کاهش نرخ سود تسهیلات بر میزان بازپرداخت اقساط افزود: با این اقدام مبلغ اقساط پرداختی مشتریان به میزان حدود ۱۰درصد کاهش می‌یابد، به‌طوری‌که مشتریان می‌توانند با دریافت تسهیلات صندوق پس‌انداز مسکن یکم در سقف‌های ۸۰۰، ۶۰۰ و ۴۰۰ میلیون ریال به ترتیب مبلغ ۸۸۰، ۶۶۰ و ۴۴۰هزار تومان به‌صورت ماهانه پرداخت کنند.

مدیرعامل بانک مسکن افزایش رونق در بخش مسکن، افزایش انگیزه مردم به استفاده از تسهیلات جهت خرید یا ساخت واحد مسکونی و تقویت پس‌انداز در میان مشتریان برای سرمایه‌گذاری در بخش مسکن را از مزایای کاهش نرخ سود تسهیلات حساب صندوق‌های پس‌انداز مسکن بانک مسکن عنوان کرد.

تکذیب خبر پاداش میلیاردی بانک شهر

بانک شهر در پی برداشت اشتباه برخی از رسانه‌ها از صورت‌های مالی سال ۹۳ این بانک، توضیحات تکمیلی صادر کرد.

به گزارش مرکز ارتباطات و روابط‌عمومی بانک شهر، پیرو انتشار اطلاعاتی از سوی برخی از رسانه‌ها پیرامون گزارش تلفیقی حسابرسی‌شده این بانک به اطلاع عموم شهروندان شریف ایران و اصحاب رسانه می‌رساند که درج خبر اعطای پاداش یک میلیارد و ۲۰۰میلیون تومانی به هیات‌مدیره گروه خدمات مالی و سرمایه‌گذاری شهر (زیرمجموعه بانک شهر)، وابسته به شهرداری، اشتباه برداشت منبع اولیه خبر از صورت‌های مالی این بانک بوده که این منبع نیز پس از آگاهی از اشتباه رخ‌داده، ضمن اعلام پوزش از بانک شهر، نسبت به حذف این مطالب اقدام کرده است.

متاسفانه درج خبر یادشده در تعدادی از رسانه‌ها در روزهای اخیر، بدون دقت کافی و بررسی کارشناسانه صورت گرفته و منجر به نشر اطلاعات نادرست و جریحه‌دار شدن اذهان عمومی شده است.

در متن خبر درج‌شده در این خصوص به صفحه ۶۹ صورت‌های مالی تلفیقی بانک شهر در سال مالی منتهی به اسفند ماه ۱۳۹۳ اشاره شده است که در همین صفحه، اقلام هزینه‌های بانک شهر و گروه این بانک به‌صورت جداگانه و در دو سال ۹۲ و ۹۳ درج شده است. این در حالی است که به استناد این صفحه و البته به اشتباه، پاداش گروه بانک شهر که شامل این بانک و هلدینگ‌ها و شرکت‌های زیرمجموعه است به جای پاداش هیات‌مدیره گروه خدمات مالی و سرمایه‌گذاری شهر، تلقی شده و مبلغ یادشده در ذیل عنوان «گروه» به‌عنوان یک شرکت واحد تفسیر شده است.

لازم به توضیح است که تمامی صاحب‌نظران و افراد مطلع نسبت به صورت‌های مالی تلفیقی، به خوبی می‌دانند که این نوع از گزارش‌ها، کاملا براساس روال و در تمامی شرکت‌ها و مجموعه‌های مالی، شبیه به هم بوده و برای کارشناسان امر، تمییز دادن صورت‌های مالی شرکت اصلی و گروه، به آسانی امکانپذیر است.

در همین رابطه، حسابرس و بازرس مستقل و قانونی بانک شهر نیز طی مصاحبه‌ای، موارد اشاره‌شده پیرامون این موضوع در رسانه‌ها را تکذیب و با تفسیر صحیح از اقلام درج‌شده، بر اشتباه برداشت از صورت‌های مالی بانک شهر تاکید و آثار این گونه رفتارها را یادآور شده است. همچنین لازم به اشاره است که صورت‌های مالی بانک شهر و اکثر شرکت‌های پذیرفته‌شده و فعال در بورس از طریق کُدال سازمان بورس و اوراق بهادار به‌صورت منظم و در مقاطع زمانی مشخص، منتشر شده و برای عموم مردم قابل دسترس است.

بیمه نامه

افزایش ظرفیت مجاز نگهداری ریسک بیمه‌کوثر

آخرین ظرفیت مجاز نگهداری ریسک بیمه‌کوثر به بیش از ۸۷میلیارد تومان افزایش یافت.

به گزارش روابط‌عمومی و اعلام مدیر اتکایی و اموربین‌الملل بیمه‌کوثر، ظرفیت مجاز نگهداری ریسک شرکت در سال گذشته ۸۱میلیارد تومان بوده است.

امیری‌زاده افزایش این ظرفیت را عامل موثر در توانایی پرداخت خسارت به بیمه‌گذاران برشمرد و گفت: با تلاش همکاران و در نتیجه افزایش اندوخته‌ها و ذخایر فنی شرکت؛ ظرفیت مجاز نگهداری ریسک شرکت افزایش یافت.

وی با اشاره به اینکه براساس آیین‌نامه ۱/۵۵ بیمه‌مرکزی حداکثر ظرفیت نگهداری مجاز موسسه بیمه از هر ریسک معادل ۲۰درصد مجموع سرمایه پرداخت شده، اندوخته‌ها و ذخایر فنی سهم نگهداری به استثنای ذخیره خسارت معوق و ذخیره ریاضی است، خاطرنشان کرد: پذیرش و نگهداری مجموع ریسک‌های شرکت براساس ضوابط مندرج در آیین‌نامه نحوه محاسبه و نظارت بر امور بیمه‌های اتکایی و با در نظر گرفتن افزایش توانگری مالی شرکت، تعیین شده است.

در نشست مشترک سیف با وزیر کشور تاکید شد

هشدار درباره فعالیت موسسات غیرمجاز

در نشست مشترک رئیس کل بانک مرکزی و وزیر کشور بر کاهش نرخ سود بانک‌ها و مراقبت استانداران به منظور جلوگیری از شکل‌گیری دوباره موسسات غیرمجاز تاکید شد.

به گزارش روابط عمومی بانک مرکزی، عبدالرضا رحمانی فضلی در نشست مشترک با رئیس کل بانک مرکزی و مدیران عامل بانک‌ها با تاکید بر حمایت از بنگاه‌های کوچک، گفت: شرایط سیاسی در کشور ما و پیوند آن با فضای کنونی اقتصادی اقتضا می‌کند در حوزه اقتصادی جهش داشته باشیم.

وزیر کشور افزود: سیر در مسیر جاری کنونی برای تحقق آنچه که مقام معظم رهبری فرمودند کافی نیست، بلکه باید در این مسیر جهش اقتصادی داشته باشیم. در برخی جاها باید جسارت، قدرت تصمیم‌گیری و تدبیر داشته باشیم و ریسک‌ها را بپذیریم، البته باید با حداقل ریسک عمل کنیم.

رحمانی فضلی خطاب به مدیران بانک‌ها گفت: متوجه مشکلات‌تان و به فکر حل آنها هستیم اما باید در چارچوب همین مقررات، اختیارات، امکانات و قوانین عمل کنیم. ما حاضریم به شما در اتخاذ تصمیمات کمک کنیم.

بانک‌ها وضعیت مناسبی ندارند

در ادامه رئیس کل بانک مرکزی هم در این نشست گفت: درک مشخص از مسئولیت‌ها در سال ۱۳۹۵ باید ایجاد شود و نظام بانکی باید از نظرات استان‌ها درباره اولویت تسهیلات آگاه باشند.

ولی‌الله سیف افزود: تمرکز ما بر تصمیم اخیر درباره بنگاه‌های کوچک و متوسط با توجه به تاکیدات مقام معظم رهبری و با استفاده از همه امکانات است. وی تاکید کرد: بانک مرکزی مسئولیت صیانت از سپرده‌های مردم را دارد و اجازه نمی‌دهد تصمیمات غیراصولی در این باره گرفته شود.

سیف با اشاره به اینکه اکنون بانک‌ها وضعیت نامناسبی دارند، افزود: برای اصلاح این وضعیت که از بیرون بر آنها تحمیل شده است طرح جدی داریم تا بانک‌ها منطبق بر استانداردهای روز شوند و در شرایط پس از برجام بتوانند ارتباط بانکی متناسب با شأن اقتصاد کشورمان داشته باشند.

وی با اشاره به اینکه امسال تمرکز ما برای حل مشکلات بنگاه‌های اقتصادی کوچک و متوسط است، گفت: سعی می‌کنیم با تخصیص حدود ۱۰ درصد از تسهیلات نظام بانکی در سال جاری این بنگاه‌ها و خط تولید آنها را به حرکت در بیاوریم.

مسئولیت نظارتی بانک مرکزی

سیف با اشاره به اینکه بانک مرکزی مسئولیت نظارتی دارد، افزود: مسئولیت اصلی ما صیانت از سپرده‌های مردم است. وی ادامه داد: تصمیمات غلط و غیراصولی می‌تواند سپرده‌ها را در خطر قرار دهد.

رئیس کل بانک مرکزی گفت: اگر در جایی تسهیلات با حجم غیرمنطقی داده شد باید به ما منعکس شود تا پیگیری کنیم و این گزارش‌ها مبنایی برای نظارت دقیق‌تر ماست. سیف در بخش دیگری از سخنان خود درباره موسسات مالی غیرمجاز با اشاره به اینکه استانداری‌ها بیشترین نقش را در شکل‌گیری بازار غیرمتشکل پولی داشتند، افزود: آنها اجازه دادند در منطقه تحت مدیریت‌شان موسساتی شکل بگیرد که نظارتی بر آنها نمی‌شود.

وی گفت: اگر استانداران به این موضوع توجه نکنند ممکن است این موسسات دوباره شکل بگیرند و رشد کنند و موجب بی‌ثباتی اقتصاد کشور شوند. سیف تاکید کرد: نباید اجازه داد این موسسات بدون نظارت شکل بگیرند.

رئیس کل بانک مرکزی درباره نرخ سود بانکی نیز با اشاره به اینکه مصوبه شورای پول و اعتبار در این زمینه باید رعایت شود، افزود: کسی نمی‌تواند از این مصوبه عدول کند. وی با اشاره به اینکه تورم از ۴۰ درصد به دامنه تک رقمی رسیده، ادامه داد: نرخ سود بانکی هم به ناچار باید کاهش یابد و این مسیر طبیعی نرخ سود بانکی و علامت بسیار مثبتی است.

سیف گفت: با توجه به اینکه نرخ تورم تک رقمی شده امیدواریم اقتصاد هم به ثبات و آرامش برسد و در این شرایط نرخ سود بانکی بیشتر از ۱۲ تا ۱۳ درصد مورد قبول نیست. رئیس کل بانک مرکزی با تاکید بر اینکه باید صادرات را تسهیل کنیم، افزود: ابزارهای بانک‌ها باید در جهت حمایت از بنگاه‌ها و واحدهای اقتصادی متوسط و کوچک باشد.

توضیح سیف درباره حقوق‌های مدیران بانکی

رئیس کل بانک مرکزی ضمن ارائه توضیحاتی در رابطه با ماجرای رسانه‌ای شدن فیش‌های حقوقی که در بین آنها حقوق مدیران عامل بانک‌ها نیز مورد توجه و انتقادات شدید قرار گرفته است، از احتمال برکناری مدیرعامل بانک رفاه به دلیل حقوق بالای دریافتی اظهار بی‌اطلاعی کرد.

به گزارش ایسنا، به دنبال جریان اخیر رسانه‌ای شدن فیش‌های بالای حقوقی برخی مدیران از جمله مدیران بانکی، در بین آنها حقوق بالغ بر ۲۰۰ میلیون تومانی مدیر عامل بانک رفاه با حواشی بسیاری همراه و اخیرا اخباری مبنی بر برکناری وی منتشر شد. ولی تاکنون مسئولیت این موضوع را تایید یا رد نکرده است. این در حالی است که ولی‌الله سیف، رئیس کل بانک مرکزی نیز در این مورد اعلام کرد که اطلاع دقیقی ندارد.

سیف با اعتقاد به اینکه جریان اخیر فیش‌های حقوقی تا حد زیادی مبالغه بوده و تحت تاثیر شرایط سیاسی قرار دارد، گفت: رقم‌هایی که منعکس می‌شود، واقعا میزان حقوق یک ماه نیست، بلکه تجمعی از پرداخت‌های چند ماه بوده که در یک ماه پرداخت شده است.

رئیس کل بانک مرکزی افزود: با این حال بانک مرکزی از این موضوع حمایت نمی‌کند و ارقام قابل قبول نیست، چرا که حقوق اصلی پرداختی باید متناسب با شرایط تعیین شود.

وی که در حاشیه نشست مدیران بانک مرکزی و وزیر کشور سخن می‌گفت، در پاسخ به این سوال که بانک مرکزی تا چه اندازه به پرداخت‌های حقوقی در بانک‌ها نظارت و روند اخیر را مورد بررسی قرار داده است، به ایسنا توضیحاتی ارائه کرد.

سیف با بیان اینکه این موضوع به طور مستقیم به بانک مرکزی مربوط نمی‌شود، به اقدامات انجام شده در این رابطه از بهمن ماه سال گذشته اشاره کرد و گفت: بانک مرکزی درباره الزامات افشا، مصوباتی را در شورای پول و اعتبار به تصویب رساند و به بانک‌ها ابلاغ کرد. بر این اساس باید صورت‌های مالی سال ۱۳۹۴ بانک‌ها طبق ضوابطی که بانک مرکزی تعیین کرده است از حداقل افشا برخوردار باشد که یکی از بندهای مهم آن به میزان پرداختی مدیران و اعضای هیات‌مدیره بانک‌ها اختصاص دارد.

وی با اشاره به اینکه زمانی پرداختی‌های مدیران بانک‌ها افشا می‌شود، مدل خود کنترلی ایجاد می‌کند که تمامی بانک‌ها را در بر می‌گیرد ادامه داد: این در حالی است که بانک مرکزی از گذشته این برنامه را در دستور کار خود داشته اما به دلیلی استنباط‌هایی که در این رابطه وجود داشت به ارقام و اعداد ورود نکردیم.

رئیس کل بانک مرکزی این را هم گفت که در ضوابطی که در حال تدوین است، حداقل و حداکثر حقوق مدیران بانکی مشخص خواهد شد.

گزارش ۲

طلای جهانی اندکی پایین آمد

در حالی که نشانه‌های موجود خبر از آن می‌دهد که بریتانیا به ماندن در اتحادیه اروپا رأی خواهد داد، بازارهای سهام آسیایی صعود کرده و طلا به پایین‌ترین سطح یک هفته اخیر خود نزدیک شد.

در معاملات روز سه شنبه شمش با سقوط ۲ درصدی بیشترین افت یک‌روزه خود را در یک‌ماه اخیر تجربه کرد و به پایین‌ترین سطح خود از ۱۰ ژوئن برسد. این در حالی است که دو نظرسنجی جداگانه در روز دوشنبه نشان داد که شانس ماندن بریتانیا در اتحادیه اروپا بیشتر شده است.

رای به خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا (برگزیت)، می‌تواند اروپا را وارد رکود کرده، فشار بیشتری را به اقتصاد جهانی وارد کند و از این رو موجب افزایش درخواست برای خرید طلا شود.

قیمت هر اونس طلا در معاملات روز چهارشنبه با افتی ۰,۲درصدی یک‌هزار و ۲۶۷ دلار و ۷۰ سنت معامله شد.

جیمز گاردینر، تحلیلگر MKS اعلام کرد: «با توجه به اینکه شانس رأی به خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا در دو روز گذشته کم شده است، معامله‌گران بازار جایگاه خود را با توجه به رأی «ماندن» تطبیق می‌دهند؛ اما اگر بریتانیا از اتحادیه اروپا خارج شود، قیمت طلا احتمالا حداقل ۱۰۰ دلار افزایش خواهد داشت.»

برخی تحلیلگران اعلام کردند هنوز زود است که در مورد خروج یا ماندن بریتانیا در اتحادیه اروپا به طور قاطع اظهار نظر کنیم. ادوارد میر، تحلیلگر افسی‌استون اعلام کرد: «ما همچنان در مورد دقت نظرسنجی‌های بریتانیا نگران هستیم، بنابراین هنوز مشخص نیست که در رفراندوم ۲۳ ژوئن نتیجه چه خواهد شد.»

براساس نظرسنجی منتشر شده در روز سه‌شنبه، کمپین ماندن بریتانیا در اتحادیه اروپا تنها اندکی از کمپین ترک اتحادیه اروپا پیشی گرفته است.

دومینیک اشنایدر تحلیلگر UBS اعلام کرد: «اگر رأی به ترک اتحادیه اروپا داده شود، ما احتمالا شاهد رسیدن قیمت اونس به مرز ۱۳۵۰ دلاری خواهیم بود. از نظر ما اگر بریتانیا در اتحادیه اروپا بماند، طلا به سطوح ۱۲۰۰ دلاری بازخواهد گشت.»

براساس اعلام وانگ تائوتحلیلگر تکنیکال رویترز، قیمت طلا با پیروی از الگوی موجی و آنالیز اصلاحی فیبوناتچی به سطح ۱۲۵۲ دلاری سقوط می‌کند.

دارایی‌هادر SPDR بزرگ‌ترین صندوق معاملاتی طلا با رشدی ۰,۳۹درصدی در روز سه‌شنبه به ۹۱۲,۳۳تن رسید. در میان فلزات گرانبهای دیگر، هر اونس نقره با افتی ۰,۲درصدی ۱۷ دلار و ۲۳ سنت معامله شد. قیمت هر اونس پالادیوم با ۰,۴درصد کاهش به ۵۴۸ دلار و ۲۰ سنت رسیدو پلاتین بدون تغییر ۹۷۶ دلار و ۱۰ سنت برای هر اونس قیمت داشت.

با ارز متقاضی

محدودیت واردات شمش طلا برداشته شد

سازمان توسعه تجارت با استناد به اطلاعیه بانک مرکزی، واردات قطعی شمش طلا با استاندارد حداقل عیار ۰/۹۹۵ و نقره و پلاتین صرفا از طریق گشایش اعتبار اسنادی و با ارز متقاضی به هر میزان مجاز است.

بنابراین گزارش، در ادامه این اطلاعیه آمده است که حذف مفاد قسمت «ه» بخش اول مجموعه مقررات ارزی مندرج در پایگاه اطلاع‌رسانی بانک مرکزی ورود موقت کالاهای مذکور (طلا، نقره و پلاتین) نیز از محل ارز متقاضی و در چارچوب قانون امور گمرکی و آیین‌نامه اجرایی آن امکانپذیر است. بنابراین گزارش، در این اطلاعیه اشاره شده است که چنانچه ورود موقت با پرداخت مدت‌دار مدنظر باشد این مهم صرفا به‌صورت گشایش اعتبار اسنادی مدت‌دار دو ماهه مقدر خواهد بود.

بنابراین گزارش، تقی محمدیان مدیر کل دفتر مقررات صادرات و واردات سازمان توسعه تجارت ایران نیز بنابر نامه بانک مرکزی اطلاعیه‌ای به مرکز واردات و امور مناطق آزاد ویژه اقتصادی گمرک ایران به این شرح ارسال کرد: با توجه به مفاد اداره سیاست‌ها و مقررات ارزی بانک مرکزی، واردات قطعی شمش طلا با استاندارد حداقل عیار ۹۹۵/ و نقره و پلاتین صرفا از طریق گشایش اعتبار اسناد دیداری و با ارز متقاضی به هر میزان مجاز است. در ادامه این ابلاغیه آمده است: ورود موقت کالاهای طلا، نقره و پلاتین نیز از محل ارز متقاضی و در چارچوب قانون امور گمرکی و آیین‌نامه اجرایی میسر است. چنانچه صدور موقت با پرداخت مدت‌دار مدنظر باشد صرفا به‌صورت گشایش اعتبار اسنادی مدت‌دار دو ماهه امکانپذیر است. بنابراین موضوع جهت اطلاع و اقدام با رعایت سایر مقررات و ابلاغ‌ها به گمرکات اجرایی کشور ارسال شود.

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 ۱,۰۲۸,۰۰۰ تومان تعیین کردند.

هر یورو در بازار آزاد ۳,۹۲۸ تومان و هر پوند نیز ۵,۰۸۵ تومان قیمت خورد. همچنین هر نیم سکه ۵۱۵,۵۰۰تومان و هر ربع سکه ۲۷۰۵۰۰تومان فروخته شد. هر سکه یک گرمی ۱۸۰,۰۰۰تومان خریدوفروش شد و هر گرم طلای ۱۸ عیار ۱۰۴,۴۵۲ تومان قیمت خورد.

نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت	
مثقال طلا	۴۵۲,۹۰۰	▼
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۰۴,۴۵۲	▼
سکه بهار آزادی	۱,۰۲۶,۰۰۰	▼
سکه طرح جدید	۱,۰۲۸,۰۰۰	▼
نیم سکه	۵۱۵,۵۰۰	▼
ربع سکه	۲۷۰۵۰۰	▼
سکه گرمی	۱۸۰,۰۰۰	

نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت	
دلار آمریکا	۳,۴۶۶	▲
یورو اروپا	۳,۹۲۸	▲
پوند انگلیس	۵,۰۸۵	▼
درهم امارات	۹۴۶	▲
لیر ترکیه	۱,۲۰۹	▲
یوان چین	۵۳۸	
ین ژاپن	۳۲	
دلار کانادا	۲,۷۳۳	▼
فرانک سوئیس	۳,۶۲۰	▼
دینار کویت	۱۱,۵۰۰	
ریال عربستان	۹۲۵	
دینار عراق	۲۷۳	
روپیه هند	۵۷	
رینگت مالزی	۸۶۳	

بانکنامه

عرضه هزار میلیارد تومان اسناد خزانه اسلامی

مرحله ششم اسناد خزانه اسلامی، با پذیرش ۱۰۰۰میلیارد تومان در بازار ابزارهای نوین مالی فرابورس برای عرضه آغاز شد.

به گزارش اخبار بانک، در پی عرضه پنج‌مرحله اسناد خزانه اسلامی که با استقبال فعالان بازار سرمایه همراه بوده، اسناد مرحله ششم نیز براساس بند ط تبصره ۶ قانون بودجه سال ۹۴ کل کشور و با هدف تسویه بخشی از بدهی‌های دولت به پیمانکاران بخش‌خصوصی منتشر شده و سررسیدآن ۲۵ اسفند سال جاری خواهد بود.

ناشر این اسناد که به‌صورت ۱۰ میلیون ورقه یک میلیون ریالی منتشر شده، وزارت امور اقتصادی و دارایی بوده و شرکت سپرده‌گذاری مرکزی، مبلغ اسمی آن را در روز سررسید از طریق بانک ملی ایران به حساب دارندگان نهایی واریزمی‌کند.

قیمت این اسناد در بازار و با مکانیزم عرضه و تقاضا تعیین خواهد شد و با نزدیک شدن به زمان سررسید، قیمت آن به قیمت اسمی نزدیک‌تر شده و در نهایت هنگام سررسید، معادل ارزش اسمی خواهد شد. بنابراین معاملات این اسناد در بازار ابزارهای نوین مالی فرابورس پس از عرضه اولیه و کشف قیمت آغاز می‌شود و متقاضیان از آن زمان می‌توانند با مراجعه به کارگزاری‌های عضو نسبت به خریدوفروش این اوراق اقدام کنند.

بر این اساس، پیمانکارانی که بنا به هر دلیل نیاز به پول نقد دارند، می‌توانند اسناد خزانه خود را با نرخی کمتر از قیمت اسمی در فرابورس به فروش برسانند و با توجه به اینکه خریدار، اوراق را کمتر از قیمت اسمی خریداری کرده است از تفاوت قیمت ناشی از خرید به کسر منتفع خواهد شد.

به‌زودی تاریخ و نحوه عرضه اولیه مرحله ششم اسناد خزانه اسلامی اطلاع‌رسانی شده و به دنبال آن عملیات گشایش نماد معاملاتی این اسناد انجام خواهد شد تا امکان خریدوفروش آن برای اشخاص حقیقی و حقوقی مهیا شود.

در حال حاضر مراحل دوم تا پنجم اسناد خزانه اسلامی در ماه‌های پایانی سال قبل با سررسیدهای ۲۱ شهریور، ۲۱ مهر، ۲۱ آبان و ۹ آذرماه ۱۳۹۵در فرابورس پذیرش شده و در حال خریدوفروش در بازار ابزارهای نوین مالی است.

خبر

زمان برگزاری دوره جدید آزمون‌های حرفه‌ای بازار سرمایه

براساس اعلام اداره آموزش و امور گواهی‌نامه‌های حرفه‌ای، با تصویب هیات‌مدیره سازمان بورس، حد نصاب برخی از دروس آزمون‌ها تغییر یافت. حیدر فروغ‌نژاد، رئیس اداره آموزش و امور گواهی‌نامه‌های حرفه‌ای گفت: براساس پیشنهاد کمیته گواهی‌نامه‌های حرفه‌ای بازار سرمایه و تصویب هیات‌مدیره سازمان بورس، تغییراتی در حد نصاب نمرات آزمون‌ها ایجاد شده که از آزمون‌های پیش رو اعمال خواهد شد. با ایجاد این تغییرات، علاوه بر آزمون‌های قبلی، امکان برگزاری آزمون‌های اصول بازار سرمایه و تحلیلگری بازار سرمایه نیز از نیمه دوم سال جاری به صورت الکترونیکی فراهم خواهد شد. وی ادامه داد: آزمون‌های الکترونیکی به صورت دوره‌ای مشخص و در سایت اداره آموزش و امور گواهی‌نامه‌های حرفه‌ای بارگذاری شده و داوطلبان می‌توانند به دلخواه تاریخ آزمون خود را انتخاب کنند. به دلیل تعداد زیاد متقاضی، ممکن است محدودیت‌هایی برای شرکت در آزمون‌ها ایجاد شود که تلاش می‌شود با برنامه‌ریزی به موقع و افزایش تعداد برگزاری آزمون‌ها، این محدودیت‌ها به حداقل برسد. فروغ‌نژاد با بیان اینکه این تغییرات از آزمون‌های پیش رو اعمال خواهد شد و امکان تسری آن به آزمون‌های قبلی وجود ندارد، تاکید کرد: داشتن هر دو شرط (اخذ نمره کل و اخذ حد نصاب تمامی دروس) برای قبولی در آزمون الزامی است. به گفته وی، بیست و هفتمین دوره از آزمون‌های حرفه‌ای بازار سرمایه در سه آزمون اصول بازار سرمایه، تحلیلگری بازار سرمایه و معامله‌گری بازار سرمایه، روز جمعه پنجم شهریور ماه سال جاری برگزار خواهد شد.

شرکت‌ها و مجامع

افزایش سرمایه ۱۱۸۵ درصدی «شپلی» هفته آینده به سازمان بورس ارسال می‌شود

جانشین مدیرمالی پلی اکریل از انجام آخرین مراحل و رفع موارد برای نهایی کردن افزایش سرمایه ۱۱۸۵ درصدی و ارائه گزارش حسابرس به سازمان بورس تا هفته آینده خبر داد. رامین ایرانی درباره آخرین وضعیت افزایش سرمایه پلی اکریل اظهار داشت: موضوع افزایش سرمایه مدنظر شرکت در مراحل نهایی قرار دارد. وی ادامه داد: قرار بود گزارش حسابرس دیروز دریافت شود که به امروز یا فردا موکول شده است. بنابراین با پیگیری‌های مستمر، گزارش حسابرس در مورد افزایش سرمایه ۱۱۸۵ درصدی، امروز یا فردا نهایی می‌شود و در نخستین فرصت که هفته آینده خواهد بود، به سازمان بورس ارسال می‌شود تا بررسی‌های لازم برای صدور مجوز انجام گیرد. این مقام مسئول با بیان اینکه چند مورد مدنظر کانون کارشناسان دادگستری برای ارزشگذاری هم رفع می‌شود، خاطرنشان کرد: با توجه به اهمیت تامین مالی و افزایش سرمایه، مسئولان شرکت با جدیت پیگیر این موضوع هستند و انتظار می‌رود هفته آینده با ارسال گزارش حسابرس به سازمان بورس، قدم آخر برای این برنامه برداشته شود. ایرانی در پاسخ به برنامه سازمان بورس برای بازگشایی نماد «شپلی» در هفته آینده آن هم بدون مشخص شدن یا نشدن افزایش سرمایه به بورس‌پرس گفت: در جریان این موضوع و برنامه سازمان بورس نیستم و تا به امروز هم نامه‌ای دریافت نشده است.

«گوهران» اطلاعات مثبت داد

شرکت ۲۰۰ میلیارد تومانی توسعه گوهران امید با عرضه اولیه ۵ درصد سهام در یکشنبه ۳۰ خرداد، وارد بازار سهام شد اما در همان نخستین روز بعد از عرضه، مشخص شد نتوانسته رضایت ۲۳ هزار و ۱۹۹ سهامدار حقیقی و ۲۹۷ حقوقی خریدار روز اول را جلب کند. این شرکت فرابورسی که ششمین شرکت جدید سال جاری است با کشف قیمت ۱۰۸ تومانی هر سهم وارد تابلوی معاملات شد اما به دلیل تقاضای خرید حدود ۱۰۰ تومانی هر سهم و حتی از کمتر از قیمت اسمی، اکثریت فعالان حرفه‌ای حاضر به خرید این سهم نشدند، چرا که با توجه به زیان سال گذشته، وضعیت بازار و عدم تجربه موفق از سهامدار عمده یعنی سرمایه‌گذاری امید در حمایت از زیرمجموعه‌ها، افکار عمومی بازار انتظار کشف قیمت جذابی را از این شرکت داشت. با این اوصاف در همان نخستین روز بعد از عرضه، نه‌تنها برخلاف اکثریت شرکت‌های جدید، خبری از صف خرید و رشد ۵ درصدی قیمت نشد، بلکه با خروج بیش از ۱۳ هزار و ۵۰۰ سهامدار حقیقی و حقوقی و رشد ۱,۵ درصدی قیمت در دو روز اول بعد از عرضه روبه‌رو شد تا فعلاً عنوان دار بدترین شرکت جدید سال ۹۵ باشد. در این شرایط، «گوهران» عصر دیروز اطلاعات مثبتی داد تا شاید از امروز به بعد شرایط این سهم جدید بهتر شود. این شرکت در حالی سود هر سهم مالی را ۴۵۳ ریال پیش‌بینی کرده که با انتشار اطلاعات و صورت‌های مالی میاندوره‌ای دوره شش ماهه منتهی به ۳۱ خرداد مشخص شد ۴۲۲ ریال سود را محقق کرده و احتمالا اقدام به تعدیل سود خواهد کرد که باید منتظر واکنش این شرکت بود.

زمان جدید دو مجمع سرمایه‌گذاری سایپا اعلام شد

سرمایه‌گذاری سایپا بعد از لغو دو مجمع سالانه و فوق‌العاده ۲۹ خرداد، زمان جدید این دو رویداد برای تصویب صورت‌های مالی و افزایش سرمایه ۷۵ درصدی از سود انباشته را اعلام کرد. طبق اعلام قبلی قرار بود دو مجمع سرمایه‌گذاری سایپا ساعت ۱۴ و ۱۶ شنبه ۲۹ خرداد برگزار شود اما این شرکت اقدام به لغو این دو رویداد کرد. «وساپا» زمان جدید این دو مجمع را ساعت‌های ۱۰ و ۱۲ پنجشنبه ۱۰ تیر در پردیس کیان واقع در اتوبان نواب تعیین کرده تا طی آن ضمن تصویب صورت‌های مالی، در مورد افزایش سرمایه ۷۵ درصدی از سود انباشته هم تصمیم‌گیری شود.

واکنش سبز بازار سهام به کاهش نرخ سود بانکی

رشد ۸۴۷ واحدی شاخص کل

سیدمحمدصدرالغروی
sadrolgharavi@yahoo.com

سمیه سهیلی/ فرصت امروز

شاخص کل بورس روز چهارشنبه، یک روز پس از کاهش نرخ سود بانکی تقویت شد و با ۸۵۴ واحد رشد به رقم ۷۳ هزار و ۶۴۴ واحد بازگشت و اندکی از افت شاخص کل در هفته‌های گذشته را جبران کرد. کاهش نرخ سودبانکی در روزهای گذشته تأثیرمثبتی بر عملکرد بورس داشته به نحوی که شاخص کل طی دو روز گذشته در مجموع حدود یک هزار واحد از افت هفته‌های گذشته را جبران کرد. به علت افت قیمت بیشتر گروه‌های و نمادهای بورسی، این شرکت‌ها در پایین‌ترین میزان قیمت قرار گرفته و جذابیت خوبی برای خرید دارند. رشد سریع نرخ سهام که در ماه‌های پایانی پارسال رخ داد، به دلیل کاهش در هفته‌های گذشته، جبران شد و دوباره این نوع سهام‌ها در محدوده جذاب قیمتی قرار گرفته‌اند. از سوی دیگر بورس تهران به اخبار ناشی از قراردادهای ایران با شرکت‌های بویینگ و سیتروئن واکنش نشان داد. نهایی شدن تفاهم‌نامه ابتدایی هواپیمایی جمهوری اسلامی ایران (هما) با شرکت بویینگ، آن هم پس از چهار دهه و همچنین بازگشت پژو سیتروئن به بازار ایران با امضای یک جوینت‌ونچر به ارزش ۴۰۰ میلیون یورو با ایران خودرو، موضوعاتی بودند که این روزها توانستند به نوبه خود تأثیر مثبتی در بازار سهام بگذارند، چرا که با نهایی شدن این قراردادها کم‌کم نشانه‌هایی از تأثیرات مثبت مذاکرات هسته‌ای ایران و اجرایی شدن برنامه جامع اقدام مشترک (برجام) دیده می‌شود.

تغییر جهت نماگرهای بورسی

روز پایانی معاملات این هفته در حالی شاهد روند رشد شاخص کل بورس اوراق بهادار است که تا سه روز پیش نماگر بازار خبر از شرایط نامطلوبی از تالار شیشه‌ای تهران می‌داد، به‌طوری که در مدت اندکی شاخص کل در مجموع تا ۴ هزار واحد کاهش یافت و تابلوی بازار اکثر قریب به اتفاق نمادها را با رنگ قرمز نشان می‌داد. با این حال بازار سهام روز گذشته نیز همپای بازارگردان‌ها و صندوق‌های سرمایه‌گذاری شاهد حضور حقوقی‌ها در طرف تقاضا بود. چنان که بار دیگر اقبال برای خرید سهام ارزان شده با انگیزه حمایت از بازار سهام انجام گرفت. برای دومین روز پیاپی بانک‌ها و خودرویی‌ها همچنان با افزایش تقاضای سهام با وجود حضور فروشندگان سهام روبه‌رو هستند.

افزایش ۱۳,۵ واحدی آیفکس

بازار فرابورس در روز دوم تیرماه با خریدوفروش ۴۴۹ میلیون ورقه بهادار در ۲۴ هزار و ۸۳۴ نوبت به ارزش ۸۶۱ میلیارد و ۸۵۰ میلیون ریال به کار خود پایان داد. شرکت‌های برق عسلویه مپنا به همراه نیرو سرمایه و باغمیشه با بیشترین افزایش قیمت سهم مواجه شدند درحالی‌که بالاترین کاهش قیمت سهام مربوط به شرکت‌های اعتباری کوثر، بیمه دی و مرجان‌کار بود. آیفکس در این روز با افزایش ۱۳,۵ واحدی مواجه شد و به عدد ۷۷۷,۴۴ واحد رسید. بیشترین تأثیر را در این روند شرکت‌های هلدینگ خاورمیانه، پالایش نفت تهران و برق عسلویه مپنا داشتند. در روز چهارشنبه فولاد هرمزگان بالاترین حجم و ارزش معاملات را در بازار سهام داشت به‌طوری که ۲۴ میلیون سهم به ارزش ۴۳ میلیارد ریال در این نماد دادوستد شد. در بازار اول ۴۷ میلیون سهم به ارزش ۷۷ میلیارد و ۵۰ میلیون ریال خریدوفروش شد و ۱۶۵ میلیون و ۱۳۰ هزار ورقه بهادار به ارزش ۲۹۸ میلیارد ریال در بازار دوم معامله شد. در جریان معاملات، ۳۴ میلیارد ریال اسناد خزانه اسلامی در نماد «اخزا۴۱» معامله شد و به این ترتیب این نماد به لحاظ ارزش معاملات در صدر اوراق با درآمد ثابت قرار گرفت. همچنین، اوراق تسهیلات مسکن در تمامی نمادها با کاهش قیمت مواجه شد و هر ورقه در بازه ۸۲۹ تا ۸۶۵ هزار ریال دست به دست شد. بیشترین افت قیمت مربوط به نماد بهمن ۹۴ بود. در میان ETFها نیز، صندوق سرمایه‌گذاری اعتمادآفرین پارسیان، بیشترین حجم و ارزش معاملات را ثبت کرد به‌طوری که حجم معاملات این صندوق به ۳ میلیون و ۵۸۰ هزار ورقه بهادار رسید. همچنین روز گذشته شاهد بازگشایی نماد معاملاتی شرکت تولید برق عسلویه مپنا پس از برگزاری مجمع عمومی عادی سالانه صاحبان سهام و تقسیم سود نقدی هر سهم بودیم. در پایان معاملات، نماد معاملاتی شرکت فولاد هرمزگان جنوب جهت برگزاری مجمع عمومی عادی سالانه صاحبان سهام در روز یکشنبه و نماد معاملاتی شرکت صنعتی مینو جهت برگزاری مجمع عمومی عادی سالانه صاحبان سهام در روز شنبه متوقف شدند.

قاب

تحلیل میان‌مدت شرکت سرمایه‌گذاری بهمن (وبهمن)

افشین مهدی‌زاده
تحلیلگر

با توجه به تشکیل الگوی نزولی M در چارت روزانه شرکت سرمایه‌گذاری بهمن، می‌توان انتظار نزول بیشتری را برای این سهم داشت.

در حال حاضر قیمت با تشکیل الگوی ریزشی M حرکت خود را به سمت محدوده حمایتی ۱۱۷۳ ریال و ۱۱۳۵ ریال تثبیت کرده است، می‌توان انتظار داشت قیمت پس از برخورد با این محدوده حمایتی، حرکتی بازگشتی و اصلاحی به سمت مقاومت ۱۳۳۱ ریال داشته باشد و پس از آن مجدد به حرکت نزولی خود جهت رسیدن به قیمت ۹۶۶ ریال ادامه دهد.

با توجه به نمودار، بیشترین توان ریزشی در این سهم تا حمایت ۹۶۶ ریال است، اما پس از برخورد با حمایت ۹۶۶ ریال باید با توجه به شرایط بازار تصمیم به خرید این سهم گرفت.

دریچه

هیجان عامل روند نزولی بورس بود

پس از اجرایی شدن و به نتیجه رسیدن برجام جو روانی مثبتی ناشی از خوش‌بینی‌ها پیرامون ایجاد تحول اساسی در اقتصاد کشور، در بازار ایجاد شده بود که این جو روانی مثبت باعث شکل گرفتن یک موج صعودی در بورس شد، این موج قیمت سهام را به سطحی رساند که نیاز به استراحتی کوتاه‌مدت داشت. برای ادامه این رشد و روند افزایشی نیاز به انتشار اخبار مثبت جدیدی بود که متاسفانه این اخبار به بازار منعکس نشد و روند قیمت سهام را در بازار بورس با افت و اصلاح همراه کرد. یک کارشناس بازار سرمایه ضمن بیان این مطلب در گفت‌وگو با بورس‌نیوز عنوان کرد: اخبار مثبتی که در ماه‌های پایانی سال گذشته و اوایل سال جاری بازار در انتظار آن نشسته بود، نهایی و اجرا شدن قراردادهای شرکت‌های ایرانی با همتایان خارجی آنها و افزایش مراودات تجاری با کشورهای دیگر بود که متاسفانه تاکنون خبری از نتیجه نهایی این قراردادها یا تفاهم‌نامه‌ها به بازار منعکس نشده است و از طرفی شرکت‌ها نیز این خوش‌بینی‌ها را در بودجه سال مالی جاری خود برآورد نکرده‌اند. این عوامل موجب شد تا از امیدواری‌ها نسبت به آینده شرکت‌ها در بازار بورس اندکی کاسته شود. علی پازوکی در ادامه افزود: یکی دیگر از عواملی که موجب عدم تشکیل موج دوم صعودی در بورس شد، عدم تعدیل به موقع نرخ بهره بانک‌ها است، هرچند که در حال حاضر نرخ سود سپرده بانک‌ها از ابتدای تیرماه به ۱۵ درصد کاهش یافت اما هنوز شورای پول و اعتبار نرخ تسهیلات بانکی را مشخص نکرده است. وی تاکید کرد: متاسفانه دولت نیز تاکنون اقدام قابل توجهی در راستای رسیدن به رشد اقتصادی ۵ درصدی که اقتصاددانان در انتظار رسیدن آن هستند، انجام نداده و همچنان رکود اقتصادی در کشور حکمفرماست. بین نرخ بهره بانکی و تورم نیز هنوز شکاف عمیقی موجود است و دولت نیز همچنان اوراق مشارکت و اسناد خزانه را با نرخ‌های ۲۰ الی ۲۴ درصد منتشر می‌کند که خود این موضوع نیز باعث تشدید رکود اقتصادی در کشور می‌شود. این تحلیلگر بازار سرمایه تصریح کرد: بازار سرمایه در حال حاضر به این نتیجه رسیده که دولت تنها بر کنترل تورم تمرکز دارد و برنامه مشخصی برای خروج از رکود تدوین نکرده است. پازوکی با بیان اینکه روند نزولی روزهای گذشته در بازار منطقی نبوده است، گفت: ریزش‌های اخیر قیمت سهام در بورس غیرمنطقی و از روی هیجان به مثابه رشد هیجانی ماه‌های پایانی سال گذشته است. از طرفی متولیان بازار سرمایه نیز با برخی اقدامات خود به رکود بازار سرمایه دامن زده‌اند.

وی گفت: سایت اطلاع‌رسانی کدال در حال حاضر به آخرین منبع اطلاع‌رسانی در خصوص فعالیت شرکت‌ها تبدیل شده، از طرفی انجام معاملات بلوکی نیز در بازار زیاد شده و این موضوع باعث از بین رفتن اعتماد سرمایه‌گذاران به روند واقعی بورس شده است. علاوه بر اینها متولیان و نهادهای ناظر بازار نباید در روزهای منفی اقدام به عرضه اولیه سهام در بورس و فرابورس کنند چرا که این عرضه اولیه‌ها موجب توزیع نقدینگی موجود در بازار می‌شود و از طرفی نقدینگی جدیدی نیز به بورس تزریق نشده است. پازوکی در خاتمه خاطرنشان کرد: اگر سیاست‌های اقتصادی دولت در راستای خروج از رکود تغییر کند و به موقع اجرا شود و برجام و قراردادهای منعقد شده به‌طور کامل اجرایی شود فضای بازار سرمایه نیز روشن‌تر و مثبت‌تر خواهد شد و روزهای خوش بازار باز خواهد گشت.

نماگر بازار سهام

بیشترین درصد افزایش

فنرسازی زر در حالی عنوان نخست جدول بیشترین درصد افزایش را از آن خود کرد که سایپا شیشه در جایگاه دوم این گروه قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
خزر	۲,۶۶۱	۱۰.۰۵
کساپا	۲,۸۱۰	۶.۷۶
خمحور	۴,۰۹۸	۵
واتی	۲,۷۷۸	۴,۹۹
ختراک	۴,۰۶۸	۴,۹۸
شپاکسا	۳,۸۱۷	۴,۹۸
کفپارس	۶,۳۸۰	۴,۹۷

بیشترین درصد کاهش

داروسازی فارابی صدرنشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. فیبر ایران و قند هگمتان در رده دوم این گروه ایستاد و توسعه شهری توس گستر هم در میان سهم هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
دفارا	۱۱,۰۱۵	(۵.۵۳)
چفیبر	۶,۰۶۱	(۴.۴۹)
قهکمت	۲,۷۲۰	(۳.۷۵)
وتوس	۲,۰۷۴	(۳,۷۱)
سغرب	۲,۰۸۷	(۳,۲۹)
قزوین	۳,۰۴۴	(۲,۸۱)
پارسیان	۲,۶۴۲	(۲,۸)

پرمعامله ترین سهم

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

نام	قیمت	تعداد دفعه
خزامیا	۱۰۲۵	۷۱.۵۷۰
وبصادر	۱۰۰۸	۶۱,۲۱۷
خساپا	۱۱۵۲	۵۳,۹۶۶
خاور	۱۱۸۴	۳۴,۴۲۱
فاذر	۵۳۸۱	۲۸,۲۵۵
وبملت	۲۲۹۶	۲۴,۱۲۸
واتی	۲۷۷۸	۲۰,۵۲۴

بیشترین ارزش معامله

جایگاه نخست بیشترین ارزش معامله را صنایع آذرآب به خود اختصاص داد و زامیاد رتبه دوم را به دست آورد. سایپا و بانک صادرات ایران هم در بالای جدول بیشترین ارزش معاملات قرار گرفت.

نام	قیمت	جمع معاملات
فاذر	۵۳۸۱	۱۵۲.۰۴۴
خزامیا	۱۰۲۵	۷۳,۳۵۵
خساپا	۱۱۵۲	۶۲,۱۶۸
وبصادر	۱۰۰۸	۶۱,۷۲۸
واتی	۲۷۷۸	۵۷,۰۱۷
وبملت	۲۲۹۶	۵۵,۳۸۹
خودرو	۳۳۸۱	۵۴,۳۰۵

بیشترین سهام معامله شده

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

نام شرکت	قیمت	تعداد سهام معامله شده
خزامیا	۱۰۲۵	۲۵۸۲
خساپا	۱۱۵۲	۲۵۰۲
وبصادر	۱۰۰۸	۱۶۳۷
خاور	۱۱۸۴	۱۵۸۵
ورنا	۲۶۴۵	۱۵۰۸
خودرو	۳۳۸۱	۱۴۶۳
وبملت	۲۲۹۶	۱۴۱۲

بالاترین نسبت P/E

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

نام شرکت	قیمت	P/E
خزر	۲۶۶۱	۲۶۶۱
خکاوه	۲۴۰۸	۱۴۰۸
کساپا	۲۸۱۰	۱۴۰۵
فمراد	۲۴۸۱	۶۲۰
پلاسک	۱۷۸۸	۵۹۶
وساخت	۳۰۱۴	۴۳۱
پتایر	۲۷۵۳	۳۹۳

کمترین نسبت P/E

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

نام شرکت	قیمت	P/E
کگاز	۵۴۷۰	۲.۲۹
پردیس	۹۴۶	۲.۸۳
وخارزم	۱۱۱۰	۲.۹۶
پارسیان	۲۶۴۲	۳.۹۰
وامید	۱۳۱۱	۳.۹۲
آکنتور	۶۰۸۱۱	۴.۰۳
وپاسار	۲۱۷۸	۴.۱۹

عمران

دو نشانه جدید در بازار مسکن

رشد پیش از موعد قراردادهای اجاره به‌عنوان عامل داخلی و ارزان شدن وام ۱۶۰ میلیونی مسکن به‌عنوان عامل خارجی، دو علامت جدید در بازار مسکن محسوب می‌شوند.

به گزارش ایسنا، با اینکه بازار خریدوفروش مسکن در خردادماه نیز همچون ماه‌های قبل چنگی به دل نزد و حتی با کاهش جزئی نسبت به اردیبهشت ماه همراه بود، دو وزنه جدید در طرف تقاضا بروز کرد که یکی نمود پیش از موعد قرارداهای اجاره و دیگری کاهش نرخ سود تسهیلات خانه اولی‌ها از ۱۳ به ۱۱ درصد بود. امسال بازار اجاره‌بها به دلیل تقارن با ماه مبارک رمضان قبل از تیرماه واکنش نشان داد که رئیس اتحادیه مشاوران املاک کشور این نشانه را نوعی عکس‌العمل به پیش رونق تلقی کرد. خردادماه و درحالی که بازار خریدوفروش در کل کشور و شهر تهران با کاهشی اندک مواجه شد، تعداد قراردادهای اجاره به ترتیب ۲۹ و ۳۸ درصد رشد داشت که احتمالا چهار عامل نزدیک شدن به فصل جابه‌جایی، ماه رمضان، کاهش سود تسهیلات بانکی و نگرانی از آینده مسکن در این رویش نقش داشته است. در خردادماه سال جاری ۵۸ هزار و ۵۲۴ قرارداد خریدوفروش مسکن در کل کشور امضا شد که نسبت به اردیبهشت ماه ۳.۴ درصد کاهش داشته است. با این وجود ۸۲ هزار و ۸۲ قرارداد اجاره در کل کشور به امضا رسید که افزایش ۳۸ درصدی نسبت به اردیبهشت ماه را نشان می‌دهد. همچنین ۱۷ هزار و ۶ مورد خریدوفروش در شهر تهران انجام شد که نسبت به اردیبهشت ماه تغییر اندکی داشت و ۰.۴ (چهار دهم درصد) بالا رفت. در بخش اجاره هم ۲۳ هزار و ۵۹۱ قرارداد در تهران به امضا رسید که رشد ۲۹ درصدی نسبت به اردیبهشت ماه را نشان می‌دهد. همچنین بانک مسکن به منظور اجرای سیاست‌های دولت در خصوص خروج بخش مسکن از رکود اقدام به کاهش نرخ سود تسهیلات حساب صندوق‌های پس‌انداز مسکن سه‌گانه خود یعنی صندوق پس‌انداز مسکن یکم، حساب صندوق پس‌انداز مسکن جوانان و حساب صندوق پس‌انداز عادی از ۱۳درصد به ۱۱درصد کرد. با این اقدام مبلغ اقساط پرداختی مشتریان به میزان حدود ۱۰درصد کاهش می‌یابد به‌طوری که مشتریان می‌توانند با دریافت تسهیلات صندوق پس‌انداز مسکن یکم در سقف‌های ۸۰۰، ۶۰۰ و ۴۰۰ میلیون ریال به ترتیب مبلغ ۸۸۰، ۶۶۰ و ۴۴۰هزار تومان به صورت ماهانه پرداخت کنند.

با همه این احوالات برآوردها نشان می‌دهد صحبت از رونق یا پیش رونق بازار مسکن کمی خوشبینانه به نظر می‌رسد، زیرا همه منتظر بودند معاملات خریدوفروش خردادماه نسبت به اردیبهشت افزایش یابد که این‌گونه نشد و اگر در تیرماه که فصل مهم جابه‌جایی است تعداد قراردادها از حد معمول فراتر نرود، محاسبات پیش‌رونق یا رسیدن قیمت مسکن به کف واقعی را به چالش می‌کشد.

سقوط آزاد نرخ سود وام مسکن ادامه دارد

برگ برنده رونق در دست صندوق پس‌انداز مسکن یکم

جواد هاشمی
j.hashemi1992@gmail.com

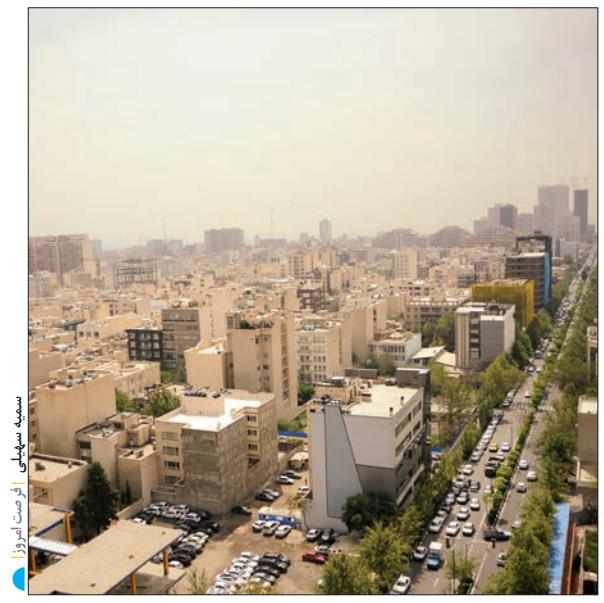
حرکت بانک مسکن به سمت تبدیل شدن به یک بانک توسعه‌ای و در نتیجه آن ارزان شدن نرخ سود تسهیلات این بانک وعده‌ای بود که وزیر راه و شهرسازی در طول سال‌های گذشته بارها روی آن تأکید کرد و برای سال جدید نیز آن را در صدر پیگیری‌ها و اولویت‌های مسکنی وزارتخانه متبوعش قرار داد.

به اعتقاد آخوندی، یکی از اصلی‌ترین ابهام‌های موجود در نظام تأمین مالی مسکن ایران، نبود فرهنگ پس‌انداز و استفاده از مزایای آن است و ازاین‌رو اگر بنا باشد تغییری در قدرت خرید مردم اتفاق بیفتد باید نظام پس‌انداز تقویت شود.

اجرایی شدن این رویکرد مهم با همراهی شورای پول اعتبار و از حدود یک سال و نیم پیش کلید خورد. با راه‌اندازی صندوق پس‌انداز مسکن یکم که در آن متقاضیان خانه می‌توانستند با سپرده‌گذاری ۴۰ میلیون تومان در یک سال، ۸۰ میلیون وام بگیرند، از یک سو مبلغ وام خرید مسکن را افزایش داد و از سوی دیگر پس‌انداز برای خرید مسکن را بار دیگر در رأس برنامه‌ها قرار داد.

این صندوق که از حدود یک سال پیش سپرده‌گذاری برای استفاده از امکاناتش آغاز شد، در طول این ماه‌ها چند تغییر مهم را پشت سر گذاشته است. ابتدا شرط تاهل برای دریافت این وام حذف شد و برای سن واحد مسکونی خریداری شده نیز برخی گشایش‌ها صورت گرفت. پس از آن نیز با مصوبه‌ای جدید اعلام شد متاهلان به شرط ثبت نام هر دو نفر و سپرده‌گذاری ۸۰ میلیونی می‌توانند وامی ۱۶۰ میلیون تومانی دریافت کنند که می‌توانست گره تأمین مالی در شهر تهران را به شکل قابل توجهی حل کند. در شهرهای بزرگ نیز مبلغ وام متاهلان به ۱۲۰ میلیون و در شهرهای کوچک به ۸۰ میلیون تومان رسید.

با وجود تمام این سیاست‌ها و تلاش‌هایی که برای بهبود نسبی اوضاع متقاضیان خانه صورت گرفت، سود بالا و اقساط ماهانه سنگین، عملاً بخش قابل توجهی از مردم را در دسترسی به این تسهیلات ناامید کرد، موضوعی که به نظر می‌رسد به گوش مسئولان وزارت راه و شهرسازی و بانک مرکزی رسیده و براساس مصوبات جدید سود این تسهیلات باز هم کاهش خواهد یافت.


سمیه سهیلی / فرصت امروز

قسط وام ۱۶۰ میلیونی در مرز ۲میلیون تومان

در شرایطی که هنوز نظام بانکی کشور با کاهش سود تسهیلات موافقت نکرده و به نظر می‌رسد برای کاهش نرخ وام‌ها از ۲۲ درصد فعلی گمانه‌زنی‌ها ادامه خواهد یافت، بانک مسکن اعلام کرده سود وام‌های صندوق پس‌انداز یکم مسکن برای چندمین بار کاهش یافته و این بار به ۱۱ درصد رسیده است.

محمدهاشم بت‌شکن، مدیرعامل بانک مسکن در این باره گفته بانک مسکن به منظور اجرای سیاست‌های دولت در خصوص خروج بخش مسکن از رکود اقدام به کاهش نرخ سود تسهیلات حساب صندوق‌های پس‌انداز مسکن سه گانه خود یعنی صندوق پس‌انداز مسکن یکم، حساب صندوق پس‌انداز مسکن جوانان و حساب صندوق پس‌انداز عادی از ۱۳درصد به ۱۱درصد کرد.

سود ۱۱ درصدی تسهیلات که در نظام بانکی ایران کم‌سابقه است، هرچند توانسته تأثیراتی جدی بر مبلغ تمام شده وام برای متقاضیان دریافتش بگذارد اما هنوز راهی طولانی تا عرضه به تمام اقشار مردم خواهد داشت.

این کاهش نرخ سود تاثیر خود را در نرخ اقساط ماهانه این تسهیلات گذاشته است. بت‌شکن در این رابطه توضیح داده که با این اقدام مبلغ اقساط پرداختی مشتریان به میزان حدود ۱۰ درصد کاهش می‌یابد، به‌طوری که مشتریان می‌توانند با دریافت تسهیلات صندوق پس‌انداز مسکن یکم در سقف‌های ۸۰۰، ۶۰۰ و ۴۰۰ میلیون ریال به ترتیب مبالغ ۸۸۰، ۶۶۰ و ۴۴۰ هزار تومان به صورت ماهانه پرداخت کنند.

این موضوع درباره مبالغ بزرگ‌تر وام نیز صدق می‌کند. هرچند هنوز بانک مسکن محاسبه دقیق خود از نرخ سود وام برای زوج‌های جوان را منتشر نکرده اما با توجه به جداول و اطلاعات گذشته به نظر می‌رسد در حوزه وام ۱۶۰ میلیونی نیز اتفاقاتی جدی افتاده است. این وام با نرخ ۱۱ درصد سودی نزدیک به ۱۲۸ میلیون تومان خواهد داشت که در نهایت رقم بازپرداخت را به حدود ۲۸۸ میلیون تومان می‌رساند. در دوره بازپرداخت ۱۲ ساله نیز متقاضیان باید در ماه حدود ۲میلیون تومان قسط بدهند.

در شهرهای بزرگ نیز که مبلغ وام ۱۲۰ میلیون تومان است، اقساط ماهانه به حدود یک میلیون و ۱۵۰ هزار تومان رسیده و سود کل حدود ۹۵ میلیون تومان خواهد بود. وام ۸۰ میلیونی شهرهای کوچک نیز قسطی کمتر از یک میلیون در ماه و سودی ۶۴ میلیونی خواهند داشت.

با وجود آنکه این تغییرات در آینده این وام و میزان استقبال مردم اثری جدی بر جای خواهد گذاشت اما شاید هنوز مبالغ سود نهایی برای بسیاری از متقاضیان قابل پذیرش نباشد.

رسیدن به این نقطه می‌تواند برای تصمیم‌گیران دولتی یک دوراهی بسیار مهم به وجود آورد. از سویی در صورت ادامه حرکت به سمت تأسیس بانک توسعه‌ای مسکن و رساندن وام‌های ارزان قیمت به بازار می‌توان انتظار داشت گره‌های رکودی بزرگ مانند آنچه در طول این سال‌ها اتفاق افتاده برای همیشه از بازار کشور حذف شود و از سوی دیگر در صورت مقاومت نظام بانکی و حفظ سودها در ارقام دو رقمی شاید اثراتی که از این وام انتظار می‌رود هرگز در عمل به وجود نیاید.

گشایش خریدوفروش‌ها در بازار مسکن ایران، امیدواری‌هایی برای ورود به دوره‌ای جدید از رونق را به وجود آورده و در صورتی که کاهش نرخ سود صندوق پس‌انداز یکم تداوم داشته باشد، قطعاً نقشی جدی در این فرآیند ایفا خواهد کرد.

حمل و نقل

وزیر راه و شهرسازی:

مذاکرات با بویینگ ادامه دارد

وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه فقط ۱۲ هواپیما با سال تولید ۲۰۰۰ به بعد داریم، تأکید کرد: میانگین عمر مفید ۱۶۶ فروند هواپیما بالای ۲۳ سال است که باید تا یک سال دیگر غیرفعال شوند.

به گزارش مهر، عباس آخوندی از آخرین اتفاقات حوزه هوایی و توافقات با ایرباس خبر داد و گفت: ما توافق اولیه را داشتیم و مذاکرات اولیه انجام شده است و حالا در آغاز راه با ایرباس قرار داریم.

وی افزود: درحالی‌که کشور تا سال ۱۴۰۴ به حدود ۵۵۱ فروند هواپیما نیاز دارد، در حال حاضر ناوگان هواپیمایی ایران شامل ۲۶۶ فروند هواپیما است که ۱۰۰ فروند آن زمین‌گیر است و عمر مفید ۱۶۶ فروند دیگر نیز بالای ۲۳ سال است که قاعدتاً طبق استاندارد بین‌المللی تا یک سال آینده باید بازنشسته شوند.

وزیر راه و شهرسازی با بیان اینکه در مجموع ۱۲ فروند هواپیمای بالای مدل ۲۰۰۰ در ناوگان موجود است، گفت: با شرکت بویینگ توافق اولیه داریم و مذاکرات ادامه دارد.

معاون وزیر راه و شهرسازی خبر داد

ترانشیپ ۹۰ درصد کالا از بنادر ثالث غیرایرانی

مدیرعامل سازمان بنادر و دریانوردی با بیان اینکه هم‌اکنون یک دریانورد بیکار در کشور نداریم، گفت: در پساتحریم اجازه نمی‌دهیم کالاهای ایرانی به جای ورود مستقیم، از طریق بنادر کشورهای دیگر وارد ایران شود، چون این موضوع به ضرر منافع ملی است.

به گزارش پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، محمد سعیدنژاد در مراسم روز جهانی دریانورد گفت: با همت بخش‌های مختلف امنیتی و اجرایی توانستیم نقشه‌های دیجیتال دریایی را در اختیار متقاضیان دریایی قرار دهیم و در این راستا امسال ۹۰ نقشه تهیه و عرضه می‌شود.

وی با بیان اینکه بدون داشتن هیدروگرافی دقیق تسلط بر دریا غیرممکن خواهد بود، افزود: حدود ۱۳۰ هزار دریانورد در کشور داریم که دارای گواهینامه‌های شایستگی هستند، خوشبختانه به دلیل موقعیت خاص دریا در مجموعه دریانوردان یک بیکار هم نداریم. در دریا فضای کار و اشتغال بسیار زیاد است. از حدود ۱۳۰ هزار دریانورد تعداد ۱۲ هزار نفر دریانوردانی هستند که در اقیانوس‌ها اجازه فعالیت دارند.

وی ادامه داد: سیاست کلی نظام بر این است که محور توسعه کشور دریا باشد، تراکم جمعیت کشور و میزان برخورداری مردم نشان می‌دهد که توجه کافی به دریا نداشته‌ایم و این موضوع در طول سالیان گذشته به فراموشی سپرده شده است. سیاست کلی توسعه دریامحور که در بیانات رهبر معظم انقلاب مورد تأکید قرار گرفته به‌عنوان یک سیاست اجباری است و چاره‌ای جز انتخاب آن نداریم. بسیاری از مشکلات کشور در زمینه‌های مختلف از قبیل بیکاری مسائلی است که در کنار دریا قابل حل خواهد بود.

وی با اشاره به اینکه نیروی انسانی در دریا موضوع بسیار مهمی است، اظهار کرد: گستره اشتغال در دریا بسیار وسیع است و نیاز به سرمایه‌گذاری زیادی دارد. در بخش تخصصی که نیازمند گواهینامه شایستگی است دانشگاه‌های خوبی در کشور داریم که باید تقویت و پشتیبانی شوند تا بتوانند در جذب دانشجو فعال‌تر عمل کنند.

معاون وزیر راه و شهرسازی تأکید کرد: برای توسعه دریا محور نیاز داریم توسعه نیروی انسانی را مورد توجه قرار دهیم که مهم‌ترین بحث آن آموزش است.

سعیدنژاد با اشاره به ماده ۹ قانون سابق نظام وظیفه است، افزود: این قانون به دلیل اینکه لغو شد ما را با مشکلاتی مواجه کرد، البته ستاد کل نیروهای مسلح در این زمینه همکاری کرده و مجوزهای موقتی در این زمینه داده است.

وی با اشاره به پیوستن ایران به کنوانسیون‌های مختلف دریایی، بیان کرد: سیاست کلی ما در بخش دریایی توسعه بنادر اصلی کشور برای رقابت با بنادر منطقه این است که در پساتحریم این اجازه را ندهیم کالاهای ایرانی به جای ورود مستقیم از طریق بنادر کشورهای دیگر وارد ایران شود که این موضوع به ضرر منافع ملی است.

وی با اشاره به حدود ۴۰۰ میلیون جمعیت کشورهایی همسایه ایران و محصور در خشکی یادآور شد: باید با توجه به موقعیت ایران از پتانسیل‌های ترانزیت کالا استفاده بهینه‌ای شود.

وی ادامه داد: محور دوم سیاست ما ایجاد شبکه حمل‌ونقل دریایی بین بنادر اصلی یا هاب و بنادر کوچک‌تر است، با این کار بحث مربوط به ترانشیپ کالا از طریق بنادر بزرگ غیرایرانی حل می‌شود.

مدیرعامل سازمان بنادر و دریانوردی با بیان اینکه ۹۰ درصد ترانشیپ کالا از بنادر ثالث غیرایرانی صورت می‌گیرد، تأکید کرد: باید این کار به بنادر کشورمان منتقل شود که باعث توسعه بنادر خواهد شد.

گزارش ۲

اقتصادی‌ترین گزینه‌های بویینگ و ایرباس برای ایران‌ایر

عضو هیأت‌مدیره ایران ایر با اشاره به مزیت‌های خرید هواپیماهایی از خانواده بویینگ ۷۳۷ و ۷۷۷ و از خانواده ایرباس ۳۲۰ و ۳۳۰ گفت: اقتصادی‌ترین گزینه‌ها برای خرید هواپیما، این دو خانواده از هواپیماهای شرکت‌های ایرباس و بویینگ هستند که در آنها هزینه‌های تعمیر و نگهداری و مصرف سوخت کاهش یافته است.

محمدرضا خوشنویسان، معاون بازرگانی ایران‌ایر در گفت‌وگو با ایلنا با بیان اینکه با توجه به اساسنامه شرکت هواپیمایی هما، هواپیماهای بدنه‌باریک میان‌برد و هواپیماهای پهن‌پیکر دوربرد بیشترین کاربرد در ناوگان هوایی را دارند، گفت: با توجه به آمار و اطلاعات موجود در بازار و براساس تجربه‌هایی که در طول یک دهه اخیر سایر شرکت‌های هواپیمایی کسب کرده‌اند، هواپیماهای موفق در این دوره زمانی از خانواده ایرباس؛ مدل ۳۲۰ و مدل ۳۳۰ و از خانواده بویینگ هواپیمای مدل ۷۳۷-۸۰۰ و مدل ۷۷۷-۳۰۰ هستند.

خوشنویسان تأکید کرد: سایر تولیدات شرکت هواپیمایی ایرباس نتوانسته‌اند آزمون موفقی را در کوران مشکلات اقتصادی با نوسانات شدید قیمتی پشت سر بگذارند. از جمله می‌توان به پروژه نسبتا ناموفق تولید هواپیمای ایرباس ۳۴۰ اشاره کرد که تعداد قابل توجهی از آن توسط شرکت‌های هواپیمایی دارنده در معرض فروش قرار گرفته است.

معاون بازرگانی ایران ایر با بیان اینکه با توجه به اهداف اقتصادی ایران ایر، این دو تایپ هواپیماهای بدنه باریک میان‌برد و هواپیماهای پهن پیکر دوربرد اهداف اقتصادی را پوشش می‌دهند، ادامه داد: در حال حاضر گزینه مطرح در دنیا در دسته هواپیماهای بدنه باریک میان‌برد، هواپیماهای ایرباس ۳۲۰ و هواپیمای بویینگ ۷۳۷-۸۰۰ است.

ضمانت پس از فروش برعهده فاینانسر است

وی با تأکید بر اینکه نحوه تأمین مالی قرارداد هواپیماهای بویینگ و ایرباس از طریق فاینانس است و در این شرایط تضمین تداوم پشتیبانی برعهده فاینانسر خواهد بود، افزود: اساساً در دنیا هیچ ایرلاینی پول نقد برای خرید هواپیما نمی‌پردازد و پول نقد تنها در معاملات خرید هواپیمای دست دوم رد و بدل می‌شود و اگر عمر یک هواپیما را به شش سیکل تقسیم‌بندی کنیم، هواپیمای دست دوم معمولاً در سیکل آخر فروخته می‌شود.

بویینگ ۷۳۷ پرفروش‌ترین هواپیمای دنیا

طبق گفته معاون بازرگانی ایران ایر، خانواده ۷۳۷ پرفروش‌ترین هواپیمای مسافربری جهان است و رکورددار بیشترین تعداد هواپیماهای سفارش داده شده در کتاب رکوردهای گینس است. بیش از ۵۱۴ اپراتور این هواپیما را در خدمت دارند و این هواپیما به بیش از ۱۲۰۰ شهر در ۱۹۰ کشور پرواز می‌کند.

هواپیماهای مدل ۸۰۰ و ۹۰۰ از نسل توسعه‌یافته و کارآمدتر توربوفن‌های CFM56-7B بهره گرفته‌اند. همچنین از ویژگی‌های این هواپیما می‌توان به بال جدید با وتر بیشتر، دهانه و مساحت بزرگ‌تر، دم بلندتر و استفاده از سیستم آلات دقیق پرواز الکترونیکی همانند ۷۷۷ با شش صفحه نمایشگر LCD اشاره کرد. این ویژگی‌ها باعث می‌شود یک خلبان بتواند مدل‌های مختلف خانواده ۷۳۷ را هدایت کند.

در مقایسه با مدل ۴۰۰، مدل ۸۰۰ به‌اندازه ۳٫۰۲متر بلندتر و قادر به حمل ۱۴۶ تا ۱۶۲ مسافر در دو کلاس مختلف است. ضمن اینکه طول مدت پرواز به میزان قابل ملاحظه‌ای افزایش یافته است.

مدل ۸۰۰ خانواده ۷۳۷ از زمان ارائه‌اش به میزان قابل توجهی به فروش رفته و بیشترین فروش را در بین هواپیماهای نسل جدید خانواده ۷۳۷ داراست. بیشترین سفارش ساخت برای سری ۸۰۰ از طرف شرکت ایرلندی Ryanair داده شده است. بعد از یک سفارش ۲۸ فروندی، یک سفارش ۱۰۰ فروندی در ژانویه ۲۰۰۲ با حق انتخاب ۵۰ فروند به بویینگ داده شد که زمان تحویل آنها هشت سال اعلام شد.

با توجه به شبکه پروازی «هما» این هواپیما گزینه بسیار مناسبی برای مسیرهای اروپایی و آسیای میانه است و در بین هواپیماهای خانواده بویینگ ۷۳۷ هواپیمای ۷۳۷-۸۰۰ پرفروش‌ترین نوع هواپیما بوده که تا نوامبر ۲۰۱۵ نزدیک به ۵۰۰۰ ثبت سفارش داشته است که از این میزان ۳۸۵۰ فروند تحویل قطعی شده است.

شماره ۹۵۰۴۰۱۱۷۰۰ تاریخ انتشار: ۹۵/۴/۳

همه با هم جهاد کشاورزی
وزارت جهاد کشاورزی
سازمان جهاد کشاورزی آذربایجان شرقی

آگهی مناقصه عمومی
(نوبت اول)

سازمان جهاد کشاورزی آذربایجان شرقی در نظر دارد از طریق فراخوان عمومی، به شرح مندرج در اسناد و شرایط مناقصه، اقدام به خرید : (الف)- لوله پلی اتیلن از نوع pe100 در سایزهای مختلف و اتصالات پلی اتیلنی مورد نیاز برای طرح پایاب سدوحدت شهرستان بستان آباد - (ب)- قطره چکان به تعداد ۱۲۱۰۰۰۰ با آبدهی ۴ لیتر در ساعت مورد نیاز برای طرح پایاب شهید دهقان شهرستان ملکان، نماید.بنابراین از کارخانجات و شرکتهای تولیدی معتبر و صلاحیت‌دار که دارای رتبه A یا B و گواهینامه مورد تایید دفتر توسعه سامانه های نوین آبیاری معاونت آب و خاک و صنایع وزارت جهاد کشاورزی و نیز سایر شرایط مندرج در اسناد مناقصه باشند، دعوت می گردد ازتاریخ ۹۵/۴/۵ لغایت مورخ ۹۵/۴/۱۰ در اوقات اداری (به غیر از ایام تعطیل) جهت اخذ اسناد ومدارک مناقصه به سازمان جهاد کشاورزی استان آذربایجان شرقی واقع در : شهرستان تبریز- خیابان آزادی- حد فاصل میدان جهاد و چهارراه لاله ساختمان شماره یک ، اداره تدارکات و امور خودرویی اتاق شماره ۲۲۲ مراجعه نمایند؛ و پس از تکمیل پیشنهادات خود را به همراه اسناد مربوطه حداکثر تا ساعت ۱۴ روز دوشنبه مورخ ۹۵/۴/۲۱ به اداره امور پیمانها و قراردادهای سازمان اتاق ۲۳۰ به همان نشانی تحویل نمایند.

پیشنهاد دهندگان باید وفق آئین نامه تضمین برای معاملات دولتی به شماره ۱۲۳۴۰۲/ت /۵۰۶۵۹/ هـ مورخ ۹۴/۹/۲۲ مصوب هیات محترم وزیران ، برای هر یک از پیشنهادهای خود یک فقره ضمانت نامه معتبر به مبلغ ۴۲۵ میلیون ریال برای بند (الف) و ۲۰۰ میلیون ریال برای بند (ب) ، تهیه و هر کدام از ضمانت نامه ها را در پاکت (الف) قرارداده و بصورت مهر و موم شده به همراه اسناد مناقصه مربوطه تحویل نمایند.

پیشنهادات واصله در ساعت ۱۰ صبح روز چهارشنبه مورخ ۱۳۹۵/۴/۲۳ در محل اتاق جلسه سازمان (شماره ۳۰۲) گشایش خواهد یافت.

شرکت کنندگان می توانند در صورت نیاز به کسب اطلاعات بیشتر با شماره تلفن ۳۴۴۹۴۲۲۴-۰۴۱ تماس حاصل نمایند.

کمیسیون مناقصات سازمان جهاد کشاورزی استان آذربایجان شرقی

۱۰۰۹

خبر

خودروی معیوب تحویل مشتریان ندهید

در شرایطی که مردم اطمینانی به سالم بودن خودروهای صفرکیلومتر تولید داخل ندارند براساس یک قانون جدید، خودروسازان از تحویل خودروی معیوب به مشتریان منع شدند.

به گزارش ایسنا، دغدغه خریداران خودرو در ایران دقیقا از زمان تصمیم به خرید آغاز می‌شود. اینکه چه خودرویی با چه قیمتی خریداری کنند؛ آیا خودرو در زمان وعده داده شده تحویل خواهد شد و از همه مهم‌تر اینکه آیا خودروی صفرکیلومتر خریداری شده سالم است یا اینکه بلافاصله پس از تحویل، نیاز به مراجعه به تعمیرگاه دارد؟!

در این زمینه عملکرد خودروسازان بزرگ داخلی نشان داده که قبل از تحویل گرفتن خودروی نو و تست آن، اطمینانی از صحت عملکرد خودرو وجود ندارد؛ شاهد این مدعا نیز شهروندانی هستند که بلافاصله پس از تحویل گرفتن خودروی صفرکیلومتر خود، برای حل عیوب خودرو مجبور به مراجعه به شبکه خدمات پس از فروش خودروسازان شده‌اند.

در این زمینه در نظرسنجی‌ای نیز که پیش از این شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران از نیازها و خواسته‌های مشتریان ایرانی از فرآیند فروش خودروهای داخلی انجام داده بود، پاسخ‌دهندگان «سلامت» خودروی صفرکیلومتر خریداری شده را به‌عنوان یکی از دغدغه‌ها و خواسته‌های اساسی خود از خودروسازان داخلی مطرح کرده بودند.

براساس این نظرسنجی، سالم بودن و صحت خودروهای صفرکیلومتر تولید داخل یکی از مهم‌ترین دغدغه‌های مصرف‌کنندگان ایرانی در زمان خرید خودروهای نو است.

در این زمینه در ماده ۹ این قانون تأکید شده است: «عرضه‌کننده خودرو موظف است در زمان تحویل، خودروی درخواستی مصرف‌کننده را در حضور وی کنترل کرده و پس از اطمینان از عدم وجود عیب، خودرو را تحویل دهد.»

در تبصره یک ماده ۹ این قانون نیز تصریح شده است: «عرضه‌کننده خودرو موظف است در صورت وجود عیب احتمالی در خودرو، عیب مربوطه را مطابق زمان استاندارد تعمیراتی مربوطه حل کند، مشروط به آنکه حل عیب موجب کاهش ارزش قیمت خودرو نشود. در غیراین صورت عرضه‌کننده موظف است نسبت به تعویض خودرو با اخذ رضایت کتبی مصرف‌کننده، اقدام کند.»

اصلاحیه آیین‌نامه اجرایی قانون حمایت از حقوق مصرف‌کنندگان خودرو چندی پیش از سوی معاون اول رئیس‌جمهوری به وزارت صنعت، معدن و تجارت و شرکت‌های تولید و واردکننده خودرو ابلاغ و اجرای آن آغاز شد.

فروشگاه زنجیره‌ای خودرو، اتفاقی تازه در صنعت خودروی کشور

به گزارش ایلنا، اخیراً مفهومی نو با عنوان «فروشگاه زنجیره‌ای خودرو»، حرف‌های جدیدی را برای مشتریان سردرگم در آشفته بازار خرید خودرو به ارمغان آورده است که از آن جمله می‌توان به موارد زیر اشاره کرد:

نجات مصرف‌کننده از سردرگمی

فروشگاه زنجیره‌ای خودرو قصد دارد تا در این بازار پرتنش که مصرف‌کننده نمی‌داند مخاطب خود را لیزینگ، وارد کننده، عاملیت یا نمایشگاه اتومبیل بشناسد، وی را از سردرگمی نجات دهد و با همکاری تمامی این مجموعه‌ها و همچنین تولیدکنندگان و برندهای خارجی، کلیه تقاضاهای مشتریان خودرو از هر برند، با هر شرایط خرید و هر بودجه‌ای را پوشش دهد.

تحویل در منزل

از مزایای اصلی فروشگاه زنجیره‌ای خودرو، تحویل یک روزه و تحویل در منزل متقاضیان است.

خدمات مورد نیاز مشتری

طیف گسترده خدمات مورد نیاز مشتری از ابتدای فرآیند خرید خودرو یعنی شماره‌گذاری تا بیمه کردن خودرو، سرویس‌های دوره‌ای، تأمین خسارت و رفع خسارت از جمله خدمات رفاهی پس از خرید از فروشگاه‌های زنجیره‌ای خودرو است.

شبکه فروش

فروشگاه‌های زنجیره‌ای خودرو با گسترده کردن شبکه فروش خودرو و تأسیس شعب برندد شده در سراسرکشور، دسترسی آسان متقاضیان به برندهای متنوع خودرو را میسر خواهند کرد.

افزایش فروش

علاوه بر مصرف‌کنندگان، تولیدکنندگان و واردکنندگان نیز می‌توانند از خدمات این زنجیره بهره‌مند شوند. بدین صورت که آنها تأمین کننده خودرو خواهند شد و فروشگاه‌های زنجیره‌ای محصول آنها را به مشتریان ارائه خواهند کرد. بنابراین هم هزینه‌های بازاریابی و تبلیغات آنها کاهش خواهد یافت و هم شاهد افزایش فروش خود خواهند بود.

بنا بر این گزارش، سیاوش جعفریان، موسس و مبتکر این فعالیت در ایران برای نخستین بار این طرح را به وزارت صنعت، معدن و تجارت ارائه کرد و توانست این ایده را با نام نخستین فروشگاه زنجیره‌ای خودرو در ایران به صورت رسمی ثبت و تمامی مجوزهای لازم را به صورت قانونی دریافت کند.

لازم به ذکر است زمان شروع رسمی فعالیت این فروشگاه‌ها، به‌زودی و همزمان با افتتاح شعبه مرکزی (واقع در نیاوران، میدان باهنر) و اداره تحویل خودرو (واقع در کیلومتر ۸ جاده مخصوص) توسط موسس و با حضور جمعی از چهره‌های سرشناس حوزهٔ خودرو، هنر و فرهنگ خواهد بود. فراهم آوردن شرایط آسان، امن و مطمئن خرید خودرو با کمک متدهای جدید و شفاف و به دنبال آن افزایش رضایت متقاضیان خرید خودرو در ایران، از اولویت‌های اصلی نخستین فروشگاه زنجیره‌ای خودرو است.

در صورت خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا

خسارت ۱/۴۷ میلیارد دلاری «جگوار – لندروور»

معراج آگاهی
منبع: www.europeautonews.com

شرکت خودروسازی جگوار - لندروور اعلام کرد که براساس برآوردهای صورت گرفته در صورت تحقق خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا، سود سالانه این خودروساز بریتانیایی تا یک دهه آینده به میزان یک میلیارد پوند در سال معادل با یک میلیارد و ۴۷۰ میلیون دلار کاهش خواهد یافت.

براساس اعلام منابع نزدیک به شرکت جگوار – لندروور، این شرکت بریتانیایی در صورت خروج لندن از اتحادیه اروپا دفتر قاره اروپای خود را راه‌اندازی خواهد کرد. همچنین این شرکت خودروسازی در پی عدم وجود اطمینان از آینده بریتانیا در اتحادیه اروپا، فعالیت‌های خود را در راستای احداث یک سایت تولید خودرو در اسلواکی متوقف کرده و فرآیند اجاره املاک در پیست «سیلورستون» را نیز به همین دلیل به حال تعلیق درآورده است. گفتنی است اقدامات اخیر شرکت جگوار – لندروور در شرایطی صورت می‌گیرد که مدیران این شرکت قصد دارند با در نظر گرفتن بدترین سناریو ممکن که همان رأی مردم بریتانیا به خروج از اتحادیه اروپا است، از آمادگی لازم جهت روبه‌رو شدن با عواقب این موضوع برخوردار باشند.

در این راستا کارشناسان و فعالان حوزه صنعت خودرو معتقدند در صورت خروج لندن از اتحادیه اروپا و بازگشت به قوانین تجاری سازمان تجارت جهانی، شرکت خودروسازی جگوار – لندروور به دلیل اعمال تعرفه ۱۰ درصدی برای صادرات و تعرفه ۴ درصدی برای واردات، تا سال ۲۰۲۰ میلادی ضرری یک میلیارد پوندی را تجربه خواهد کرد. در همین ارتباط یکی از منابع نزدیک به شرکت جگوار – لندروور در گفت‌وگو با خبرنگاران اظهار داشت: «در بدترین شرایط براساس پیش‌بینی‌های صورت گرفته جگوار – لندروور ضرری یک میلیارد پوندی را تجربه خواهد کرد» این اظهارات پس از آن مطرح می‌شود که این خودروساز انگلیسی گزارشی ۸۹ صفحه‌ای با عنوان «رفراندوم: دیدگاه» تهیه کرده است. گفتنی است گزارش مذکور در جریان یک جلسه داخلی به مدیران شرکت جگوار – لندروور نیز ارائه شده است.

لازم به ذکر است پیش‌بینی ضرر یک میلیارد پوندی جگوار – لندروور در صورت خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا در شرایطی مطرح شده که این خودروساز در سال مالی ۱۶-۲۰۱۵ از سودی معادل ۱/۶ میلیارد پوندی خبر داده است. در این بین کارشناسان دلیل تحقق این سود را فروش بخش قابل توجهی از ۵۲۰ هزار خودروی تولید شده توسط جگوار – لندروور در بازار خودروی اروپا و در سال گذشته میلادی به فروش رسیده است.

یک سخنگوی شرکت خودروسازی جگوار – لندروور که در مالکیت گروه خودروسازی تاتا موتورز هند قراردارد با تأیید بررسی وضعیت عواقب خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا اعلام کرد: «به‌عنوان بخشی از پروسه برنامه‌ریزی برای فعالیت‌های تجاری استاندارد جگوار – لندروور ما همواره تحولات اقتصادی و سیاسی اطراف خود را به دقت مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهیم.» وی در ادامه سخنان خود گفت: «نظیر سایر کسب‌وکارها و شرکت‌های تجاری مسئولیت‌پذیر در سراسر جهان ما هرگونه خروج احتمالی بریتانیا از اتحادیه اروپا را مورد تجزیه و تحلیل قرار داده‌ایم» وی ادامه داد: «با وجود بررسی‌های مذکور در حال حاضر قصد نداریم در رابطه با جزییات تحلیل‌های درون سازمانی خود اطلاعاتی را منتشر کنیم.»

بر طبق اطلاعات منتشر شده گزارش کارشناسی و تحلیل داخلی که به مدیران جگوار – لندروور ارائه شده است، دو سناریوی دیگر را نیز در صورت خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا متصور می‌شود. در همین راستا و در گزارش مذکور به امکان مذاکره بریتانیا با سایر کشورهای مختلف جهت اعمال تعرفه‌های پایین‌تر در جهت کاهش زیان شرکت‌های بریتانیایی نظیر جگوار – لندروور پرداخته شده است.

ارائه گزارش‌ها و تحلیل‌های مذکور در شرایطی صورت می‌پذیرد که بسیاری از تحلیلگران صنعت خودرو معتقدند خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا و تحمل ضرر یک میلیارد پوندی توسط این شرکت، ضربه شدیدی به صنعت احیا شده خودروی بریتانیا وارد خواهد کرد و این موضوع قطعاً سرمایه‌گذاری سیاستمداران این کشور روی رشد و پیشرفت صنعت خودروسازی آن اثرگذار خواهد بود.

شرکت خودروسازی جگوار – لندروور که در سال گذشته یک خودرو از هر سه خودروی تولید شده در بریتانیا را تولید کرده است در حال گسترش لیست محصولات خود بوده و در حال حاضر به جمع سایر خودروسازان فعال در صنعت خودروی بریتانیا پیوسته که خواهان باقی ماندن لندن در اتحادیه اروپا هستند.

با این وجود و در صورت تحقق خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا، به اعتقاد کارشناسان و فعالان صنعت خودرو شرکت خودروسازی جگوار – لندروور می‌تواند با تأسیس دفتری در بروکسل همچنان نفوذ خود بر سیاستمداران و قانونگذاران اروپایی را حفظ کند. با وجود مطرح شده ایده مذکور برخی منابع نزدیک به جگوار – لندروور معتقدند این خودروساز بریتانیایی که هم‌اکنون در مالکیت هندی‌ها قرار دارد دفتر مرکزی خود را از بریتانیا به نقطه دیگر منتقل نخواهد کرد. با وجود تمامی تلاش‌ها برای باقی ماندن بریتانیا در اتحادیه اروپا، هواداران برکسیت که به خروج لندن از اتحادیه اروپا اعتقاد دارند، ضمن بی‌مورد دانستن نگرانی‌های ایجاد شده در میان خودروسازان فعال در صنعت خودروسازی بریتانیا می‌گویند در صورت رأی مردم به خروج بریتانیا این کشور می‌تواند از طریق مذاکره با فرانسه و آلمان تعرفه‌های مربوط به تجارت خودرو را کاهش دهند، چرا که خودروهای آلمانی و فرانسوی از محبوبیت بالایی در بریتانیا برخوردار هستند.

گزارش ۲

پژو سیتروئن و بویینگ بازگشت خود به ایران را تایید کردند

روزنامه گاردین دیروز اعلام کرد، شرکت خودروسازی پژو-سیتروئن فرانسه از بازگشت خود به ایران با قرارداد سرمایه‌گذاری مشترک ۴۰۰میلیون یورویی با شریک سابق خود شرکت ایران‌خودرو در تهران خبر داد. لغو تحریم‌ها انعقاد چنین قراردادی را امکانپذیر ساخته است.

به گزارش ایرنا به نقل از گاردین، همزمان با اعلام پژو، شرکت بویینگ نیز تایید کرد که به دنبال امضای برنامه جامع اقدام مشترک (برجام) در ژانویه ۲۰۱۶ (دی ۱۳۹۴)، فروش هواپیما به ایران را از سر می‌گیرد.

در این میان شرکت بویینگ نیز سه‌شنبه اعلام کرد که این شرکت قراردادی برای فروش هواپیمای جت به ایران با شرکت ایران ایر امضا کرده است.

شرکت بویینگ در بیانیه‌ای اعلام کرد که این شرکت یادداشت تفاهمی با شرکت هواپیمایی ایران ایر امضا کرده است که مشخص می‌کند این شرکت قصد دارد هواپیماهای مسافربری تجاری از شرکت بویینگ خریداری کند.

به نوشته گاردین، شرکت بویینگ اطلاعاتی دیگری در مورد این قرارداد نداده است.

علی عابدزاده، رئیس سازمان هواپیمایی کشوری ایران نیز پیش‌تر اعلام کرده بود که قرارداد امضا شده با شرکت بویینگ برای خرید ۱۰۰ هواپیما از این شرکت است.

گاردین اعلام کرد، براساس فهرست قیمت هواپیماهای بویینگ، اگر شرکت ایران ایر فقط بویینگ ۷۳۷ تک راهرو خریداری کند، ارزش سفارش آن در حدود ۱۱ میلیارد دلار خواهد بود و اگر این قرارداد شامل خرید تعداد قابل توجهی هواپیمای دو راهرویی مانند ۷۷۷ یا ۷۸۷ باشد، ارزش آن شاید به دو برابر رقم یاد شده افزایش یابد. این رسانه نوشت: ایران در دی ماه گذشته یک سفارش ۲۷ میلیارد دلاری نیز برای خرید ۱۱۸ هواپیما به شرکت ایرباس داده است.

بازگشت پژو- سیتروئن به ایران

به گزارش ایرنا، شرکت مشترک ایران خودرو- پژو سیتروئن به نام «ایکاپ» روز سه‌شنبه با حضور وزیر صنعت، معدن و تجارت و معرفی اعضای هیات‌مدیره و نهایی شدن ۱۷ قرارداد فرعی در پروتکل همکاری‌های دو خودروساز، به‌صورت رسمی آغاز به کار کرد.

گاردین درباره بازگشت پژو-سیتروئن به ایران نیز نوشت: نخستین اتومبیل‌های تولیدشده در چارچوب قرارداد جدید شرکت پژو با ایران که سالانه تولید ۲۰۰ هزار خودرو تا سال ۲۰۱۸ را معین می‌کند، در ماه فوریه (بهمن-اسفند) به بازار عرضه می‌شوند.

شرکت پژو نخستین شرکت خودروسازی غربی است که بازگشت خود به ایران پس از تحریم‌های اقتصادی ایران را اعلام می‌کند.

ژان کریستف کیومارد که بخش خاورمیانه و آفریقای شرکت پژو - سیتروئن را اداره می‌کند، به گاردین گفت: امروز، روز بازگشت به ایران و باعث افتخار ماست.

وی افزود: این شرکت خود را در قبال ایران متعهد می‌داند و ما از طریق شرکت ایران‌خودرو نشان می‌دهیم که واقعا خود را در قبال آینده متعهد می‌دانیم و آماده سرمایه‌گذاری در ایران هستیم.

این قرارداد سرمایه‌گذاری مشترک ۵۰-۵۰، تولید سه مدل اتومبیل در ایران را مشخص می‌کند؛ «پژو ۲۰۸»، «اس. یو. وی ۲۰۰۸» و «پژو ۳۰۱» که قطعات آنها نیز اغلب در ایران ساخته خواهد شد.

هاشم یکه زارع، مدیرعامل ایران خودرو نیز به گاردین گفت: ۳۰ درصد اتومبیل‌های تولید شده به خاورمیانه و سایر کشورها صادر می‌شود.

خبر

عرضه اوراق سلف خودرو مشروط به ارائه برنامه خودروسازان شد

حامد سلطانی‌نژاد گفت: در بورس کالا همه چیز شفاف است و فردی که می‌خواهد معامله‌ای کند مجبور است که کد بگیرد و خریدار و فروشنده مشخص هستند.

حامدسلطانی‌نژاد در گفت‌وگو با ایلنا در پاسخ به این پرسش که از چه زمانی قرار است اوراق سلف خودرو از طریق بورس کالا به فروش برسد، گفت: در برنامه‌ریزی‌های ما قرار بود اوراق سلف خودرو در اوایل امسال عرضه شود اما هیأت پذیرش بورس کالای ایران عرضه اوراق سلف خودرو را به عرضه خودرو در بورس کالا منوط کرد که دلیل آن هم منطقی بود، زیرا اوراق سلف از جمله اوراقی است که به پشتوانه تولید عرضه می‌شود، بنا براین باید برنامه تولید را در مورد تولیدکننده بدانیم و به پشتوانه آن جریان تولیدی فروش محصول را انجام دهیم.

وی افزود: بنابراین قرار شد ابتدا خودرو در بورس کالا قرار گیرد و معامله شود. هر چند در سایر کشورها روال این گونه نیست، اما به پشتوانه عرضه‌ای که خودرو در بورس کالا خواهد داشت ما می‌توانیم مبادلات آینده این کالا و سلف آن را داشته باشیم.

سلطانی‌نژاد در پاسخ به این پرسش که این موضوع چه کمکی می‌تواند به بازار کند، افزود: کمکی که به بازار می‌کند بیشتر بحث شفاف‌سازی است، زیرا افرادی که وارد بازار خودرو می‌شوند بعضاً نمی‌دانند که این خودرو را بعد از خرید می‌خواهند نگه دارند یا پس بدهند و ممکن است از پیش خریدشان پشیمان شده باشند و نمی‌دانند این پشیمانی را چطور ابراز کنند. ضمن اینکه فرآیند پس دادن آن زمان زیادی طول می‌کشد تا به پول‌شان برسند.

وی گفت: معمولاً این افراد مطمئن نیستند آیا این فرآیند، درست است یا خیر؟ و این خرید به نفع‌شان بوده یا نه؟ اما این اوراق کمک می‌کند تا افراد با هرسرمایه‌ای (هر اوراق اگر یک میلیون تومان باشد) اگر از خرید خود منصرف شوند می‌توانند، اوراق را به قیمت بازار به دیگران بفروشند. بنابر این برای خریداران اینکه می‌توانند بخشی از پول‌شان را وارد فرآیند خرید خودرو کنند اثرگذار است، زیرا به مرور پول‌شان تکمیل می‌شود و می‌توانند خرید را انجام دهند. از سوی دیگر خریداران می‌توانند به راحتی از این فرآیند خارج شده و در مکانیسم بازار اوراق خود را به آنها بفروشند.

وی در پاسخ به این پرسش که چه تضمینی وجود دارد فروش این اوراق منجر به بازار سیاه نشود، تصریح کرد: در بورس کالا همه چیز شفاف است و فردی که می‌خواهد معامله کند مجبور است که کد بگیرد و خریدار و فروشنده مشخص هستند.

سلطانی‌نژاد با اشاره به نوسانات ارزی طی سال‌های گذشته تصریح کرد: زمانی‌که ارز متلاطم بود من افرادی را می‌شناختم که با رانت‌های اطلاعاتی، پیش از تلاطمات ۳۰ تا ۴۰ پراید خریده و در خانه‌های‌شان انبار کرده بودند و پس از تلاطم ارز این خودروها را فروختند و این واقعه‌ای بود که هیچ جا انعکاس پیدا نکرد و احتکارهایی که صورت گرفت در جایی نشان داده نشد.

وی افزود: در اوراق سلف موازی لزوما تحویل وجود ندارد و می‌توانیم سیاستی را در پیش گیریم که تحویل کالا نداشته باشیم. افرادی که با قصد سفته‌بازی وارد بازار می‌شوند مانند کسی‌که این کالا را خریده و انبار کرده می‌توان به سمت بازار هدایت کرد. اوراق یعنی بازاری که لزوما تحویل در آن وجود ندارد و می‌توان از طریق ساز و کار بازار تقاضای سفته بازانه آن را مدیریت کرد.

سلطانی‌نژاد افزود: زمانی‌که قیمت سکه در حال افزایش بود بانک مرکزی ایران سکه را پیش فروش کرد و پیش فروش‌ها را تحویل داد و ذخایر طلا کم شد. درحالی‌که اگر بانک مرکزی در آن زمان با سازوکارهای بازار آشنا بود در بورس کالای ایران و در فرآیند بازار آتی سکه در موقعیت فروش قرار می‌گرفت و دیگر مجبور نبود این میزان سکه تولید کند و صف‌های طویل را مقابل بانک کارگشایی ایجاد کند. افرادی که سکه می‌خواستند از داخل منازل خود و از طریق سیستم آنلاین یا به صورت نقدی یا قرارداد آتی آن را خریداری می‌کردند. این تقاضای سفته‌بازانه به این ترتیب می‌توانست مدیریت شود بدون اینکه به حجم کالایی که در جامعه هست اضافه کنیم و مشکلات ناشی از انباشت کالا را به وجود آوریم.

قراردادهای فروش خودرو باید اصلاح شود

عضو هیأت علمی دانشگاه خواجه نصیرالدین طوسی گفت: با توجه به آغاز واردات مستقیم خودرو به ایران، شرکت‌های واردکننده خودرو باید قراردادهای فروش خود را اصلاح کنند.

شهرام آزادی در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: در سال‌های اخیر نوع خاصی از قراردادهای فروش خودروهای وارداتی در ایران باب شده که عجیب و برخلاف حقوق مصرف‌کنندگان است.

وی ادامه داد: بیشتر شرکت‌های واردکننده خودرو در قراردادهای فروش خود قید می‌کنند که امکان تغییر آپشن‌های خودروی تحویلی به مشتری با آنچه در قرارداد ذکر شده، وجود دارد. این در حالی است که در هیچ جای دنیا چنین قراردادهای فروشی مرسوم نیست. این کارشناس صنعت خودرو با بیان اینکه واردکنندگان تحریم را بهانه‌ای برای این موضوع قرار داده بودند، خاطرنشان کرد: در سال‌های گذشته شرکت‌های واردکننده خودرو این محصولات را از کشورهایی چون امارات وارد ایران می‌کردند و به همین دلیل ادعا می‌کردند ممکن است آپشن خودروی وارداتی با آنچه مشتری ایرانی می‌خواهد تفاوت کند.

فرصت امروز
روزنامه مدیریتی - اقتصادی

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

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

پنجشنبه | ۳ تیر ۱۳۹۵ | شماره ۵۳۸ | صفحه ۸
ایمیل: INFO@FORSATNET.IR سایت: WWW.FORSATNET.IR

عکس یادگاری همکاران فرصت‌امروز در آستانه سومین سال انتشار

ادامه رایزنی‌های وزیر خارجه ایران در اروپا

ظریف: هیچ‌کس نمی‌تواند توافق هسته‌ای را پاره یا مذاکره را تکرار کند

وزیر خارجه کشورمان گفت: خرید هواپیما از آمریکا بی‌شک تنگناهای خرید از ایرباس را رفع می‌کند.

به گزارش ایسنا، دکتر محمدجواد ظریف، وزیر امور خارجه کشورمان در سخنرانی خود در جلسه کیمسیون امور خارجه و دفاع سنای فرانسه گفت: سرعت برداشته شدن تحریم‌ها به دلیل فضای روانی موجود، خیلی کند بوده است.

او با بیان اینکه اجرای توافق هسته‌ای به لحاظ مقررات و قوانین هیچ مانع و مشکلی ندارد، افزود: گروه‌هایی در آمریکا تلاش می‌کردند تا توافق هسته‌ای شکل نگیرد، اتفاقا در فرانسه هم‌چنین تلاشی صورت گرفت اما امروز همه ما یک توافق داریم که به تایید همه طرف‌ها، آژانس و سازمان ملل رسیده است.

وی تصریح کرد: شرکت‌ها و بانک‌های فرانسوی نباید از شعارهای انتخاباتی یکی از کاندیداها در آمریکا نگران باشند، زیرا هیچ کس نمی‌تواند توافق را پاره یا مذاکره را تکرار کند.

ظریف افزود: ایران هم ۱۱۸ هواپیمای ایرباس و هم ۱۰۰هواپیمای بویینگ را می‌تواند بخرد و بدون شک خرید هواپیما از آمریکا، تنگناهای خرید از ایرباس را حتما رفع می‌کند.

وزیر امور خارجه کشورمان همچنین در پاریس گفت: برای اجرای قراردادهای میان ایران و فرانسه هنوز مشکلات بانکی وجود دارد که باید حل شود.

ظریف در جلسه استماع کمیسیون امور خارجه و دفاع سنای فرانسه با بیان اینکه ایران و فرانسه در سفر روحانی به پاریس توافق‌های بسیار مهمی را امضا کردند، گفت: روابط ایران و فرانسه می‌تواند به‌عنوان مدل و نمونه‌ای پس از توافق هسته‌ای باشد.

او با اشاره به تحولات و بحران در منطقه خاورمیانه خاطرنشان کرد: جنایات واقع شده در پاریس نشان داد که هیچ مشکلی محدود به محل یا منطقه‌ای خاص نیست بلکه از منطقه‌ای به منطقه دیگر گسترش می‌یابد و اگر برای آن راه‌حل جهانی پیدا نکنیم، با راه‌حل‌های محلی نمی‌توان با آن مبارزه کرد. وزیر امور خارجه ایران تصریح کرد: بحران خاورمیانه راه‌حل نظامی ندارد. ایران که خود قربانی تروریسم است، آماده همه گونه همکاری در این زمینه است.

وزیر امور خارجه ایران روابط پارلمانی ایران و فرانسه را تقویت‌کننده شناخت مردم این دو کشور از یکدیگر دانست و گفت: در همین راستا هفته آینده تهران میزبان رئیس مجلس ملی فرانسه خواهد بود.

زمینه‌های خوب همکاری در حوزه گردشگری

ظریف در پاسخ به سوالات اعضای کمیسیون گفت: همکاری‌های بسیار خوبی در حوزه فرهنگی با فرانسه داریم و گفت‌وگوهای بسیار خوبی را شروع کرده‌ایم.

وی با بیان اینکه ایران کشور بسیار مستعدی برای پذیرش گردشگران خارجی است، افزود: احترام به قوانین داخلی ایران به تبادل فرهنگی کمک می‌کند و تاکنون کسی را نداشتیم که مشکلی داشته باشد.

وزیر امور خارجه خاطرنشان کرد: گردشگران خارجی که به ایران می‌آیند با یک دید باز به ایران می‌آیند و آمادگی این را دارند که به قوانین ما احترام بگذارند.

ظریف خطاب به اعضای کمیسیون سیاست خارجه، دفاعی و نیروهای مسلح فرانسه گفت: شما هم که به ایران آمدید به قوانین ما احترام گذاشتید، ما از این نظر از شما بسیارمتشکریم.

ظریف اضافه کرد: امکان زیادی برای سرمایه‌گذاری در حوزه توریسم وجود دارد. احساس می‌کنم ایران و فرانسه در این زمینه به خوبی می‌توانند با هم کار کنند چون صنعت توریسم در ایران نیاز به سرمایه‌گذاری دارد و فرانسه در حوزه تخصصی توریسم و سرمایه‌گذاری امکانات لازم را دارد.

وی همچنین به توسعه روابط پارلمانی اشاره کرد و گفت: در مورد زمینه‌های همکاری پارلمانی هم پارلمان دوستی تشکیل خواهد شد و در چند هفته آینده و با حضور رئیس مجلس ملی فرانسه در تهران این گروه تشکیل خواهد شد.

رئیس دستگاه دیپلماسی درباره همکاری‌های تجاری و اقتصادی نیز گفت: در مورد همکاری‌های اقتصادی و تجاری بین دو کشور ما سابقه بسیار خوب و زمینه‌های بسیار زیادی وجود دارد. ظریف اظهار داشت: در ایران نیروی انسانی بسیار نخبه و توانایی داریم. پنجمین کشور در دنیا از نظر تعداد فارغ‌التحصیلان دانشگاهی هستیم و در حوزه بابیو و نانوتکنولوژی بین ۱۰کشور اول دنیا قرار داریم.

جهانگیری: ایران و ترکیه مسئولیت سنگینی در استقرار توسعه و ثبات منطقه دارند

معاون اول رئیس‌جمهوری، روابط تهران- آنکارا را رو به رشد توصیف کرد و گفت: جمهوری اسلامی ایران و ترکیه به‌عنوان دو کشور مهم، مسئولیت سنگینی برای حل بحران‌ها و حرکت منطقه به سمت توسعه، ثبات و رفاه بر عهده دارند. به گزارش ایرنا، اسحاق جهانگیری دیروز در تماس تلفنی با «بینالی ییلدیریم»، ضمن تبریک به وی به‌عنوان نخست‌وزیر جدید ترکیه، ابراز امیدواری کرد با توجه به شناخت، تجربه و حسن نیت وی از روابط دوجانبه، مناسبات فیمابین وارد دوره جدیدی شده و شاهد گسترش همکاری و تحکیم مناسبات ایران و ترکیه در همه زمینه‌ها باشیم.

وی ضمن قدردانی از زحمات «داود اوغلو» نخست‌وزیر سابق ترکیه برای توسعه روابط، اظهار داشت: تهران آمادگی دارد تا در همه زمینه‌های اقتصادی به‌ویژه سرمایه‌گذاری مستقیم فعالان اقتصادی، حمل‌ونقل و گردشگری مناسبات خود را با آنکارا ارتقا دهد.

معاون اول رئیس‌جمهوری سپس بر توافق دو کشور برای همکاری در موضوعات منطقه‌ای تاکید کرد و خاطرنشان ساخت: دو کشور باید در مورد مسائلی که اختلاف نظر دارند با گفت‌وگو و تعامل به راه حل برسند و پایه و مبنای همکاری‌های منطقه‌ای را روی موضوعاتی قرار دهند که در آن اشتراک نظر دارند.

جهانگیری پیوندهای تاریخی، فرهنگی و دینی ملت‌های دو کشور را یادآور شد و گفت: ایران و ترکیه باید به‌صورت مکمل یکدیگر در عرصه‌های مختلف همکاری کنند، چرا که این خواست و انتظار ملت‌های منطقه از کشورهای ما است.

وی بر همکاری دو کشور در چارچوب کمیسیون مشترک دو کشور تاکید کرد و گفت: تهران و آنکارا اگر به‌طور جدی مصمم به حل مسائل و توسعه مناسبات باشند، قادر به پیشبرد امور هستند و باید در این زمینه دو طرف نظارت جدی بر مسائل داشته باشند.

معاون اول رئیس‌جمهوری همچنین با قبول دعوت نخست‌وزیر جدید ترکیه برای سفر به این کشور به منظور گفت‌وگو درباره مسائل منطقه‌ای و دوجانبه اظهار امیدواری کرد در آینده نزدیک به این کشور سفر کند.

جهانگیری در خاتمه حلول ماه مبارک رمضان را به دولت و ملت ترکیه تبریک گفت و حمایت خود را از حضور بخش‌خصوصی دو کشور برای رسیدن به نقطه مطلوب در همکاری‌ها اعلام کرد.

ایران جایگاه ویژه‌ای در دولت ترکیه دارد

نخست‌وزیر ترکیه نیز در این مکالمه تلفنی با اشاره به علاقه‌مندی خود و دولت و ملت ترکیه برای گسترش همکاری‌ها با جمهوری اسلامی ایران، گفت: روابط با ایران جایگاه ویژه‌ای در دولت ترکیه دارد و باید از همه ظرفیت‌ها برای پیشبرد روابط دو کشور استفاده کرد.

ییلدیریم با اشاره به سفر مهم رئیس‌جمهوری کشورمان به ترکیه و اتخاذ تصمیمات مهم در تشکیل شورای عالی راهبردی دو کشور، اظهار داشت: به‌عنوان نخست‌وزیر ترکیه موظفم تمام تصمیمات اتخاذ شده در این سفر را با جدیت پیگیری کنم و برای ابعاد مختلف روابط و سرمایه‌گذاری بلندمدت دو کشور طراحی و برنامه‌ریزی داشته باشم.

وی با تاکید بر اینکه دو کشور باید در قبال مسائل مهم منطقه به‌ویژه بحران عراق و سوریه بیش از گذشته با یکدیگر همکاری کنند، گفت: درد و رنج مردم کشورهای منطقه درد و رنج همه ملت‌های مسلمان است و باید دو کشور در این زمینه تلاش کنند و رسالت دارند تا آلام مردم منطقه عمیق‌تر نشود.

نخست‌وزیر ترکیه با تاکید بر اینکه مسائل منطقه به‌دست خود کشورهای منطقه حل و فصل خواهد شد، گفت: ما نباید انتظار داشته باشیم کشورهای دیگر بتوانند در این باره نقش بازرزی ایفا کنند، چرا که آنها به دنبال منافع خود در منطقه هستند.

ییلدیریم دیدگاه‌های معاون اول رئیس‌جمهوری کشورمان درباره مسائل دوجانبه و منطقه‌ای را منطبق با نظر دولت ترکیه دانست و خواستار حذف موانع اداری برای فعالیت بیشتر بخش‌خصوصی دو کشور شد.

وی ادامه داد: ما برای صنعتگران، سرمایه‌گذاران و شرکت‌های هلدینگ بزرگ ترکیه مشوق‌های بسیاری برای همکاری با شرکت‌های ایرانی قرار داده‌ایم، به‌طوری که اتاق صنایع استانبول پیشنهاد ساخت شهرک اختصاصی در ایران را داده است.

نخست‌وزیر ترکیه ضمن تبریک فرارسیدن ماه مبارک رمضان به ملت ودولت ایران، گفت: ما دارای دین و فرهنگ مشترک هستیم و اگر نتوانیم با وجود همه زمینه‌ها و زیرساخت‌ها در گسترش روابط موفق شویم در پیشگاه ملت‌هایمان و خداوند مسئولیم.

جزییات حادثه تلخ سقوط اتوبوس سربازان در دره

رئیس مرکز اطلاعات و کنترل ترافیک پلیس راهور ناجا اعلام کرد که کشته شدگان و مصدومان حادثه اتوبوس در نی‌ریز فارس، سرباز بودند.

سرهنگ نادر رحمانی در گفت‌وگو با ایسنا، در تشریح جزییات این حادثه اظهار کرد: این حادثه در ساعت ۱:۲۰ بامداد چهارشنبه در محور سیرجان - نی‌ریز رخ داده و در پی آن یک دستگاه اتوبوس از مسیر خود خارج و به دره سقوط کرد.

وی ظهر دیروز با بیان اینکه این اتوبوس با ۳۶سرنشین از کرمان به سمت اهواز در حال حرکت بود، اظهار کرد: گزارش‌های اولیه حاکی از فوت ۱۴ نفر در سرصحنه و مجروح شدن ۲۲ نفر دیگر است که البته با توجه به وخامت حال برخی از مجروحان، احتمال افزایش کشته‌شدگان در حین انتقال یا پس از رسیدن به بیمارستان وجود دارد اما آنچه که فعلا در گزارش پلیس آمده، ۱۴ مورد فوتی است. رئیس مرکز اطلاعات و کنترل ترافیک پلیس راهور در مورد اینکه اتوبوس متعلق به چه نهادی بوده، به ایسنا گفت: اتوبوس شخصی اما در اختیار پادگان «۰۵» ارتش در کرمان بوده و سرنشینان آن نیز همگی سربازانی بودند که از این پادگان به مقصد اهواز در حال حرکت بودند که متاسفانه این حادثه رخ داد.

رحمانی با بیان اینکه علت این حادثه در دست بررسی است، گفت: کارشناسانی در حال بررسی هستند که خستگی یا خواب‌آلودگی راننده باعث این حادثه شده یا نقص فنی علت آن بوده است. مرتضی سلیمی، قائم مقام سازمان امداد و نجات پیش از این شمار قربانیان حادثه ۱۹ نفر اعلام کرده و گفته بود که ۱۶ نفر آنها در صحنه و سه نفر نیز در مرکز درمانی جان باختند.

تلاش کارشناسان ترافیک برای تعیین علت حادثه اتوبوس سربازان

رئیس مرکز اطلاعات و کنترل ترافیک پلیس راهور ناجا اعلام کرد: علت اصلی حادثه واژگونی مرگبار اتوبوس سربازان هنوز مشخص نیست.

سرهنگ نادر رحمانی در گفت‌وگو با ایسنا، درخصوص علت حادثه واژگونی مرگبار اتوبوس سربازان با بیان اینکه اتوبوس از جاده اصلی خارج شده است، گفت: علت اصلی حادثه هنوز مشخص نشده و کارشناسان ترافیک و تصادفات در حال بررسی علت هستند.

سیاست

آخرین درخواست‌های کامرون از انگلیسی‌ها برای مخالفت با برگزیت

نخست‌وزیرانگلیس در آخرین تلاش‌هایش برای حمایت از باقی ماندن کشورش در اتحادیه اروپا، در آستانه برگزاری همه پرسی خروج از این اتحادیه از رای‌دهندگان خواست با رأی خود در همه‌پرسی جلوی چنین خروجی را بگیرند.

به گزارش ایسنا، به نقل از پایگاه ورلد بولتن، دیوید کامرون، نخست‌وزیر انگلیس در سخنانی که در مجاورت اقامتگاه رسمی‌اش در لندن ایراد کرد، بار دیگر بر خطراتی که خروج کشورش از اتحادیه اروپا (برگزیت) برای انگلیسی‌ها خواهد داشت، تأکید کرد.

وی خطاب به انگلیسی‌ها گفت: همانطور که شما تصمیم خود را درباره باقی ماندن یا نماندن ما در اتحادیه اروپا می‌گیرید، به امیدها و رویاهای فرزندان و نوه‌هایتان فکر کنید. به یاد داشته باشید که آنها دیگر نخواهند توانست تصمیمی را که ما می‌گیریم به حالت اول بازگردانند.

نخست‌وزیر انگلیس اظهار کرد: تصمیم رأی دهندگان برای ترک اتحادیه اروپا برگشت ناپذیر خواهد بود و نسل بعدی هستند که باید با تبعات این تصمیم ما زندگی کنند.

نخست‌وزیر انگلیس پیشتر گفته بود که مذاکرات قبلی دولتش با اتحادیه اروپا باعث تقویت وضعیت این کشور شد.

این اظهارات کامرون در آستانه برگزاری همه‌پرسی امروز انگلیس درباره خروج از اتحادیه اروپا مطرح شده است.

تیتراخبار

- نخست‌وزیر عراق بار دیگر بر عزم و اراده کشور خود برای آزادسازی شهر موصل در سال جاری میلادی تأکید کرد.
- نماینده ویژه سازمان ملل متحد در امور سوریه اعلام کرد: برای آغاز دور جدید مذاکرات میان جناح‌های سوری، باید میان روسیه و آمریکا توافق به وجود آید.

کره شمالی دیروز دو موشک میان‌برد قدرتمند موسودان آزمایش کرد. این موشک ۲۵۰۰ تا ۴۰۰۰ هزار کیلومتر برد دارد

جامعه

رئیس دانشگاه علوم پزشکی تهران میزان حقوق وزیر بهداشت را اعلام کرد

رئیس دانشگاه علوم پزشکی تهران گفت: وزیر بهداشت عضو هیأت علمی این دانشگاه است و ماهانه ۸میلیون تومان از این دانشگاه قبل از کسر مالیات دریافت می‌کند و از نهاد ریاست جمهوری نیز ۴میلیون تومان فوق‌العاده شغل دریافت می‌کند.

به گزارش ایرنا علی جعفریان افزود: در جایی دیدم یک فیش حقوقی با مبلغ ۲۲۸ میلیون تومان منتسب به وزیر بهداشت عنوان شده است. وزیر بهداشت چون عضو هیأت علمی دانشگاه علوم پزشکی تهران است و ابلاغ او را بنده امضا می‌کنم تأکید می‌کنم که ایشان حقوق ۸میلیون تومانی قبل از کسر مالیات از دانشگاه دریافت می‌کند و هیچ گونه پرداخت دیگری به ایشان در دانشگاه و وزارت بهداشت صورت نمی‌گیرد و از نهاد ریاست جمهوری نیز مبلغی به‌عنوان فوق‌العاده مدیریت در حد ۴ میلیون تومان دریافت می‌کند.

رئیس دانشگاه علوم پزشکی تهران با بیان اینکه هر مبلغی که در دانشگاه پرداخت می‌شود شفاف است افزود: این طور نیست که از منابع دولتی حقوق و مزایای پزشکان را پرداخت کنیم، بلکه پولی است که از راه تعرفه مصوب دولتی به دست می‌آید و بی‌انصافی است که برخی از موارد را به هم وصل کنیم و غیرواقعی جلوه دهیم.

وی گفت: فیش‌های حقوقی وزیر بهداشت را در اختیار دارم و آن را در اختیار روابط عمومی وزارت بهداشت قرار می‌دهم که در صورت صلاحدید منتشر کنند.

تیتراخبار

- رضا نوروزی مدیرکل حمایت‌های اجتماعی کمیته امداد امام خمینی (ره) از در انتظار بودن ۷۵ هزار نوعروس تحت پوشش کمیته امداد برای دریافت جهیزیه خبر داد و گفت: خیران به کمک امداد بیایند.
- محمد جعفر منتظری دادستان کل کشور از شناسایی ۷۰۰ زندانی مشمول عفو به وضعیت زندانیان مشمول و دارای شرایط عفو در ماه رمضان خبر داد

احد وظیفه مدیرکل پیش‌بینی و هشدار سریع سازمان هواشناسی از بروز پدیده گرد و خاک و توفان شن در مناطق شرق و جنوب شرق کشور و همچنین وزش باد شدید به همراه گرد و خاک در استان‌های سمنان، جنوب تهران، قم، مرکزی و شمال اصفهان خبرداد

فرهنگ

یادداشت شهرداد روحانی در فراق زنده‌یاد پورتراب

شهرداد روحانی آهنگساز، نوازنده و رهبر ارکستر موسیقی کشورمان به مناسبت درگذشت مصطفی کمال پورتراب استاد موسیقی کشور یادداشتی را منتشر کرد.

به گزارش مهر، در بخش‌هایی از یادداشت شهرداد روحانی آمده است: «امروز من یک دوست، همکار، استاد و انسان بزرگ و نازنینی را از دست دادم و هنوز باورم نمی‌شود که ایشان دیگر در بین ما نیستند اما از طرفی خوشحالم که در شش ماه گذشته ساعت های زیادی را با استاد پورتراب گذراندم. . . استاد پورتراب همیشه درکنسرت های من حضور داشت. به خاطر دارم در آخرین کنسرتی که ۱۷ خرداد با ارکستر سمفونیک تهران داشتم بعد از معرفی از وی خواهش کردم که روی صحنه حضور یابد و قطعه‌ای را با پیانو اجرا کند و ایشان با مهارت فراوان قطعه ای سخت و زیبا را اجرا کرد به‌طوری که سالن مملو از جمعیت تالار وحدت را به وجد آورد. . . و این آخرین اجرای زنده استاد پورتراب بود. استاد مصطفی کمال پورتراب فقط یک موزیسین جهانی نبود، ایشان یک عالم، دانشمند و فیلسوف بزرگی بود که با عزت زندگی کرد و با عزت هم از دنیا رفت. من به سهم خودم این ضایعه را به خانواده ایشان و همین طور خانواده موسیقی کشورم تسلیت عرض می‌کنم.»

تیتراخبار

- کتابخانه اختصاصی فریدون مشیری از سوی فرزندان این شاعر سرشناس به کتابخانه مرکز دایره‌المعارف بزرگ اسلامی اهدا شد.
- دومین جشنواره «گزارش یک نگرانی» با سخنرانی وزیر نیرو، رضا کیانیان و کمال تبریزی درباره بحران آب، درخواست احمدرضا درویش از رئیس‌جمهوری برای حل مشکل فیلم «رستاخیز» و معرفی برگزیدگان این جشنواره به کار خود پایان داد.

محمد علی کشاورز در سالروز تولد پرویز پرستویی برایش نوشت: تولد پرویز عزیزم، این نازنین هنرمند به راستی پاک، نجیب، توانمند و دوست‌داشتنی رو، به جامعه فرهنگ و هنر و همه ملت ایران تبریک می‌گم

ورزش

زمزمه‌های بازگشت کاسیاس به ترکیب اسپانیا

نمایش ضعیف داوید دخیا در بازی مقابل کرواسی باعث شده تا برخی رسانه‌های اسپانیایی ضمن انتقاد از او، خواهان بازگشت ایکر کاسیاس به ترکیب ثابت لاروخا شوند.

به گزارش «ورزش سه»، اسپانیا تنها به یک تساوی برابر کرواسی نیاز داشت تا به‌عنوان تیم اول از گروهش صعود کرده و راهی یک هشتم نهایی یورو ۲۰۱۶ شود. مسیر اسپانیا تا فینال بدین ترتیب بسیار سهل و آسان می‌شد، اما اتفاقی که رخ داد باورنکردنی بود. اسپانیا که ابتدا با گل موراتا پیش افتاده بود، در نهایت ۲-۱ مغلوب شد تا مجبور باشد دوشنبه آینده در یک هشتم نهایی به مصاف ایتالیای قدرتمند برود.

نمایش داوید دخیا، دروازه‌بانی که بهترین بازیکن منچستریونایتد در سه فصل اخیر بوده و به تازگی توانسته کاسیاس را در تیم ملی نیمکت‌نشین کند، در این مسابقه ناامیدکننده بود. او از سوی رسانه‌ها در هر گل مقصر دانسته می‌شود. حالا بحثی در رسانه‌های اسپانیایی شروع شده مبنی بر بازگشت کاسیاس به ترکیب ثابت لاروخا در بازی مقابل ایتالیا اما به نظر نمی‌رسد که دل بوسکه فعلا دست از اعتماد خود به دخیا بردارد و کاسیاس باتجربه و پرافتخار را به چارچوب دروازه اسپانیا بازگرداند.

تیتراخبار

- لیونل مسی با گلزنی در دیدار مقابل آمریکا در نیمه نهایی کوپا آمریکا با رکورد ۵۵ گل، به بهترین گلزن تاریخ تیم ملی آرژانتین تبدیل شد.
- آنتونی گولیچ با قراردادی دو ساله به پرسپولیس پیوست تا در خط دفاعی این تیم قرار گیرد.

کریستیانو رونالدو کاپیتان تیم ملی فوتبال پرتغال بعد از سوال یک خبرنگار از کوره در رفت و میکروفن وی را به داخل دریاچه انداخت

آیین‌نامه

ضرورت ارتقای شکل و کیفیت کالای داخلی در رقابت با کالای قاچاق

محمد نفر
کارشناس حقوق

در بررسی محصولات تبلیغی مربوط به کالاهای داخلی کشـور، ضعف‌های عمـده‌ای وجود دارد. یکـی از ایـن نقصان‌ها کم‌لطفـی پدیدآورندگان محصولات تبلیغاتی کالاهای داخلی به فرم عرضه است.

دعـوای فـرم و محتـوا از دیرباز و از زمـان نضج‌گیری تولید آثار هنـری و تبلیغاتی، جدالی اسـت کـه همچنان در جوامع مشـابه مـا مورد مناقشـه اسـت. عده‌ای فرم را به هر قیمتی مهم تلقی می‌کننـد و خود را مقید و وفـادار به هیچ محتوایـی نمی‌داننـد و عـده‌ای دیگـر محتوا را اولویت نخست دانسته و برای فرم ارزش چندانی قائل نیستند.

ایـن گزاره در تئوری و نظر قابل تبیین اسـت و می‌تـوان فـرم را از محتوا منفک کـرد، اما در عمل چنیـن تفکیکی دور از واقعیـت بوده و در تولیـد هر محصول فرهنگی و هنری یا اقتصادی، فـرم و محتوا، هر یـک درصدی از سـهم توجه تولیدکننـدگان را بـه خود اختصـاص می‌دهند. گاهـی کفه سـنگین به نفـع محتوا سـنگین‌تر می‌شود و گاهی برعکس.

فـرم، سـاختار و قالبـی اسـت تکنیکـی که مضامین و مفاهیم یا محتوا در آن گنجانده شـده و به مخاطب عرضه می‌شـود. در تولید هر کالای تجـاری، در دو بخش از تولیـد و عرضه، با فرم و محتوا مواجه هستیم:

در بخش نخسـت، خـود کالا واجـد هم فرم اسـت و هم محتوا. از شـکل، رنگ، طعم، اندازه، بو، نرمـی یا زبـری و... آن کالا، به‌عنوان فرم یاد می‌شود. به کیفیت و سلامت و سوددهی آن کالا به مصرف‌کننده، محتوای آن کالا گفته می‌شود.

در بخـش دوم، محصـولات و مـواد تبلیغاتی کالاها هسـتند که شـامل دو بخش فرم و محتوا اسـت. محتوای این‌گونه محصـولات همان نام و نوع محصولی اسـت که تبلیغ می‌شود و فرم آن، مجموع عوامل سـاختاری و قالبی است که سعی در ایجاد ترغیـب و تمایل در مصرف‌کنندگان به خرید کالا دارد.

متاسـفانه در اغلـب محصـولات تولید داخل، تناسـب میان فـرم و محتوا تناسـبی ناموزون و حتی متضاد است.

گاهـی محصولـی کـه از کیفیت شایسـته‌ای برخوردار اسـت، به‌گونه‌ای و با فرمی ناشایسـت عرضه می‌شـود که قادر به جلب و جذب مخاطب نیست. یا به شکل غیرحرفه‌ای تبلیغ می‌شود که بی‌توجهی مشتریان را سبب می‌شود.

عکس این موضوع نیز صادق است.

محصولـی نامرغـوب و بی‌کیفیت و حتی مضر، در بسـته‌بندی و تبلیغی زیبا عرضه می‌شود یا با تبلیغاتی چشـمگیر وجود و حضورش را در بازار جار می‌زند.

تبلیغـات ایـن دسـته از کالاهـای غیرمجـاز در حالـی اسـت کـه طبـق مـواد قانـون نحوه اعمـال تعزیـرات حکومتی دربـاره قاچاق کالا و ارز مصـوب ۱۲اردیبهشـت مـاه ۱۳۷۴ مجمـع تشـخیص مصلحت نظام جرم محسـوب شده و ضمانت اجرای شـدیدی بـرای آن در نظر گرفته شده است.

این اوضـاع در بلندمدت مشـتریان را از اقبال بـه محصولات داخلـی گریزان می‌کنـد و توجه به محصولات مشـابه خارجی و حتـی قاچاق را افزایش می‌دهد.

اجنـاس قاچاق که یا تقلبی هسـتند یا تاریخ مصـرف گذشـته یا اسـقاطی و اسـتوک، به دو روش مشـتریان را فریب می‌دهند: یکی عرضه با قیمت ارزان‌تر از اجناس مشـابه داخلی و دیگری عرضـه با رنگ و لعاب‌های متقلبانه که خود را در دل مشـتریان جا کرده و خرید و مصرف‌شـان را سرسام‌آور می‌کند.

کالاهای قاچاق که بخشی در کشور چین تولید می‌شود و بخشی هم بدون امکان شناسایی هویت سازنده، تنها با کپی‌برداری از بسته‌بندی و برند و مارک‌های تبلیغاتی معتبر و معروف جهانی عرضه می‌شـود، در بیشـتر موارد دارای محتوایی کاملا غیراستاندارد و حتی مضر برای سلامت جسمی و روانی انسان و محیط زیست، با قیمتی نازل، وارد بازار شده و معضل‌آفرین می‌شود.

نتیجه آنکه، اجناس و کالاهای تولید داخل که صرفا با کیفیت و محتوای مرغوب وارد بازار رقابت می‌شـوند و توجه به بسته‌بندی و ظاهری زیبا را نادیده می‌گیرند یـا در تبلیغ خود از جدیدترین تکنیک‌های هنری و تبلیغاتی برخوردار نیسـتند، به راحتی گوی سـبقت را در رقابـت با همتایان خود از دست داده و جا را برای یکه‌تازی کالاهای فاقـد کیفیت لازم کـه نمونه بـارز آن کالاهای قاچاق است، باز می‌گذارند.

ضروری است تولیدکنندگان محصولات داخلی ضمـن اهتمام بـه ارتقا و تداوم کیفیـت کالا، از مشـاوره هنرمندان و متخصصـان تبلیغاتی برای بسـته‌بندی و تبلیغ کالای خود بهره‌مند شـوند تـا علاوه بر جلب و جذب مشـتریان و هموطنان داخلـی و پرهیـز از مصـرف کالای قاچاق، توان صدور به خارج از مرزها را نیز دارا شوند.

برندهایی که با تبلیغات خود در جام ملت‌های اروپا عرض اندام می‌کنند

فاتحان واقعی جام قهرمانی

هدی رضایی
hoda.rezaeii@yahoo.com

سـوت آغاز یکی دیگر از تورنمنت‌هـای هیجان‌انگیز دنیا دو هفته پیش در سـنت‌دنیز فرانسـه به صـدا درآمد و ۲۴ تیم قاره سـبز در پایتخـت فرهنگی اروپا و کشـور ناپلئون بناپارت گـرد هم آمدند تا برای کسـب جامی طلایی شـاخ و شـانه بکشـند. اما قبـل از اینکه مسـابقات شـروع شـود و ضربه‌ای به توپ جام نواخته شـود، کمی آن طرف‌تـر جنگ میـان برندها در یورو ۲۰۱۶ آغاز شـده بود و آنها برنامه‌هـای زیادی بـرای تابسـتانی توفانی ترتیـب داده بودند تا از فرصتی بهینه استفاده کنند.

ایـن گردهمایـی عـلاوه بر مطرح شـدن بیشـتر نـام بازیکنان و هنرنمایی‌هـای آنهـا، جنبه‌های اقتصـادی و تجاری بـرای برندهای درگیر نیز خواهد داشت. امسال یورو از اسپانسرهای بنامی استفاده کرده و برندها نیز از دسـتیابی به جامعه مخاطب فراوان در این بازه اسـتقبال می‌کنند. اما در نهایت چه کسـی فاتح این بازی تبلیغاتی خواهد شد؟ در این گزارش کمپین‌های تبلیغاتی برندهای مختلف در بازی‌های یورو ۲۰۱۶ را از نظر می‌گذرانیم.

کوکاکولا جذاب‌ترین اسپانسر یورو

از نظر آمار تحقیقات مؤسسـه آنسایدِ، این شـرکت نوشـیدنی که یکی از اسپانسرهای اصلی مسـابقات اسـت، در مقایسـه با دیگر برندهـای نوشـیدنی و رقبای ورزشـی خود نایک و آدیداس از نگاه مخاطبان جذاب‌ترین اسپانسر حاضر در این مسابقات است. آگاهی مشـتری از برنـد در ایـن پلتفـرم از ارتباط فوتبال با هواداران ناشـی شود. بیشتر برندها حداقـل یک بار اسپانسـر یکی از مسـابقات ورزشی شـده‌اند تا به جامعه هدف بزرگ آن دسـت یابند. کوکاکولا نیز که در پی رسیدن به فروش بیشـتر تابستانی است، از مسابقات مختلفی بهـره گرفته اسـت. اگر سـری به سـایت این نوشیدنی بزنید تبلیغات مختلفی مشـاهده می‌کنید کـه مخاطب را تشـویق بـه خریدن نوشـابه و درج کـد روی آن در قسـمتی از سـایت و شـرکت در قرعه‌کشی توپ مخصـوص رقابت‌های یورو می‌کند. این تورنمنت‌های بزرگ فوتبالی به‌عنوان میدانی برای ربـودن ذهن و قلب مشـتری از ارزش بالایی برخوردارند.

ولوو و تبلیغی حماسی در کنار ورزشکاری میهن‌پرست

اگـر بخواهیم زلاتـان ابراهیموویـچ با آن هیبت را شـبیه به ماشین تصور کنیم، قطعا این ماشـین چیزی جز ولوو نخواهد بود! این انتخاب هوشـمندانه از طرف ولوو در تبلیغی حماسـی بر قدرت زیاد و غیرقابل پیش‌بینی بودن بازی‌های زلاتان تاکید می‌کند. این برند سوئدی از یکی از نمادهای ورزشی کشورش بهره برده و داسـتان زندگـی او که از پدر و مادری غیرسـوئدی بود تا موفقیت‌هایش را روایت می‌کند. در این تبلیغ عنوان می‌شـود که او اکنون به پاریس برگشـته، کشوری که تیم باشـگاهی‌اش هـم در آنجا قـرار دارد و احسـاس غربت نمی‌کند امـا اکنون در مقام رقیـب آنها به میـدان خواهد رفـت. ولوو با به‌کارگیـری تفکری خـلاق در بطن کمپین تبلیغاتی خود از کاپیتان و مهاجم سـوئدی تیـم ملی خود اسـتفاده کرده تـا هم حس ملی و ناسیونالیسـتی به مخاطب القا کند و بر قدرت و توانایی متفاوت فکر کردن تمرکز کند. تشابهاتی میان مسیری که زلاتان و ولوو طـی کردند، وجود دارد. اگر کاری مشـابه با دیگـران انجام دهید، بـه جایگاهی که الان بودید نمی‌رسیدید. مجری این کمپین یکی از کارگردانان مشـهور سـینما به نام هانس زیمر است که در کارنامه‌اش فیلم‌های موفقی چـون گلادیاتـور و Inception را دارد. او در مـورد این طرح می‌گوید: «من همیشـه طرفدار این سـوئد و زلاتان بودم و کار کردن در ایـن پروژه حس خوبی به من می‌داد. کار کردن با این تیم فوق‌العاده بود.» این کمپین در رسـانه‌های اجتماعی بریتانیا و کانال‌های دیجیتالی و ویدئویی و کانال‌های تلویزیونی از ۳۰ می آغاز شده و تا ۲۲ ژوئن که بازی‌های مرحله گروهی سـوئد به پایان برسـد، ادامه دارد.

مک‌دونالد و کمپین اسکورت بازیکنان

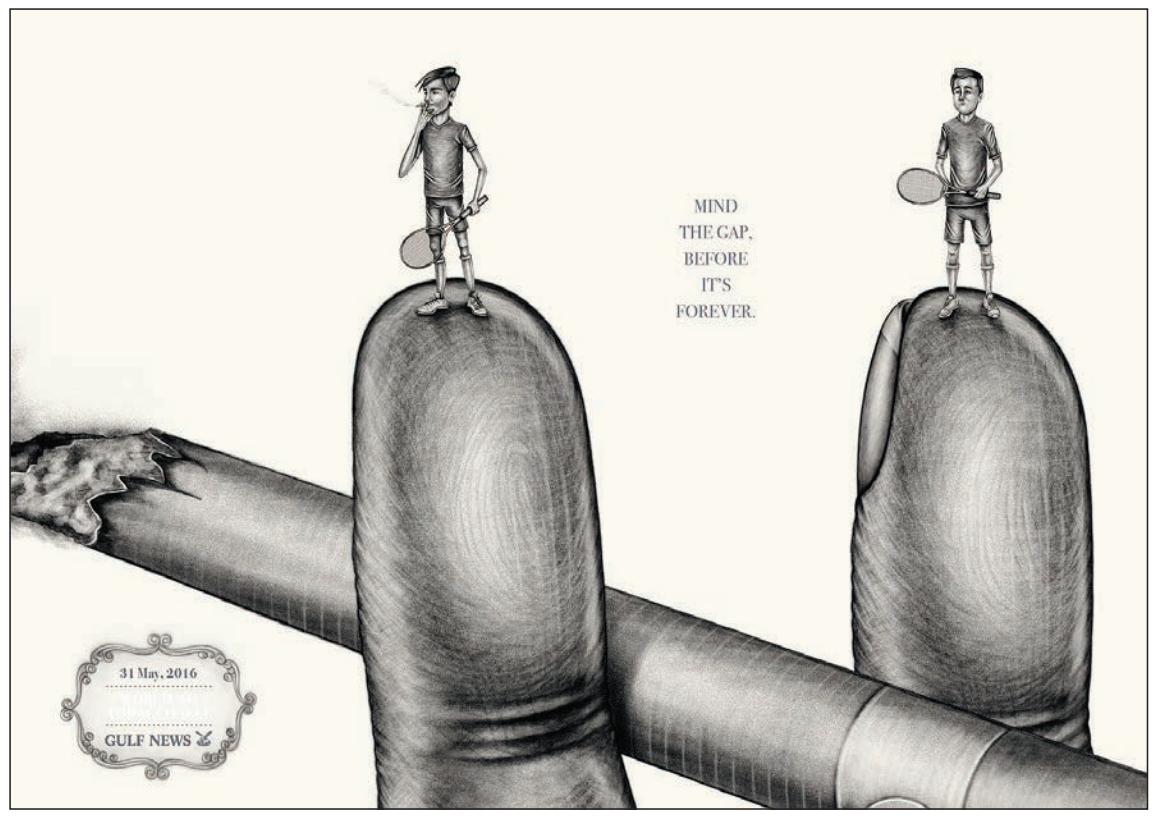
مک‌دونالـد، بازیکنـان فوتبـال را در جام ملت‌هـای اروپـا همراهی می‌کند. سـفیران برنـد مک‌دونالد رایان گیگـز و مارتین ناون چنـد ماه پیش به کمپینی پیوسـتند که در آن شرکت‌کنندگان کودک می‌توانند شانس همراه شـدن با مک‌دونالـد را در رقابت‌های یورو ۲۰۱۶ داشـته باشند. کمپین اسکورت بازیکنـان بـه هـواداران جوان فوتبـال این فرصـت را می‌دهد که در کنار تیم ملی خود بـه حمایـت از آن بپردازند. ایـن کمپین به هواداران کوچک خوش‌شـانس این امکان را می‌دهد که با قهرمانان ملی خود در بازی‌های انگلیس- ولز، ایرلندشـمالی- آلمان و فینال جـام ملت‌هـای اروپا همراه باشـند. مارتین ناون، سـفیر ایـن برند می‌گویـد: هیچ چیز هیجان‌انگیزتر از همراهی با تیم ملی در این تورنمنت پرهیجان نیست. حس می‌کنید که همانند یک بازیکن فوتبال در کنار تیم ملی خود هستید. کودکانی که این حس را تجربه کنند، چه بسـا فردا خود یکی از اعضای تیم ملی کشورشان شـوند. برای ثبت‌نام کودکی که شانس همراهی با تیم را داشته باشد، تنها کافی است به وب‌سـایت مک‌دونالد مراجعه کنید. این برند که یکی از اسپانسـرهای این رقابت‌های اروپایی اسـت، در سـایت اصلی این رقابت‌ها نیز کمپین‌هایی تبلیغاتی برای شرکت در مسابقات و بردن جوایز روزانه دارد و هر روز یک بـازی ویدئویی اورجینال جام ملت‌های اروپـا ۲۰۱۶ و بـرای برنده نهایی یک گوشی هایسـنس + یک لباس آدیداس اصل + کفش آدیداس + بازی ویدئویی وعده داده اسـت. ایـن برند که از سـال ۱۹۹۲ از رقابت‌های اروپایی حمایت کرده است، امسال نیز در پی همکاری با یوفا برای کسب منفعت بیشتر برآمده است.

> **هیوندا موتور عقیده دارد ستاره‌های واقعی زمین در واقع هواداران هستند که بدون آنها فوتبال جذابیتی ندارد. مدیر گروه بازاریابی هیوندا در این مورد می‌گوید: این تورنمنت چیزی فراتر از یک رقابت اروپایی است و ما در تلاش برای لذت بردن از بازی‌ها در کنار مشتریان‌مان هستیم**

پارک هواداران مجازی هیوندا

هیونـدا موتور با تبلیغات خـوب خود نگاه جدی‌تـری به ایـن رویـداد دارد و تبلیغی با اسـتفاده از یک کـودک علاقه‌مند به فوتبال ساخته است. این کودک در حال جمع کردن پول‌هایش برای رفتن به یورو ۲۰۱۶ است. اگر از این موضوع چشم‌پوشـی کنیم که والدین کودک در ۹۰درصد صحنه‌ها کنار او نیستند و او بـه تنهایـی در خیابان‌هـا در رفت‌وآمد اسـت، می‌توان این تبلیـغ را تبلیغی جذاب برای مسابقات اروپایی دانست. این کودک در کنار دیگر هواداران به جای رفتن به استادیوم از پـارک هـواداران هیوندا در کنـار دیگران طرفـداران لذت می‌بـرد. هیوندا که همکاری جدی‌تر با یوفا در این مسابقات دارد، مسابقات پیش‌بینی هم در سـایت یوفا با اسپانسرینگ خود به راه انداخته اسـت. همچنین این برند پـرده از پارک هواداران مجازی خود با شـعار «هواداران واقعی مقدمند» برداشت که فضای تعاملی آنلاین جذابی بـرای هواداران فوتبال ایجاد کرده و امیدوار است با ایجاد آن هیجان مسـابقات را چندین برابر کند. هیوندا موتور عقیده دارد سـتاره‌های واقعی زمین در واقع هواداران هستند که بدون آنها فوتبال جذابیتی ندارد. مدیر گروه بازاریابی هیوندا در این مورد می‌گویـد: این تورنمنت چیـزی فراتر از یک رقابت اروپایی اسـت و ما در تلاش برای لذت بردن از بازی‌ها در کنار مشتریان‌مان هستیم. در پـارک هواداران مجازی از ۱۵ آوریل تا ۱۰ جولای به ۱۸ زبان مختلف اروپایی، خاورمیانه و آمریکای لاتین باز شـده است. لازم به ذکر اسـت که این پلتفرم از طریق سـایت هیوندا موتور قابل اجراسـت. یکی دیگر از برنامه‌های مختلفـی کـه در این فضای مجـازی برگزار می‌شـود آپلـود عکـس و پیام‌های تشـویق هـواداران هر تیم ملی اسـت که در نهایت به بهترین عکس هدیـه‌ای تعلق خواهد گرفت. همچنیـن در کمپین تبلیغاتی دیگر خود که در سـایت اصلی بازی‌ها وجـود دارد و نام «با هیوندا باشـید» را با خود به یدک می‌کشد، از هواداران می‌خواهد به بهترین شعار تیم ملی‌ها رأی دهند. این شـعار روی بدنه اتوبوس تیم درج خواهد شد. در همان صفحه شعار ۲۴ تیم اروپایی، هواداران را به چالش شـرکت در این مسابقه‌فرامی‌خواند.

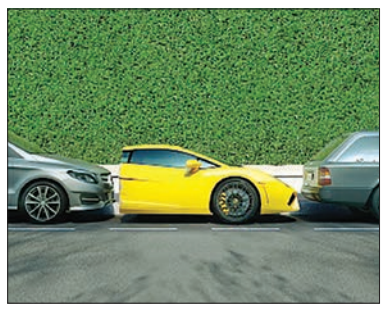
تبلیغات خلاق



آگهی روز جهانی نه به تنباکو - شعار: مراقب فاصله‌ها باشید، قبل از اینکه ابدی شوند

ایستگاه تبلیغات

تبلیغات خلاق خودروی اسمارت



اسـمارت، خودروسـاز آلمانـی کـه به سـاخت خودروهای کوچک شـناخته شـده است، در تبلیغ خلاقانه خود به سـهولت پارک کـردن خودروهای اسمارت در فضای کم اشاره می‌کند.

بـه گـزارش مارکتینگ نیـوز در ایـن آگهی‌ها خودروهای کوچک اسـمارت به اتومبیل‌های نصفه تشبیه شده‌اند.

دست‌اندرکاران:

آژانـس تبلیغاتـی: CLM/BBDO، پاریـس، فرانسه
مدیر اجرایی خلاقیت: متیو ایکام
مدیر هنری: آنتونی لیتاق
کپی رایتر: سباستین داهود
مدیرعامل: سورین آترت
مدیر اجرایی: شارلوت مونتری‌شارد
عماس: الکس مورفی
مدیر برنامه‌ریزی: لویک مرسیه

ایستگاه بازاریابی

نوآوری در Lenovo با گوشی تاشو کلید می‌خورد

Lenovo در حالی از محصولات جدید خود در نمایشگاه فناوری جهانی سال ۲۰۱۶ در سان فرانسیسکو رونمایی کرد که این محصولات همان چند روز پیش در قالب کفش‌های هوشمند و گوشی‌های Phab2 Pro جدید معرفی شده بودند. به این وسیله فناوری آگاه‌سازی فضایی پروژه گوگل ضمن تشخیص اشیای پیرامون کاربر، در همان لحظه اطلاع‌رسانی نیز می‌کند. بله فناوری نسل آینده هم‌اکنون به دور پاها و مچ دستان‌تان پیچیده می‌شود.

در شرایطی که Lenovo با کمک شرکای متعدد صحنه را از دیگر رقبا می‌ربود، از فواید چنین مشارکت‌هایی از قبیل تولید گوشی‌های مجهز به فناوری Tango گوگل در اواخر سال جاری برای مصرف کنندگان سخن می‌گفت. به‌عنوان مثال، مردم می‌توانند با استفاده از این تکنولوژی نحوه چیدمان اثاثیه در منزل خود قبل از خریدشان را تصور کنند. فناوری فوق همچنین قابلیت طراحی نقشه‌های 3D از درون هر فضا را دارد. در ادامه دانش‌آموزان نیز امکان آوردن دایناسورها یا بناهای تاریخی به کلاس درس را پیدا می‌کنند و موقعیت مناسب برای مبارزه افراد با آدم فضایی‌ها در محیط بازی نیز به وجود خواهد آمد.

خیال‌پردازی درباره فناوری‌های مبتکرانه در حوزه موبایل نه فقط در مسیر به اشتراک‌گذاری دیدگاه Lenovo نسبت به آینده فناوری، حرکت و ارتباطات مفید واقع می‌شود بلکه احتمالا به بازگشت شرکت به جایگاه خود در میان پنج فروشنده بزرگ گوشی‌های هوشمند در دنیا نیز کمک می‌کند. گوشی‌های Lenovo تا ماه سپتامبر احتمالا به فروش نخواهند رسید و البته قیمت گوشی Phab2 ۵۰۰ دلار برآورد می‌شود.

آزمایشگاه تحقیق و توسعه Lenovo اخیرا از عرضه گوشی‌ها و تبلت‌های تاشو خبر داد که این انعطاف‌پذیری فرصت بستن گوشی هوشمند دور مچ دست را فراهم می‌کند.

پیشرفت مدرن دیگری که وبلاگ‌نویسان شیفته لباس‌های هوشمند نسبت به آن از خود اشتیاق فراوانی نشان می‌دهند، کفش‌های هوشمندی هستند که با استفاده از یک سری چراغ‌های ال‌ای دی، ردیابی داده‌ها و کارکردهای بازی در عین راحتی، سلامتی و تناسب اندام شما را نیز حفظ می‌کنند.

همچنین خانواده گوشی‌های هوشمند Moto Z با ارائه ماژول Moto Mods امکان تبدیل گوشی هوشمند شما به یک گوشی کاملا جدید را به وجود می‌آورد.

اکوسیستم Moto Mods با دو گوشی هوشمند اصلی و مجموعه‌ای از قاب‌های قابل تعویض، تلفن همراه‌تان را در مواقع مورد نیاز به یک شارژر باتری، یک پروژکتور با صفحه نمایش بزرگ و یک سیستم صوتی قابل حمل boombox تبدیل می‌کند. شما چند انتخاب دارید. فقط کافی است تا روی آن ضربه بزنید.

گوشی‌های Moto Z و Moto Z Force به‌عنوان یک سری گوشی‌های هوشمند مدرن از طراحی تمام فلزی، دوربین با کارایی عالی در نور کم، پردازشگر Snapdragon ۸۲۰ متعلق به شرکت «Qualcomm» و سیستم شارژ Moto TurboPower بهره می‌برند. Moto Z نازک‌ترین گوشی هوشمند عالی در دنیا و Moto Z Force دارای مزایای دیگر نمایشگر گوشی هوشمند Moto Shattershield است که عدم وقوع هر گونه ترک یا بروز خش را بر روی صفحه نمایش گوشی تضمین می‌کند.

در ادامه با ترکیب همه ماژول‌های Moto Mods شما می‌توانید در مهمانی‌های خود به طور همزمان از یک اسپیکر JBL SoundBoost، پروژکتور فیلم ۷۰ اینچی و پروژکتور Moto با قابلیت به اشتراک‌گذاری در اینستاگرام استفاده کنید. ماژول Power Pack نیز موجب شارژ فوری گوشی شما به مدت ۲۲ ساعت می‌شود و منقش به طرح‌های مد روز شرکایی نظیر kate space، نیویورک، Vivienne Tam و TUMI است.

به گفته یوان چینگ یانگ، رئیس و مدیرعامل Lenovo، این شرکت در سه حوزه اصلی فناوری آینده سرمایه‌گذاری می‌کند: نوآوری در ساخت ابزارها، ارتباط میان ابزار با سرویس محاسبات ابری و زیرساخت‌ها. در حالی که Lenovo حامل میراثی غنی از نوآوری در زمینه تولید ابزارهای مختلف است، دورنمای به سرعت در حال تغییر معنایی به جز ظهور مفاهیم و شاخه‌های کاملا جدید در دنیای محاسبات ابری و ارتباطات ندارد. این ابزارها به‌عنوان گوشی‌های همراه با قابلیت‌های فراوان سطح بالاتری از ارتباط تمام عیار را به کاربران هدیه می‌دهند. در ادامه شرایط مناسب برای ورود به دنیای افراد، ابزارها، شبکه‌ها و نرم‌افزارهای جدید، دسترسی به داده‌های کلان و سرویس ابری شخصی کاربر ایجاد می‌شود. به‌عنوان نمونه، افراد می‌توانند از طریق رابط‌های طبیعی مثل سیستم اسکن «iris» به تضمین داده‌های اطلاعاتی یا باز کردن قفل درها بپردازند.

در همین حین، ابزارهای به هم پیوسته اجازه برقراری تعاملات غنی از قبیل یک خانه هوشمند کاملا اینترنتی با محیط‌های سفارشی و راه‌های تفریح و سرگرمی را می‌دهند. Lenovo قصد پیشگام شدن در این عرصه‌ها به منظور ایجاد یک تجربه کاربری جامع را دارد. Lenovo از پیشرفتی قابل توجه برخوردار بوده است. با بیش از ۵۰ هزار نفر کارمند و ۴۶میلیارد دلار میزان فروش در ۱۶۰ کشور جهان، این شرکت در حوزه‌های مصرف‌کننده مبتکر و فناوری‌های موجود در زمینه‌های تجارت و سرمایه‌گذاری در دنیا از همگان برتر است.

منبع: ام بی‌ای نیوز

بررسی استراتژی بازاریابی پودر لباسشویی لاوندر پرسیل با شیوا شمشیردار

تمایز نامتمایز با رایحه اسطوخودوس!

امیر کاکایی
a9631m@gmail.com

مزرعه‌های بنفش رنگی که حاوی گل‌های اسطوخودوس یا لاوندر است، سال‌هاست که در محصولات شوینده مورد استفاده قرار می‌گیرد. اگرچه شاید برخی مخاطبان ایرانی با عطر لاوندر آشنا نباشند اما این رایحه در بسیاری از مواد شوینده استفاده شده و بوی آن برای بسیاری از مخاطبان ایرانی آشنا است. چندی پیش شرکت هنکل محصولی را تحت عنوان پودر لباسشویی لاوندر به بازار عرضه کرد. در این محصول از رایحه لاوندر یا اسطوخودوس استفاده شده است. اینکه تمرکز بر این رایحه تا چه اندازه می‌تواند برای هنکل تمایز ایجاد کند و این محصول تا چه اندازه مزیت رقابتی دارد، بهانه‌ای شد تا «فرصت امروز» سراغ شیوا شمشیردار، مشاور ارشد حوزه برند و بازاریابی و تبلیغات برود.

شیوا شمشیردار در گفت‌وگو با «فرصت امروز» می‌گوید: استراتژی‌های کلان هنکل از سال ۲۰۱۲ به بعد، به سمت Globalisation یا جهانی‌شدن پیش رفته است و پیرو همین موضوع، هنکل تعریفی شخصی از بخش‌بندی بازار جهانی را برای برندهای خودش انجام داده است. همان طور که می‌دانید بازار خاورمیانه، بازار بسیار بزرگی برای مجموعه برندهای کمپانی هنکل به شمار می‌آید و مشتریان بسیار زیادی در این منطقه جغرافیایی از مواد شوینده هنکل استفاده می‌کنند و این در حالی است که خاورمیانه از بزرگ‌ترین مصرف‌کنندگان آسیا محسوب می‌شود و شرکت‌های بسیار زیادی علاقه‌مند به حضور در این منطقه هستند.

تصاحب رهبری بازار

شمشیردار ادامه می‌دهد: بنا به رویکردها و عادات فرهنگی ایران، بازار ایرانی بازار بسیار مناسب و ارزشمندی برای برند هنکل محسوب می‌شود و همین امر اختصاص بودجه ۵۰میلیارد تومانی در سال جاری در تبلیغات تلویزیونی را توجیه‌پذیر می‌کند. هنکل به‌صورت کلی استراتژی گسترش اندازه بازار خود را دنبال می‌کند؛ به‌عبارت‌دیگر این برند در تلاش است رهبر بازار شوینده شود و این موضوع را با فعالیت‌های برند سازی، تبلیغی و برگزاری رویدادها پیگیری کرده است و از بحث مدیریت و بهینه‌سازی قیمت‌گذاری و ارزان فروشی پرهیز می‌کند. از طرفی پریل و پرسیل با کیفیت متمایز و فرمولاسیون خود از جایگاه منحصربه‌فردی در ذهن بازار برخوردار هستند و قیمت بالایی دارند. در اینجا یکی از انتقاداتی که به استراتژی بازاریابی هنکل وارد است، یکسان دانستن فرهنگ بازار ایرانی با فرهنگ خاورمیانه و کشورهای عرب‌نشین است. به بیان دیگر موضوع عدم شفافیت مدیریت برند هنکل در خاورمیانه است که رفتار مصرف‌کننده و فرهنگ ایرانی را با تفکر و فرهنگ مصرف‌کننده در امارات و لبنان یکسان دیده است. تیزرهای تبلیغاتی و به‌صورت کلی استراتژی بازاریابی هنکل در ایران همان مسیر ارتباطی تبلیغات در امارات یا دیگر کشورهای خاورمیانه را طی می‌کند، درحالی‌که جامعه ایران امروز ادبیات بسیار هوشمندتری را طلب می‌کند و از طرف دیگر رقبای موجود داخلی نیز از کیفیت بسیار بالا و قابل قبولی برخوردار هستند.

آیا تولید محدود به معنی گرانبهایی است!

این مشاور بازاریابی در ادامه می‌گوید: هنکل در تبلیغات و بسته‌بندی محصول جدید خود روی «تولید محدود» تأکید کرده است؛ این در حالی است که این تأکید کمکی به استراتژی بازاریابی هنکل نمی‌کند و اتفاقا این موضوع در ذهن مخاطبان ایرانی سؤالاتی را به وجود می‌آورد و در اصل کاربرد آگهی تلویزیونی بیننده را دچار انحراف از موضوع اصلی می‌کند. به تصور من در این آگهی هنکل، تأکید بر «تولید محدود» شبیه دستخط‌های مدیرانی می‌ماند که در آخرین ویرایش‌های محصول تبلیغی صرفا می‌خواهند جای پایی در کار بگذارند؛ به‌عبارت دیگر این موضوع برداشت نمی‌شود که تولید محدود به معنی گرانبهایی این محصول است یا اینکه آیا نقطه تمایزی محسوب می‌شود؟

او ادامه می‌دهد: در بازار شوینده تنوع زیادی به لحاظ کیفیت، فرمولاسیون، بسته‌بندی و... وجود دارد و کمیابی محصول به معنی گرانبهایی تلقی نمی‌شود. بررسی رفتار مصرف‌کننده در این حوزه نشان داده است وفاداری عمیقی به برند وجود ندارد بنابراین به نظر می‌رسد این موضوع به‌خوبی دیده نشده است. در این میان شاید این موضوع نیز در ذهن مخاطبان ایرانی ایجاد شود که هنکل این محصولات را با تولیدات محدود به بازار عرضه کرده است که صرفا Bench mark انجام دهد و آن را امتحان کند. به نظر می‌رسد تولید محدود صرفاً در تصویر روی بسته‌بندی و در تیزر تبلیغاتی استفاده شده و این موضوع با استراتژی خاصی انجام نشده است؛ چون در تیزر تبلیغاتی آن نیز اشاره شنیداری به «تولید محدود» نشده است.

لاوندر یا اسطوخودوس؟

شمشیردار اظهار می‌کند: استفاده از رایحه در حوزه محصولات شوینده می‌تواند برای برندهای این حوزه به‌عنوان تمایز تلقی شود. لاوندر همان گل اسطوخودوس است که به زبان انگلیسی در بسته‌بندی این محصول لحاظ شده است و به نظر می‌رسد کلمه «اسطوخودوس» در زبان عامیانه به سختی تلفظ می‌شود و این موضوع باعث شده در بسته‌بندی این محصول از کلمه لاوندر به جای اسطوخودوس استفاده شود. حافظه عامه مردم ایرانی برخلاف فرهنگ اروپایی با گل اسطوخودوس آشنایی زیادی ندارد اما در فرهنگ اروپایی از گیاه اسطوخودوس استفاده‌های بسیار زیادی می‌شود و از قرن ۱۶ و ۱۷ میلادی کشت گیاه لاوندر در کشورهایی مانند فرانسه رایج بوده است و از اسانس این گل در تهیه محصولات دارویی و بهداشتی مانند صابون و مواد شوینده استفاده می‌شد. در این میان استفاده از کلمه «لاوندر» در مقایسه با «اسطوخودوس» در بسته‌بندی خوش آواتر و شاید موجب تحریک حس کنجکاوی است.

> **پریل و پرسیل با کیفیت متمایز و فرمولاسیون خود از جایگاه منحصربه‌فردی در ذهن مصرف‌کننده برخوردار هستند و قیمت بالایی دارند. در اینجا یکی از انتقاداتی که به استراتژی بازاریابی هنکل وارد است، یکسان دانستن فرهنگ بازار ایرانی با فرهنگ خاورمیانه و کشورهای عرب‌نشین است. به بیان دیگر موضوع عدم شفافیت مدیریت برند هنکل در خاورمیانه است که رفتار مصرف‌کننده و فرهنگ ایرانی را با تفکر و فرهنگ مصرف‌کننده در امارات و لبنان یکسان دیده است**

تنوع‌طلبی در خرید

او می‌افزاید: شاید برای مخاطبان امتحان کردن رایحه لاوندر جذاب باشد و این موضوع باعث شود تا مشتریان این محصول را خریداری کنند و پس از امتحان این محصول، قطعا متوجه این موضوع خواهند شد که با این بو آشنا هستند. البته استفاده از کلمه «لاوندر» پیشنهاد خیلی ویژه‌ای در راستای ایجاد تمایز در فروش برای هنکل محسوب نمی‌شود. به‌عنوان نمونه اگر در بسته‌بندی سه‌تایی مثلاً از رایحه لاوندر، سیب سبز و لیمو استفاده می‌شد، در این حالت سبدی از محصول ایجاد می‌شد که برای مخاطبان ممکن بود از جذابیت بالایی برخوردار باشد؛ چراکه تنوع‌طلبی مصرف‌کننده را نشانه رفته بود! تازگی رایحه لاوندر در مقایسه با تکرار رایحه‌های کاربردی در محصولات رقبا جذابیت بیشتری به محصول می‌دهد. در بازار ایران معمولا خانم‌ها خریدار محصولات بهداشتی هستند و این موضوع باعث شده توجه به رایحه‌ها و رنگ و فرم و تنوع در این حوزه‌ها بیش‌ازپیش احساس شود. تنوع طلبی و توجه به جزییات و واکنش مثبت خانم‌ها به رایحه و رنگ و بسته‌بندی می‌تواند ابزار مناسبی برای ایجاد حس خوب در این گروه کالایی باشد.

این مشاور بازاریابی خاطرنشان می‌کند: به نظر می‌رسد عرضه این محصول هنکل به بازار، اقدامی مقطعی بوده و این موضوع برای ایجاد تکانه‌ای در بازار برنامه‌ریزی شده است. این در حالی است که بازار شوینده‌ها در تابستان بازار گرمی است و بیشتر برندهای شوینده فعالیت‌های تبلیغاتی متفاوتی را از خود بروز می‌دهند. معمولاً برندهای شوینده اگر اتفاق خیلی خاصی در فرمولاسیون محصولات خود نداشته باشند، با یک تغییر کوچک در رایحه یا شکل بسته‌بندی در تلاش هستند تا محصولات متفاوتی را به بازار عرضه کنند و حرفی برای گفتن داشته باشند اما این موضوع پیرو برنامه‌ریزی‌های کوتاه‌مدت برند روی می‌دهد. پیش‌بینی می‌شود هنکل در آینده روی مبحث ایجاد تنوع به‌واسطه رایحه سرمایه‌گذاری و محصولاتی را با رایحه‌های مختلفی به بازار عرضه کند. این موضوع نشان می‌دهد که هنکل از تمامی ابزارها و اهرم‌های خود در گسترش بازار استفاده کرده است.

فعالیت‌های زیر پوستی

شمشیردار می‌گوید: در حال حاضر نهضت‌های آنتی‌برند در جوامع بین‌المللی در حال گسترش است؛ به‌عبارت‌دیگر این نهضت‌ها بر فرآیندهای حفظ محیط زیست تأکید دارند و در تلاش هستند تا از مخاطبان بخواهند از مواد شوینده‌ای که حاوی آنزیم کمتری هستند استفاده کنند تا با حفظ اندازه نیترات (این ماده شیمیایی ارتباط مستقیم با فرمولاسیون و آنزیم‌های شوینده‌ها دارد) در آب‌ها از تغییرات شدید اکوسیستم پرهیز شود. این در حالی است که شرکت‌های شوینده در ایران همچنان در تلاش هستند از آنزیم‌های بیشتر در محصولات خود استفاده کنند اما رویکرد جهانی نسبت به این موضوع جهتی معکوس دارد و بر این باور است که این آنزیم‌ها به محیط زیست آسیب‌های جدی می‌زند. با توجه به این موضوع، این محصول هنکل، برنامه‌ریزی کوتاه‌مدت را دنبال می‌کند و برای محکوم نشدن به ضربه زدن به محیط زیست، روی آنزیم‌ها متمرکز نشده است و زیرپوستی‌تر فعالیت‌های خود را پیش می‌برد. البته این موضوع به این معنی نیست که محصولات هنکل آنزیم ندارند بلکه در مورد این محصول خاص روی آن تمرکز نمی‌شود.

بی‌حسی در مخاطبان

این مشاور برند و بازاریابی اظهار می‌کند: به‌صورت کلی هنگامی‌که همه برندها با یک لحن و یک اندازه از صدا با مخاطب گفت‌وگو می‌کنند، برندی که لحن و کلامش تفاوتی از جنس برتری داشته باشد، برای مخاطبان جذاب‌تر است. با توجه به این موضوع هنکل در تلاش است پیام متفاوتی را در این فصل به گوش مخاطبان ایرانی برساند. مدیریت برند منطقه‌ای هنکل بهتر است بر شناخت مخاطبان تمرکز بیشتری کند و در مطالعه مخاطب و آداب و عادات فرهنگی بین مخاطبان ایرانی و دیگر کشورهای خاورمیانه تفاوت‌های معناداری لحاظ کند. از طرفی هنکل در چند سال گذشته با تکرار بیش‌ازحد استاندارد، تیزرهای ثابت تبلیغاتی خود را آنقدر تکرار کرده است که مخاطبان دچار بی‌حسی نسبت به برند شده‌اند و مثال بارز آن در چند سال گذشته تیزر تبلیغاتی هنکل است که گردهمایی و تولد بچه‌ای را نشان می‌دهد که لباسش لک شده و مادر کودک در مورد کیفیت محصول شوینده می‌گوید و به جای پاسخ کودک در مورد چگونگی جشن، در حال صحبت کردن درباره لکه است. درنهایت می‌توان اذعان کرد که تبلیغات برای این گروه محصولات از سکوت و انجماد بسیار بهتر است و از این مهم‌تر تبلیغات روی خط استراتژی برند و با مطالعه روی مخاطب و ایده خلاقانه است که موجب ارتقای جایگاه برند می‌شود.

کافه بازاریابی

بازاریابی اغتشاش و سردرگمی حاصل از آن

باور کلی بر این است که یک استراتژی بحث‌برانگیز در رابطه با ایجاد اغتشاش ذهنی و سردرگمی برای مشتری، یا به‌عبارت‌دیگر همان بازاریابی اغتشاش (confusion marketing) موجب انتقادهای بسیار زیادی طی سال‌های مختلف شده اما همچنان به‌عنوان یک استراتژی فروش قابل‌قبول و مناسب شناخته می‌شود.

بازاریابی اغتشاش موجب ایجاد یک وضعیت ذهنی در مشتری می‌شود که موجب می‌شود مصرف‌کننده تصمیمات خرید نادرستی را اتخاذ کند. در موارد دیگری هم مشتری ممکن است با کمبود اطلاعات یا اعتماد در حین فرآیند خرید مواجه شود.

مثال‌هایی از بازاریابی اغتشاش

مراجعه‌های ما به سوپرمارکت محله برای خرید می‌تواند به‌عنوان مثالی از بازاریابی اغتشاش در نظر گرفته شود. در راهرو فروش میوه و سبزی‌ها، ما می‌توانیم آبمیوه‌هایی از برندهای مختلف را ببینیم. بااین‌وجود این آبمیوه‌های بسته‌بندی‌شده عموما در نزدیکی طبقه‌های میوه‌ها و سبزی‌ها تازه قرار می‌گیرند. این مدل چیدن محصول این ذهنیت را برای مصرف‌کننده ایجاد می‌کند که گویی این آبمیوه‌ها همگی طبیعی هستند.

درحالی‌که، حقیقت این است که ۹۶درصد از آنها شامل مواد افزودنی و دیگر عناصر غیرمفید برای بدن می‌شوند. بااین‌وجود، این شیوه موجب موفقیت در ایجاد اغتشاش ذهنی در بسیاری از مشتریان و مصرف‌کنندگان شده است، چراکه بسیاری از آنها باهدف ارتقای وضعیت سلامتی خود اقدام به خرید محصولاتی ازاین‌دست کرده‌اند. آیا به نظر شما تنها با قدری فکر کردن میوه تازه نسبت به آبمیوه‌هایی که شاید چند ماه پیش بسته‌بندی‌شده‌اند، سالم‌تر و بهتر نیست؟

حتی مشتریان هم در اینکه کدام محصول را بخرند اغلب دچار سردرگمی می‌شوند. میوه یا آبمیوه بسته‌بندی‌شده؟ بازاریابان از این فرصت ایجادشده براساس اغتشاش ذهنی مشتری به نفع خود استفاده کرده و مزایای این آبمیوه‌ها را به‌شدت در رسانه‌های مختلف نسبت به میوه‌ها اعلام می‌کنند و از اینجا به‌خوبی می‌توانیم به معنای دقیق عبارت بازاریابی اغتشاش پی ببریم.

یک مثال دیگر می‌تواند محصولات و کالاهایی باشد که در یک بسته‌بندی با رنگ یکسان یا یک لوگو بسیار شبیه به لوگوی یک برند دیگر برای فروش عرضه و ازاین‌رو موجب ایجاد سردرگمی برای مشتری می‌شود. مثلا در این رابطه به نوشابه‌های

خنک پپسی و کوکا توجه کنید. هر دو آنها دارای محصولاتی متفاوت از یکدیگر اما رنگ و بسته‌بندی مشابه و حتی یکسان هستند. به‌طور مثال اگر به بسته‌بندی انواع غلات، صابون‌ها و شامپوها در فروشگاه‌های خرده‌فروشی توجه کنید، انبوهی از آنها را در اشکال مختلف شاهد خواهید بود. ازاین‌رو ایجاد اغتشاش در ذهن مشتری می‌تواند موجب سردرگمی در انتخاب و خرید یک برند یا یک محصول نسبت به دیگری شود.

برخی از دیگر مثال‌های مرتبط با تکنیک بازاریابی اغتشاش را می‌توان در حوزه‌های مالی و بانکداری و ارتباطات از راه دور مشاهده کرد که طرح‌های قیمت‌گذاری، قراردادها یا نرخ‌های بهره تا جایی پیچیده هستند که ایجاد تمایز بین پیشنهادهای رقیب عملا برای مشتری ممکن نیست.

این دسته از صنایع می‌توانند با صفاتی از قبیل تغییرات سریع فناورانه و رقابت در حال تکامل توصیف و شناخته شوند. بنابراین بازاریابان از هر تکنیکی که بتوانند به‌منظور جذب مشتریان در کوتاه‌مدت استفاده می‌کنند و البته در چنین مواردی هیچ توجهی به نتایج بعدی حاصل از استفاده از این تکنیک و پیامدهای آنها ندارند.

منبع: www.ibazaryabi.com

از میان خبرها

حذف شغل حسابداری در وال مارت

وال‌مارت می‌خواهد شغل‌های حسابداری را در تقریبا ۵۰۰ شعبه خود در منطقه غرب ایالات متحده آمریکا حذف کند.

به گزارش مارکتینگ‌نیوز و به نقل از cnbc، سخنگوی وال‌مارت اعلام کرده که این برنامه باعث بیکاری دو تا سه کارمند در هر فروشگاه وال‌مارت می‌شود. اما این کارمندان می‌توانند در مشاغلی که بیشتر با مشتری سروکار و برخورد چهره به چهره دارند، مشغول به کار شوند.

هدف از این اقدام، تسهیل اداره فروشگاه و آزاد گذاشتن کارمندان برای برخورد تعاملی بیشتر با مشتریان به منظور ارائه بهتر خدمات به آنها است.

در دفاتر حسابداری وال‌مارت از ماشین خودپرداز (cash recycler machine) به منظور بهبود بهره‌وری و دقت شمارش پول استفاده خواهد شد. همچنین یک تیم متخصص، امور مربوط به حسابداری را کنترل می‌کند.

ایده‌های طلایی

ایده‌های بزرگ برای کسب‌وکارآفرینی (۲)

معجزه شوخ‌طبعی

ترجمه: امیر آل علی

شرکت‌ها برای فعالیت بازاریابی شیوه و سبک‌های متنوعی را در دسترس خود دارند. یکی از شیوه‌های موثر بازاریابی استفاده از شوخ‌طبعی در فعالیت‌های بازاریابی است. در واقع انجام فعالیت‌های طنز در راستای برنامه‌های بازاریابی دقیقا همان چیزی است که باعث دهان به دهان شدن نام شرکت شما میان مشتریان خواهد شد.

بازاریابی ویروسی (viral marketing) جریانی است که در آن از نیروی تبلیغاتی مشتریان در جهت ارتقای جایگاه شرکت استفاده می‌شود و به جای تبلیغات مستقیم به کار می‌رود. به عبارت دقیق‌تر در این نوع بازاریابی با ایجاد حس شوخ‌طبعی و در راستای آن تامین رضایت مشتریان، آنها را ترغیب می‌کنید تا محصول و شرکت شما را به خانواده، دوستان و آشنایان خود معرفی کنند. نکته مهم در این میان این است که نباید تنها به شوخ طبعی و ایجاد فضای دوستانه میان خود و مشتریان اکتفا کرد. در حقیقت هر ترفند و راهکاری که باعث جذب مصرف‌کننده بشود به نوعی در این شیوه بازاریابی کارایی دارد.

در همین راستا پیام و تبلیغی که قصد منتقل کردن آن به مخاطبان را دارید نباید بسیار جدی و معمولی باشد. مقداری شوخی علاوه بر اینکه باعث بهبود رابطه میان شرکت و مخاطبان می‌شود، بهبود وضعیت برند شرکت‌تان را نیز در پی خواهد داشت.

ایده

هتل‌های زنجیره‌ای رادیسون در سال ۱۹۰۹ تاسیس شده و ساختمان مرکزی آن در ایالت مینه‌سوتا قرار دارد. موسسه رادیسون کسب‌وکار خود را در راستای ارائه خدمات به مسافران و خصوصا کسانی که به مسافرت‌های کاری می‌روند بنا نهاده است. معمولا افراد در سفرهای کاری به جای گردش و بازدید از مکان‌های دیدنی ترجیح می‌دهند بیشتر وقت خود را در اتاق‌شان سپری کنند. به این ترتیب آنان وقت کافی برای رسیدگی به کار خود را داشته و در عین حال در کنار خانواده یا همراهان خود نیز خواهند بود.

رادیسون با آگاهی از این عادت مسافران کاری، دست به سرمایه‌گذاری و اجرای طرحی زد که براساس آن در حمام هر اتاق هتل، اردک عروسکی حاوی پیام خوشامد قرار داده می‌شد. در این اردک‌های پلاستیکی، علاوه بر پیام خوشامد، محفظه‌ای طراحی شده بود که به مسافران این امکان را می‌داد تا نامه‌ای را به طور رایگان برای خانواده یا دوست خود ارسال کنند. در ابتدای برگه نامه‌ای که در اختیار مسافران قرار گرفته بود پیامی از جانب هتل قرار داشت که اردک پلاستیکی را محافظ شخص اقامت‌کننده در هتل معرفی می‌کرد. بدون شک درج چنین پیام

خنده‌داری در وهله نخست هر خواننده‌ای را به خنده خواهد انداخت، اما هدف بازاریابی رادیسون تنها خنداندن خانواده مسافران هتل نبود. در واقع پس از مدت کوتاهی آوازه اردک‌های پلاستیکی هتل‌های رادیسون در تمام جهان پیچید و بسیاری از خانواده‌ها در کشورهای مختلف اردک‌های پلاستیکی را از جانب اعضای خود که در هتل‌های موسسه اقامت داشتند، دریافت کردند.

این خلاقیت جالب نه‌تنها باعث فعال شدن شیوه بازاریابی ویروسی هتل‌های رادیسون شد، بلکه به طور خارق‌العاده‌ای موقعیت این موسسه را نیز در میان سایر رقبا بهبود بخشید.

آنچه در عمل باید انجام دهیم

- در طراحی کمپین بازاریابی خود روی نقاط مهم و کلیدی که قابلیت تبدیل به سوژه‌های خنده‌دار را دارند تاکید کنید. به عبارت ساده‌تر شما باید به دنبال ایده‌های طنز و در عین حال جالب باشید.

- اطمینان حاصل کنید که افراد به راحتی خواهند توانست تجربه استفاده از محصولات یا خدمات شرکت شما را به دیگران منتقل سازند.

- بهتر است برای تاثیرگذاری بیشتر روی مشتریان روی ایده‌های تجربی و حسی که آسان نیز به یادآورده می‌شوند تاکید کنید.

- مراقب باشید پیام طنزی را که انتخاب می‌کنید چیزی از هویت برندتان کم نکرده یا آن را خدشه‌دار نسازد.

برای مطالعه ۴۸۴ 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

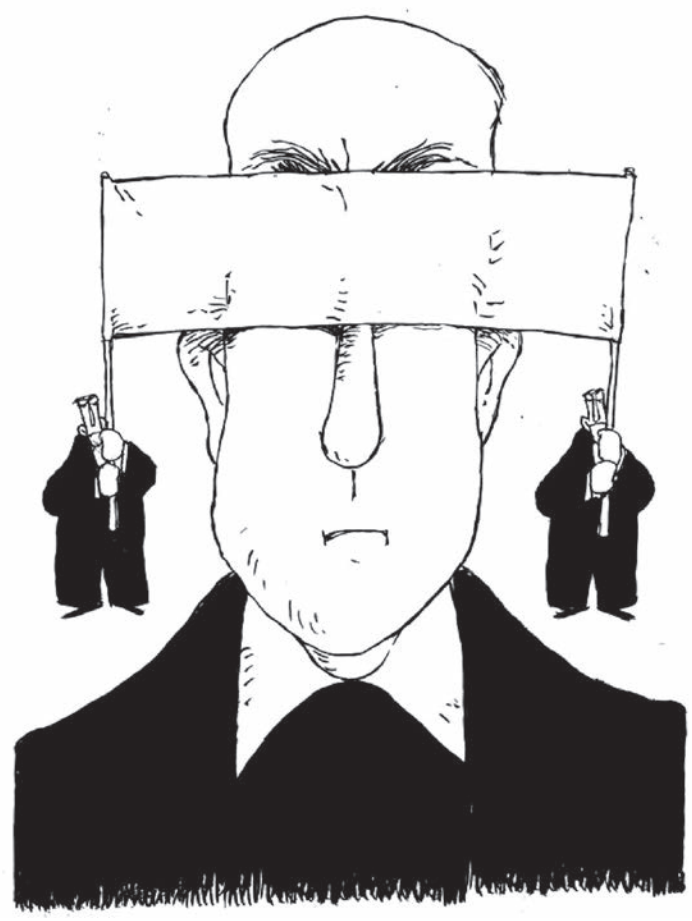
پرسش: مدیریت فروش یک شرکت موادغذایی را به عهده دارم. با اینکه سابقه طولانی در حوزه فعالیتم دارم ولی دائما حین کار یا در شروع هر پروژه دچار استرس می‌شوم. لطفا راهنمایی بفرمایید که چگونه می‌توانم از این مشکل جلوگیری کنم؟

مدیریت استرس

پاسخ کارشناس: مدیرانی که دچار استرس می‌شوند از آینده کاری خود می‌ترسند. این نگرانی از آینده باعث ایجاد تنش‌های روحی در اکثر مدیران می‌شود. دلیل اصلی ترس از آینده نیز نداشتن اطلاعات کافی و عدم آگاهی نسبت به آینده است برای مثال مدیران فروش به دلیل از دست دادن پروژه‌های فروش خود دچار نگرانی می‌شوند و پیامدهای این نگرانی ایجاد استرس در آنها است. ارتقای شغلی نیز از دسته عوامل استرس‌زا در میان مدیران میانی و فروش است. آنها به دلیل اینکه از موقعیت به دست آمده سربلند بیرون بیایند دچار استرس و نگرانی می‌شوند.

استرس در مدیران را می‌توان به دو دسته تقسیم‌بندی کرد. این تقسیم‌بندی عبارت است از: یک: استرس مثبت؛ این نوع استرس به‌عنوان محرک فعالیت در افراد عمل می‌کند. داشتن کمی نگرانی و استرس در افراد لازم است. این نوع استرس نشانه تعهد کاری است که افراد در کار خود دارند و همین عامل انگیزه آنها را در بهتر کار کردن بالا خواهد برد. البته مدیران باید مراقب باشند که این نوع استرس از حد خود افزایش پیدا نکند. چون در این حالت مانع از فعالیت درست مدیران خواهد شد. دو: استرس منفی؛ این نوع استرس خطرناک است و اثرات مخربی در افراد ایجاد می‌کند. مدیری که دچار این نوع استرس است به خوبی نمی‌تواند روی فعالیت‌های خود متمرکز شود. به نوعی این استرس قدرت فکر و عمل کردن را از افراد می‌گیرد. مدیران می‌توانند با افزایش آگاهی و دانش خود این نوع استرس را در خود کاهش دهند. داشتن مهارت نیز در افراد باعث کاهش استرس منفی خواهد شد. مدیری که بر حوزه فعالیت خود مسلط باشد کمتر دچار استرس خواهد شد.

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.



وقتی مدیریت نامناسب سبب رفتارهای مخرب کارمندان می‌شود

شناسایی انتخاب‌های نادرست مدیریتی

هدی رضایی
hoda.rezaeii@yahoo.com

درحالی‌که بیشتر مدیران ادعا می‌کنند از استانداردهای اخلاقی در شیوه مدیریت خود استفاده می‌کنند، اما شاید شوکه شوند اگر بدانند حتی بعضی شیوه‌های آنها با بهترین نیات منجر به انتخاب‌های نادرستی می‌شود که بر رفتار زیردستان آنها نیز اثرگذار است. یک موسسه تحقیقاتی غیرانتفاعی در نیویورک به این نتیجه رسیده است که حتی بسیاری از مکالمات پویا که در محل کار در مقام مدیریت به انجام می‌رسد نقشی مهم در بروز رفتارهای ناپسند ناخواسته در سازمان دارد. در ادامه به روش‌هایی اشاره شده که با کمک آنها درمی‌یابید انتخاب‌های مدیریتی شما تا چه میزان در بروز رفتارهای مخرب و تشویق کارمندان به انجام اعمال نادرست تاثیر دارد.

اجازه حرف زدن بدهید

یکی از این روش‌های مخرب این است که کارمندان حس کنند از نظر روانی برای ابراز عقیده خود ترس دارند و جرأت بیان آن را ندارند. شاید با گفتن اینکه من یک سازمان با سیاست درهای باز دارم به کارمندان شما این حس را بدهد که فکر کنند در بیان آزادانه مسائل مختارند، اما بعضی روش‌های مدیریتی شما در عمل خلاف این ادعا را نشان دهد و کارمندان دچار سردرگمی و انحراف در رفتار خود شوند. ایجاد فضایی واقعی که در آن افراد به‌صورت آزادانه بتوانند نظرات و نگرانی‌های خود را بیان کنند، یکی از امور اساسی برای آگاهی از اطمینان افراد برای عدم گمراهی است. الیزابت ماریسون، دکترای مدیریت خلاقیت در دانشگاه نیویورک در خصوص ترویج فرهنگ ارتباط می‌گوید: شما باید با دو چالش اساسی که کارمندان را از ابراز عقیده باز می‌دارد، روبه‌رو شوید. نخستین آنها حس طبیعی پوچی و این تفکر است که با حرف زدن نیز چیزی به تلاش‌های آنها اضافه نمی‌شود و کسی خواهان شنیدن نظر آنان نیست. دومین نکته ترس طبیعی از این مسئله است که سخن گفتن آنها منجر به واکنش‌های سخت یا حتی مجازات می‌شود. واکنش‌های یک مدیر به نگرانی‌های کارمندان در نوع ارتباط آنها با مدیر تاثیر بسزایی دارد. اگر یک مدیر با کمترین علاقه به سخنان کارمند خود گوش دهد، این سیگنال را به او می‌فرستد که مدیرش دوست ندارد حرف‌های او را گوش کند. ماریسون می‌گوید مدیرانی که دید باز و رویکردی اصیل دارند و ابراز نظر کارمند را به‌عنوان یک ورودی مطلوب می‌دانند، توجه و احترام خود به آنها را نشان داده و رفتار اخلاقی را در سازمان خود مدل‌سازی می‌کنند. چنین رفتاری در شرایطی که سازمان به نظر کارمندان نیاز دارد، به کمک آنان خواهد آمد. شما باید پیوسته در این فکر باشید که چگونه و کجا می‌توانید روابطی را ایجاد و آنها را تقویت کنید. یعنی از هر فرصتی مثل نوشیدن چای، صرف ناهار و شام یا هر نوع ارتباط و تماسی که در مسافرت‌ها دست می‌دهد، استفاده کنید وگرنه مجبور خواهید بود راه دور و درازی را برای رسیدن به این هدف طی کنید. حقیقتا ایجاد روابطی خوب که منجر به محیط سازمانی موفق و ابراز نظرات مخالف شود، کار مشکلی نیست. این کار به یک تنظیم ذهنی نیاز دارد یعنی باید مترصد امکانات باشید و در عین حال به اعمال‌تان آگاه باشید، می‌توانید موانعی را که در مسیر گسترش روابط مورد نیازتان پیش می‌آید، از میان بردارید.

فشار بیش از حد نیاورید

فشار مفرط بر کارمندان برای رسیدن به اهداف عملکردی غیرواقع‌گرایانه یکی دیگر از این رفتارهای مخرب است. تحقیقات نشان داده است تنظیم اهداف نامحدود می‌تواند کارمندان را تشویق به انتخاب‌های توافقی به منظور دستیابی به اهداف کند، خصوصا اهدافی که به نظر می‌رسد غیرواقعی است. مدیران به دو روش می‌توانند کارمندان را در انتخاب هدف و میزان توان آنها دعوت به همکاری کنند. اولا اینکه موانعی را که در راه رسیدن به هدف وجود دارد از میان بردارند یا اینکه تعیین کنند که تا چه میزان رسیدن به اهداف برای آنها بهره‌وری محسوب می‌شود. یکی از محققان می‌گوید تنظیم اهداف اثری قوی برای دیدگاه کارمندان دارد و شامل نتایج بالقوه انتخاب‌هایی است که منجر به دستیابی به اهداف می‌شود. اگر کارمندان ریسک شکست را در سازمان حس کنند، به حالت پیشگیری از ضرر رفته و نسبت به از دست دادن شغل و مشوق‌هایی که تحت ریسک قرار می‌گیرند، واهمه دارند. اگر در سازمان خود چنین مسئله‌ای دارید، به تنظیم اهداف جدید بپردازید. این کار در نهایت دو هفته از شما زمان خواهد برد. مدیران باید این منابع، افق زمانی، مهارت‌ها و حمایت خود را از کارمندان در قبال رسیدن به اهداف خواسته شده نشان دهند، خصوصا هنگامی که اهداف جاه‌طلبانه است.

یکی از این روش‌های مخرب این است که کارمندان حس کنند از نظر روانی برای ابراز عقیده خود ترس دارند و جرأت بیان آن را ندارند. شاید با گفتن اینکه من یک سازمان با سیاست درهای باز دارم به کارمندان شما این حس را بدهد که فکر کنند در بیان آزادانه مسائل مختارند، اما بعضی روش‌های مدیریتی شما در عمل خلاف این ادعا را نشان دهد و کارمندان دچار سردرگمی و انحراف در رفتار خود شوند

مدیریت اخلاق را در سازمان خود پیاده کنید

بسیاری از رهبران فرض می‌گیرند که صحبت کردن در خصوص اخلاقیات، چیزی است که در هنگام توهین یا شکایت علیه سازمان باید به آن فکر کرد. هر فردی نیاز دارد که هر سال یک بار واکسن اخلاقیات را از طریق بازبینی سیاست‌های سازمان به خود تزریق کند و این اصول اخلاقی را هر ساله در خود بهبود بخشد. اگر مدیر با زیردستان خود برخورد مناسبی نداشته باشد، این ضرر و عکس‌العمل آنها در نهایت به خود سازمان برمی‌گردد. کارمندان فکر می‌کنند مدیر برای آنها ارزشی قائل نیست و این حس می‌تواند منجر به رفتارهایی چون خشم و پرخاشگری و از زیر کار در رفتن یا اصطلاحا کم کاری از جانب آنان شود. سعی کنید به‌صورت درست با کارمندان ارتباط برقرار کنید. مدیران باید فعالیت هر کارمند را با ملاحظات اخلاقی و طراحی سیاست‌ها و هنجارهایی به انگیزش برسانند که اخلاق را اولویت اول در ذهن آنها می‌سازد. هایت، یکی از متخصصان مدیریت می‌گوید: اگر خواستید رفتاری از جانب کارمندان شما در سازمان به انجام نرسد، به جای استفاده از مثال منفی، از مثال مثبت برای آن استفاده کنید. مثلا به آنها نگویید که فلان کار را انجام ندهید، بلکه بگویید انجام دادن این کار به این شیوه درست‌تر است. برای این کار دلایل مثبت بیاورید و تاثیر آن را در بهره‌وری کار آنها نشان دهید. تقویت رفتارهای درست به انسجام اصول اخلاقی و تبدیل شدن به هنجار می‌انجامد. سازمان‌ها با ایجاد یک برنامه مدیریت اخلاق می‌توانند اخلاقیات را در محیط کار مدیریت کنند. برنامه‌های اخلاق به سازمان‌ها کمک می‌کند تا بتوانند در شرایط آشفته عملکرد اخلاقی خود را حفظ کنند.

مهم‌ترین راه برای اداره کردن معضلات اخلاقی جلوگیری از وقوع آنها در گام نخست است. بهتر است تصمیمات حوزه اخلاقیات را به‌صورت گروهی بگیرید تا احساس تعلق کارکنان نسبت به آن افزایش و تردید درباره دخالت تعصبات ناعادلانه در روند تصمیم‌گیری کاهش یابد. مدیریت اخلاق را با دیگر فعالیت‌های مدیریتی ادغام کنید. هنگام تدوین و اجرای برنامه مدیریت اخلاق از تیم‌های میان وظیفه‌ای استفاده کنید. رهبری اخلاقی و نقش کلیدی آن در شکل دادن به هنجارهای اخلاقی و فرهنگ سازمان از مباحث حائز اهمیت است. در نهایت اینکه توجه داشته باشید که انگیزش و اخلاق با هم همبستگی دارند.

فقدان انگیزش مانع از ترویج اخلاق در سازمان می‌شود، منجر به نتایج غیراخلاقی شده و انگیزه اخلاقی بودن را از بین می‌برد، زیرا توجیه بسیاری از مدیران و افراد جامعه برای اعمال غیراخلاقی‌شان این است که جامعه و انسان‌ها اخلاقی نیستند.

رابینز، انگیزه را نتیجه عمل متقابل بین شخص و وضعیت می‌داند. بدین جهت است که انگیزه در افراد متفاوت است. انگیزه، آمادگی اعمال نهایت تلاش برای دستیابی به اهداف سازمانی مشروط به توان ارضای برخی نیازهای شخصی است. بکوشید انگیزه کارمندان خود را برای ترویج اخلاق در سازمان خود بالا ببرید و از نتایج آن شگفت‌زده شوید.

مدیریت امروز

معامله Microsoft با LinkedIn تأکیدی بر روند تغییرات دنیای تکنولوژی

مایکروسافت با پرداخت ۲۶ میلیارد دلار برای کمپانی LinkedIn، بزرگ‌ترین ادغام در دنیای تکنولوژی را رقم زد. این خرید به‌شدت به مایکروسافت و جایگاه این کمپانی در رقابت در بازار رو به رشد نرم‌افزار ابری کمک کرد، همچنین باعث به وجود آمدن موج بزرگی از ادغام کمپانی‌های نرم‌افزاری شده که بر کل دنیای تکنولوژی تأثیرگذار است.

دو هفته پیش زمانی‌که کمپانی رایانش ابری Salesforce شرکت نرم‌افزاری Demandware را با قیمت ۲/۸ میلیارد دلار خرید، وال‌استریت پیش‌بینی کرد موجی از ادغام شرکت‌های نرم‌افزاری کوچک با شرکت‌های بزرگی همچون Microsoft، Oracle و Salesforce یا کمپانی‌های سهامی خاص که سرمایه زیادی در اختیار دارند به‌زودی دنیای تکنولوژی را دچار تغییرات شدید خواهد کرد.

بعد از ادغام Salesforce و Demandware، در دو هفته گذشته پنج کمپانی نرم‌افزاری با قیمت صدها میلیون دلار توسط کمپانی‌های بزرگ‌تر جذب شده‌اند. نمونه آن به فروش رسیدن شرکت Qlik که در زمینه تصویرسازی داده‌ها (Data Visualization) فعالیت می‌کند با قیمت ۳ میلیارد دلار و شرکت Blue Coat System با قیمت ۴/۵۶ میلیارد دلار است.

در حقیقت بنابرنظر تحلیلگر UBS، برنت تیل (brent thill) حجم معاملات در شش ماهه نخست سال ۲۰۱۶ نسبت به شش ماهه نخست سال ۲۰۱۵ دو برابر شده است و به مبلغ ۵۰ میلیارد دلار رسیده است. این رقم در سال گذشته ۲۴ میلیارد دلار بود. در همان دوره زمانی تعداد معاملات از ۲۱ به رقم ۲۷ افزایش یافته است.

تیل در یادداشتی می‌نویسد که فعالیت‌های اخیر، شتابی معنی‌دار در ادغام شرکت‌ها را نشان می‌دهد. ما انتظار داریم با توجه به حضور شرکت‌های نرم‌افزاری با کیفیت در زمینه نرم‌افزار ابری این روند ادغام ادامه پیدا کند.

تعداد معاملات در نیمه ماه ژوئن

استیو کونیگ تحلیلگر شرکت Wedbush Securities دلیل این اتفاقات را توضیح می‌دهد. او می‌گوید: برای کمپانی‌های بزرگ حضور در این بازار به معنای ادامه حیات کمپانی است. خیلی از کمپانی‌های بزرگ تلاش کرده‌اند که به فضای نرم‌افزار ابری وارد شوند و راه ورود منطقی برای این کمپانی‌ها این است که شرکت‌های با رشد سریع در این زمینه را جذب کنند. همچنین آنها می‌توانند از قدرت سرمایه عظیم خود استفاده کرده و محصولات متنوعی را در پکیج‌های مختلف به مشتریان پرتعدادی بفروشند.

کونیگ به ما می‌گوید: «کمپانی‌های بزرگ با صرف هزینه زیاد برای جذب شرکت‌ها و استفاده از سازمان‌های فروش خود سعی در هم‌افزایی درآمد شرکت‌های ادغام شده دارند. با این فرض که بتوانند شرکت جذب شده را دست نخورده نگه دارند. همچنین فضای نرم‌افزار ابری اگر برای ادامه حیات کمپانی‌های بزرگ ضروری نباشد، حرکتی استراتژیک برای این کمپانی‌ها خواهد بود.»

منبع: ام بی‌ای نیوز

آیا می‌دانستید

توان مالی و درخواست‌های مشتریان

آیا می‌دانستید در مطالعات بازار باید مواردی همچون توان مالی مشتریان را نیز در نظر گرفت و تقاضا و نیاز آنها را در محدود توان مالی‌شان برآورده کرد؟ از جمله مواردی که همواره باید در نظر داشت این است که تقاضا مشتریان با توجه به تغییراتی است که در بازار ایجاد می‌شود و تحولات اجتماعی مدام در حال تغییر کردن است. یک مدیر موفق و شرکت‌هایی که مشتریان وفاداری برای خود دارند به‌صورت مستمر خود را مطابق با درخواست‌های به روز شده مشتریان وفق می‌دهند. شناخت درخواست‌های تغییر شکل یافته مشتریان و تقاضاهای جدید آنها تنها از طریق مطالعه بازار و تجزیه و تحلیل داده‌ها به دست می‌آید. در مطالعات بازار، طیف‌های مختلف مردم از گروه‌های سنی و جنسی و طبقات اجتماعی و اقتصادی و آمار دقیق آنها باید در نظر گرفته شوند. در کنار این داده‌ها و اطلاعات باید رقیبان خود را که آنها نیز به تولید و عرضه کالا و خدمات مشابه ما می‌پردازند بشناسیم تا بتوانیم یک مزیت رقابتی برای کالای تولیدی خود ایجاد کنیم به‌گونه‌ای که مشتریان و مخاطبان خرید کردن از شرکت ما را به دیگر رقبا ترجیح دهند و از این طریق میزان فروش خود را بالا ببریم. بنابراین گروه‌های متفاوت زیادی وجود دارد که در مطالعات بازار باید مورد توجه قرار گیرند و در برنامه‌ریزی‌ها، تهیه محصولات و روند تبلیغات باید همه این گروه‌ها را با طیف‌های مختلف در نظر گرفت.

دریچه

تجارت‌های فصلی، تجارت‌های آسیب‌پذیر

اکثر تجارت‌ها با افت و خیز مواجه می‌شـوند و در بسیاری از موارد این نوسانات با تغییرات فصلی اتفاق می‌افتد؛ در دنیای تجارت به این قبیل نوسانات متاثر از تغییرات فصلی می‌گویند تجارت فصلی. منظور از فصل در اینجا فصل‌های سال و تغییرات آب و هوایی مربـوط به آن، تعطیلات و رویدادهایی مثل تعطیلی مدارس در تابسـتان، بازگشـت به مدارس در پاییز یا مثلاً در آمریکا و اروپا مسـابقات فوتبال اسـت. با تمام این اوصاف اگرچه تجارت‌های زیادی نوسـانات فصلـی را از سـر می‌گذرانند امـا تنها تعدادی از این تجارت‌ها هسـتند که تغییرات فصلی تاثیرات جدی روی بازارشـان دارد و شـاید حتی در بعضی فصل‌ها کارشان را محدود کند. به‌عنوان مثال در فصل سرما (اگـر تعطیلات کریسـمس را در نظـر نگیریم) بازار هتل‌هـا و بـه طور کلی مکان‌های اقامتی نسـبت به فصل گرما راکدتر می‌شـود. بسـیاری از تجارت‌های فصلی شاید کسب‌وکار خود را در یک فصل به‌خصوص محدود یا به طور کامل تعطیل کنند. به‌عنوان مثال بسیاری از تجارت‌های خرده‌فروشی بیشترین میزان سود خود را در یک یا دو فصل سال دریافت می‌کنند؛ در آمریکا در پایان سال و کریسمس که معمولا دوره شلوغی است.

یک سـری رویدادهای قابل پیش‌بینی هم وجود دارد کـه در هـر مـاه از سـال روی فـروش تاثیـر می‌گـذارد. ایـن رویدادهای فصلی تاثیرات متفاوتی روی صنایـع و تجارت‌هـای مختلـف دارد. به‌عنوان مثال، بازار خدمات بهداشـتی در فصل سـرما سکه می‌شـود؛ فوریه به طور کلی ماه آرامی اسـت اما در آمریکا به واسطه روز ولنتاین کمی پررونق می‌شود؛ مارس ماه فعالیت‌های مذهبی در آمریکاست؛ آوریل ماه تمیزکننده‌های خانگی و سـایر محصولات بهاره مربـوط به تمیزکاری اسـت؛ مـاه مه در آمریکا روز مـادر را دارد؛ ژوئـن مـاه رویدادهایی مثل جشـن عروسـی، فارغ‌التحصیلی و تعطیلات اسـت؛ ژوئیه بهترین ماه برای تمام محصولات تابسـتانه اسـت؛ اوت شلوغ‌ترین فصل مسافرت است؛ سپتامبر فروش حاصل از بازگشت محصل‌ها به مدارس و اکتبر روز هالوین را در آمریکا دارد؛ و در نهایت نوامبر و دسامبر به واسـطه تعطیلات بهترین ماه‌های سـال برای هر خرده‌فروشی محسوب می‌شود.

در آمریکا و تقریبا همه جای دنیا از جمله تجارت‌های فصلـی کـه درآمد سـالانه خود را از یـک یا در نهایت دو فصل سـال به دسـت می‌آورند، می‌توان به تجارت استراحتگاه‌های تفریحی، تجهیزات اسکی و لیگ‌های ورزشـی در اشـل بزرگ و بستنی‌فروشـی‌ها، سینما و تئاتر در اشـل کوچک اشـاره کرد. اگر امکان‌پذیر باشد، تجارت‌های اینچنینی که تا حد زیادی به فروش عمده خود در یک فصل وابسـته هسـتند، سعی می‌کنند در بقیه سال درآمد حداقلی در سایر فصل‌های سال داشته باشند؛ اگر تجارتی اصلا نتواند به سود برسد در فصل‌های راکد کسـب‌وکارش را تعطیل می‌کند تا دیگر موظف بـه پرداخـت حقوق کارکنانش نباشـد و از هزینه‌های کلی خود بکاهد. در شـمال آمریکا، وقتی دمای هوا به پایین‌ترین حد خود می‌رسد، بستنی‌فروشی‌ها (به غیر از بستنی‌فروشی‌های مراکز خرید) تعطیل می‌شوند.

صنعت سـینما یکی از بزرگ‌ترین صنایعی است که بازارش تحت تأثیر تغییرات فصلی قرار می‌گیرد. زمستان و تابستان فصل‌های سینماست. سالن‌های سینما مثل سایر تجارت‌های فصلی در طول سال تعطیل نمی‌شوند اما وقتی فصل رونق‌شان فرامی‌رسد، کارمندان بیشتری اسـتخدام می‌کنند و به بودجه‌ای می‌رسـند که خبر از سلطه این فصل‌ها بر دیگر فصل‌های سال می‌دهد. آمریکا بلاک‌باسـترهایش (فیلم‌هایی پرفروش مثل آواره‌های کوسه و بربادرفته) را در تابستان اکران می‌کند؛ حوالی کریسمس، استودیوهای فیلمسازی، محصولات جدی‌تر و پرهزینه خود را به امید جلب توجه آکادمی اسـکار و کشـاندن خانواده‌ها به سـالن‌های سـینما روانه بازار می‌کنند.

تجارت‌های فصلی چطور موفق می‌شوند؟

برای تجارتی که به طور جدی تحت تأثیر تغییرات فصلـی قـرار می‌گیـرد، راهکارهایی بـرای تضمین موفقیت بیشـتر وجود دارد؛ دو فاکتور مهم مدیریت گردش پول و استخدام نیروی مناسب است. مدیریت گـردش پـول بـرای هر تجارتی مهم اسـت اما برای تجارت‌های فصلی حیاتی است. قرار نیست مدیریت گردش پول پیچیده یا پر از رمز و راز باشد. کار ساده‌ای اسـت که محتاج زمان‌بنـدی ورودی و خروجی‌های مالی است. از آنجایی که تجارت‌های فصلی می‌دانند در چه فصلی ورودی مالی بیشـتری نسـبت به سایر فصل‌ها دارند، فقط کافی است تا جایی که امکان دارد میزان خروجی مالی خود را در همان فصل بررسـی کنند و برای فصل‌های راکد سال بودجه ذخیره کنند.

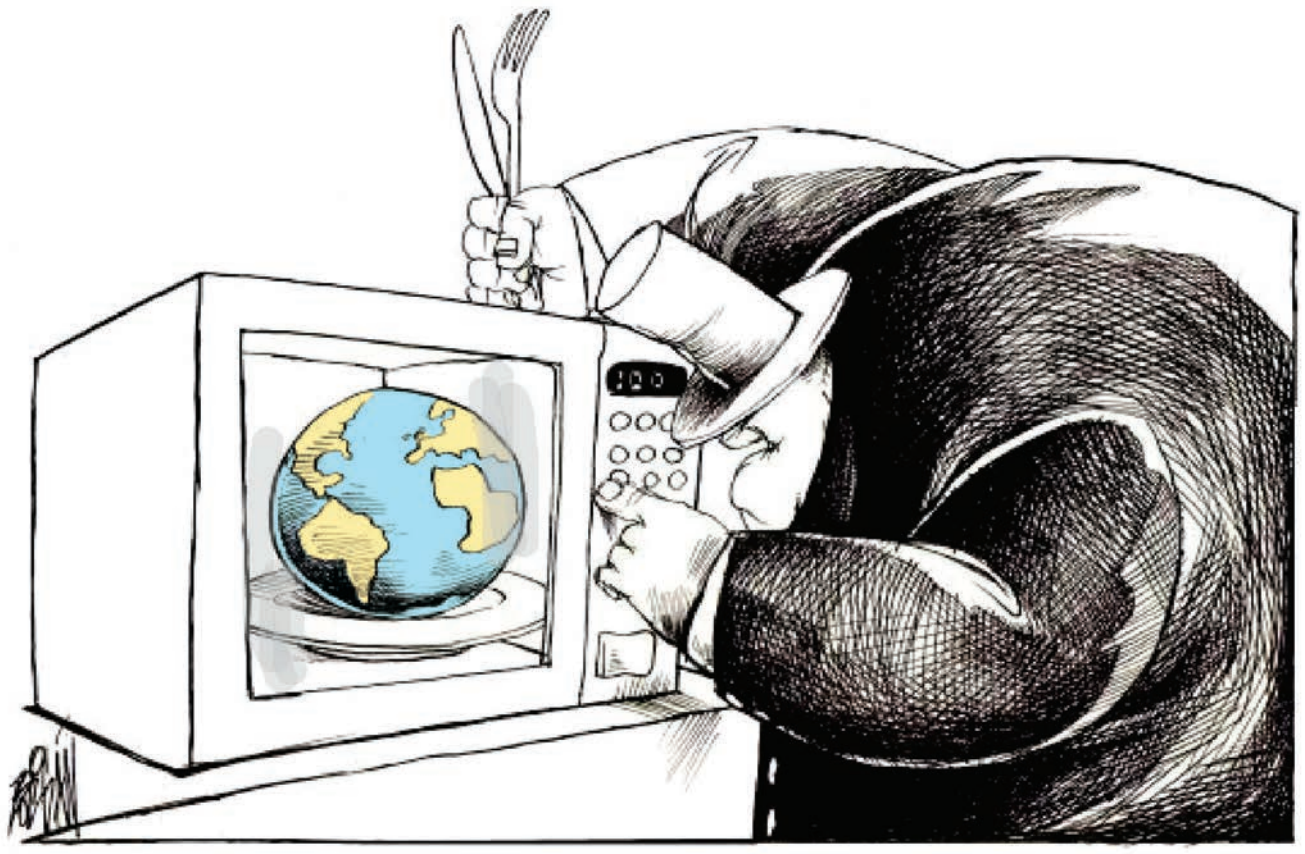
پیدا کردن و نگه داشتن کارمند خوب هم یکی دیگر از عوامـل موفقیت تجارت‌های فصلی اسـت. جدای اینکه تجارت‌ها با حقوق کافی و پرداخت به موقع و ایجاد یک محیط کاری خوشایند می‌توانند نیروهای خوبی را به خود جذب کنند، با آگاه کردن کارمندان خود از تأثیر تغییرات فصلی به آنها این حس را منتقل می‌کنند که بخش مهمی از کار هسـتند. این راهکار همچنین به کارمندان کمک می‌کند بدانند چه زمانی برای مرخصی گرفتن و رفتن به تعطیلات بهتر است. برای تجارت‌های جمع‌وجور، بهترین نیرو دانشجوها و بازنشسته‌ها هستند؛ دانشجوها بهترین گزینه برای مشاغل تابستانی محسوب می‌شوند و بازنشسته‌ها هم به خاطر تجاربی که در زمینه کاری خودشان دارند اما دیگر توان کار تمام وقت را ندارند، می‌توانند نیروهای مناسبی برای تجارت‌های فصلی باشند.

یکی دیگر از راهکارهایی که تجارت‌های فصلی برای موفقیت به کار می‌برند، گسترش کار برای راه‌اندازی یک خط تولید جدید اسـت؛ خط تولیدی که فصلی اما متفاوت با خط تولید اصلی باشـد. البته این خط تولید باید مشـابه محصولاتی باشـد که آن تجارت تولید می‌کند. به‌عنوان مثال شرکت خدمات باغبانی می‌تواند خدمات برف‌روبی هم داشته باشد.

منبع: Inc

تأثیرات آب‌وهوا بر بهره‌وری اقتصادی

سر در آسمان، پول در جیب



گلنوش محب علی

سال ۲۰۱۲ چیزی نمانده بود که صاحبان چند هتـل در بلژیک، به یک سـایت نیمه رسمی هواشناسی محبوب حمله کنند. این سـایت هواشناسی تابسـتانی بسیار بی‌رمق پیش‌بینـی کرده بود در حالی که آن سـال یکی از بهترین تابسـتان‌هایی بود که شـهر ساحلی اوستنده به خود دیده بود.

یا اینکـه کشـاورزی را تصـور کنید که محصـول خـود را در یک توفـان تگرگ از دسـت می‌دهد و متحمل زیان و خسـارت می‌شود یا بخش گردشگری فرانسه که پس از به راه افتادن سیل تحت تاثیر قرار گرفت. البته دستفروشان خیابانی یخ در بهشت در گرمای تابسـتان، مثالی از جنبه‌های مثبت تغییرات جوی است.

نتایج مطالعاتی در فرانسـه نشان می‌دهد کـه «اقتصاد تا ۷۰ درصد به شـرایط جوی بسـتگی دارد». این خبر روز یکشـنبه، ۱۹ ژوئن منتشر شد.

سـازمان رسـمی هواشناسـی فرانسـه با همـکاری NYSE Euronext کـه یـک شرکت چند ملیتی ارائه‌دهنده خدمات مالی است، مؤسسه متنکست(Metnext) را سال ۲۰۰۷ راه‌اندازی کرد. این مؤسسه به شرکت‌ها و سـازمان‌ها کمک می‌کند تا با بهینه‌سازی عملکردشـان، فعالیت‌هـای خـود را در برابر خطرات احتمالی آب و هوایی یکپارچه کنند. اینکه اقتصاد فرانسـه تا ۷۰درصد به تغییرات جوی وابسته اسـت از نتایج مطالعات همین مؤسسه برداشت می‌شود.

نیاز موسسـات و شـرکت‌ها به مشـاوره با کارشناسـان متنکسـت روزبه‌روز بیشتر می‌شـود. هـر روز تعـداد متخصصـان و کارشناسان متنکست که از سوی شرکت‌ها فراخوانده می‌شـوند، افزایـش می‌یابد، چرا که در صورت بـروز خطا در پیش‌بینی‌های فصلی، این متخصصان آب و هوایی هستند که شرکت را از بحران نجات می‌دهند.

دکتـر ژان لوئـی برتراند، دارای مدرک دکتـرای مدیریت از دانشـگاه نانتر پاریس نتیجـه پژوهش‌های خود را درباره تاثیر آب و هوا منتشـر کرده اسـت. او نوشته است: «بیش از ۱۰ سـال است که به شرکت‌هایی که آب و هوا به آنها خسارت مالی وارد کرده خدمات مشـاوره‌ای ارائـه می‌دهم. طی دو سـال اخیر وضعیت کمی فرق کرده‌اسـت. سـال ۲۰۱۵ و اوایل سـال ۲۰۱۶ بسیاری از شـرکت‌ها خود را در برابـر تغییرات آب و هوایـی و عواقـب اغلـب ناخوشـایند آن بیمه کرده‌اند. سـالیان سال است که آب و هـوا و تغییرات جوی یکی از عواملی اسـت کـه مدیریت خاصی را شـرکت‌ها می‌طلبد. بسـیاری از موسسـات به اهمیت توجه به خطـرات ناشـی از تغییـرات آب و هوا پی برده‌اند و در تلاش هسـتند تا عواقب آن را کاهش دهنـد.» او می‌گوید هرچه که توجه شرکت‌ها و موسسـات به عواقب و خطرات آب و هوایی بیشتر باشد و برای مقابله با آنها تدابیری اندیشیده باشـند، خسارت و زیان کمتری از این بخش خواهند دید. دکتر ژان لویی برتراند طی ۱۰ سال گذشته با بسیاری از مدیـران ارشـد شـرکت‌ها در بخش‌های مختلـف اجرایـی و مالی بـرای درک بهتر آسیب‌پذیری عملکرد و بهره‌وری از تغییرات آب و هوا ملاقات داشـته است. در بسیاری از موارد فرض شـد که آب و هـوا به‌عنوان یک عامل مجزا از خریدوفروش، هزینه‌های تولید، بـازده و قیمت عمـل می‌کند، اما با بررسی و مطالعه نتایج مشخص شد که آب و هوا نقشی فعال در راندمان و بهره‌وری ایفا می‌کنـد. در واقع تجربه به او نشـان داد که آب و هوا یکی از مواردی است که شرکت‌ها نباید آن را نادیده بگیرند و حتی باید بخش مدیریتی جداگانه‌ای به آن اختصاص دهند. ژان لویـی برتراند در همه شـرکت‌ها و با زمینه‌های فعالیتی مختلف مانند کشاورزی، حمل‌ونقل، پردازش موادخام، گردشـگری، معـدن و غیـره نتیجه‌ای یکسـان دریافت کرده‌اسـت. به عقیده او، شـرکت‌ها سالیان سـال اسـت که با آب و هوا به حیات خود ادامه می‌دهند. البته شرایط در بخش انرژی متفاوت است. در شرکت‌های انرژی، مقامات نظارتی به منظور تامیـن انرژی که به طور مستقیم با عناصر آب و هوا مانند دما، وزش باد و غیره در ارتباط هسـتند، همیشـه به اهمیت آن آگاه بودند.

واقعیت این اسـت که تاکنون به ارتباط فعالیت‌هـای اقتصـادی و آب و هـوا چه به‌صورت تجربی و چه به‌صورت آکادمیک بـه طـور جـدی پرداختـه نشده‌اسـت. ژان لویـی برتراند برای ایـن موضوع دو اسـتدلال دارد. از نظر او فقدان اطلاعات و عـدم آگاهـی از اهمیت آن تـا به حال مانـع انجـام تحقیـق و پژوهـش در این مورد شـده است. کسـب اطلاعات درباره آب و هوا بسـیار هزینه بردار است. علاوه بـر آن کمبود ایسـتگاهای آب و هوایی و اینکـه عملا اطلاعات راداری یا ماهواره‌ای دقیقی وجود ندارد، دسـتیابی به اطلاعات آب و هوایـی و اسـتفاده از آنهـا را برای درک رابطـه فعالیـت اقتصـادی و فروش محصـول براسـاس موقعیـت جغرافیایی دشـوار می‌کنـد. همچنین اگر شـرکت‌ها می‌دانسـتند که یـک درجه دمـا یا یک میلیمتر باران چه تاثیری روی فروش آنها می‌گـذارد زودتر از اینها بـه فکر مدیریت آن می‌افتادند. ولی از آنجایی که اطلاعات دقیقـی از تاثیر آب و هوا بر شـاخص‌های مالی وجود ندارد یا دسـت‌کم خیلی قابل اعتماد نیستند، نمی‌توان به برآورد دقیقی از میزان خسـارت آن رسـید.

ژان لویـی برتراند سـال ۲۰۰۷، مطالعه کوچکـی دربـاره مدیریـت آب و هوا روی اطلاعات خزانه‌داری و امور مالی شرکت‌های بزرگ فرانسـه، بلژیک و لوگزامبورک انجام داد. در آن زمان ۶۷درصد شـرکت‌ها تاثیر آب و هـوا را روی راندمان کسـب‌وکار خود پیش‌بینـی کـرده بودنـد و ۲۱درصـد هم تقریبـا از آن مطمئن بودنـد و ۵درصد هم بـه دنبال پیدا کردن راه حلـی برای مقابله با این تاثیرات ناخوشایند بودند. این محقق تحقیق مشابهی در سـال ۲۰۱۴ انجام داد که نتیجه‌ای کاملا متفاوت داشت. ۸۵درصد از شـرکت‌ها می‌دانستند که فعالیت‌هایشان در مقابـل تغییـرات آب و هوایی حسـاس است. تقریبا نیمی از این ۸۵درصد به رابطه میان آب و هوا و شـاخص‌های اقتصادی پی برده بودند و بیشـتر آنها برای پوشش دادن عواقب ناگوار آن برنامه‌ریزی کردند.

درآخـر مطالعـه، ۹۰درصد از شـرکت‌ها اعتـراف کردند کـه چاره‌ای جز شـناخت دقیق تاثیر آب و هوا بر فعالیت‌ها و راندمان کاری‌شـان ندارند. ۶۳ درصد آنها برای کم کردن خطرات و خسـارت ناشی از تغییرات آب و هوا برنامه‌ریزی کردند.

از سـال ۲۰۰۰ به ایـن طرف، تنوع آب و هوایـی در تمام نقاط جهـان افزایش یافته اسـت. به‌عنوان مثال، تأثیـر پارامتر درجه حـرارت دما، از سـال ۲۰۰۰ در فرانسـه و انگلستان دو برابر شـده است به این معنی که اگر از ۱۵ سـال پیـش درجه حرارت بر بهره‌وری شـرکت تاثیرگذار بود، اکنون این تاثیر دو برابر شده است.

این محقق در وب‌سایت خود نوشته است: «هزینه آب وهوا در آمریکا هرسـال نزدیک به ۵۰۰میلیارد یـورو و برای اقتصاد جهانی حـدود ۲۰۰۰میلیارد یـورو برآورد شـده است.» او مثالی از شرکت کوکاکولا می‌زند: «فقـط برای شـرکت کوکاکولا، خسـارتی کـه آب و هوا وارد کرده اسـت یک میلیون یورو اسـت. البته این شـرکت از آن دسته شـرکت‌هایی اسـت که مدیران بازاریابی و فروش باتجربه‌ای دارند.»

کشاورزی، از آن نوع فعالیت‌هایی است که به‌شدت به تغییرات جوی وابسته است. برای بسـیاری از تولیدکنندگان مبلغی که در ازای برداشت یک ساله محصول دریافت می‌کنند، گواه حیات و گذران معیشت آنهاست، بنابراین این موضـوع عجیبی نیسـت اگـر خیلی از کشاورزان محصولات خود را در برابر خطرات ناشی از تغییرات جوی بیمه می‌کنند.

دنیای فعالیت‌های اقتصادی طی سال‌های اخیر تغییر کرده است. اکنون برای بسیاری از شـرکت‌ها و موسسـات اهمیت بیمه در برابـر ناهنجاری‌هـای آب و هوایی مسـلم شده‌است. شرکت‌ها با استفاده از نوآوری‌ها و توسـعه راه‌حل‌هـای تکنولـوژی، مالی و سازمانی سـعی در انطباق بیشتر با شرایط آب و هوایی دارنـد. انعطاف‌پذیری در برابر تغییرات جوی، یکی از راه‌حل‌های مقابله با این تهدیدات است.

امروزه، دامنه نوسانات به‌گونه‌ای است که برخی از شرکت‌های بزرگ در بخش انرژی، با اسـتفاده از شـاخص‌های مصون‌سازی و محدودکننده نوسـانات، اثـرات احتمالی را محدود می‌کنند. در صنایع تولید لوازم یدکی اتومبیل، لاسـتیک، محصولات کشـاورزی، گردشـگری و بسـیاری از صنایع حسـاس و وابسـته به آب‌وهـوا برنامه‌ریزی‌هایی در رابطه با کاهش خطرات و خسـارات صورت گرفته است. شرکت‌های پیشرو، فعالیت‌ها و بهره‌وری خـود را در مقابل تهدیدات آب و هوایی یکپارچه کرده‌اند.

گزارش ۲

رویدادهای شدید آب و هوایی چه بر سر اقتصاد می‌آورند؟

خیر و شر ال‌نینو

ترجمه: سارا گلچین
منبع: weforum

تـا همیـن چنـد سـال اخیـر تصـور اقتصاددان‌های بزرگ این بود که نوسان‌های کوتاه‌مـدت آب و هوایی چنـدان تاثیری بر فعالیت‌هـای اقتصادی ندارد. تغییرات فصلی در اسـتخدام‌ها یا نوسان در خرید از یک ماه به یک ماه دیگر، همواره مسـئله‌ای عادی در اقتصاد بوده است.

اما تحقیقات تازه اقتصادی با توجه ویژه به پدیده نه‌چندان جذاب EL Nino (ال‌نینو) ایـن تصور قدیمی را منسـوخ کرده اسـت. ال‌نینو، یک رخداد اقلیمی کلان است که در اثر رها شـدن انرژی انباشـته در بزرگ‌ترین حوزه اقیانوسـی جهان یعنی جنوب اقیانوس آرام رخ می‌دهد. نشـانه اولیـه آن هم تغییر جهت جریان آب‌های سرد و گرم و همچنین بادهای این منطقه اسـت. رویدادهای شدید آب و هوایی قطعا بـر آمارهای اقتصاد کلان اثرگذار است. این پدیده می‌تواند ماهانه ۱۰۰ هزار شـغل را در آمریکا کم و زیاد کند. این پربیننده‌تریـن تک آماری اسـت که در دنیا ارائـه می‌شـود و عموما یکـی از دقیق‌ترین آنها نیز به‌شـمار می‌آیـد. اثر رخدادهای آب و هوایـی مرتبط با ال‌نینو مثل رویداد همین امسـال که بیشتر با عنوان «نوسانات جنوبی ال‌نینو» شناخته می‌شـود، می‌تواند به‌خاطر گستره جهانی‌اش بسیار زیاد باشد.

تحقیق تازه صندوق بین‌المللی پول نشان می‌دهد کشـورهایی مثـل اسـترالیا، هند، اندونـزی، ژاپن و آفریقـای جنوبی از تبعات منفـی این رخـداد به‌ویژه خشکسـالی رنج خواهند بـرد. این درحالی‌اسـت که مناطق دیگـری چون آمریکا، کانادا و اروپا می‌توانند از این پدیده نفع ببرند. برای مثال، کالیفرنیا که سال‌ها خشکسالی را تجربه کرده سرانجام باران به خود دید. در بوسـتون اما پس از دو زمسـتان بسـیار سـخت، دیگر مـردم قانع نمی‌شـدند که آب و هـوا تاثیری بر وضعیت اقتصادی ندارد.

معمولا، اما نه همیشـه رخدادهای ال‌نینو می‌تواند تورم ایجاد کند چون کاهش میزان محصول باعث افزایش قیمت می‌شود.

تاثیر ال‌نینو بر کشـورهای درحال‌توسـعه اما یکی از نگرانی‌های اصلی اسـت. بسیاری از کشـورهای درحال‌توسـعه اکنون به‌خاطر مشـکلات اقتصادی در چین و کاهش خرید کالا از سوی این کشور با مشکلات اقتصادی مواجه شـده‌اند. آنها همچنین شرایط سخت ناشـی از خشکسـالی را تحمـل کـرده و نمی‌تواننـد محصول موردنیاز کشورشـان را تامین کننـد. آخرین ال‌نینوی بسـیار قوی که با عنـوان «ال‌نینوی قرن» نیز شـناخته می‌شـود، در سـال ۱۹۹۷ – ۱۹۹۸ روی داد کـه شکسـت بزرگـی برای بسـیاری از اقتصادهای درحال‌توسعه بود.

اثرات اقتصادی رخدادهای ال‌نینو تقریبا به پیچیدگـی خود این پدیده آب و هوایی اسـت، بنابراین پیش‌بینی آن بسیار سخت اسـت. اما بـا نگاهی به وضعیت اقتصادی سـال ۲۰۱۶ درمی‌یابیم کـه ال‌نینو عاملی تعیین‌کننده در عملکرد اقتصادی بسـیاری از کشـورهای مهـم اسـت. بـرای مثـال زیمبابوه و آفریقای جنوبی با خشکسـالی و بحران موادغذایی مواجه هستند و اندونزی با معضل آتش‌سوزی جنگل‌هایش دست به گریبـان اسـت. در ایالت‌های غـرب میانه آمریـکا نیز اخیرا سـیل‌های وحشـتناکی اتفاق افتاده‌اسـت.

تاثیر آب و هوا و وضعیت‌های گوناگون آن بر درگیری‌های داخلی هم دارای سـابقه‌ای طولانـی اسـت. امیلـی اوسـتر، اقتصاددان اسـتدلال می‌کند که بزرگ‌ترین فاجعه آب و هوایـی در قرون وسـطی اتفـاق افتاد که در آن صدهـا هزار نفر (عمدتا زنان) کشـته شـدند. به گفته این اقتصاددان مقصر اصلی درگیری‌های داخلی آن دوره محرومیت‌های اقتصـادی و کمبـود موادغذایـی ناشـی از پدیده‌های آب و هوایی در آن دوران بود.

برخـی می‌گوینـد ریشـه اصلـی تمـام درگیری‌های سـوریه خشکسـالی است. به اعتقاد آنها خشکسـالی در سـوریه منجر به کمبود شدید محصول شـده و کشاورزان را وادار به رها کردن کشـاورزی و مهاجرت به شهرها کرده است.

در کل، تاریخچه همـه پدیده‌های ال‌نینو نشـان می‌دهد که احتمالا پدیده‌های پیش رو اثر بزرگی بر رشد جهانی خواهد گذاشت. این پدیـده درحالی‌که بـه بازیابی اقتصادی در اروپـا و آمریـکا کمک می‌کند، فشـار بر بازارهـای ضعیف نوظهور را افزایش می‌دهد. ایـن پدیده اگرچه در حد گرم شـدن زمین نیسـت اما درحـال حاضر از نظـر اقتصادی رخداد بسیار مهمی به‌شمار می‌آید و به نظر مشـت نمونه خرواری است که قرار است در آینده رخ دهد.

گزارشی از فعالیت‌های یک شرکت دانش‌بنیان در زمینه سامانه‌های نظارت هوشمند شغلی

پیوست دیجیتال به همه چیز

شکوفه میرزایی
shokoofehmirzaee@yahoo.com

نظارت و پایش به منظور بهتر انجام شدن تراکنش‌ها و در دست داشتن اطلاعات و مدیریت بهتر مجموعه از بخش‌هایی است که مورد توجه همه سازمان‌ها و شرکت‌ها قرار می‌گیرد؛ بخشی که در اغلب سازمان‌های بزرگ و همواره با کنترل به روش‌های مختلف، کارکنان و فعالیت‌های آنها را پایش می‌کند. هدف این بخش‌های نظارتی بهتر انجام شدن کارها، کشف تقلب‌ها، کاهش هزینه‌ها، گزارش‌گیری‌های دقیق و مدیریت بهتر مجموعه است. در کشور ما بخش نظارتی در سازمان‌ها معمولا به‌صورت دستی و با کمک نیروی انسانی انجام می‌شود. خطای نیروی انسانی همواره موجب تولید اطلاعاتی با انحراف بالاست، از این رو بسیاری کشورهای پیشرفته در دنیا به کمک تکنولوژی و ترکیب آن با نوآوری بسته به نوع فعالیت سازمان و شرکت، کارهای مربوط به نظارت و پایش را به‌صورت دیجیتالی و با دقت و هوشیاری بالاتر انجام می‌دهند. رئوف رحیمی کارآفرین ۴۷ ساله کردستانی که در رشته مدیریت بازرگانی درس خوانده است، به‌عنوان نخستین نفری در ایران شناخته می‌شود که توانسته با پیوست دیجیتال به فضای واقعی شرکت‌ها و سازمان‌ها «سامانه نظارت هوشمند شغلی» را به وسیله جمع‌آوری داده‌های مکانی طراحی و تولید کند. این سامانه همان‌طور که از نامش پیداست آمده است تا در برابر خطاهای نیروی انسانی بایستد و با نظارت و پایش دقیق، موجب بالا رفتن بهره‌وری سازمان‌ها شود. در ادامه گفت‌وگوی «فرصت امروز» با این کارآفرین را می‌خوانید و متوجه میزان ریسک‌پذیری بالای این فرد برای رسیدن به اهدافش خواهید شد.

حاشیه امن را کنار بگذار

رحیمی به مدت ۲۷سال معاون اشتغال و خودکفایی در کمیته امداد استان کردستان بوده است و دو سال پیش از حاشیه امن شغلی خود استعفا داده است. او در این خصوص می‌گوید: حدود ۲۷سال در فضای دولتی و با حقوق و مزایای خوبی که داشتم زندگی آرامی را طی کردم، اما سال‌های آخر به نظرم آمد باید کارهای بهتری انجام دهم و ذهن و زندگی‌ام را وارد مراحل جدیدی کنم، از این رو در سال ۹۲ از شغلم استعفا دادم و شرکت آرکا پشتیبان غرب را راه‌اندازی کردم. این شرکت برای مشاوره دادن به کسب‌وکارهای دیگر راه‌اندازی شد و در اوایل کارهای مشاوره‌ای و تحقیقات بازار و نوشتن بیزینس پلن انجام می‌دادیم، اما برای من این هم کافی نبود و با توجه به تجربه کاری که در کمیته امداد داشتم و نیاز این مجموعه را طی این ۲۷ سال دیده بودم تصمیم گرفتم یک سیستم نظارتی دقیق برای این مجموعه طراحی و تولید کنم، اما نه تخصصی در زمینه برنامه‌نویسی داشتم و نه حتی می‌توانستم یک خط کد بنویسم، اما خلاقیت در کار و انگیزه‌ای که داشتم به من کمک کرد تا تیمی از افراد متخصص را گردهم آورم و ایده‌هایی را که در ذهنم بود بیان کنم و همکاران برنامه‌نویس برنامه مورد نظر را پیاده‌سازی کنند.

نظارت از واجبات سازمان‌هاست

رحیمی معتقد است: در سیستم‌های بزرگ نظارت بر امور از مسائل مهم به شمار می‌آید و در خصوص سامانه‌ای که خود طراحی کرده می‌افزاید: زمانی که من در کمیته امداد کار می‌کردم حدود ۳۰۰هزار شغل به‌صورت سالانه در این ارگان ایجاد می‌شد که نظارت‌ها به‌گونه‌ای بود که فرد با مراجعه حضوری، فرم‌ها را به‌صورت دستی تکمیل می‌کرد و این فرم‌ها سپس توسط کارشناس، رویت و در نهایت بایگانی می‌شدند که ۷تا ۳۵درصد خطای انسانی در جمع‌آوری این اطلاعات وجود دارد و هزینه‌های بسیاری هم برای جذب نیروی انسانی، خرید کاغذ، انبارداری و نگهداری این اطلاعات صرف می‌شد و علاوه بر این، گزارش‌ها همواره دقت و صحت لازم را نداشتند اما این سامانه با اصلاح ضوابط جذب، جهت به کارگیری ناظران مجرب و واجد صلاحیت، ساماندهی و ایجاد وحدت رویه در پرداخت حق‌الزحمه ناظران فنی، افزایش مسئولیت ناظران فنی در قبال طرح‌های تحت نظارت، نظارت بر طرح‌ها در قالب سیستم یکپارچه به‌صورت آنلاین و توجه به پایدارسازی طرح‌ها را به همراه دارد.

وی می‌افزاید: ثبت سریع و هوشمندانه اطلاعات در نظارت هوشمند به وسیله نرم‌افزار صورت می‌گیرد و فرم‌های تکمیل شده بررسی و تایید اطلاعات می‌شود. ضمن اینکه تجمیع و دسته‌بندی هوشمندانه اطلاعات توسط سیستم انجام خواهد شد و این سامانه فقط حدود ۴۰۰میلیون تومان سالانه در چاپ و نگهداری کاغذ و فرم‌ها صرفه‌جویی می‌کند.

ورود به دنیای پایش

این کارآفرین خلاق در ادامه می‌افزاید: این طرح شهریور ماه سال ۹۳ رونمایی شد و اسفند طرح ما مورد تایید پارک علم و فناوری کردستان قرار گرفت. بعد از طراحی و تولید این سامانه ما به دنیای بزرگ پایش وارد شدیم و متوجه شدیم سازمان‌ها و ارگان‌های بسیاری هستند که کارهای نظارتی خود را به همین روش‌های دستی و با صرف هزینه‌های بالا انجام می‌دهند.

بانک‌ها، فروشگاه‌ها و تمام سازمان‌ها و ارگان‌هایی که نیروهای بیرون از سازمان را برای فعالیت و نظارت بر امور ارسال می‌کنند همگی می‌توانند مشتریان اصلی این سامانه باشند.

وی تصریح می‌کند: ما حتی به شورای عالی اشتغال پیشنهاد استفاده از این سامانه را دادیم که می‌توانست از طریق این سامانه و ثبت افراد مختلف در سامانه و کنترل تمام بخش‌ها از طریق این سایت آمارهای کاربردی داشته باشد. مثلا با استفاده از یکی از بخش‌های این سامانه تراکم شغل‌ها در مناطق جغرافیایی را به دست آورده و در مناطق مختلف شغل‌های مورد نیاز ایجاد شود و بخشی از مشکل اشتغال در کشور را با پایش دقیق ریشه کن کند؛ کاری که در سنگاپور و شمال آفریقا به وسیله سامانه‌های مشابه پیاده‌سازی و به خوبی هم اجرا شد، اما متأسفانه در کشور ما به دلیل عدم حمایت دولت‌ها و سازمان‌ها و ترجیح برخی افراد سودجو در سازمان‌های مختلف که مخالف پایش و نظارت دقیق هستند، این‌گونه فعالیت‌های شرکت‌های دانش بنیان ناکام می‌ماند.

رحیمی معتقد است: شرکت‌های دانش‌بنیانی که در شهرستان‌های فعالیت می‌کنند، کیلومترها از مرکز تصمیم‌گیری‌ها و پایتخت کشور دور هستند و همین فاصله موجب شده بسیاری از طرح‌ها به‌رغم همه نقاط قوت و مزیت‌هایی که دارند اجرایی نشوند و با بی‌توجهی مواجه شوند.

تحقیقات بازار و در نظر نگرفتن احتمال تقلب

رحیمی در خصوص تحقیقات بازار برای فروش این سامانه می‌گوید: ما تحقیقات کاملی در خصوص بازار ایران و نیاز به این سامانه انجام دادیم و همه شاخص‌ها مانند کشش بازار، نیاز مشتری، مناطق با پتانسیل بالا، بهره‌وری که به مشتری داده می‌شود و... را بررسی کردیم، اما متاسفانه عوامل فساد برانگیز و احتمال رانت عدم حمایت را پیش‌بینی نکرده بودیم که همین مسئله موجب شد طرح و و ایده اصلی توسط بسیاری از سازمان‌هایی که ما برنامه را به آنها معرفی می‌کردیم دزدیده شود و خودشان آن را به‌صورت ناقص و ناموفق طراحی و تولید کنند.

مزیت‌های پایش

رحیمی در خصوص مزیت‌های این سامانه برای سازمان‌ها می‌گوید: پایش و نظارت مزیت‌های بسیاری در هر سازمانی با توجه به نوع فعالیت‌هایش دارد. از مهم‌ترین این مزیت‌های می‌توان به کاهش هزینه‌هایی که در روش‌های سنتی استفاده می‌شود اشاره کرد؛ هزینه‌هایی چون نیروی انسانی، کاغذ، انبار و سیستم نگهداری فایل‌ها، کشوها و...

به علاوه این سیستم‌های هوشمند موجب افزایش بهره‌وری در سرعت فرآیندها می‌شوند و می‌توان به وسیله این سامانه گزارش‌گیری‌های متنوع و دقیق را به دست آورد که این گزارش‌ها هم می‌تواند به خود سازمان کمک کند و هم به کارشناسان برای تحقیقات کشوری کمک کند تا بتوانند آمار دقیقی از تولید، اشتغال، درآمد و... داشته باشند.

این سیستم، سیستم شفاف و هوشمند است و درصد خطا و تقلب انسانی را صفر می‌کند، همچنین سریع است و همین سرعت موجب سهولت در انجام امور و گزارش‌گیری‌ها می‌شود.

صادرات سامانه نظارت هوشمند شغلی

رحیمی در خصوص صادرات این سامانه و برنامه‌ریزی‌هایی که برای این کار در نظر دارد، می‌گوید: ما در کشور واقعیتی به نام ایده دزدی را به وضوح حس می‌کنیم و شورای عالی انفورماتیک به‌عنوان یکی از متولیانی که باید از ایده‌پردازان حمایت کند در این راستا فقط ایده‌پردازان را مدتی درگیر آمد و رفت و بروکراسی‌های اداری خود می‌کند و در نهایت هم کار مثبتی انجام نمی‌شود، از این رو شرکت دانش‌بنیان یا باید آنقدر پشتوانه مالی یا نفوذ داشته باشد که خود محصول خود را در بازار بفروشد یا باید مانند ما به کارهای دیگر رو بیاورد. وی تصریح می‌کند: بهمن ماه سال گذشته من برای فروش این سامانه به بانک‌ها به کشورهایی چون هند، مسکو و سوییس رفتم اما سیستم بانک‌های آنجا یکپارچه است و رقابتی در سیستم‌های بانکی وجود ندارد. آنها خود قوی‌ترین نرم‌افزارنویس‌ها را دارند یا مثلا در امارات و اقلیم کردستان شرکت ام‌بی‌ام تمام کارهای نرم‌افزاری و سخت‌افزاری مربوط به بانک‌ها را پشتیبانی می‌کند و مانند ایران نیست که هر بانک برای خود سیستم مجزا و برنامه‌های متفاوت داشته باشد.

اطلس جغرافیای شغلی

این کارشناس توضیح می‌دهد: در کنار این سامانه ما توانستیم اطلس جغرافیای شغلی را هم به دست آوریم که این اطلس یک نقشه چند بعدی دیجیتالی است و آدرس و اطلاعات تمام شعبه‌ها، کارکنان و زیرمجموعه‌های خارج از سازمان را نشان می‌دهد. با استفاده از این اطلس سازمان مورد نظر می‌تواند متوجه شود در چه قسمت‌هایی نیاز به شعبه دارد یا در چه بخش‌هایی فروش کمتر و چه بخش‌هایی بیشتر است. از این طریق می‌توان تحقیقات دقیق بازار و نیازهای مشتریان را بررسی کرد.

رحیمی در آخر در خصوص آینده این سامانه می‌افزاید: من معتقدم در آینده این سامانه‌ها در تمامی سازمان‌ها به کار گرفته می‌شود، چنانچه که در دنیا در حال استفاده از این سامانه‌های پایش هستند تا ضریب خطا را در کار کاهش دهند، اما متاسفانه در کشور ما حق مولف ضایع می‌شود.

گزارش ۲

ارائه ۱۵ نوع تسهیلات صادراتی به محصولات دانش‌بنیان

شرکت‌های دانش‌بنیان در مسیر صادرات محصولات‌شان همواره مشکلاتی دارند که کریدور خدمات صادرات معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری با بررسی نقاط ضعف و قوت آنها درصدد رفع مشکلات‌شان برآمده است.

حسن قاسمی یزدآبادی، مدیر کریدور خدمات صادرات محصولات دانش‌بنیان در گفت‌وگو با مهر اظهار داشت: کریدور صادرات مجموعه‌ای است که با ارائه خدمات توسعه صادرات از طریق شرکت‌های خدماتی متخصص هر حوزه، فرآیند صادراتی شدن شرکت‌ها را تسهیل می‌کند.

وی افزود: این کریدور، ضمن ارائه خدمات، شرکت‌های دانش‌بنیان را از منظر «میزان آمادگی صادراتی» رتبه‌بندی کرده و برترین شرکت‌ها را به شرکت‌های بازرگانی و مدیریت صادرات جهت توسعه بازار صادراتی معرفی می‌کند. وی ادامه داد: خدمات کریدور صادرات بر مبنای نیازهای واقعی و سطوح توانمندی شرکت‌ها به آنها خدمات ارائه کرده و سپس مدیران شرکت‌ها را در فرآیندهای حمایت‌های کریدور قرار می‌دهد.

قاسمی با ارائه گزارشی از عملکرد کریدور از ابتدای تاسیس تاکنون گفت: این کریدور توانسته تا پایان سال ۱۳۹۴، ۷۳۶ درخواست را از سوی ۳۷۶شرکت دریافت کند؛ دریافت این تعداد از درخواست‌ها با توجه به زمان کوتاه راه‌اندازی کریدور صادرات، نشان از عملکرد مثبت این مدل در رفع نیازهای شرکت‌های دانش‌بنیان در راستای صادرات محصولات‌شان است.

بیشترین درخواست شرکت‌ها در حوزه صادرات

قاسمی با اشاره به بیشترین درخواست شرکت‌ها از کریدور صادرات محصولات دانش‌بنیان گفت: خدمات استاندارد و مجوز، حضور در پاویون ملی، مشاوره، آموزش و طراحی سایت از مهم‌ترین و بیشترین درخواست‌های شرکت‌ها به این کریدور بوده است. این بدین معناست که بخش اعظم نیاز شرکت‌های دانش‌بنیان برای رسیدن به سطح مورد نیاز برای بازارهای جهانی محدود به این حوزه‌هاست. وی با بیان اینکه بررسی اولویت‌های درخواست خدمات، نمایانگر نوع نیازها و چالش‌های موجود بر سر راه شرکت‌های دانش‌بنیان است، اظهار داشت: بررسی این درخواست‌ها نشان از تاثیر بالای استانداردها و مجوزهای بین‌المللی و حضور در نمایشگاه‌ها در توسعه صادرات از دیدگاه شرکت‌هاست؛ چرا که این شرکت‌ها نیاز اصلی خود را در مواجهه با صادرات، دریافت چنین خدماتی از سوی کریدور دیده‌اند.

حمایت از شرکت‌ها برای دریافت مجوزهای بین‌المللی

وی با بیان اینکه کریدور صادرات محصولات دانش‌بنیان، شرکت‌ها را برای دریافت مجوزهای بین‌المللی اجباری صادرات نظیرCE و GOST روسیه مورد حمایت قرار می‌دهد، افزود: دارا بودن این مجوزها و استانداردها هم منجر به افزایش حس اعتماد در مشتری خارجی می‌شود و هم راه قانونی ورود محصول به بازارهای هدف را هموار می‌سازد.

به گفته وی، کریدور شرکت‌های خدماتی متخصص دریافت این گواهینامه‌ها را شناسایی کرده و از طریق این دسته از شرکت‌های خدماتی (کارگزار) به شرکت‌ها کمک می‌کند.

حمایت از دریافت مجوزها و تاییدیه‌های لازم برای صادرات

قاسمی اظهار داشت: خدمات مشاوره در خصوص فرآیندهای صادرات، نقل و انتقالات ارزی، حمل‌ونقل، حمایت از حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی (حضور انفرادی)، حمایت از حضور در پاویون ملی ایران (۱۵ پاویون در سال)، حمایت از تدوین برنامه صادرات Export Plan، حمایت از دریافت مجوزها و تاییدیه‌های لازم برای صادرات (CE, Gost, ISO۹۰۰۱، ISO۱۳۴۸۵، حمایت از طراحی و تهیه ابزارهای تبلیغات بین‌الملل از خدماتی به شمار می‌روند که از سوی کریدور به شرکت‌های دانش‌بنیان که متقاضی صادرات هستند ارائه می‌شود.

وی ادامه داد: همچنین حمایت از ثبت پتنت خارجی، گزارشات نقض پتنت، ثبت علامت تجاری، حمایت از تهیه گزارشات تحقیقات بازار بین‌الملل، حمایت از طراحی صنعتی و بسته‌بندی، حمایت از آموزش‌های بازرگانی و صادرات شرکت‌ها، حمایت از طراحی و ایجاد وب‌سایت شرکت‌ها و بازاریابی الکترونیک و حمایت از اعزام و پذیرش هیات‌های تجاری از خدمات ارائه شده کریدور به شرکت‌های دانش‌بنیان است. به گفته وی، کریدور، خدمات را بر مبنای نیازهای واقعی و براساس مشکلات شناسایی شده در مسیر ورود به بازارهای صادراتی تعریف کرده، بنابراین تمام خدمات تعریف شده در مدت اخیر به میزان قابل توجهی مورد استقبال شرکت‌ها قرار گرفته است.

وی افزود: کریدور حدود ۶۰ کارگزار ارائه خدمات توسعه صادرات (اعم از حدود ۴۰ کارگزار حقوقی و ۲۰ مشاور حقیقی) را در شبکه کارگزاران همکار خود در بخش‌های مختلف خدماتی دارد و بنا به تناسب از این کارگزاران برای ارائه خدمات به شرکت‌ها استفاده می‌کند. وی عنوان کرد: کریدرو همچنین برنامه‌هایی جهت توسعه خدمات خود براساس نیازهای شرکت‌های دانش‌بنیان داشته و تدوین دستورالعمل‌های جدید را دستور کار خود قرار داده است که امیدواریم با ارائه خدمات و حمایت‌ها در کریدور بتوانیم شرکت‌های دانش‌بنیان را در حوزه بین‌المللی توانمند ساخته و شاهد افزایش سهم صادرات کشور از این دست از محصولات باشیم.

نوآورانه

تولید سه چرخه‌های سبز به دست نوآوران

توجه به محیط زیست و استفاده از وسایل حمل‌ونقلی سبز، مدت زیادی است که مورد توجه همه افراد در جوامع مختلف قرار گرفته و بیش از پیش دولت‌ها سعی بر حذف وسایل حمل‌ونقل با سوخت بنزین و گازوئیل دارند.

استفاده از دوچرخه و سه چرخه به‌عنوان یک وسیله حمل‌ونقل در مسافت‌های کوتاه پیشنهاد بسیاری از پزشکان و همچنین دوستداران محیط زیست است، اما اغلب افراد به بهانه اینکه این وسایل تنها قابلیت جابه‌جایی یک نفر را دارد خیلی به استفاده از آن علاقه نشان نمی‌دهند.

به گزارش «فرصت امروز» این مسئله مورد توجه نوفناوران آمریکایی قرار گرفته و به تازگی یک شرکت نوآور آمریکایی وسیله‌ای را طراحی و تولید کرده که حتی بیش از سرنشینان یک خودروی پنج نفره قابلیت حمل و جابه‌جایی افراد را دارد. این نوع از دوچرخه که البته یک چرخ در جلو و دو چرخ در عقب خود دارد بخش نشیمن آن شامل هفت صندلی به صورت دایره‌ای مانند یک میز کنفرانس است و افراد قابلیت حرف زدن و دیدن رو در روی هم را دارند و این سه چرخه مجهز به فرمان، مجموعه حرکتی و ترمز است و به‌زودی وارد بازار می‌شود.

خبر

با معرفی معاونت علمی و فناوری رئیس‌جمهوری و همکاری گمرک انجام شد

پیوستن ۲۶ شرکت دانش‌بنیان برتر به فهرست فعالان مجاز اقتصادی

با هماهنگی‌های صورت گرفته بین معاونت علمی و فناوری رئیس‌جمهوری و گمرک جمهوری اسلامی ایران، ۲۶ شرکت دانش‌بنیان برتر به‌عنوان فعالان مجاز اقتصادی شناخته شدند.

سیدمحمد صاحبکار، سرپرست امور شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان معاونت علمی گفت: از برنامه‌های اصلی معاونت علمی و فناوری رئیس‌جمهوری، تسهیل محیط کسب‌وکار برای شرکت‌های دانش‌بنیان است که تسهیل تعامل با گمرک یکی از مهم‌ترین عوامل تسهیل تولید، صادرات و واردات شرکت‌هاست.

وی افزود: با در نظرداشتن توجه ویژه دکتر مسعودکرباسیان، رئیس گمرک جمهوری اسلامی ایران به شرکت‌های دانش‌بنیان، تاکنون مزایای خاصی برای شرکت‌های دانش‌بنیان در گمرکات کشور مصوب و ابلاغ شده است.

دبیر کارگروه ارزیابی شرکت‌های دانش‌بنیان معاونت علمی گفت: انتخاب شرکت‌های دانش‌بنیان برتر از سوی معاونت علمی، براساس معیارهای مختلف از جمله میزان فعالیت‌های بازرگانی و حجم واردات و صادرات آنها در طول سال انجام شده است.

همچنین احراز شایستگی‌ها و صلاحیت‌های عمومی شرکت‌های معرفی شده، نظیر عدم تخلف در سیستم‌های گمرکی، بانکی، مالیاتی و... از سوی گمرک جمهوری اسلامی ایران و با همکاری سایر دستگاه‌ها انجام شده است.

صاحبکار اظهار کرد: فعالان مجاز اقتصادی در تعاملات گمرکی خود می‌توانند از ۱۹ مزیت استفاده کنند که استفاده از تسهیلات ماده ۵۷ آیین‌نامه اجرایی قانون امور گمرکی، پذیرش ضمانت‌نامه بانکی حداکثر یک‌ساله برای ترخیص قطعی ماده ۶ قانون امورگمرکی، پذیرش ضمانت‌نامه بانکی کلی برای ترخیص قطعی و سایر رویه‌ها ماده ۶ آیین‌نامه اجرایی قانون امور گمرکی، استفاده از تضمین بیمه‌ای برای صادرات، ترخیص کالا خارج از مسیر قرمز و استفاده کامل از تسهیلات بسته حمایت از تولید از جمله این مزایاست.

استفاده کامل از تسهیلات بسته حمایت از صادرات، تخفیف در هزینه خدمات انجام خدمات گمرکی به پیشنهاد گمرک و تایید وزیر امور اقتصادی (بند الف ماده ۳ آیین‌نامه اجرایی قانون امور گمرکی) حداکثر تا سقف ۵۰ درصد، استفاده از حداقل تضمین در کلیه مواردی که در قانون امور گمرکی و آیین‌نامه اجرایی به تضمین اشاره شده است، رسیدگی به پرونده اختلافات گمرکی فعالان اقتصادی مجاز به‌صورت فوری و خارج از نوبت در کمیسیون‌های رسیدگی به اختلافات گمرکی، ارائه مجوز ایجاد انبار اختصاصی، انجام فرآیند استرداد خارج از نوبت مطابق با تسهیلات پیش‌بینی شده در بسته حمایت از تولید با اخذ تعهد و نگهداری بخشی از کالا به‌عنوان وثیقه خارج از نوبت مطابق تسهیلات پیش‌بینی شده دربسته حمایت از تولید با اخذ تعهد از دیگر مزایایی است که فعالان اقتصادی می‌توانند در تعاملات گمرکی خود از آن استفاده کنند.

سرپرست امور شرکت‌ها و موسسات دانش‌بنیان معاونت علمی گفت: همچنین تمام اظهارنامه‌های گمرکی بیش از ۲۴۰۰ شرکت دانش‌بنیان در مسیر سبز گمرکی قرار می‌گیرد و از مزایای ورود موقت نیز می‌توانند استفاده کنند.

اخبار گردشگری

اسکال پس از ۳۵ سال به ایران می‌آید

صنعت گردشگری پس از نفت و خودرو به‌عنوان پردرآمدترین صنعت کشور محسوب می‌شود و گردشگری ایران در سه دهه اخیر با فراز و نشیب‌های زیادی روبه‌رو بوده به طوری که در این سال‌ها این صنعت با وجود داشتن ظرفیت‌های مختلف نتوانسته در حد نام خود ظاهر شود. ایران جزو ۱۰ کشور برتر جهان از نظر برخورداری از آثار طبیعی و باستانی است اما نقصان زیرساخت‌های گردشگری ایران شامل راه و جاده، هتل و محل اقامت و وسایل نقلیه رشد این صنعت را با موانع جدی روبه‌رو کرده است.

یکی از عوامل عمده رشد مثبت اقتصادی کشورها به‌ویژه کشورهای در حال توسعه، حضور و مشارکت سازمان‌های بین‌المللی در کشور و جذب سرمایه‌گذاری خارجی است که اگر همراه با انتقال آموزش، فناوری و مدیریت نوین باشد، می‌تواند پیشرفت کشور مقصد سرمایه‌گذاری را منجر شود. این مسئله موجب شده تا در صنعت گردشگری نیز رقابت بر سر همکاری با سازمان‌های بین‌المللی برای جذب منابع و تبادل تجارب ارزشمند آنها، یکی از واقعیت‌های امروز اقتصاد به هم پیوسته جهانی به‌خصوص در کشورهای در حال توسعه به شمار آید.

در ادامه روند رو به رشد تعاملات بین‌المللی ایران بعد از برجام، گردشگری ایران با یک جهش رو به رشدی در زمینه‌های مختلف مواجه شده که یکی از مهم‌ترین رخدادهای مثبت در این زمینه، بازگشایی نمایندگی سازمان بین‌المللی اسکال (SKAL) به‌عنوان یکی از مهم‌ترین مراجع بین‌المللی گردشگری پس از ۳۵ سال در ایران است که از آن به‌عنوان بازوی اجرایی سازمان جهانی جهانگردی (UNWTO) نام برده می‌شود.

این باشگاه به طور رسمی در ۳۰ نوامبر ۱۹۵۹ در تهران آغاز به کار کرد و ۳۰ سپتامبر ۱۹۸۱ فعالیت‌هایش در ایران معلق شد؛ اسکال با بیش از ۸۰ سال سابقه فعالیت، سازمان حرفه‌ای ترویج دوستی با توسعه گردشگری بوده و به‌عنوان یک گروه بین‌المللی متحدکننده تمام حوزه‌های صنعت گردشگری، دارای ۱۶ هزار عضو در قالب ۴۰۰ باشگاه در ۸۷ کشور است.

البته اسکال در حال ثبت خود در ایران به‌عنوان یک NGO است و روند آن بین سه تا شش ماه طول می‌کشد. دایره فعالیت‌های اسکال براساس اساسنامه آن جذب گردشگر و بازاریابی، خریدوفروش کالاهای مرتبط با این صنعت، مباحث آموزشی و گستره وسیعی از فعالیت‌های مشابه را شامل می‌شود.

در حال حاضر گردشگری ایران نیز مثلا با گردشگری ترکیه خیلی متفاوت است؛ بدین شکل که مثلاً در ترکیه بیشتر گردشگری تفریحی مدنظر است اما در ایران، فرهنگی. یا در ایران شاخص‌هایی هست که ظرفیت‌های خیلی خوبی از نظر ما دارد اما به اندازه کافی به آن پرداخته نشده است مثل گردشگری سلامت.

گردشگری سلامت یکی از برنامه‌های جدی باشگاه اسکال در ایران خواهد بود. مطالعات نشان داده که ظرفیت این نوع گردشگری به بهترین شکل در ایران هست اما برنامه مدونی برای آن وجود ندارد و اگر تاکنون برای این شاخه از گردشگری هم ورودی داشته‌ایم بسیار اتفاقی بوده است؛ مثلاً در عراق جنگ شده و نزدیک‌ترین راه به آنها برای استفاده از خدمات سلامت، ایران بوده است و در کل ما برنامه بلندمدت در این زمینه را نظیر آنچه در هند اتفاق افتاده نداشته‌ایم.

اولویت دیگر در ایران مبحث آموزش است که برای ارتقای این صنعت در ایران به تربیت نیروی انسانی متخصص نیاز مبرم داریم؛ نیرویی که بتواند مطابق استانداردهای جهانی خدمات به مشتری ارائه کند. اینها جزو اهداف اصلی نمایندگی اسکال در ایران خواهد بود.

فاینانس و جذب سرمایه‌گذاری خارجی

وکیل جهانی و نماینده تام‌الاختیار اسکال در ایران در این باره اظهار داشت: اسکال می‌تواند ورود سرمایه‌گذاران خارجی مرتبط با صنعت گردشگری در ایران را تسهیل کند، هم اینک در اعضای اسکال در سطح جهان، تعدادی بانک، شرکت سرمایه‌گذاری، بیمه و حتی شرکت هواپیمایی وجود دارد که بعد از تأسیس این باشگاه در ایران برای تبلیغ و سرمایه‌گذاری اعتماد بیشتری پیدا می‌کنند. عرضه کردن (پرزنت کردن) پروژه‌های اسکال در هر کشوری بین اعضای جهانی خود، امری معمول است که به این مسئله کمک خواهد کرد.

وی می‌افزاید: اسکال برای تهیه بسته‌های تبلیغی گردشگری و پخش آن در رسانه‌های بین‌المللی بودجه اختصاصی دارد، علاوه بر این وقتی باشگاه اسکال یک مقصد گردشگری را در ایران معرفی می‌کند از تخت جمشید گرفته تا تالاب انزلی، اطلاعات این مقصد بین ۸۷ کشور عضو به‌طور خودکار به اشتراک گذاشته می‌شود.

در گفت‌وگو با «فرصت امروز» عنوان شد

بازارچه‌های دائمی راه ورود صنایع‌دستی به خانه‌ها

مینا رشیدی

سعید غلامحسینی | فرصت امروز

صنایع‌دستی می‌تواند اثرات مثبت اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و بعضا حتی زیست‌محیطی داشته باشد؛ نقش صنایع‌دستی در بالا بردن سطح اشتغال، تولید ملی، ازدیاد درآمد سرانه، توسعه گردشگری، افزایش مبادلات فرهنگی، ایجاد هویت و غرور ملی و قومی، پویا نگاه داشتن خلق هنری در بین هنرمندان و سازندگان مناطق مختلف و بسیاری دیگر تنها بخشی از این اثرات است.

صنایع‌دستی، این مجموعه‌ای از هنر – صنعت‌ها، عمدتا با استفاده از مواد اولیه بومی و به کمک دست و ابزارهای دستی، به ساخت و تهیه محصولاتی می‌انجامد که در هر واحد آن، ذوق هنری و خلاقیت فکری صنعتگر به نحوی تجلی یافته و همین عامل وجه تمایز اصلی این‌گونه محصولات از مصنوعات مشابه ماشینی و کارخانه‌ای است.

صنایع‌دستی حتی بدون در نظر گرفتن پتانسیل‌های صادراتی آن، به سبب بی‌نیازی از تجهیزات و ابزارآلات پیشرفته، مواد اولیه وارداتی، نیروی متخصص خارجی و سرمایه‌گذاری بالا می‌تواند توسعه پایدار را در مناطق مختلف به‌ویژه مناطق حاشیه‌ای و روستایی محقق سازد و از طرف دیگر نقشی مکمل در کنار صنایعی مانند گردشگری ایفا کند.

با این حال، صنایع‌دستی کشور هنوز که هنوز است تمام پتانسیل‌های خود را برای تحقق تأثیرات مثبتش به کار نگرفته است و بر قامتی که از نظر کارشناسان داخلی و خارجی شایسته آن است، نایستاده است. یکی از مهم‌ترین مشکلاتی که هنرمندان صنایع‌دستی همیشه با آن دست به گریبان بوده‌اند، بحث فروش صنایع‌دستی است. هنوز نیز خلأ فروش و اتصال حلقه‌های تولید به فروش و ایجاد شبکه‌ای منسجم و به‌هم‌پیوسته که بتواند خریداران و تولیدکنندگان را چه در سطح داخلی و چه در سطح بین‌المللی به یکدیگر پیوند دهد مهم‌ترین چالشی است که صنایع‌دستی کشور با آن دست به گریبان است. پراکندگی تولیدکنندگان صنایع‌دستی امکان تبلیغات و بازاریابی‌های منسجم و موثر را برای آنها محدود می‌سازد و نیاز به وجود سازمان‌های متخصصی که به پشتیبانی از این فرآیند برآیند، دیده می‌شود.

بر هیچ کس پوشیده نیست که عرضه مناسب و معرفی خوب محصولات می‌تواند فروش صنایع‌دستی را افزایش دهد و نبود بازارچه‌های دائمی صنایع‌دستی یکی از بزرگ‌ترین مشکلات حوزه صنایع‌دستی است. از سوی دیگر، عدم شناخت کافی از نیاز واقعی بازار و سلیقه مصرف‌کننده امروزی و فاصله روزافزون میان خواسته مصرف‌کننده و محصولات تولیدکنندگان صنایع‌دستی در کشور سبب شده بخشی از بازار داخلی در اختیار صنایع‌دستی چینی، هندی و پاکستانی قرار گیرد. هم‌اکنون مسئولان سازمان میراث فرهنگی درصدد هستند برای پرکردن این فاصله‌ها، زمینه حضور فعالان صنایع‌دستی و محصولات آنها را در بازارچه‌ها و شهرک‌های صنایع‌دستی فراهم کنند.

ضرورت ایجاد فروشگاه‌ها و بازارچه‌های دائمی صنایع‌دستی علاوه بر تاثیرگذاری آنها در فروش و توسعه صنایع‌دستی کشور، «فرصت امروز» را برآن داشت تا در این شماره به بررسی اهمیت چنین فضاهایی بپردازد.

فخری اله توکلی، رئیس کمیته هنر کمیسیون گردشگری، اقتصاد ورزش و اقتصاد هنر اتاق بازرگانی در گفت‌وگوی اختصاصی با «فرصت امروز» با اشاره به فقدان آمار دقیق و به روز از تعداد محصولات تولید شده و میزان محصولات به فروش رفته در کشور می‌گوید: اطلاعات دقیقی از میزان فروش داخلی و خارجی در دست نیست. زیرا بخشی از صنایع‌دستی کشور نظیر سنگ‌های قیمتی، نقره و بسیاری دیگر به‌صورت چمدانی به خارج از کشور منتقل می‌شود. به دلیل عدم کدگذاری، میزان آمار تولید با آمارهای متولیان صنایع‌دستی مطابقت ندارد.

وی ادامه می‌دهد: در این خصوص پیشنهاد می‌دهم قبل از انجام هر کاری پایش دقیقی توسط نهادهای متولی در زمینه آمارهای صنایع‌دستی انجام شود. چرا که بدون رصد وضعیت فعلی، برنامه‌ریزی برای آینده امکان ندارد.

رئیس کمیته هنر کمیسیون گردشگری در پاسخ به این سؤال که ایجاد فروشگاه و بازارچه‌های دائمی چه کمکی می‌تواند به توسعه صنایع‌دستی کشور کند، می‌گوید: با ایجاد چنین فضاهای مشخصی برای فروش صنایع‌دستی، اعتمادسازی، کنترل کیفیت و نظارت بر قیمت به طور موثر و بهینه صورت می‌پذیرد و چرخه تولیدات با شتاب بیشتری می‌تواند حرکت کند.

وی با اشاره به ارتباط تنگاتنگ صنایع‌دستی به‌عنوان یکی از جاذبه‌های کشور با گردشگری اظهار می‌کند: از آنجا که فروش صنایع‌دستی به گردشگران اغلب در خرده‌فروشی‌ها صورت می‌گیرد و غالبا مکان‌های خرده‌فروشی در محل‌هایی قرار گرفته‌اند که در جوار جاذبه‌های گردشگری نیستند، بنابراین ضرورت ایجاد نمایشگاه‌ها و فروشگاه‌های دائمی به شکل بازارچه یا راسته در تلفیق با عناصر گردشگری می‌تواند به توسعه صنایع‌دستی کشور و رشد آن کمک بسزایی کند.

اله‌توکلی اضافه می‌کند: چنین اتفاقی در میدان نقش جهان اصفهان رخ داده است. هم‌نشینی گردشگری و صنایع‌دستی در کنار هم می‌تواند به توسعه هر دو کمک کند.

رئیس کمیته هنر کمیسیون گردشگری در خصوص الزاماتی که در ایجاد چنین فروشگاه‌های بزرگ و تخصصی باید در نظر گرفته شود، می‌گوید: با ایجاد فروشگاه‌های معتبر باید انتظارات مشتریان به‌ویژه گردشگران خارجی نیز مدنظر قرار گیرد. امکاناتی از جمله استفاده از کارت‌های اعتباری بین‌المللی جهت خرید برای مشتریان تنها یکی از این الزامات است. اگرچه در اکثریت بازارهای سنتی صنایع‌دستی این امکان فراهم نشده است.

وی اضافه می‌کند: گردشگران به دنبال مکان‌های فروش صنایع‌دستی معتبر هستند و ایجاد چنین فضاهایی فرآیند خرید را برای مشتریان آسان‌تر و قابل اعتمادتر می‌سازد.

اله‌توکلی در رابطه با تاثیر ایجاد فروشگاه‌ها و بازارچه‌های دائمی صنایع‌دستی در اشتغال‌زایی اظهار می‌کند: ایجاد بستر مناسب و قابل اعتماد برای فروش صنایع‌دستی به خریداران آن، با تزریق پول به سیستم، تقاضا را برای محصولات صنایع‌دستی بیشتر می‌کند و همین امر منجر به افزایش تولید و در نتیجه اشتغال بیشتر نیروی کار می‌شود.

وی در اشاره به میزان نهاده مورد نیاز برای سرمایه‌گذاری در ایجاد فروشگاه‌های دائمی می‌گوید: میزان نهاده سرمایه‌گذاری بسته به مکان تاسیس، ابعاد فروشگاه، شیوه غرفه‌آرایی و طراحی مکان و نحوه ارائه محصول و نوع خدمات پشتیبانی ارائه شده فرق خواهد داشت.

رئیس کمیته هنر کمیسیون گردشگری در پاسخ به این سؤال که آیا ایجاد و راه‌اندازی چنین فروشگاه‌ها و بازارچه‌هایی می‌تواند سودده باشد، بیان می‌کند: به طور کلی صنایع‌دستی به سبب بومی بودن و عدم وابستگی آن به مواد اولیه و تجهیزات وارداتی به راحتی در داخل کشور قابل تحقق است و نیاز به سرمایه‌گذاری‌های انبوه نداشته و همین امر ارزش افزوده آن را بالا می‌برد و می‌تواند به راحتی به کسب‌وکاری سودده تبدیل شود. به همین ترتیب، راه‌اندازی فروشگاه‌های دائمی نیز می‌تواند سودده باشد، اما برای سودده بودن آنها باید محصولات ارائه شده در آنها تا حدودی مطابق با تقاضای بازار باشد. امروزه این تقاضا در جهت محصولات دکوراتیو و کالاهایی قرار دارد که در طراحی داخلی به کار گرفته می‌شود. بنابراین صنایع‌دستی ایران هم باید ابتدا خود را در چنین قالبی بازتعریف کند و برای این کار باید ابتدا صنایع‌دستی به درستی به‌عنوان یک صنعت خرد شناسایی شود و مطالعات تطبیقی با صنایع‌دستی کشورهای پیشرو نظیر هند، چین و آمریکای لاتین صورت گیرد.

وی ادامه می‌دهد: پس از مطالعه کامل سلیقه بازار با انجام برنامه‌ریزی پنج تا ده ساله جامع و یکپارچه در کنار همکاری و تعهد همه نهادهای ذی‌ربط به این برنامه می‌توان تغییرات استراتژیک در تولید، عرضه و صادرات صنایع‌دستی ایجاد کرد. در صورت تحقق این امر کارگاه- فروشگاه‌های صنایع‌دستی گزینه‌های خوبی برای عرضه مناسب محصول، جذب مشتری و خلق ارزش افزوده خواهند بود.

اله‌توکلی اضافه می‌کند: درحال حاضر عرضه نامناسب و کاربردی نبودن محصولات، قیمت‌های غیرمتعارف و پراکندگی این فروشگاه‌ها علاوه بر نداشتن دانش مدیریت فروش از مهم‌ترین چالش‌ها و مشکلات این فروشگاه‌ها هستند.

رئیس کمیته هنر کمیسیون گردشگری در بیان مهم‌ترین دستاوردهایی که ایجاد فروشگاه‌ها و بازارچه‌های دائمی می‌تواند برای صنایع‌دستی کشور داشته باشد، می‌گوید: ایجاد چنین فضاهایی می‌تواند مهم‌ترین چالش مدیریتی کشور را که در حقیقت همان اشتغال‌زایی برای جوانان است در قالب کسب‌وکارهای پایدار مرتفع سازد و عرصه‌ای را برای اتصال تولیدکننده به خریدار شکل دهد و خلأ ناشی از آن را که سال‌هاست بر بدنه صنایع‌دستی کشور گره خورده است پر کند.

وی مهم‌ترین چالش ایجاد و تداوم چنین فضاهایی را عدم فرهنگ‌سازی برای خرید صنایع‌دستی می‌داند و ادامه می‌دهد: فقدان تبلیغات از طریق رسانه‌های ملی و بین‌المللی، عدم آشنایی با نیاز و تقاضای مشتریان و حتی گردشگران در کنار فعالیت‌های جزیره‌ای نهادهای مدیریتی و دولتی، ماندگاری و پایداری این کسب‌وکارها را با مشکل رو به رو می‌سازد.

اله‌توکلی اضافه می‌کند: روش‌های فروش سنتی، بی‌توجهی به مسائلی همچون اندازه، وزن، بسته‌بندی‌های زیبا و چگونگی قرارگیری کالای مورد نظر در چمدان گردشگر از دیگر معضلات موجود در این حوزه است و به‌ویژه برای گردشگران حساسیت بالایی ایجاد می‌کند.

رئیس کمیته هنر کمیسیون گردشگری با تأکید بر ضرورت ایجاد دهکده‌ها یا بازارچه‌های محلی صنایع‌دستی هر منطقه می‌گوید: توسعه صنایع‌دستی می‌تواند در معرفی هنر بومی منطقه و کاهش فقر به‌ویژه در مناطق دور افتاده و حاشیه‌ای مؤثر باشد.

با تمام آنچه گفته شد به نظر می‌رسد برای ایجاد فروشگاه‌ها و بازارچه‌های دائمی صنایع‌دستی حضور بخش خصوصی در کنار تسهیلات و بسته‌های انگیزشی دولتی می‌تواند تأثیر عمیقی در افزایش تعداد چنین فضاهایی داشته باشد.

با این حال به سبب عدم وجود مکان‌های مناسب و دائمی فروش، فقدان فرهنگ خرید و تبلیغات، صنایع‌دستی سهم مناسبی در سبد خریدهای خانواده ایرانی ندارد. آگاهی‌سازی از مهم‌ترین عوامل در زمینه نگهداشت، بازسازی و گسترش هنرهای سنتی و صنایع‌دستی است. افزایش این آگاهی در جامعه از یک سو افزایش تقاضا برای یادگیری، خرید هنرهای دستی و بومی را در پی دارد و از سوی دیگر منجر به تحرک و پویایی هنرمندان، صنعتگران و علاقه‌مندان برای ورود و کار در این حوزه می‌شود و رشد فعالیت‌های تولیدی و شکوفایی نوآوری‌ها را در این حوزه به دنبال خواهد داشت.

اقدامات جدید خدماتی برای بازدیدکنندگان بیستون

به گزارش ایرنا، محمدحسن طالبیان در حین بازدید از بیستون از افزایش خدمات گردشگری به بازدیدکنندگان با رعایت حفظ آثار تاریخی خبر داد و افزود: اکنون با توجه به ارزیابی‌های کارشناسان، مجموعه جهانی بیستون از وضعیت مناسبی برخوردار است، هر چند که در بخش‌هایی از جمله تملک سوله‌ها و کاربری آنها اشکالاتی وجود داشت اما وضعیت آنها نیز پس از رایزنی‌هایی که با کارشناسان انجام گرفت به‌طور کامل مشخص شد.

به گفته وی، اکنون سوله‌هایی که متعلق به مجموعه جهانی بیستون است قرار است تبدیل به فضاهایی برای تولید محصولات فرهنگی و معرفی سایت به بازدیدکنندگان شود، به‌طوری‌که گردشگران پیش از آنکه از مجموعه بازدید کنند با تاریخ سایت باستانی بیستون آشنا شوند.

معاون میراث فرهنگی کشور همچنین از افزایش خدمات گردشگری در ورودی سایت تاریخی بیستون خبر داد و گفت: قرار است با توافقی که انجام گرفته، خدمات به گردشگران در ورودی سایت تاریخی بیستون افزایش یابد و ظرفیت‌های بیشتری در اختیار بازدیدکنندگان قرار بگیرد.

براساس گزارش روابط عمومی معاونت میراث فرهنگی، طالبیان افزود: بسیاری از مردم تمایل داشتند که کتیبه بیستون را از نزدیک مشاهده کنند، برای اینکه این فرصت در اختیار مردم قرار بگیرد اما آسیبی هم به نقش برجسته وارد نشود قرار شد مردم بدون آنکه به کتیبه نزدیک شوند، از پایین نقش برجسته با استفاده از دوربین ویژه این کتیبه را به سهولت مشاهده کنند.

معاون میراث فرهنگی با ابراز امیدواری از انتشار طرح جامع بیستون در آینده نزدیک خاطرنشان کرد: همزمان با افزایش خدمات گردشگری در پایگاه جهانی بیستون، قرار است به‌زودی کتاب فعالیت‌های بیستون و طرح جامع بیستون آماده شود که به محض آماده شدن کتاب و طرح جامع بیستون در دسترس متخصصان و عموم قرار می‌گیرد.

آماده‌سازی دومین بنای سنگی مورد علاقه گردشگران خارجی

به گزارش ایرنا، محمدحسن طالبیان پس از بازدید از پایگاه تاریخی معبد آناهیتا در کنگاور تاکید کرد: ساماندهی و حفاظت از این محوطه تاریخی باید بیش از پیش مورد توجه قرار گیرد.

وی افزود: معبد آناهیتا در کنگاور یکی از سایت‌های مهم ایران به شمار می‌رود و از آنجایی که این سایت تاریخی در فهرست آثار موقت قرار دارد؛ لازم است آماده‌سازی میدان این محوطه هرچه سریع‌تر انجام شود.

به گفته طالبیان، در سال‌های گذشته اقدامات بسیاری باید برای ساماندهی محوطه انجام می‌گرفت از جمله ساماندهی سقف امامزاده‌ای که در آن محدوده است. با توجه به اینکه هیچ نهادی با توسعه امامزاده مخالف نیست، اما سقف آن باید با هماهنگی اداره اوقاف استان بازطراحی شود و متناسب با شان امامزاده و این سایت تاریخی باشد.

معاون میراث فرهنگی تصریح کرد: لازم است هر چه سریع‌تر اقدامات مربوط به پاکسازی گیاهان و علف‌های هرز در محوطه انجام گیرد و در مرحله بعد نیز خدمات مربوط به گردشگران مثل مسیر بازدیدکنندگان، اطلاع‌رسانی، نصب تابلو، تجهیز کارگاه و پایگاه برای شروع کارگاه‌های مرمتی آغاز شود.

آن‌طور که معاون میراث فرهنگی کشور می‌گوید، پس از آنکه اقدامات مربوط به خدمات گردشگران در محوطه انجام شد پیش‌بینی شده ساختمان‌هایی که داخل محوطه وجود دارند آزادسازی و تملک شوند. به طوری که طبق برنامه‌ریزی‌های انجام شده پس از تملک این بناها قرار است خدمات پشتیبانی مجموعه در آنجا استقرار پیدا کند.

طالبیان همچنین از تهیه نقشه‌های منظری معبد آناهیتا خبر داد و گفت: ترمیم حصار پیرامون معبد و همچنین تهیه نقشه و طرح جامع منظری از جمله فعالیت‌هایی است که امید می‌رود در برنامه‌ای بلندمدت انجام شود.

معبد آناهیتا به‌عنوان یکی از بزرگ‌ترین بناهای سنگی در ایران در شهر کنگاور و در استان کرمانشاه قرار دارد.

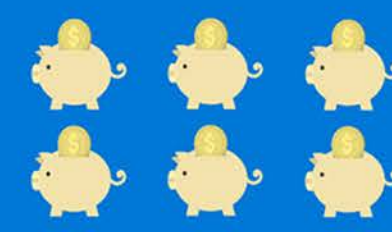
گفته می‌شود معبد آناهیتا دومین بنای سنگی ایران پس از تخت جمشید است که همواره مورد بازدید گردشگران داخلی و خارجی، باستان‌شناسان و پژوهشگران قرار می‌گیرد.

اثـــرات اقتصـــادی ارائـــه خـــدمـــات به مشتـــریـــان

مشتریان راضی از ارزش بسیار زیادی برخوردارند

%73 از مشتریان اعلام کرده‌اند که در صورت رضایت از خدمات پس از فروش یک برند استفاده از محصولات و خدمات آن را به دیگران نیز پیشنهاد خواهند کرد.

%46 از مصرف کنندگان می‌گویند محصولات و خدمات برندهای ارائه‌کننده خدمات پس از فروش مناسب و با کیفیت را بیشتر و بالاتر از سایر محصولات موجود در بازار به دوستان و نزدیکان خود پیشنهاد می‌کنند.



جذب مشتری جدید ۶ برابر گران‌تر از نگه داشتن مشتریان فعلی است.

براساس تحقیقات صورت گرفته احتمال فروش محصولات و خدمات به مشتریان فعلی ۱۴ برابر بیشتر از مشتریانی است که به تازگی جذب شده‌اند.

انتظارات از خدمات پس از فروش پیوسته در حال افزایش است

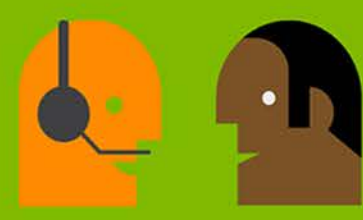
%60 از مشتریان در انگلستان خواهان وجود تعادل میان قیمت محصولات و کیفیت خدمات پس از فروش هستند و هرگز حاضر به خرید محصولات ارزان‌تر با خدمات پس از فروش بی‌کیفیت و نازل نیستند.

%59 از مصرف کنندگان در سراسر جهان انتظارات‌شان از خدمات پس از فروش نسبت به یک سال گذشته افزایش یافته است.

%75 از شرکت‌های تجاری در حال حاضر خدمات پس از فروش را به‌عنوان یک عنصر متمایزکننده در رقابت‌های تجاری قلمداد می‌کنند.

ارائه مداوم خدمات به مشتریان و راضی نگه داشتن آنان امروزه از اهمیت بسیار زیادی در جهت حفظ آنان برخوردار است

%97 از مشتریان در سراسر جهان معتقدند ارائه خدمات پس از فروش به آنان تأثیر بسیار زیادی در انتخاب محصولات برندها و وفاداری آنان به برندهای مورد نظرشان دارد.



%76 از مشتریان بر این عقیده‌اند که نحوه و کیفیت ارائه خدمات پس از فروش به آنها بهترین شیوه در جهت ارزیابی میزان اهمیت آنان برای برندها و شرکت‌های تجاری است.

%62 از مشتریان در جهان اعلام کرده‌اند که در سال جاری تنها به دلیل یک مورد برخورد نامناسب با آنان و کیفیت نازل خدمات پس از فروش برندی که از خدمات و محصولات آن استفاده کرده‌اند، تعامل با آن برند را متوقف کرده‌اند.

6/1 تریلیون دلار

هزینه انتقال مشتریان از یک برند به برندی دیگر به دلیل ارائه خدمات پس از فروش ضعیف تنها در اقتصاد آمریکا است.

%55 از مشتریان در آمریکا می‌گویند چنانچه برای سوالات خود پاسخ مناسبی در مدت زمانی کوتاه نیابند، خریدهای آنلاین خود را متوقف خواهند کرد.

متوسط هزینه ارائه خدمات پس از فروش ضروری به مشتریان توسط خرده‌فروشی‌های آنلاین در راستای افزایش اهمیت ارائه این گونه خدمات، رقمی معادل ۲۲ میلیون دلار برآورد شده است.

سبک زندگی

چگونه کودکان خود را مقتصد بار بیاوریم؟

ترجمه: فاطمه مرادی
منبع: MSN

آشنا کردن کودکان با پول، نحوه خرج کردن آن، آموزش فرهنگ پس‌انداز کردن و کسب درآمد از محورهای مهمی است که خانواده‌ها باید به طور جدی به آن بپردازند. آموزش کودکان در مورد پول بسیار ضروری است و دانشی است که در زندگی آینده به آن نیاز جدی دارند.

در این برهه از زمان که رکود اقتصادی سراسر جهان را در بر گرفته ما بیش از هر زمان دیگری نیاز داریم به فرزندانمان بیاموزیم با پولی که به دست می‌آورند چه باید بکنند، چگونه آن را به شکل صحیح پس‌انداز کنند و چیزهایی را که در مورد مدیریت مالی لازم است بدانند به آنها آموزش دهیم و فرزندان خویش را با دانش پولی صحیح آماده زندگی و آینده کنیم.

تعداد کودکان با سواد مالی در سراسر دنیا بسیار اندک است. کودکان معمولا تا حدود سن ۱۷-۱۶ سالگی به خوبی با این مفاهیم مالی آشنایی ندارند و این به آن معناست که سال‌های بسیاری را که مناسب آموزش بوده از دست داده‌اند. مثلاً آموزش مالی در اسپانیا بسیار ضعیف و بحث در مورد پول بی‌فایده است. ولی در کشور سوئد، کودکان را از دوره دبستان با مدیریت مالی آشنا می‌کنند.

به کودک مقداری پول می‌دهند و در قالب یک پروژه و طرح از او می‌خواهند تا برای پولش برنامه‌ریزی کند. به او می‌گویند که هر مقدار پولی برای چه کاری است و او باید با توجه به شیوه هزینه کردن به همه آنها رسیدگی کند و از طرفی پس‌انداز هم داشته باشد.

هیچ کس دوست ندارد در مورد پول صحبت کند. یا بهتر می‌توان گفت هیچ کس دوست ندارد در مورد پول «خود» صحبت کند. اما، ما در سنین پیش‌دبستانی می‌توانیم کودکان را با اقتصاد آشنا کنیم. در واقع والدین بهترین فرصت در اختیارشان است که آموزش مفهوم پول و دادن درک درستی از پول خرج کردن و پس‌انداز کردن به فرزندان‌شان را شروع کنند، زیرا فرزندان‌شان نیز در بهترین محدوده سنی قرار دارند و آموزش این موارد در این سنین، باعث می‌شود که در آنها نهادینه شود. کودکان باید با مفهوم پول و ارزش آن آشنا شوند، بنابراین کودکی که می‌داند والدینش زحمت می‌کشند تا پول درآورند، شیوه خرج کردن آن را یاد می‌گیرد و در صورتی که بی‌حساب به او برای خرج کردن پول ندهند، می‌تواند شیوه مدیریت امور مالی را در حد خود و در حد سن و میزان پول تو جیبی خود یاد بگیرد.

در محدوده سنی پنج سال، اگر شما به‌موقع به فرزندانتان بیاموزید، آنها می‌توانند در این سن شروع به درک مفهوم واقعی پول کنند و پول در نظرشان به‌صورت یک چیز جادویی و خارق‌العاده، آشکار و نمایان نشود. اما کودکان باید بدانند که پول همیشه در اختیارشان نیست و هر لحظه نمی‌توانند به آنچه می‌خواهند برسند یا آن را تهیه کنند.

اما فرزندانمان در چه صورتی ارزش پول را بیشتر درک می‌کنند؟ تربیت اقتصادی کودک، یکی از دغدغه‌های والدین است. در اینجا چند روش برای کمک به فرزندان در درک مسئله مالی مطرح شده‌است.

بازی با هزینه‌ها

از سه سالگی می‌توانید با کودک خود فروشگاه بازی کنید. این بازی و سروکار داشتن با پول‌های کاغذی ساختگی به کودک آموزش می‌دهد که در ازای پر کردن سبد خرید خود باید پول پرداخت کند. کمی بعدتر بازی مونوپولی به آنها مبانی پرداخت، مذاکره و معامله و تبادل پولی را یاد می‌دهد. کودکان در این بازی یاد می‌گیرند که همه نمی‌توانند یک خانه، یک هتل داشته باشند. کودک به کمک این فعالیت‌ها یاد می‌گیرد که برای به دست آوردن چیزی، یک چیز دیگر را از دست می‌دهد.

پس‌انداز و تعریف اهداف مالی

زمانی که کودکان را در مورد پول آموزش می‌دهیم، بخش اعظمی از این آموزش به نحوه پس انداز کردن مربوط می‌شود. برای مثال هنگام خرید اسباب بازی برای فرزندان خود، از پول توجیبی هفتگی آنها استفاده نکنید. در خانه، هنگامی که فرصت دارید و آنها نیز سوالاتی دارند در مورد پول‌هایشان با آنها صحبت کنید. کودک خیلی زودتر از اینها و در دو سالگی می‌آموزد که نمی‌تواند هر چیزی را که دوست دارد به سرعت به‌دست آورد.

کمی که بزرگ‌تر شد در چهار سالگی به او توضیح دهید که تفاوت میان نیاز ضروری، خواسته و هوس زودگذر چیست. با دریافت پول توجیبی و هدایای نقدی در ازای انجام کارهای خاص، او یاد می‌گیرد که مدیریت اقتصادی را از این مبالغ کم شروع کند. با او درباره طرح‌هایی صحبت کنید که دوست دارد با پس‌اندازش انجام دهد. به فرزند خود یاد بدهید که تمام پول تو جیبی خود را خرج نکند و قسمتی از آن را برای مواقع نیاز در آینده و به اصطلاح برای روز مبادا نگه دارد. به‌عنوان مثال با دریافت هر ۱۰هزار تومان پول توجیبی، ۲هزار تومان از آن را در یک قلک پول پس‌انداز کند. به آن ها کمک کنید تا بدانند با این کار چقدر پول را می توانند در طول یکسال پس انداز کنند و تصویر خوبی از آینده را در ذهن‌شان بسازید. اجازه دهید کودک شما خودش تصمیم بگیرد حتی اگر او این پول را برای خرید یک اسباب‌بازی بی‌ارزش خرج کرد هم در تصمیم‌گیری او دخالت نکنید. بهتر است او خودش تصمیم بگیرد که آیا پول خود را خرج یا آن را پس‌انداز کند.

پس از استفاده از قلک‌های پول و زمانی که او کاملا مفهوم پس‌انداز را درک کرد، باز کردن یک حساب بانکی در یک مؤسسه مالی مرحله بعدی است. کودک از این طریق متوجه می‌شود که پول‌هایش در یک جای امن سپرده شده‌است که درصورت نیاز می‌تواند آن را برداشت کند.

به او یاد بدهید که برای به‌دست آوردن پول باید کار کرد. برای کودک توضیح دهید که بزرگ‌ترها قبل از برداشت کردن از حساب، اول باید حساب بانکی خود را پر کنند به همین دلیل به سرکار می‌روند.

کودکان باید یاد بگیرند نیازهای خود را سبک و سنگین کنند. آیا می‌توانند سه بسته آبنبات بخرند؟ به او یاد بدهید که با همان مبلغ، دیگر چه کارهایی می‌تواند انجام دهد. مقایسه کردن را به فرزند خود یاد بدهید. به کودک بیاموزید که دو کالای هم قیمت را با هم مقایسه کند. آنها را از لحاظ کیفیت و تعداد و اندازه بررسی کند. جنبه‌های مختلف مصرف را به فرزند خود آموزش دهید. مثلاً تفاوت یک کالا با برندی شناخته شده را با یک برند نامعتبر برایش توضیح دهید. به کودک یاد دهید که چگونه می‌تواند از تخفیف فروشگاه‌ها بهره‌مند شود. خرید با قیمت‌های مناسب و به صرفه را به او آموزش دهید. به‌عنوان مثال پیش از مناسبت‌های به‌خصوص که فروشگاه‌ها فروش فوق‌العاده دارند او را همراه خود به خرید ببرید.

قرض دادن و قرض گرفتن

یکی از مسائل دیگر آموزش قرض دادن و قرض گرفتن است. در این مورد می‌توانیم به فرزندان خود در مواقع لزوم پول قرض دهیم اما از او بخواهیم که در زمان معینی به ما برگرداند. حتی برای تأثیر بیشتر والدین می‌توانند جلوی فرزندشان به یکدیگر پول قرض دهند و برای هم شرط بگذارند که مثلاً تا یک یا دو هفته دیگر آن را برگردانند و برگشت پول را هم در مقابل فرزندشان انجام دهند تا او هم یاد بگیرد که هر قرض دادنی بازگشتی دارد.

بودجه‌بندی

به کودک بیاموزید که از پول توجیبی خود مبلغ مشخصی را به خرید خوراکی و اسباب بازی اختصاص دهد. فرزند شما می‌آموزد که هزینه‌ها را شناسایی کند و هزینه‌های ضروری را از غیرضروری تشخیص دهد. برای فرزند خود توضیح دهید که درآمد شما صرف هزینه‌های مختلفی از جمله قبوض برق و اینترنت، گاز، خورد و خوراک، سرگرمی و سفر و خرید لوازم منزل می‌شود. درآخر فرزند شما باید یاد بگیرد که چگونه بودجه‌بندی کند. او یاد می‌گیرد که باید درآمد و هزینه‌ها با هم تناسب داشته باشند. به عبارتی دخل باید با خرج همخوانی داشته باشد.

قاب

امروز همه پرسی ماندن یا خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا برگزار می‌شود. همچنان میان مردم بر سر این موضوع اختلاف نظرهای فراوانی وجود دارد. سال ۱۹۷۵ مردم بریتانیا طی یک همه پرسی با عضویت در اتحادیه اروپا موافقت کردند و اکنون پس از ۴۱ سال مردم بر سر دوراهی قرار گرفته‌اند.

۳۶۰

بکهام: به ماندن رأی می‌دهم

کاپیتان سابق تیم فوتبال انگلیس مخالف خروج بریتانیا از اتحادیه اروپاست

ترجمه: آزاده اتحاد
منبع: گاردین

دیوید بکهام اعلام کرده به ماندن بریتانیا در اتحادیه اروپا رأی می‌دهد. او می‌گوید می‌خواهد فرزندانش در کنار بقیه دنیا و نه تنها، با مشکلات دنیا مواجه شوند. کاپیتان سابق تیم ملی فوتبال انگلیس می‌گوید: بهترین سال‌های کاری خود را در منچستر یونایتد با بازیکنان بریتانیایی بزرگی مثل رایان گیگز، نیکی بات و برادران نوایل گذرانده اما آنها با وجود «یک دروازه‌بان هلندی، پیتر اشمیکل، روین کین ایرلندی و اریک کانتونای فرانسوی تیم بهتر و موفق‌تری را به وجود آوردند.»

بکهام می‌گوید تجربه بازی‌های بین‌المللی هم درکی از فرهنگ‌های اروپایی به او داده است. او در بیانیه‌ای که روی کمپین «بمانیم قوی‌تریم» فیس‌بوک منتشر کرد، گفت: «من تجربه زندگی و بازی در مادرید، میلان و پاریس را هم به همراه هم‌تیمی‌هایی از سرتاسر اروپا و دنیا داشته‌ام. آن شهرهای باشکوه اروپایی و هواداران احساساتی‌شان من و خانواده‌ام را پذیرفتند و فرصت لذت بردن از فرهنگ و مردم منحصربه‌فرد و تاثیرگذار خود را در اختیار ما گذاشتند. ما در یک دنیای پر جنب و جوش و متصل به هم زندگی می‌کنیم که در آن همه در کنار هم قدرتمند خواهیم بود. برای فرزندان ما و فرزندان آنها، ما باید با هم و نه به تنهایی با مشکلات دنیا مواجه شویم. به همین خاطر من به ماندن رأی می‌دهم.»

اما ماجرا به همین جا ختم نمی‌شود؛ به‌ظاهر نزدیک به ۲۰ سال پیش ویکتوریا بکهام، همسر دیوید بکهام در مصاحبه‌ای با اسپکتیتور اتحادیه اروپا را به‌شدت مورد انتقاد قرار داد. او در سال ۹۶ میلادی به خبرنگار نشریه اسپکتیتور گفت: «این یک حقه وحشتناک است که بر سر مردم بریتانیا پیاده کرده‌اند. بروکرات‌های اتحادیه اروپا دارند ذره ذره فردیت و هویت ملی را از بین می‌برند. بگذارید یک مثال برایتان بزنم؛ این پاسپورت‌های جدید حال آدم را به‌هم می‌زنند، توهین به بریتانیاست. ما باید فردیت ملی خود را حفظ کنیم.»

آن موقع کمپین رسانه اجتماعی «ترک اتحادیه» یک گروه غیررسمی خواهان خروج بریتانیا از اتحادیه اروپا که یک بانک بریتانیایی آن را راه انداخته بود، از دیدگاه‌های خانم بکهام استفاده کرد.

روز سه‌شنبه ویکتوریا بکهام موضع خود را مشخص کرد و گفت که از همسرش حمایت می‌کند. او گفت به همسرش افتخار می‌کند و کمپین «ترک اتحادیه اروپا» را به خاطر استفاده از دیدگاه‌های کهنه او محکوم کرد.

او در صفحه اینستاگرام خود، در کنار لوگوی Stroneger in (یا همان کمپین «بمانیم قوی‌تریم») نوشت: «در پاسخ به کمپین ترک اتحادیه که ۲۹ سال پیش از حرف‌های من سوءاستفاده کردند باید بگویم که نظرات من هیچ ارتباطی با این همه‌پرسی نداشت. من به کشورم باور دارم و آینده‌ای را برای فرزندانم می‌خواهم که در آن ما در کنار هم قوی‌تر خواهیم بود و از کمپین ماندن در اتحادیه حمایت می‌کنم.»

بوریس جانسون، شهردار سابق لندن و یکی از رهبران کمپین ترک اتحادیه اروپا به دنبال صحبت‌های دیوید بکهام اعلام کرد که طرف آنها هم حمایت برخی از ستاره‌های سابق فوتبال انگلیس را دارد. او در گفت‌وگو با رادیو ال‌بی‌سی گفت کمپین ترک اتحادیه حمایت سول کمپل و جان بارنز را دارد.

کمبل، مدافع سابق تیم فوتبال انگلیس در ماه آوریل اعلام کرد که ترک اتحادیه اروپا امکان پرورش و تقویت استعدادهای بومی فوتبال را برای بریتانیا بیشتر می‌کند. او گفت: «ما با ایجاد این تغییرات می‌توانیم کنترل بازی مورد علاقه‌مان را دوباره به دست بگیریم. لیگ برتر دیگر کم‌کم دارد به روی همه باز می‌شود، در کنار ستاره‌های فوتبال ما شاهد تیم‌هایی هستیم که پر از بازیکن‌های متوسط خارجی هستند، به‌خصوص از اروپا. خب این فرصت‌های استعداد جوان انگلیسی و بریتانیایی را محدود می‌کند، به خاطر قوانین آزاد جابه‌جایی اتحادیه اروپا، تقریباً امکان اینکه ما بتوانیم کنترل اوضاع را به درستی در دست بگیریم، وجود ندارد.»

اما روز دوشنبه، ریچارد اسکیودمور، مدیر اجرای لیگ برتر انگلیس از کمپین ماندن در اتحادیه اروپا حمایت کرد و از حمایت هر ۲۰ باشگاه لیگ برتر از کمپین ماندن خبر داد.

دور دنیا

یک میلیون یورو برای فوتبالیست‌های آلبانیایی

فوتبالیست‌های آلبانیایی در یورو ۲۰۱۶ تاریخ‌ساز شدند و دستاوردشان از سوی دولت آلبانی مورد قدردانی مادی و معنوی قرار خواهد گرفت. نخست‌وزیر آلبانی در گفت‌وگویی اختصاصی با سی‌ان‌ان گفت که بازیکنان «بهترین سفیران» کشورشان بوده‌اند و سزاوار تشویق و تمجید هستند؛ بازیکنان تیم فوتبال آلبانی یک جایزه نقدی ۷ رقمی و پاسپورت‌های دیپلماتیک دریافت خواهند کرد. ادی ریما، نخست‌وزیر آلبانی کمتر از ۲۴ ساعت بعد از نخستین پیروزی تیم فوتبال این کشور در مسابقات یورو ۲۰۱۶ اعلام کرد که دولت آلبانی به فدراسیون فوتبال این کشور یک میلیون یورو معادل ۱/۱۳ میلیون دلار جایزه نقدی اهدا خواهد کرد. او درباره اهدای پاسپورت‌های دیپلماتیک گفت: «این یک جور قدردانی نمادین و خالصانه است. سفرا این پاسپورت‌ها را دارند و حالا این فوتبالیست‌های ما هستند که سفیران خوبی برای کشورمان بوده‌اند.»

آلبانی عضو اتحادیه اروپا نیست و تا سال ۲۰۲۰ هم نخواهد بود. این کشور در سال ۲۰۱۴ موفق به دریافت حق نامزدی شد. ریما در گفت‌وگو با سی‌ان‌ان به طنز گفت: «من امیدوارم بازی آلبانی و انگلیس را ببینم.»

کشور آلبانی از پایان دهه ۸۰ میلادی، زمانی که تحت حاکمیت رژیم توتالیتر انور خوجه و یکی از ایزوله‌ترین کشورهای دنیا بود- مسیر طولانی را تا امروز پیموده است. در آن دوره هیچ کس حتی حق خروج از کشور را نداشت.

منبع:سی‌ان‌ان

جدول امروز

قیمت زعفران

منبع: forsatnet.ir

نوع	درجه کیفیت	وزن	قیمت(تومان)
زعفران نگین صادراتی	۱	۱	۶۸۰۰۰۰۰
زعفران نگین پوشال	۱	۱	۶۱۰۰۰۰۰
زعفران ممتاز قائنات صادراتی	۱	۱	۶۵۰۰۰۰۰
زعفران سرگل ممتاز قائنات	۱	۱	۶۲۰۰۰۰۰
زعفران دسته(دخترپیچ)	۱	۱	۵۶۰۰۰۰۰
زعفران سفیدی ریشه	۱	۱	۱۸۰۰۰۰۰

کیوسک

ابررایانه دنیا آمریکایی نیست

BFM TV

ابر کامپیوتر دنیا ساخت چین است. این ابر کامپیوتر که Sunway TaihuLight نام دارد و در مدل‌سازی آب و هوا و پژوهش‌های علمی کاربرد دارد، قدرتمندترین رایانه دنیاست. این رایانه جدید به کمک ۴۰هزار پردازنده قادر است بیش از هزار تریلیون (یک با ۱۵ تا صفر) عملیات در ثانیه انجام دهد. پس از کنفرانس بین‌المللی اختصاص داده شده به این رایانه، رتبه‌بندی سایت Top500. org این کامپیوتر را به‌عنوان قدرتمندترین کامپیوتر دنیا معرفی کرد. در ساخت این رایانه هیچ قطعه آمریکایی به‌کار نرفته و تماما ساخت چین است. در این ابررایانه از پردازنده اینتل استفاده نشده است. ۴۰۹۶۰ پردازنده چینی هر کدام با ۲۶۰ هسته در این رایانه قدرتمند به‌کار رفته است. این پردازنده‌ها سه برابر قدرتمندتر از پردازنده‌های آمریکایی عمل می‌کنند. با بیش از ۱۰ میلیون هسته، این ابررایانه می‌تواند بیش از هزارتریلیون معادل ۹۳ پتافلاپس عملیات را در هر ثانیه انجام دهد. فلاپس یک شاخص سنجش کارایی پردازنده رایانه است که هر ترافلاپس معدل یک تریلیارد عملیات در ثانیه است. این ابررایانه دو برابر مدل قبلی‌اش سرعت دارد. براساس رتبه‌بندی Top500 از ۱۰ رایانه سریع و قدرتمند جهان، دو رایانه چینی و چهار رایانه ساخت آمریکا است. بقیه مدل‌ها ساخت کشورهای ژاپن، آلمان، سوییس و عربستان است. چین با صرف هزینه زیاد و سرمایه‌گذاری در طرح‌های علمی و پژوهشی به یک کشور پیشرو در این زمینه تبدیل شده است.

پارک واقعیت مجازی سامسونگ در پاریس

LE FIGARO

سامسونگ پارک تفریحی واقعیت مجازی خود را روز جمعه در پاریس بازگشایی می‌کند. این پارک S7LifeChanger نام دارد. پارک واقعیت مجازی سامسونگ روزهای جمعه تا یکشنبه به مناسبت افتتاحیه به‌صورت رایگان میزبان همگان است. سامسونگ به منظور معرفی و شناساندن کلاه واقعیت مجازی GearVR خود به عموم دست به این ابتکار زده است.

این پارک تفریحی ده‌ها فعالیت هیجان‌انگیز بر پایه تکنولوژی واقعیت مجازی ارائه می‌دهد. کلاه واقعیت مجازی GearVR سامسونگ با گوشی‌های ساخت این شرکت کار می‌کند. ایده این طرح، دو ماه پیش در کمپانی سامسونگ فرانسه متولد شد. در صورت موفقیت این طرح، فروش کلاه واقعیت مجازی می‌تواند با رقبای دیگر خود رقابت کند. سایت اینترنتی این پارک تفریحی، از ماه دسامبر به طور مرتب ویدئوهای ۳۶۰ درجه واقعیت مجازی را منتشر می‌کند. مدیر اجرای سامسونگ در فرانسه می‌گوید: «به کمک تکنولوژی واقعیت مجازی، می‌توان تجربه‌های غیرممکن را در زندگی ممکن ساخت.» سامسونگ همچنین قصد دارد روزهای اول، دوم و سوم ماه ژوئیه یک فستیوال موسیقی به راه بیندازد که علاقه‌مندان می‌توانند به وسیله کلاه واقعیت مجازی در کنسرت‌های موسیقی شرکت کنند.

پیش از این هم کمپانی سامسونگ تکنولوژی واقعیت مجازی خود را در یک ترن هوایی در آمریکا به‌کار گرفته بود. به کمک کلاه واقعیت مجازی، هیجان ترن سواری چندین برابر می‌شود و افراد به‌صورت مجازی می‌توانند به تونل‌های ترسناک و ارتفاعات بالا بروند.