

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

تحلیل آثار یکسان سازی نرخ ارز بر بورس

زمانی برای شکوفایی سهم‌های صادرات محور

قاب اقتصاد



واگذاری‌های سودآور
در تاریخ برندهای بزرگ

سرمقاله

خواسته‌های بخش
خصوصی از سازمان
میراث فرهنگی

محسن
مهرعلیزاده
رئیس کمیسیون
فرهنگی اتاق تهران

کناره‌گیری و استعفاي سه وزیر در کابینه، تغییراتی را هم شامل حال سازمان میراث فرهنگی کرد؛ به این شکل که رئیس سازمان، یعنی آقای سلطانی‌فر به‌عنوان وزیر ورزش و جوانان معرفی شده است. حالا که بحث بر سر رئیس جدیدی برای سازمان میراث فرهنگی است، بخش خصوصی خواسته‌های خود را دوباره مطرح می‌کند. آنچه بخش خصوصی می‌خواهد یک‌سری راه باز کردن‌ها و تسهیلات‌دهی برای روان شدن کار بخش خصوصی و تردد گردشگر بین کشورهای مختلف با ایران است. حالا چه رئیس سازمان...

نگاهی به همکاری تبلیغاتی سوریلند و برند نت‌برگ

رسانه‌های برندینگ که خود برند هستند

ویدئوهای سوریلند با صدای گوینده آنها یعنی سروش رضایی این روزها مورد توجه بسیاری از کاربران فضای مجازی است. این ویدئوها علاوه بر تم طنزگونه‌شان به خاطر اینکه به مسائل اجتماعی روز...

۹



در چهارمین همایش پیشرفت و توسعه علمی کشور اعلام شد

کاهش ریسک و ایجاد ثبات اقتصادی کشور با افزایش کارآفرینی ممکن است

عادل نژادسلیم، مدیرعامل هلدینگ خلیج فارس
در گفت و گوی اختصاصی با «فرصت امروز»:

پیش‌تاز در عقد تفاهم‌نامه با غول‌های پتروشیمی جهانیم

۲

ربیعی عنوان کرد

تریبون‌ها آماده شنیدن صدای فقرا نیستند

وزیر تعاون، کار و رفاه اجتماعی از پوشش ۱۱ میلیون نفر در بُعد فقر غذایی خبر داد و گفت: انواع فقر در کشور شناسایی شده که فقر درمانی از مهم‌ترین موارد است.

به گزارش مهر، علی ربیعی در همایش رفاه اجتماعی، نگاهی به گذشته و چشم‌انداز آینده با بیان اینکه شورای عالی رفاه به‌عنوان نهاد مقابله با فقر ایجاد شده است، افزود: رابطه فقر کشورها و ناامنی جهانی را باید مورد توجه قرار داد، یک فرد و یک گروه می‌تواند امنیت یک کشور را تهدید کند.

وی ادامه داد: آسیب‌پذیری قدرت‌های بزرگ و سطح ناامنی در جوامع آنها با یک فرد و گروه اجتماعی گره خورده است که حادثه ۱۱ سپتامبر را می‌توان به‌عنوان نمونه ذکر کرد.

ربیعی گفت: برای کاهش فقر در کشور چند موضوع را در سه سال اخیر دنبال کردیم که ایجاد تمهیدات ساختاری و نهادی برای شنیدن صدای نخستین راهکار است. در جامعه‌ای که صدای فقرا شنیده نشود فقر روزبه‌روز بیشتر می‌شود. معمولاً در جامعه مجالی برای شنیدن صدای فقرا نیست، تریبون‌ها آماده شنیدن صدای آنها نیستند و رسانه‌ها شیوه انتقال صدای فقرا را به درستی نمی‌دانند.

وزیر رفاه افزود: گام دوم برای کاهش فقر سیاست‌گذاری‌های مربوط به فقر است. معتمد تغییر و دستکاری سیاست‌های توسعه به مفهوم ارتقای زندگی فقرا مورد نیاز است و نیازمند توسعه به مثابه ایجاد فرصت‌های برابر برای همگان هستیم.

ربیعی، ترویج گفتمان خیر جمعی را یک استراتژی در برنامه‌های این وزارتخانه عنوان کرد و گفت: ایجاد انگارهای بزرگ در جامعه را که بر مبنای آن همه باید برای محو فقر تلاش کنیم مدنظر قرار دادیم. خیر جمعی را برای جوامع مشابه خود توصیه می‌کنم.

وی گفت: اقدام دیگر ما ایجاد پنجره واحد و پایگاه اطلاعاتی است که بیش از ۱۰۰ هزار میلیارد تومان در سال برای حوزه رفاهی هزینه می‌کنیم. ۷۲ هزار میلیارد تومان تنها در سازمان تامین اجتماعی صرف می‌شود. ۱۸ هزار میلیارد تومان در بخش درمان در سازمان تامین اجتماعی و ۱۲ هزار میلیارد تومان در سازمان بیمه سلامت هزینه می‌شود.

ربیعی ادامه داد: ایجاد پایگاه اطلاعاتی به دنبال کردن برنامه‌های نامهموشان و غیرموازی کمک می‌کند. اقدام دیگر در سه سال اخیر کنترل شاخص‌های اقتصادی نظیر تورم است که در کوتاه‌مدت بر قدرت زندگی مردم تأثیر گذاشته است.

وی از شناسایی انواع فقر خبر داد و افزود: فقر درمان را به‌عنوان مهم‌ترین فقر در نظر گرفتیم. قبلاً اگر کسی به سرطان مبتلا می‌شد به راحتی دو دهک سقوط می‌کرد. دولت همه مردم را بیمه کرد و اگر امروز طرح تحول سلامت مشکل دارد، ناشی از عملکرد بیمه‌ها نیست. تمرکز بر فقر آموزش و فقر مسکن را دنبال کردیم و امروز هیچ خانواده دو معلول به بالا دیگر بدون مسکن نیست و ما همچنان مسکن حمایتی را به صورت جهت‌دار دنبال می‌کنیم.

ربیعی با بیان اینکه فقر امنیت از آینده را در قالب نظام چندلایه تامین اجتماعی و بیمه فراگیر دنبال می‌کنیم، گفت: برای کاهش فقر غذایی نیز تلاش می‌کنیم و به ۱۷۰ هزار کودک هرروز یک وعده غذای گرم می‌دهیم. همچنین سال آینده با تخصیص بودجه ۱۱ میلیون نفر را در بعد فقر غذایی پوشش می‌دهیم.

۱۳۴

آگهی مناقصه عمومی

۹۵/۳۰۰/۱۳

یک مرحله ای

خرید ۱۶۰ دستگاه کنور MK۶E با قابلیت قرائت AMM جهت خطوط انتقال و فوق توزیع

شرح در صفحه ۳

شرکت برق منطقه ای زنجان

نوبت اول

در چهارمین همایش پیشرفت و توسعه علمی کشور اعلام شد

کاهش ریسک و ایجاد ثبات اقتصادی کشور با افزایش کارآفرینی ممکن است

مدت دو سال از تاریخ شروع به کار معاف می‌باشند. آئین نامه اجرایی این تبصره شامل شیوه معرفی، زمینه‌های کاری اولویت دار، نحوه تأمین هزینه و سایر موارد به پیشنهاد سازمان و وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی به تصویب هیأت وزیران می‌رسد.

نقش مهم ۳۵۶ انجمن غیرعلمی فعال در کشور

در ادامه این همایش محمد فرهادی، وزیر علوم، تحقیقات و فناوری با اشاره به اینکه در حال حاضر ۳۵۶ انجمن فعال علمی غیرپزشکی در کشور می‌توانند در «ساماندهی آموزش عالی کشور» نقش مهمی را داشته باشند، گفت: باید مشکلات مهم کشور از جمله اشتغال، کارآفرینی و رف بیکاری از جمله بحث‌های انجمن‌های علمی باشد زیرا دستیابی به اهداف توسعه‌ای نیازمند توجه بیش از پیش به حوزه علم و آگاهی بخشی است که خوشبختانه انجمن‌های علمی با برگزاری انجمن‌های ایران در این نشست گفت: از یاریگر دستگاه‌های اجرایی، تقنینی و قضایی در اتخاذ تصمیم‌های کارشناسی بوده‌اند.

او با بیان اینکه اکنون در کشور نیازمند حرکت به سوی ایجاد رشته‌های دانشگاهی و عرصه‌های جدید هستیم و انجمن‌های علمی می‌توانند ما را در بازنگری رشته‌های تحصیلی یاری کنند، گفت: علاوه بر این انجمن‌های علمی و دانشگاهی در برون رفت از مشکلات اساسی کشور از جمله خشکسالی، کم آبی و همچنین رفع معضلات حوزه‌های مختلف از جمله اقتصادی، بسیار اثرگذار هستند.

ارتباط دانشگاه و صنعت، کلید توسعه صنعت

در ادامه نشست تخصصی «همگرایی دولت، صنعت و دانشگاه در پیشرفت توسعه علمی کشور» برگزار شد و هوشنگ رستمیان، عضو هیأت مدیره انجمن کیفیت ایران در این نشست گفت: از سال ۱۳۴۸ تاکنون هیچ‌گونه تغییری در ارتباط دولت، دانشگاه و هر جامعه‌ای برای پیشرفت نیازمند ابزار و برنامه است، در کشور ما استراتژی مشخصی برای ارتباط میان این سه بخش وجود ندارد و متأسفانه افزایش ظرفیت در دانشگاه‌های کشور، فاقد برنامه و استراتژی است.

او با شاره به اینکه عدم همگرایی «دولت، دانشگاه و صنعت» موجب از بین رفتن ارزش افزوده می‌شود، ادامه داد: اگر به ارتباط این سه بخش با دید استراتژی محور بنگریم، ارتباط دانشگاه و صنعت، «کلید توسعه صنعت» است و بدون دستیابی به توسعه

صنعتی، رسیدن به توسعه اقتصادی هم امکانپذیر نخواهد بود. به گفته رستمیان استفاده از ظرفیت‌های فرهنگی، اجتماعی و سیاسی برای تقویت تولید ملی یکی از برنامه‌های راهبردی و منطقی برای توسعه صنعتی کلان در کشور است. عضو هیأت‌مدیره انجمن کیفیت ایران با تأکید بر اینکه توسعه پایدار ارتباط نزدیکی با ارتباط محکم و صحیح دانشگاه و صنعت دارد، افزود: در کشور‌های پیشرفته ارتباط این دو بخش پیچیده و مهم است و باید گام به گام حرکت کرده تا در توسعه کشور نقش تکاملی متقابلی برای یکدیگر داشته باشند.

او در باره اهمیت ارتباط دو بخش دانشگاه و صنعت ادامه داد: همکاری دانشگاه و صنعت موجب دسترسی به جنبه‌های مفهومی «فناوری» است که به «بومی‌سازی» و «بینه‌سازی» فناوری‌های مورد نیاز کمک بسزایی می‌کند. پس باید برنامه‌های آموزشی و پژوهشی دانشگاه‌ها براساس نیاز صنعت و به روز جهان تدوین شود. به گزارش «فرصت امروز»، در دومین نشست تخصصی چهارمین همایش پیشرفت و توسعه علمی کشور که با موضوع «نقش

بخش خصوصی در توسعه کیفی و کمی پژوهش و آموزش عالی» برگزار شد، سیاوش ملکی‌فر، عضو هیأت مدیره انجمن آینده‌نگری ایران گفت: نوآوری در فناوری روندی است که پژوهشگر با نگاه به طبیعت و الهام‌گیری از این بخش آغاز می‌شود، پژوهشگر در نخستین قدم، یعنی «علم» به موضوعی خاص می‌رسد که نتیجه آن به ترتیب، اختراع، فناوری، محصول و انتفاع است که در برخی مواقع تفاوت جایگاهی کشور در هریک از این بخش‌ها خود نمایانگر وجود مشکل در هریک از این بخش‌هاست. به‌عنوان مثال با وجود اینکه ایران در «تولید علم در فناوری نانو»، رتبه هشتم در دنیاست، شاهد این هستیم که در زمینه فناوری به رتبه بیستم و هفتم و در زمینه سرمایه‌گذاری به رتبه پنجاه و پنجم در دنیا سقوط کرده‌ایم که این نشان‌دهنده عدم توانایی ایران در تبدیل علم به محصول و انتفاع است.

او در ادامه با طرح این سوال که «چرا فناوری در ایران پا نمی‌گیرد؟» گفت: از نظر من این موضوع به چندین عامل بستگی دارد که نخستین عامل «دولتی بودن اقتصاد ایران» است زیرا سازمان‌های دولتی انگیزه‌ای به مراتب کمتر از بخش خصوصی برای فعالیت‌های نوآورانه دارند. عامل دیگر «عدم ورود ما به بازارهای بین‌المللی» و کوچک بودن بازار ما است که به دلیل عدم توسعه اقتصادی کشور بودجه کافی به تحقیق، توسعه و نوآوری اختصاص نمی‌یابد.

عضو هیأت مدیره انجمن آینده‌نگری ایران، عدم آشنایی دانشگاهیان با قواعد تجارت را از جمله دیگر عوامل عدم شکل‌گیری فناوری در ایران عنوان کرد و ادامه داد: نوآوری لزوماً معطوف به فناوری‌های پیشرفته نیست و تعامل ناکارآمد شرکت‌های بزرگ و کوچک و ناشایانی فعالان صنعتی می‌تواند از جمله دیگر دلایل مهم در عملکرد ضعیف فعالیت‌های فناورانه در کشور باشد.

فقر عمومی در کشور به دلیل توزیع نامناسب امکانات

در پایان این همایش عبدالرضا رحمانی فضلی وزیر کشور طی سخنانی با اعلام اینکه نابرابری و فقر در کشور ناشی از توزیع نامناسب امکانات است، افزود: ما به‌عنوان یک حکومت اسلامی باید به نیازها و مطالبات مردم پاسخ دهیم. عدم توازن، تعادل، نابرابری و فقر عمومی در کشور نتیجه عدم تعادل و توزیع نامناسب امکانات، فرصت‌ها و فعالیت‌ها، مهاجرت، حاشیه نشینی، جرم و جنایت و بزهکاری است.

وزیر کشور در ادامه گفت: اگر می‌خواهیم اتفاقی در کشور رخ دهد، باید بخش خصوصی حمایت شود زیرا اگر این عدم توازن و نابرابری را که در کشور وجود دارد، اصلاح نشود به‌طور حتم برای توسعه با مشکلاتی مواجه خواهیم شد و به دلیل مطالبه مردم، مشکلات گریبانگیر ما خواهد شد. نظام برنامه‌ریزی ما از ۴۰ سال پیش تاکنون یک نظام بخشی کلان بوده است و نگاه بخشی کلان نمی‌تواند پیوند منظومه‌ای بین دستگاه‌ها را برقرار کند. دانشجویان ما در حوزه کاربردی و بهره‌برداری از علم‌شان دچار مشکل اساسی هستند.

در پایان چهارمین همایش پیشرفت و توسعه علمی کشور از ۱۴ انجمن علمی که براساس ارزیابی وزارت علوم بالاترین سطح را داشته‌اند، تقدیر به عمل آمد.

به گزارش «فرصت امروز»؛ چهارمین همایش پیشرفت و توسعه علمی کشور، دوشنبه سوم آبان ماه با محور «اشتغال و کارآفرینی دانش آموختگان، همگرایی دولت، صنعت و دانشگاه در پیشرفت و توسعه کشور» و «نقش بخش خصوصی در توسعه کیفی پژوهش و آموزش عالی» در دانشگاه خاتم برگزار شد.

رئیس شورای انجمن‌های علمی ایران و مدیرعامل بانک پاسارگاد در چهارمین همایش پیشرفت و توسعه علمی کشور با اشاره به نرخ بیکاری سه ماهه اول سال ۹۵، که از سوی مرکز آمار ایران، ۱۲٫۲ درصد عنوان شده است، به تشریح علل بیکاری پرداخت و گفت: موانع کسب‌وکار از جمله علل مهم در افزایش نرخ بیکاری است، همچنین عدم تطابق رشته‌های دانشگاهی و نیازهای بازار کار، حمایت مالی ناکافی از طرح‌های نوآورانه از جمله دیگر عوامل بیکاری در کشور است.

به گزارش «فرصت امروز»؛ دکتر مجید قاسمی درباره علل دیگر افزایش نرخ بیکاری افزود: شرایط رکودی در کشور از دیگر دلایل تعطیلی برخی واحدهای تولیدی و افزایش بیکاری است. مدیرعامل بانک پاسارگاد در ادامه این همایش با تأکید بر اینکه در بحث «اهداف کلان» باید به سند چشم‌انداز ۲۰ساله افق ۱۴۰۴ اشاره داشت، گفت: در این سند علاوه بر تأکید بر ارتقای بازار به جایگاه اول از نظر اقتصادی، علمی و فناوری در سطح منطقه، به ویژگی‌های جامعه ایرانی پرداخته شده و برخورداری از دانش پیشرفته، توانا در تولید علم و فناوری متکی بر سهم برتر منابع انسانی و سرمایه اجتماعی در تولید ملی اشاره شده است.

به گفته رئیس انجمن‌های علمی کشور در «برنامه پنجم توسعه» نیز به اهداف کلان کشور اشاره و رشد نرخ متوسط ۸ درصد سالانه تولید ناخالص داخلی و انجام اقدامات ضروری و لازم برای کاهش نرخ بیکاری به ۷ درصد در پایان برنامه از جمله مواردی است که در برنامه پنجم توسعه هدف‌گذاری شده بود.

قاسمی در ادامه به سیاست‌های کلی برنامه ششم توسعه برای رسیدن به اهداف کلان کشور اشاره کرد و توضیح داد: در این برنامه به تحقق متوسط رشد ۸ درصدی کشور با به‌کارگیری همه امکانات و ظرفیت‌های کشور و بهبود مستمر فضای کسب‌وکار و تقویت ساختار رقابتی و رقابت‌پذیری بازارها و مشارکت و بهره‌گیری مناسب از ظرفیت نهادهای عمومی غیردولتی با ایفای نقش ملی و فراملی آنها در تحقق اقتصاد مقاومتی اشاره شده است. همچنین اتخاذ برنامه‌های اجرایی جهت توسعه روستایی برای تثبیت جمعیت و تشویق مهاجرت به مناطق روستایی و عشایری، ایجاد فرصت‌های جدید اقتصادی و حمایت‌های ویژه از فعالیت‌های کارآفرینی و اشتغال‌زایی مزیت‌دار بومی، مقاوم‌سازی تأسیسات و زیرساخت‌ها و اماکن روستایی با تأکید بر بند ۹ سیاست‌های کلی کشاورزی از جمله امور اقتصادی مطرح شده در این برنامه هستند.

به گفته مدیرعامل بانک پاسارگاد، ایجاد اشتغال از طریق ایجاد کسب‌وکارهای جدید، یاری رساندن به دولت از طریق پرداخت مالیات ناشی از فعالیت‌های کارآفرینی، تقویت و تحریک اقتصاد و ایجاد ثروت نشانگر «اهمیت کارآفرینی در اقتصاد» است. طبق ماده ۸ و ۲۱ برنامه ششم توسعه، وزارت امور اقتصادی و دارایی موظف است با هدف تضمین امنیت سرمایه‌گذاری و کارآفرینی در کشور جذب متخصصان، صیانت، حفاظت و مقابله با اخلاص در امنیت اشخاص و بنگاه‌ها و کاهش ریسک اجتماعی در محیط کسب‌وکار، با همکاری سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، وزارت اطلاعات، وزارت دادگستری و وزارت تعاون، الزامات ارتقای امنیت فضای کسب‌وکار را تهیه و به ۲۱ نیز برای ترغیب کارفرمایان و کارآفرینان به جذب نیروی کار جوان، کارفرمایانی که طی «برنامه ششم توسعه» نسبت به جذب فارغ‌التحصیلان دانشگاهی با مدرک حداقل کارشناسی به صورت کاروزی اقدام نمایند از پرداخت سهم کارفرما و بیمه بیکاری برای

بانک‌نامه

برای نخستین بار و با مجوز بانک مرکزی

تبدیل بدون کارمزد ارز به ریال در دستگاه صراف الکترونیک بانک شهر

مدیر روابط عمومی بانک شهر گفت: دستگاه صراف الکترونیک برای نخستین‌بار از سوی بانک شهر و با مجوز بانک مرکزی به منظور تسهیل در ارائه خدمات و فقط برای مسافران خارجی راه‌اندازی شده است.

به گزارش مرکز ارتباطات و روابط عمومی بانک شهر، فرشاد فخمی با اشاره به عملکرد دستگاه صراف الکترونیک افزود: این دستگاه با اسکن پاسپورت مسافر خارجی، هویت متقاضی را احراز و ثبت و پس از دریافت ارز در دفعات مختلف تا سقف ۵۰۰۰ دلار طبق مقررات ورود و خروج از کشور و براساس ضوابط بانک مرکزی، ریال ایرانی را به شکل کارت اعتباری در دفعات مختلف و در نهایت تا سقف ۱۵۰میلیون‌ریال براساس ضوابط و مقررات پولشویی ارائه می‌دهد.

فخمی خاطر‌نشان کرد: در حال حاضر این دستگاه قابلیت تبدیل دلار و یورو را دارد، اما این امکان برای سایر ارزها نیز تعریف شده است که پس از ارائه مجوز بانک مرکزی، قابل انجام خواهد بود. مدیر مرکز ارتباطات و روابط عمومی بانک شهر تصریح کرد: نرخ ارز صرافی بانک براساس نرخ سایت sanarate. ir بانک مرکزی، مبنای محاسبه تبدیل ارز است و به دلیل اینکه بی‌واسطه و بدون کارمزد انجام می‌شود، مورد استقبال مسافران خارجی در تمامی ساعات شبانه روز به‌صورت ۲۴ ساعته قرار گرفته است.

بر این اساس، دستگاه‌های صراف الکترونیک هم‌اکنون در چند پیشخوان شهرنت فرودگاه‌های بین‌المللی امام خمینی (ره)، کیش و مشهد افتتاح و در پیشخوان شهرنت شعبه مرکزی بانک شهر در میدان فردوسی نیز به‌صورت آزمایشی راه‌اندازی شده است و امیدواریم در آینده تعداد آن توسعه یابد.

نشست مشترک مدیران بانک کشاورزی با نمایندگان شرکت دیلیم کره جنوبی



نمایندگان شرکت (Daelim) دیلیم کره جنوبی با حضور در بانک کشاورزی با رؤسای ادارات کل خارجه، اعتبارات و هدایت سرمایه‌گذاری و بازاریابی و فروش خدمات این بانک دیدار و گفت‌وگو کردند. به گزارش اداره کل روابط عمومی بانک کشاورزی، در این جلسه که سوم آبان برگزار شد، هیاتی از شرکت دیلیم درباره چگونگی همکاری با این بانک در زمینه‌های مختلف از جمله تبادل دانش و تخصص، تامین مالی طرح‌های توسعه‌ای، ساخت‌وساز، پتروشیمی و... بحث و تبادل‌نظر کردند.

براساس این گزارش، شرکت دیلیم با ۷۷ سال سابقه یکی از شرکت‌های فعال در اجرای پروژه‌های ساخت‌وساز، خدمات، پتروشیمی، تسهیلات نمایشگاهی، نیروگاه، شبکه‌های آبیاری و... به شمار می‌رود که تاکنون در اجرای پروژه‌هایی از قبیل تکمیل پروژه سد کارون، فاز یک پارس جنوبی، نیروگاه شهید رضایی و پالایشگاه گاز کنگان و نیروگاه تبریز با شرکای ایرانی مشارکت داشته است.

بیمه نامه

حمایت بیمه رازی از زائران حسینی



شرکت بیمه رازی به بیمه‌شدگان بیمه عتبات عالیات که در ایام اربعین حسینی عازم کربلای معلی و نجف‌اشرف و کاظمین و سامرا هستند، در ایام مسافرت خدمات درمانی رایگان عرضه می‌کند. به گزارش روابط عمومی بیمه رازی، این شرکت در راستای حمایت از زائران حسینی و ارج نهادن به فرهنگ عاشورایی با ارائه خدمات بیمه‌ای به دارندگان بیمه‌نامه زائران عتبات عالیات این شرکت خدمات درمانی رایگان عرضه می‌کند و بیمه‌شدگان این شرکت علاوه بر برخورداری از پوشش بیمه قیوت و تقص عضو در ایام زیارت، از خدمات درمانی رایگان در کشور عراق و در شهرهای مقدس کربلای معلی و نجف‌اشرف و کاظمین و سامرا برخوردار خواهند بود.

این گزارش می‌افزاید شرکت بیمه رازی جهت ارائه خدمات بیمه‌ای کامل و به موقع به زائران حسینی تفاهم‌نامه همکاری با سازمان هلال‌احمر جمهوری اسلامی ایران منعقد کرده است که بر اساس این تفاهم‌نامه در صورت نیاز به خدمات پزشکی، خدمات مورد نظر از تاریخ ۸/۱۰/۱۳۹۵ لغایت ۱۰/۱۰/۱۳۹۵ به‌صورت ویژه و رایگان به زائران عزیز ارائه خواهد شد.

۳۴ روز از آغاز توزیع کارت‌های اعتباری سه رنگ می‌گذرد و برخی بانک‌ها می‌گویند که هنوز دستورالعملی برای اجرا دریافت نکرده‌اند، برخی شعب نیز با بی‌مهری تمام دست رد به سینه متقاضیان می‌زنند.

درست اول همراه بود که بانک مرکزی اجرای این سیاست را برای بانک‌ها لازم‌الاجرا دانست. از آن روز به بعد، بانک‌ها با تب و تاب زیادی تلاش کردند که خود را با سیاست‌های سیاست‌گذار پولی و بانکی کشور همراه نشان دهند، اما همه چیز به این راحتی نبود.

اکنون هیچ بانکی نتوانسته کارنامه قابل قبولی را در اعطای کارت‌های اعتباری در میان مردم به جای گذارد، همه چیز گویا چیزی بیش از یک شوی رسانه‌ای از جانب بانک‌ها نبوده است. هنوز هم برخی بانک‌ها از عدم ابلاغ دستورالعمل اجرای کارت‌های اعتباری از سوی شعب مرکزی‌شان می‌گویند و وقتی که در مقابل مشتریان متقاضی کارت‌های اعتباری قرار می‌گیرند، به صراحت عنوان می‌کنند که بانک

متبوع‌شان، برنامه‌ای برای اجرای کارت‌های اعتباری ندارد و قرار هم نیست به‌زودی زود، مجری این سیاست بانک مرکزی و دولت یازدهم برای تحریک تقاضا و تامین نقدینگی و منابع مالی مورد نیاز مشتریان شود. آنها حتی می‌گویند که فشار پرداخت وام‌های قرض‌الحسنه ازدواج برای‌شان آفتدر زیاد بوده که نمی‌توانند حداقل ظرف سه تا چهار ماه آینده به اجرای سیاست اعطای کارت‌های اعتباری بپردازند.

نمره منفی در انتظار همه بانک‌ها!

این در شرایطی است که در همان روزهای ابتدای اجرای سیاست اعطای کارت‌های اعتباری از سوی بانک مرکزی، فرشاد حیدری، معاون نظارتی بانک مرکزی در پاسخ به سوال مهر حضور تمامی بانک‌ها در این طرح را لازم‌الاجرا دانست و گفت: یکی از اولویت‌های بانک مرکزی تخصیص اعتبارات خرد به تمامی مردم است و بر این اساس مدام آمارهایی را از بانک‌ها دریافت می‌کند تا بتواند میزان تسهیلات

خردی را که آنها به مردم ارائه می‌دهند پایش کند.

وی به این نکته هم اشاره کرد که در این زمینه بانک‌ها باید فعال عمل کنند و سیاست بانک مرکزی و دولت تاامین نقدینگی و منابع مالی مورد نیاز مشتریان شود. آنها حتی می‌گویند که فشار پرداخت وام‌های قرض‌الحسنه ازدواج برای‌شان آفتدر زیاد بوده که نمی‌توانند حداقل ظرف سه تا چهار ماه آینده به اجرای سیاست

بپردازند.

این در شرایطی است که در همان روزهای ابتدای اجرای سیاست اعطای کارت‌های اعتباری از سوی بانک مرکزی، فرشاد حیدری، معاون نظارتی بانک مرکزی در پاسخ به سوال مهر حضور تمامی بانک‌ها در این طرح را لازم‌الاجرا دانست و گفت: یکی از اولویت‌های بانک مرکزی تخصیص اعتبارات خرد به تمامی مردم است و بر این اساس مدام آمارهایی را از بانک‌ها دریافت می‌کند تا بتواند میزان تسهیلات

صادر نکرده‌اند و برخی دیگر نیز انقدر پیچ و خم‌های پیش روی متقاضیان را زیاد می‌کنند که عملاً مشتری از ادامه فرایند کار برای دریافت کارت منصرف می‌شود. بر همین اساس است که به نظر می‌رسد اکثر بانک‌ها باید منتظر نمره منفی بانک مرکزی در کارنامه خود، بابت عملکرد ضعیف در اجرای این سیاست موکد دولت باشند.

حال بانک‌ها می‌گویند که

دیگر منابعی ندارند که در اختیار اجرای طرح کارت‌های اعتباری قرار دهند و به همین دلیل هم به راحتی نمی‌توانند زیر بار اجرای این طرح بروند و همین امر زمینه را برای فشار مضاعف به سیستم بانکی کشور فراهم کرده است. گزارش میدانی مهر از شعبات مختلف بانک‌ها حکایت از آن دارد که بانک‌ها عزم جدی برای اجرای سیاست اعطای کارت‌های اعتباری ندارند و به نظر می‌رسد سرنوشت روشنی در انتظار این طرح نیست؛ گویا این طرح در برخی بانک‌ها به اجرا درآمده و به یابگانی رفته است.

به سیاست جدید دولت به بانک‌ها تکلیف کرده وام قرض‌الحسنه ازدواج را به یک‌باره از ۳میلیون تومان به ۱۰میلیون تومان افزایش دهند تا بلکه بتواند کمکی به زوج‌های جوان در شروع زندگی مشترک باشد، اما همین تامین منابع مالی باید از منابع داخلی بانک‌ها صورت گیرد تا بتوان به مشتریان و متقاضیان وام‌های ۱۰میلیون

تومانی اعطا کرد. حال بانک‌ها می‌گویند که دیگر منابعی ندارند که در اختیار اجرای طرح کارت‌های اعتباری قرار دهند و به همین دلیل هم به راحتی نمی‌توانند زیر بار اجرای این طرح بروند و همین امر زمینه را برای فشار مضاعف به سیستم بانکی کشور فراهم کرده است.

گزارش میدانی مهر از شعبات مختلف بانک‌ها حکایت از آن دارد که بانک‌ها عزم جدی برای اجرای سیاست اعطای کارت‌های اعتباری ندارند و به نظر می‌رسد سرنوشت روشنی در انتظار این طرح نیست؛ گویا این طرح در برخی بانک‌ها به اجرا درآمده و به یابگانی رفته است.

تجارت

گسترش روابط بانکی با ببر اقتصادی آسیا



امریکا قابل اعتنا نیست و این موضوع به اطلاع شبکه بانکی سنگاپور نیز رسیده است.

لازم به ذکر است در این ملاقات راوی منون، رئیس کل بانک مرکزی سنگاپور خواستار برگزاری نشست‌ها و ملاقات‌های بیشتر میان شبکه بانکی دو کشور برای رفع ابهامات و گسترش روابط بانکی شد.

افزایش مراودات شبکه بانکی ایران و انجمن بانک‌های سنگاپور

همچنین در این سفر و در راستای معرفی شبکه بانکی جمهوری اسلامی ایران و باهدف ایجاد و تعمیق روابط کارگزاری بانکی میان شبکه‌های بانکی دو کشور، رئیس کل بانک مرکزی و هیأت همراه با رئیس انجمن بانک‌های سنگاپور ملاقات کرد. در این جلسه که با حضور مسئولان ارشد بانک‌های مطرح سنگاپور از جمله DBS،

همچنین در این سفر و در راستای معرفی شبکه بانکی

جمهوری اسلامی ایران و باهدف ایجاد و تعمیق روابط کارگزاری بانکی میان شبکه‌های

بانکی دو کشور، رئیس کل بانک مرکزی و هیأت همراه با رئیس

انجمن بانک‌های سنگاپور ملاقات کرد. در این جلسه که با

حضور مسئولان ارشد بانک‌های مطرح سنگاپور از جمله DBS،

نرخ‌نامه

دلار ۳،۶۱۷ تومان

صرافان بازار ارز و طلا نرخ هر دلار آمریکا را ۳،۶۱۷ تومان و هر قطعه تمام بهار آزادی طرح جدید را ۱،۱۰۸،۴۰۰ تومان تعیین کردند.

هر یورو در بازار آزاد ۳،۹۶۲ تومان و هر پوند نیز ۴،۴۵۱ تومان قیمت خورد. همچنین هر نیم سکه ۵۵۹،۰۰۰ تومان و هر ربع سکه ۲۹۶،۰۰۰ تومان فروخته شد. هر سکه یک گرمی ۱۸۶،۰۰۰ تومان خریدوفروش شد و هر گرم طلای ۱۸ عیار۱۱۰،۸۸۸ تومان قیمت خورد.

عنوان	قیمت	
مثقال طلا	۴۸۰،۸۰۰	▲
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۱۰،۸۸۸	▲
سکه بهار آزادی	۱،۰۹۵،۰۰۰	
سکه طرح جدید	۱،۱۰۸،۴۰۰	▼
نیم سکه	۵۵۹،۰۰۰	▲
ربع سکه	۲۹۶،۰۰۰	▲
سکه گرمی	۱۸۶،۰۰۰	▲

نوع ارز	قیمت	
دلار آمریکا	۳،۶۱۷	▲
یورو اروپا	۳،۹۶۲	▲
پوند انگلیس	۴،۴۵۱	▲
درهم امارات	۹۸۸	▲
لیبر ترکیه	۱،۱۹۵	▲
یوان چین	۵۴۹	
بن ژاپن	۳۵	
دلار کانادا	۲،۷۵۵	▲
فرانک سوئیس	۳۶۵۳	▲
دینار کویت	۱۱،۹۲۰	▲
ریال عربستان	۹۶۵	▲
دینار عراق	۲۹۰	
روپیه هند	۵۵	
رینگت مالزی	۹۸۳	▲

دریچه

مدیرعامل بانک توسعه صادرات خبر داد

اختصاص ۴هزار میلیارد ریال تسهیلات با یارانه ۵درصدی به واحدهای تولیدی

مدیرعامل بانک توسعه صادرات ایران از اختصاص ۴هزار میلیارد ریال تسهیلات با یارانه ۵درصدی (تخفیف سود) از محل منابع داخلی بانک، برای تامین مالی واحدهای تولیدی و صنعتی خبر داد.

به گزارش روابط عمومی بانک توسعه صادرات، علی‌صالح آبادی افزود: این تسهیلات بابت طرح‌ها و سرمایه در گردش واحدهای صنعتی قابل پرداخت است و وزارت صنعت، معدن و تجارت موافقت کرده در طول مدت اجرای این تفاهنامه تا سقف ۲۰۰میلیارد ریال از منابع خود را در راستای پرداخت یارانه سود تسهیلات بانک به مشتریان در اختیار بانک قرار دهد.

به گفته مدیر عامل بانک توسعه صادرات، سقف تسهیلات مشمول یارانه برای هر واحد صنعتی ۲۰میلیارد ریال برای طرح و ۱۰میلیارد ریال برای مخفف بین‌المللی شود. بر این اساس و به منظور گسترش همکاری با بانک‌های سنگاپوری پیشنهاد می‌شود انجمن‌های بانکی این کشور طی سفری به ایران از نزدیک با فعالیت‌های شبکه بانکی ایران آشنا شوند.

رئیس شورای پول و اعتبار با اشاره به ساختار امارات متحده عربی که براساس سیاست صادرات مجدد کالا و خدمات در منطقه شکل گرفته، عنوان کرد: ساختار امارات متحده عربی براساس سیاست صادرات مجدد کالا و خدمات در منطقه شکل گرفته است، بر این مبنا پیشنهاد می‌شود کشور سنگاپور با هدف ایجاد ارزش افزوده در اقتصاد در این حوزه حضور فعال‌تری داشته باشد. انتظار می‌رود بانک‌های سنگاپوری با بهره‌گیری از ظرفیت‌های خود این امر را تسهیل کنند.

از دیگر برنامه‌های رئیس کل بانک مرکزی در این سفر می‌توان به دیدار با تارمان شانگلر تنام، معاون نخست‌وزیر و وزیر هماهنگی‌های سیاست‌های اقتصادی و اجتماعی سنگاپور اشاره کرد.

گفتنی است پیش از این و در راستای گسترش روابط بانکی ایران و سنگاپور هیأت بانک DBS با سفر به کشورمان، حساب‌های مختلفی را برای بانک مرکزی و شبکه بانکی ایران به منظور تسهیل روابط تجاری دو کشور افتتاح کرده است.

وی در ادامه بانک‌های ایرانی اعم از دولتی، خصوصی و تخصصی را با موازین و استانداردهای بین‌المللی منطقه دانست و گفت: فعالیت‌های شبکه بانکی ایران به‌ویژه در حوزه مبارزه با پولشویی، تامین مالی تروریسم و همچنین

شفاف‌سازی صورت‌های مالی با ویدئوهای بانک‌های ایرانی اعم از دولتی، خصوصی و تخصصی را با موازین و استانداردهای بین‌المللی منطقه دانست و گفت: فعالیت‌های شبکه بانکی ایران به‌ویژه در حوزه مبارزه با پولشویی، تامین مالی تروریسم و همچنین شفاف‌سازی صورت‌های مالی با

همچنین در این سفر و در راستای معرفی شبکه بانکی

جمهوری اسلامی ایران و باهدف ایجاد و تعمیق روابط

کارگزاری بانکی میان شبکه‌های بانکی دو کشور، رئیس کل بانک مرکزی و هیأت همراه با رئیس

انجمن بانک‌های سنگاپور ملاقات کرد. در این جلسه که با

حضور مسئولان ارشد بانک‌های مطرح سنگاپور از جمله DBS،

حمایت کره از ایران برای توسعه بازارهای سرمایه

یکی از ناظران ارشد مالی کره جنوبی با اشاره به

همکاری مالی پیوسته میان ایران و کره جنوبی گفت: ستؤل از ایران در توسعه بازارهای سرمایه حمایت خواهد کرد. به گزارش سنا و به نقل از روزنامه یونهاپ، جنئونگ ایون بو، معاون کمیسیون خدمات مالی گفت همکاری‌های دوجانبه با ایران برای تأمین نیازهای مالی فزاینده این کشور پس از لغو تحریم‌ها، فوریت بیشتری پیدا کرده است. جنئونگ این اظهارات را در نشست با دکتر شاپور محمدی، رئیس سازمان بورس و اوراق بهادار، در ستؤل عنوان کرد هر چند که در مورد جزئیات این همکاری صحبت نکرد. از آنجایی که ایران به‌شدت در حال فعالیت روی زیرساخت‌ها و توسعه پروژه‌هاست، کره جنوبی به دنبال فرصت‌های تجاری در ایران است. رئیس‌جمهوری کره جنوبی در ماه مه به تهران سفر کرد و با همتای ایرانی خود دیدار کرد. آمارهای صنعتی نشان می‌دهد حجم مبادلات تجاری میان دو کشور در سال ۲۰۱۵ برابر با ۶،۱ میلیارد دلار است که از میزان سال ۲۰۱۱ برابر با ۱۷،۴ میلیارد دلار کمتر است.

رشد ۱۸،۵ درصدی شاخص از روز اجرای برجام

جانشین رئیس سازمان بورس در امور بین‌الملل، صنعت خدمات مالی را کاملاً آماده و در دسترس سرمایه‌گذاران خارجی دانست. بهادر بیژنی که به همراه هیاتی ۱۱ نفره با مقامات ارشد بازار سرمایه به کره‌جنوبی سفر کرده است، در سخنرانی خود گفت: سازمان بورس و اوراق بهادار از هر گونه مشارکت خارجی استقبال می‌کند.وی که در سمینار «تبادل دانش مالی ایران - کره» شرکت کرده بود، در ارائه‌ای با نام «بازار سرمایه ایران: رشد، ثباتوری و تعهد» از رشد در بازار سرمایه ایران پس از اجرای برجام خبر داد و گفت: شاخص از روز اجرای برجام حدود ۱۸۵درصد رشد داشته و حجم معاملات نیز از رشد چشمگیری برخوردار شده است. یکی دیگر از محورهای رشد که در بخش اول این جلسه به آن اشاره شد، «صکوک» بود. به گفته بیژنی، حجم انتشار صکوک در دو سال گذشته روند صعودی داشته است؛ ضمن اینکه طیف گسترده‌ای از انواع صکوک تأیید و اجرا شده است. جانشین رئیس سازمان بورس در امور بین‌الملل ادامه داد: گرچه صکوک تاکنون رتبه‌بندی نشده ولی تضمین شده و از نقدشوندگی بالایی برخوردار است؛ ضمن اینکه امکان دادوستد در هر چهار بورس فعلی، یکی از برجستگی‌های این اوراق است. بیژنی در ادامه سخنان خود اظهار داشت: تعداد شرکت‌های جدید پذیرفته شده در بورس تهران و فرابورس در سال ۲۰۱۵ به ترتیب ۳ و ۱۰ شرکت و این تعداد در سال ۲۰۱۶ (تاکنون) به ترتیب ۳ و ۱۶ شرکت بوده است. همچنین تعداد شرکت‌های ثبت شده در فرابورس در سال‌های ۲۰۱۵ و ۲۰۱۶، ۱۳،۲۰۱۶ شرکت بوده است. وی همچنین اظهار داشت: نسبت بالای پرداخت سود نقدی P/E معادل ۱۲درصد و نسبت پایین P/E حدود ۷درصد، یکی دیگر از نکات بارز بازار سرمایه ایران است.

فرابورس

درج نماد شرکت مبین وان کیش در سامانه پس از معاملات

شرکت مبین وان کیش به‌عنوان دومین شرکت حاضر در گروه اطلاعات و ارتباطات (پس از آتیه داده‌پرداز) و هفتاد و هشتمین شرکت در بازار دوم معاملات فرابورس درج شده در نوبت عرضه اولیه قرار گرفته است. به گزارش سسات، سهامدار عمده و ۹۹درصدی این شرکت، شرکت گسترش الکترونیک ایرانیان و مشاور پذیرش آن شرکت مشاور سرمایه‌گذاری دیدگان‌نوین است. سرمایه اسمی ۱۰ میلیارد تومانی بوده و گزارش عملکرد شش ماهه منتهی به شهریور، سود هر سهم ۴۴۰ ریال پیش‌بینی شده است. فعالیت این شرکت که سال ۸۹ تأسیس شده در گروه اطلاعات و ارتباطات و زیرگروه خدمات ارزش‌افزوده قرار دارد و موضوع فعالیت آن تأمین، ارائه و توسعه خدمات ارزش‌افزوده مخابراتی، بازاریابی و توسعه خدمات داده‌ها، تأسیس و توسعه شبکه‌های مخابراتی، ارائه خدمات داده‌های تلفن همراه و ثابت و موبادی از این دست است. در همین رابطه، شرکت سپرده‌گذاری مرکزی شرکت مبین وان کیش را با نماد «ذاورن» در سامانه پس از معاملات درج کرد تا شرایط برای معامله سهام این شرکت در بازار دوم فرابورس مهیا شود.

شرکت‌ها و مجامع

افزایش ۲۹۴ میلیارد ریالی ارزش بازار «وخارزم»

«وخارزم» صورت وضعیت پرتفوی سرمایه‌گذاری‌ها در دوره یک ماهه منتهی به ۳۰ مهر ماه ۹۵ را با سرمایه ۱۲ هزار و ۵۰۰ میلیارد ریال، به‌صورت حسابرسی‌نشده منتشر کرد. شرکت سرمایه‌گذاری خوارزمی در ابتدای دوره یک ماهه منتهی به پایان مهر ماه، تعدادی از سهام چند شرکت بورسی را بهای تمام شده ۸هزار و ۷۷ میلیارد و ۹۰۰ میلیون ریال و ارزش بازار ۱۲ هزار و ۸۴ میلیارد و ۵۷۳میلیون ریال در سبد سهام خود داشت. بهای تمام‌شده این شرکت در ماه گذشته معادل ۹ میلیارد و ۱۴۶ میلیون ریال افزایش یافت و به ۸ هزار و ۸۷میلیارد و ۴۶۰ میلیون ریال رسید و ارزش بازار آن نیز با افزایش ۲۹۴ میلیارد و ۶۴۱ میلیون ریالی، معادل ۹ هزار و ۳۷۹ میلیارد و ۲۱۴ میلیون ریال محاسبه شد «وخارزم» در ماه گذشته تعدادی از سهام چند شرکت بورسی را با بهای تمام شده ۱۰ میلیارد و ۲۴۱میلیون ریال خریداری کرد. این شرکت تعدادی از سهام چند شرکت بورسی را با بهای تمام شده یک میلیارد و ۹۵میلیون ریال و مبلغ یک میلیارد و ۷۶ میلیون ریال واگذار کرد و از این بابت معادل ۱۹میلیون ریال زیان شناسایی کرد.

نماگر بازار سهام

بیشترین درصد افزایش

سرامیک‌های صنعتی اردکان در حالی عنوان نخست جدول بیشترین درصد افزایش را از آن خود کرد که معادن بافق در جایگاه دوم این گروه قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
کسرا	۸۰،۳۱	۸۹.۹
کیافک	۷،۶۸۸	۵
مداران	۳،۴۶۶	۵
آپ	۱۳،۲۵۹	۵
سغرب	۲،۸۱۷	۴.۹۹
پکویر	۳،۶۳۷	۴.۹۹
شسپا	۷،۳۲۴	۴.۹۹

بیشترین درصد کاهش

کابل البرز صدر نشین جدول بیشترین درصد کاهش شد. پگاه آذربایحان غربی در رده دوم این گروه ایستاد و ایران ترانس‌فو هم در میان سهم هایی با بیشترین کاهش قیمت جای گرفت.

نام شرکت	قیمت	درصد نوسان
بالبر	۴،۲۸۱	(۴.۸۵)
غشادر	۱،۶۵۷	(۴.۳۳)
بترانس	۱۴،۹۳۶	(۴.۱۵)
کطیس	۳،۹۸۹	(۴.۰۴)
کاذر	۲،۵۷۷	(۳.۹۱)
بشهاب	۶،۱۵۱	(۳.۳۵)
شبریز	۵،۸۲۸	(۳.۰۹)

پرمعامله ترین سهم

زامیاد پرمعامله ترین سهم بازار بورس شناخته شد. بانک پاسارگاد در رده دوم این گروه ایستاد. کمباین‌سازی ایران هم در رده‌های بالا قرار گرفت.

نام	قیمت	تعداد دفعه
خرامیا	۱۰۷۸	۴۲.۱۱۶
وپاسار	۱۰۳۵	۴۲،۰۱۱
تکمیا	۱۰۷۵	۳۶،۹۱۰
فولاد	۱۲۵۴	۲۸،۳۲۸
پلاسک	۹۶۵	۲۳،۷۷۰
قادر	۴۷۰۱	۲۳،۰۶۳
پکرمان	۳۳۷۵	۲۱،۸۱۸

بیشترین ارزش معامله

جایگاه نخست بیشترین ارزش معامله را صنایع آذربآب به خود اختصاص داد و گروه صنعتی بارز رتبه دوم را به دست آورد. سرامیک های صنعتی اردکان هم در بالای جدول بیشترین ارزش معاملات قرار گرفت.

نام	قیمت	جمع معاملات
فاذر	۴۷۰۱	۱۰۸،۴۲۵
پکرمان	۳۳۷۵	۷۳،۶۳۰
کسرا	۸۰۳۱	۶۵،۱۲۶
کطیس	۳۹۸۹	۵۹،۴۹۲
شپنا	۲۹۲۴	۵۴،۱۰۲
خرامیا	۱۰۷۸	۴۵،۴۱۸
وپاسار	۱۰۳۵	۴۳،۰۸۰

بیشترین سهام معامله شده

سرامیک های صنعتی اردکان در حالی رتبه نخست جدول بیشترین سهام معامله شده را به دست آورد که زامیاد در این گروه دوم شد و پلاسکوکار در رتبه سوم قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	تعداد سهام معامله شده
کسرا	۸۰۳۱	۲۹۰۸
خرامیا	۱۰۷۸	۳۳۲۳
پلاسک	۹۶۵	۳۱۸۱
تکمیا	۱۰۷۵	۲۱۳۵
کماسه	۱۸۳۹	۲۰۶۷
شپنا	۲۹۲۴	۱۸۴۳
فولاد	۱۲۵۴	۱۵۸۵

بالاترین نسبت P/E

رده نخست بالاترین نسبت P/E را در روز گذشته کاشی و سرامیک حافظ به دست آورد. پلاسکوکار در جایگاه بعدی قرار گرفت.

نام شرکت	قیمت	P/E
کحافظ	۳۱۹۵	۱۵۹۸
پلاسک	۹۶۵	۹۶۵
فمراد	۳۵۵۶	۸۸۹
چغفیر	۷۱۴۳	۴۲۰
تککو	۳۳۷۰	۲۹۶
خمسور	۴۱۶۱	۲۷۷
خابر	۴۲۸۱	۲۳۸

کمترین نسبت P/E

روز گذشته سرامیک های صنعتی اردکان در صدر جدول کمترین نسبت P/E ایستاد. سرمایه گذاری خوارزمی جایگاه دوم این گروه را از آن خود کرد.

نام شرکت	قیمت	P/E
کسرا	۸۰۳۱	۲.۱۳
وخارزم	۹۵۸	۲.۵۵
واعتبار	۱۶۰۶	۲.۹۷
پردیس	۱۰۵۱	۳.۱۵
ویانک	۱۸۸۳	۳.۵۷
وپاسار	۱۰۲۵	۳.۶۵
شاراک	۲۷۰۹	۴.۲۱

سهامداران به دنبال تحلیل اثرات یکسان سازی نرخ ارز بر بازار

زمانی برای شکوفایی سهم‌های صادرات محور



سیمه سهامی

اوراق

بازار

بورس

سهام

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

بورس

محاسبه نرخ خوراک گاز مایع و نفتا بر اساس ارز آزاد منتشر شد. این موضوع می‌تواند برای آن دسته از شرکت‌های پتروشیمی از جمله پتروشیمی امیرکبیر، پتروشیمی شازند و سرمایه‌گذاری صنایع سوسی دولت و بانک مرکزی بازار سهام شاهد حضور خریداران کم‌تعداد بود. گروه محصولات کانی غیرفلزی روز گذشته با رشد مطلوبی همراه بودند. نماد کسرا از این گروه پس از بازگشایی با رشد ۸۵درصدی با قیمت ۷۸۵ تومان مورد معامله قرار گرفت و سهامداران خود را شگفت‌زده کرد.

تأثیرات نرخ ارز آزاد بر صنایع بورسی
در گروه پتروشیمی‌ها نیز خبرهایی مبنی بر تغییر محاسبه نرخ خوراک گاز مایع و نفتا بر اساس ارز آزاد منتشر شد. این موضوع می‌تواند برای آن دسته از شرکت‌های پتروشیمی از جمله پتروشیمی امیرکبیر، پتروشیمی شازند و سرمایه‌گذاری صنایع سوسی دولت و بانک مرکزی بازار سهام شاهد حضور خریداران کم‌تعداد بود. گروه محصولات کانی غیرفلزی روز گذشته با رشد مطلوبی همراه بودند. نماد کسرا از این گروه پس از بازگشایی با رشد ۸۵درصدی با قیمت ۷۸۵ تومان مورد معامله قرار گرفت و سهامداران خود را شگفت‌زده کرد.

به گزارش‌های شش ماهه نیز منطقی بوده و به نظر می‌رسد، تحلیل بیش از هر زمان دیگری در معاملات به چشم می‌خورد. رشد گروه خودرو و توقف دوباره آن، رشد گروه فلزاتی و تعادل دوباره آن و رشد گروه فلزات، همگی در واکنش به اتفاقات بنیادین با گزارش‌های شش ماهه یا اخبار گروه مسکن و شش ماهه دوم سال همواره شاهد تشدید رکود مسکن و کاهش نسبی ساخت‌وساز و کاهش حجم معاملات مسکن هستیم و عمده خریدوفروش‌های این بازار در فاصله زمانی اردیبهشت تا شهریورماه اتفاق می‌افتد. در گروه سیمان نیز، عمده تحرکات گروه به واسطه اخبار امیدوارکننده آن است که قطعا در میان مدت و بلندمدت ناهادهای سیمانی جای

میان‌مدت امیدآرت‌رند. واکنش‌ها به گزارش‌های شش ماهه نیز منطقی بوده و به نظر می‌رسد، تحلیل بیش از هر زمان دیگری در معاملات به چشم می‌خورد. رشد گروه خودرو و توقف دوباره آن، رشد گروه فلزاتی و تعادل دوباره آن و رشد گروه فلزات، همگی در واکنش به اتفاقات بنیادین با گزارش‌های شش ماهه یا اخبار مناسب این گروه بود و در برخی مواقع هم بازار به اخبار تأیید نشده گروه مسکن و شش ماهه دوم سال همواره شاهد تشدید رکود مسکن و کاهش نسبی ساخت‌وساز و کاهش حجم معاملات مسکن هستیم و عمده خریدوفروش‌های این بازار در فاصله زمانی اردیبهشت تا شهریورماه اتفاق می‌افتد. در گروه سیمان نیز، عمده تحرکات گروه به واسطه اخبار امیدوارکننده آن است که قطعا در میان مدت و بلندمدت ناهادهای سیمانی جای



۲ سیاست اصلی عرضه پتروشیمی‌ها در بورس کالا

«تبدیل شدن به بورس مرجع جهانی» و «کاهش خام فروشی»

مرحقق می‌سازد، اظهار داشت: مهم‌ترین اهداف شورای رقابت در اجرای این مصوبه ارتقای محصولات فرآورده شده با ارزش‌افزوده بالا، تأمین نیازهای داخلی و دستیابی به رتبه برتر و اثرگذار به‌عنوان یک مرجع جهانی برای تعیین قیمت در بورس کالای پتروشیمی است. قرقخانی همچنین اذعان داشت: با تولید محصولات فرآورده شده داخلی با ارزش‌افزوده پایین و بر اساس قیمت جهانی خوراک صنایع پایین‌دستی تأمین شده، همچنین باید برای ارائه بسته‌های حمایتی به این بخش یارانه‌هایی نیز به صنایع پایین‌دست اختصاص داده شود تا بتوان تا حد ممکن از خام‌فروشی محصولات پتروشیمی جلوگیری کرد. سخنگوی کمیسیون انرژی

مجلس شورای اسلامی گفت: به طور جدی هنوز بخش خصوصی واقعی برای این صنعت در کشور ایجاد نشده و صنایع پتروشیمی بیشتر زیرمجموعه بخش دولتی محسوب می‌شوند و در واقع بیش از ۹۰درصد پتروشیمی‌های کشور، دولتی و شبه‌دولتی بوده است. حسن مرادی، استاد حقوق و انرژی دانشگاه تهران در گفت‌وگو با «باشگاه خبرنگاران جوان»، در خصوص وضعیت فعلی قیمت محصولات پتروشیمی گفت: در گذشته قیمت محصولات تولیدی کشور با قیمت بازارهای جهانی تفاوت محسوسی داشت اما در سالیان اخیر تحول بنیادی در عرضه محصولات و فرآورده‌های پتروشیمی صورت گرفته است که این تعادل از لحاظ قیمت منجر به تأمین دو طرفه منافع دولت و ملت

شده است. وی در خصوص عرضه محصولات پتروشیمی در بورس اظهار داشت: عرضه محصولات در بورس موجب شفافیت بیشتر شده و از رانت و واسطه‌گری جلوگیری می‌کند، ضمن اینکه همه را در جریان آمارهای معاملات قرار خواهد داد؛ اساس و اصل عرضه کالا، بورس است و مخالفان غرضی از صنایع پتروشیمی باید نگاهی به کشورهای مترقی دنیا در حوزه انرژی و محصولات فرآورده شده بیندازند تا لزوم این اقدام را بیش از پیش دریابند. مرادی تصریح کرد: موجبات رونق اقتصادی از طریق عرضه محصولات در بورس فراهم شده و با منصل شدن بورس کشور به بورس‌های بین‌المللی، قیمت فرآورده‌ها جهانی شده و امکان ورود به بازارهای جهانی و منطقه‌ای میسر خواهد شد.

جلوگیری از این خسارت‌ها، بخش خصوصی باید وارد عرصه شود؛ واگذاری‌های سهام‌نگامی تحقق می‌یابد که بخش خصوصی به‌طور واقعی به این بخش ورود کند و شورای رقابت و مجلس برای تحقق شدن بیشتر آن به طور جدی پیگیری این امر شوند.

جلوگیری از این خسارت‌ها، بخش خصوصی باید وارد عرصه شود؛ واگذاری‌های سهام‌نگامی تحقق می‌یابد که بخش خصوصی به‌طور واقعی به این بخش ورود کند و شورای رقابت و مجلس برای تحقق شدن بیشتر آن به طور جدی پیگیری این امر شوند.

نیز رشد یک واحدی را تجربه کرد و در رقم ۸۲۷واحدی ایستاد.

نماد معاملاتی «شتران» که در پایان بازار به علت انتقال به بازار معاملاتی بورس تهران بسته شد، نزدیک به دو واحد تأثیر منفی بر آیفکس گذاشت. نمادهای «شاون» و «شراز» نیز پس از «شتران» بالاترین تأثیر منفی را بر شاخص فرابورس گذاشتند. نمادهای «دوب»، «مارون» و «زاکرس» اما با رشد قیمتی خود، بالاترین تأثیر مثبت را بر نماگر فرابورس داشته و در نهایت رشد یک واحدی آیفکس را رقم زدند. بخش عمده‌ای از ارزش معاملات صورت‌گرفته در فرابورس مرتبط با بازار اوراق با درآمد ثابت بود، به‌طوری که تعداد ۱۳میلیون ورقه به ارزش بیش از یک‌هزار و ۲۷۵میلیارد ریال در این بازار دست به دست شد. اسناد خزانه اسلامی مرحله هشت با ثبت نقل و انتقال ۱۱۳ هزار ورقه به ارزش ۹۶ میلیارد ریال در صدر سایر اوراق مورد مبادله در این بازار قرار گرفت.

پس از آن، نماد اسناد خزانه مراحل ۷۶ و ۱۰۰ بیشترین حجم و ارزش معاملات را تجربه کردند. بررسی معاملات انجام شده در صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله نیز نشان می‌دهد صندوق سرمایه‌گذاری آرمان‌آتی کونتر بیشترین حجم و صندوق اعتمادآفرین پارسیان بالاترین ارزش معاملات را در اختیار گرفتند. درETF ها امروز تعداد ۱۰۹ میلیون ورقه به ارزش ۱۸ میلیارد ریال خریدوفروش شد.

پس از آن، نماد اسناد خزانه مراحل ۷۶ و ۱۰۰ بیشترین حجم و ارزش معاملات را تجربه کردند. بررسی معاملات انجام شده در صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله نیز نشان می‌دهد صندوق سرمایه‌گذاری آرمان‌آتی کونتر بیشترین حجم و صندوق اعتمادآفرین پارسیان بالاترین ارزش معاملات را در اختیار گرفتند. درETF ها امروز تعداد ۱۰۹ میلیون ورقه به ارزش ۱۸ میلیارد ریال خریدوفروش شد.

پس از آن، نماد اسناد خزانه مراحل ۷۶ و ۱۰۰ بیشترین حجم و ارزش معاملات را تجربه کردند. بررسی معاملات انجام شده در صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله نیز نشان می‌دهد صندوق سرمایه‌گذاری آرمان‌آتی کونتر بیشترین حجم و صندوق اعتمادآفرین پارسیان بالاترین ارزش معاملات را در اختیار گرفتند. درETF ها امروز تعداد ۱۰۹ میلیون ورقه به ارزش ۱۸ میلیارد ریال خریدوفروش شد.

رشد بیشتری نیز دارند. زیرا افت قیمتی و دوره اصلاحی بلندمدتی را پشت سر گذاشته‌اند و اکنون نیز مفروضات تولید و فروش این شرکت‌ها به کلی تغییر کرده است. اما این گروه نیز در زمستان به دلیل شرایط قطعی گاز و همچنین افزایش مازاد سیمان با مشکلاتی در تولید و همچنین فروش مواجه می‌شوند.

با این وجود اخباری در خصوص ساخت جاده‌های بتنی و بهبود شرایط فروش و صادرات و بهبود نرخ سیمان، این گروه را به جلو خواهد راند. بنابراین منطقی به معاملات بنگرید و در نظر داشته باشید بازی گروهی تا پایان سال ممکن است بازهم بین گروه‌های پالایشی، فلزاتی، خودرویی، ساختمانی و سیمانی دست به دست شود. گروه‌های

رشد بیشتری نیز دارند. زیرا افت قیمتی و دوره اصلاحی بلندمدتی را پشت سر گذاشته‌اند و اکنون نیز مفروضات تولید و فروش این شرکت‌ها به کلی تغییر کرده است.

اما این گروه نیز در زمستان به دلیل شرایط قطعی گاز و همچنین افزایش مازاد سیمان با مشکلاتی در تولید و همچنین فروش مواجه می‌شوند.

با این وجود اخباری در خصوص ساخت جاده‌های بتنی و بهبود نرخ سیمان، این گروه را به جلو خواهد راند. بنابراین منطقی به معاملات بنگرید و در نظر داشته باشید بازی گروهی تا پایان سال ممکن است بازهم بین گروه‌های پالایشی، فلزاتی، خودرویی، ساختمانی و سیمانی دست به دست شود. گروه‌های

رشد بیشتری نیز دارند. زیرا افت قیمتی و دوره اصلاحی بلندمدتی را پشت سر گذاشته‌اند و اکنون نیز مفروضات تولید و فروش این شرکت‌ها به کلی تغییر کرده است.

اما این گروه نیز در زمستان به دلیل شرایط قطعی گاز و همچنین افزایش مازاد سیمان با مشکلاتی در تولید و همچنین فروش مواجه می‌شوند.

عمران



کاهش ۶ درصدی قیمت اوراق تسهیلات مسکن

قیمت اوراق تسهیلات مسکن در روزهای نخستین آبان ۱۳۹۵ کاهش ۶ درصدی را تجربه کرد اما آمارهای فرابورس از افزایش ۱۳ درصدی ارزش معاملات اوراق گواهی تسهیلات و کاهش ۱۳درصدی حجم این اوراق خبر می‌دهد.

به گزارش ایرنا، قیمت اوراق مسکن در حالی مسیر نزولی را طی می‌کند که گمانه‌ها به دلیل قرار گرفتن در فصل سرما این فرضیه را قوت می‌بخشد که معاملات در نیمه دوم سال کاهش نسبی را تجربه خواهد کرد و تقاضا نسبت به نیمه اول سال کمتر می‌شود.

قیمت اوراق مسکن در ماه مهر و روزهای نخستین آبان‌ماه دو بار کاهش را تجربه کرد و قیمت اوراق از مرز ۸۰۰ هزار ریال به ۷۰۰ هزار ریال کاهش یافت که برای خریداران اوراق مسکن و معامله در این بازار، نویدهای خوبی خواهد بود.

این در حالی است که نیمه مرداد امسال، هر فقره اوراق ۱۰۳ هزار تومان معامله می‌شد و در شهریورماه به ۹۰۰ هزار ریال و اوایل مهر به ۸۶۰ تا ۸۷۰ هزار ریال و نیمه مهر ۸۵۰ هزار ریال کاهش یافت.

با کاهش مجدد، قیمت اوراق در نخستین روز آبان به ۸۳۰ هزار ریال و در سوم آبان به ۷۰۰ هزار ریال رسید و بین ۷۹۰ تا ۷۸۰ هزار ریال معامله شد و این وضعیت برای روز چهارم آبان نسبت به روز گذشته نیز با کاهش همراه بود.

همچنین کارنامه فرابورس ایران در مهرماه نشان می‌دهد در ۱۸ روز کاری ۴ میلیارد و ۲۳۹ میلیون ورقه بهادار در ۶۰۱ هزار نوبت به ارزش ۳۵ هزار و ۷۰۴ میلیارد ریال در بازارهای فرابورس خریدوفروش شد که بیانگر رشد ۵۴، ۱۰۴ و ۵۸ درصدی حجم، دفعات و ارزش معاملات فرابورس نسبت به مدت مشابه سال گذشته است.



در عین حال بازار اول فرابورس در مهرماه تغییر مالکیت ۱۰۶۶ میلیون ورقه بهادار به ارزش ۲۲۸۰میلیارد ریال و بازار دوم، مبادله ۱۹۸۳ میلیون برگ بهادار به ارزش ۷۲۲۹ میلیارد ریال را گزارش کرد که این ارقام بیانگر رشد ۲۲ و ۱۵۳ درصدی حجم و ارزش معاملات در بازار نخست و افزایش ۸۴ و ۱۵۹ درصدی حجم و ارزش معاملات بازار دوم در مهرماه سال جاری (۹۵) نسبت به مهرماه سال گذشته (۹۴) است.

براساس گزارش وزارت راه و شهرسازی، معامله ۹۵میلیون اوراق بدهی به ارزش ۲۴ هزار و ۱۲۶ میلیارد ریال در بازار ابزارهای مالی رشد ۴۱ و ۸۸درصدی حجم و ارزش معاملات این بازار را در مهرماه سال جاری (۹۵) نسبت به مدت مشابه سال قبل نشان داد.

همچنین بیش از ۷۱میلیون صندوق سرمایه‌گذاری قابل‌ معامله به ارزش ۹۷میلیارد ریال و ۸۰۰ هزاربرگ گواهی تسهیلات مسکن (نشه) به ارزش ۷۲۸میلیارد ریال در این بازار معامله شد که رشد ۲۹ و ۱۳درصدی ارزش معاملات صندوق‌های سرمایه‌گذاری قابل معامله، افت ۱۳درصدی حجم معاملات و افزایش ۱۳درصدی ارزش معاملات اوراق گواهی تسهیلات مسکن را نشان داده است.

نازیلا مهدبانی

nazila.mahdani@gmail.com

ناوگان هوایی کشورمان تا یک دهه آینده به ۴۰۰هواپیما نیاز دارد که طبق گفته وزیر راه و شهرسازی برای تأمین این تعداد هواپیما، گزینه‌های خود را محدود به «خرید» نخواهیم کرد و ناوگان هوایی شرکت‌های هواپیمایی کشور از طریق گزینه‌های متعددی از جمله لیزینگ، اجاره و... توسعه می‌یابند. هر چند بلافاصله پس از امضای برجام، در سفر رئیس‌جمهوری به همراه هیأت‌همراه به اروپا، پیش‌نویس قرارداد خرید ۱۱۸ فروند هواپیمای جدید از ایرباس به امضا رسید و چندی پیش هم با بوبینگ برای خرید ۱۰۰ فروند هواپیمای جدید تفاهم شد اما برای نوسازی ناوگان هوایی تنها تمرکز روی خرید هواپیما نیست.

این روزها دولت دست به کار شده و مذاکرات برای تأمین هواپیما از طریق لیزینگ را هم شروع کرده است. چند روز گذشته عباس آخوندی، وزیر راه‌وشهرسازی در دیدار با وزیر حمل‌ونقل آلمان اعلام کرد با آلمانی‌ها برای تأمین هواپیما از شرکت‌های لیزینگ‌کننده این کشور مذاکراتی داشتیم. وی تأکید کرد: وزارت‌راه‌وشهرسازی شرایط را برای امکان لیزینگ از شرکت‌های آلمانی فراهم می‌کند اما در نهایت ایران‌ین‌ها و بنگاه‌های خصوصی خودشان برای انجام مذاکرات باید به‌طور مستقیم وارد کنند. وزیر حمل‌ونقل آلمان هم از ایجاد یک گروه مالی برای تأمین خطوط اعتباری پروژه‌های ایران که

پیشنهادات لیزینگِ پس از برجام

یکی از شرط‌های سازمان هواپیمایی برای صدور مجوز راه‌اندازی شرکت هواپیمایی جدید، داشتن حداقل پنج فروند هواپیما است. یعنی ایران‌ین‌ها برای شروع به کار باید حداقل پنج فروند هواپیما داشته باشند و هواپیمایی تأمین شده باید کمتر از ۱۵ سال عمر کرده باشند. حال

معادل ۳میلیارد دلار است و در حوزه‌های مختلف مهندسی‌های پیچیده‌ای در این پروژه انجام شده است از جمله ساخت دیوارهای حایل، اجرای پل‌های بزرگ و تونل‌های بلند و همچنین مهندسی راهداری با فناوری‌های جدید. وزیر راه و

شهرسازی با اشاره به نخستین تجربه ساخت جاده با کف بتنی اظهار داشت: کف جاده قطعه یک ازآزادراه تهران- شمال بتنی خواهد بود که این فناوری برای نخستین‌بار وارد کشورمان شده است.

وی ادامه داد: اختلاف ارتفاع

لیزینگ ناوگان هوایی ایران را نونوار می‌کند؟

اما و اگرهای هواپیماهای لیزینگ



اینکه فراهم آوردن این شرایط برای بسیاری از سرمایه‌گذاران دشوار است در این شرایط، لیزینگ هواپیما یکی از گزینه‌های مطلوب تأمین ناوگان محسوب می‌شود. پس از لغو بخشی از تحریم‌ها هم، سرمایه‌گذاران این صنعت با پیشنهادات گسترده‌ای برای تأمین هواپیما از جمله خرید از طریق لیزینگ مواجه شدند.

مقصود اسعدی‌سامانی، دبیر انجمن شرکت‌های هواپیمایی در گفت‌وگو با «فرصت امروز» درباره شرایط لیزینگ هواپیما گفت: برجام و لغو تحریم‌ها این فرصت را به وجود آورد که ایران‌ین‌ها گزینه‌های متعددی برای نوسازی ناوگان خود در اختیار داشته باشند که اجاره، به شرط تملیک، لیزینگ از طریق فاینانس و لیزینگ هواپیما گزینه‌های نوسازی ناوگان هستند. وی با بیان اینکه مذاکرات ایران‌ین‌ها برای لیزینگ هواپیما پس از لغو تحریم‌ها شروع شد، اظهار داشت: شرکت‌های هواپیمایی ایرانی مذاکرات برای لیزینگ

وی تأکید کرد: در خصوص لیزینگ چند موضوع مطرح می‌شود که قیمت هواپیما، سود اقساط و مدت زمان پرداخت اقساط از مهم‌ترین شرایط لیزینگ است. این فعال صنعت هوایی کشورمان با اشاره به اصلی‌ترین مشکل در قراردادهای لیزینگ گفت: مهم‌ترین موضوع قیمت‌هواپیما است که در بسیاری از موارد شرکت لیزینگ‌کننده قیمت یک فروند هواپیما را ۵ الی ۴ میلیون دلار بالاتر از قیمت‌بازار به متقاضی ارائه می‌کند که به‌طور قطع این قیمت‌ها، به صرفه نیستند. ایلخانی تأکید کرد: لیزینگ مزایای خوبی دارد اما همین گران‌فروشی باعث می‌شود تمام مزیت‌های دیگر این معامله از بین برود. وی افزود: لیزینگ زمانی می‌تواند به صرفه باشد که مدت زمان پرداخت اقساط آن در بازه زمانی ۱۰ ساله باشد و کمتر از آن برای سرمایه‌گذاران به صرفه نیست و قدرت پرداخت آن را ندارد.

البته نرخ سود هم بسیار مهم است که در کشورهای اروپایی معمولاً نرخ سود بالاتر از ۳درصد نمی‌رود. مدیرعامل شرکت هواپیمایی ایران‌یر تأکید کرد: لیزینگ هواپیما و تأمین هواپیما از این طریق برای نخستین بار است در ایران اتفاق می‌افتد هر چند تجربه خرید لیزینگ بر سر شرکت‌های هواپیمایی کشورمان قرار دارد. محمدعلی ایلخانی، مدیرعامل شرکت هواپیمایی تازه تأسیس تهران‌یر بر سر شرکت‌های هواپیمایی در گفت‌وگو با «فرصت‌امروز» درباره چالش‌های تأمین هواپیما از طریق لیزینگ گفت: کارآمدی این مسیر برای تأمین هواپیما و نوسازی ناوگان، بستگی به شرایط لیزینگ دارد.

راه مناقصه بین‌المللی برگزار شده است، گفت: شرکت مشاور برای طراحی معماری این پروژه انتخاب شده و یک شرکت بین‌المللی است. آخوندی با بیان اینکه در طول این پروژه ۹۵ کیلومتر تونل وجود دارد، گفت: برای ساخت این تونل‌ها باید از تکنولوژی با فناوری‌های جدید استفاده کنیم و تونل تمام مقطع را اجرا خواهیم کرد. وی تأکید کرد: بلافاصله بعد از قطعه ۲ مناقصه قطعه ۳ برگزار می‌شود و برای ساخت این پروژه پیوستگی کار را حفظ خواهیم کرد.

راه مناقصه بین‌المللی برگزار شده است، گفت: شرکت مشاور برای طراحی معماری این پروژه انتخاب شده و یک شرکت بین‌المللی است. آخوندی با بیان اینکه در طول این پروژه ۹۵ کیلومتر تونل وجود دارد، گفت: برای ساخت این تونل‌ها باید از تکنولوژی با فناوری‌های جدید استفاده کنیم و تونل تمام مقطع را اجرا خواهیم کرد. وی تأکید کرد: بلافاصله بعد از قطعه ۲ مناقصه قطعه ۳ برگزار می‌شود و برای ساخت این پروژه پیوستگی کار را حفظ خواهیم کرد.

آخوندی ادامه داد: در حوزه معماری این آزادراه باید به استانداردهای جهانی توجه کرد. وی با بیان اینکه برای انتخاب شرکت انجام‌دهنده معماری

راه مناقصه بین‌المللی برگزار شده است، گفت: شرکت مشاور برای طراحی معماری این پروژه انتخاب شده و یک شرکت بین‌المللی است. آخوندی با بیان اینکه در طول این پروژه ۹۵ کیلومتر تونل وجود دارد، گفت: برای ساخت این تونل‌ها باید از تکنولوژی با فناوری‌های جدید استفاده کنیم و تونل تمام مقطع را اجرا خواهیم کرد. وی تأکید کرد: بلافاصله بعد از قطعه ۲ مناقصه قطعه ۳ برگزار می‌شود و برای ساخت این پروژه پیوستگی کار را حفظ خواهیم کرد.

آخوندی ادامه داد: در حوزه معماری این آزادراه باید به استانداردهای جهانی توجه کرد. وی با بیان اینکه برای انتخاب شرکت انجام‌دهنده معماری

راه مناقصه بین‌المللی برگزار شده است، گفت: شرکت مشاور برای طراحی معماری این پروژه انتخاب شده و یک شرکت بین‌المللی است. آخوندی با بیان اینکه در طول این پروژه ۹۵ کیلومتر تونل وجود دارد، گفت: برای ساخت این تونل‌ها باید از تکنولوژی با فناوری‌های جدید استفاده کنیم و تونل تمام مقطع را اجرا خواهیم کرد. وی تأکید کرد: بلافاصله بعد از قطعه ۲ مناقصه قطعه ۳ برگزار می‌شود و برای ساخت این پروژه پیوستگی کار را حفظ خواهیم کرد.

آخوندی ادامه داد: در حوزه معماری این آزادراه باید به استانداردهای جهانی توجه کرد. وی با بیان اینکه برای انتخاب شرکت انجام‌دهنده معماری

راه مناقصه بین‌المللی برگزار شده است، گفت: شرکت مشاور برای طراحی معماری این پروژه انتخاب شده و یک شرکت بین‌المللی است. آخوندی با بیان اینکه در طول این پروژه ۹۵ کیلومتر تونل وجود دارد، گفت: برای ساخت این تونل‌ها باید از تکنولوژی با فناوری‌های جدید استفاده کنیم و تونل تمام مقطع را اجرا خواهیم کرد. وی تأکید کرد: بلافاصله بعد از قطعه ۲ مناقصه قطعه ۳ برگزار می‌شود و برای ساخت این پروژه پیوستگی کار را حفظ خواهیم کرد.

آخوندی ادامه داد: در حوزه معماری این آزادراه باید به استانداردهای جهانی توجه کرد. وی با بیان اینکه برای انتخاب شرکت انجام‌دهنده معماری

فرصت امروز

حمل و نقل



رئیس بنیاد مستضعفان خبر داد

اجرای قطعه ۲ آزادراه شمال از ماه آینده

رئیس بنیاد مستضعفان با بیان اینکه عملیات اجرایی قطعه دوم آزادراه تهران- شمال از ماه آینده آغاز می‌شود، گفت: طبق تعهدات‌مان قطعه یک را بهار سال آینده تحویل می‌دهیم.

به گزارش ایلنا، محمد سعیدی‌کیا در حاشیه بازدید از قطعه یک آزادراه تهران- شمال با حضور ناطق نوری و وزیر راه و شهرسازی گفت: قطعه یک آزادراه تهران- شمال طبق تعهدات داده شده بهار سال آینده به افتتاح می‌رسد.

وی از شروع عملیات اجرایی قطعه دوم این پروژه در ماه آینده خبر داد و گفت: عملیات اجرایی منطقه سوم آزادراه شمال هم اواخر سال آینده کلید می‌خورد.

وی با اشاره به پیشرفت فیزیکی قطعه یک این پروژه ادامه داد: در حال حاضر هفت پیمانکار در قطعه یک مشغول به کار هستند و پیشرفت فیزیکی این طرح ۷۳درصد است.

رئیس بنیاد مستضعفان همچنین با اشاره به توان مهندسی ایرانی در اجرای این پروژه گفت: پروژه آزادراه تهران- شمال تاکنون روشن توان بالای مهندسی کشور است.

خروج چینی‌ها از آزادراه تهران-شمال تا یک ماه دیگر

معاون وزیر راه و شهرسازی با اشاره به هزینه ۷۸۰۰ میلیارد تومانی برای اتمام آزادراه تهران- شمال، از خروج چینی‌ها از این پروژه تا یک ماه دیگر خبر داد.

به گزارش مهر، سعید محمدزاده در حاشیه بازدید عباس آخوندی وزیر راه و شهرسازی و علی‌اکبر ناطق نوری مسئول گروه بازرسی دفتر مقام معظم رهبری از قطعه یک آزادراه تهران-شمال افزود: تا ساعت ۱۸ سه‌شنبه برندگان مناقصه۴قطعه از منطقه ۲ پروژه آزادراه تهران- شمال مشخص می‌شود.

وی ادامه داد: در حال حاضر کل پروژه آزادراه تهران- شمال ۳۲ درصد پیشرفت فیزیکی داشته است. این در حالی است که در ابتدای سال ۹۴ پیشرفت کار ۱۸ درصد بوده است. به گفته مدیرعامل شرکت ساخت و توسعه زیربنای حمل‌ونقل کشور، در حال حاضر پیشرفت فیزیکی منطقه یک آزادراه تهران-شمال ۳۳ تا ۳۳٫۴ درصد است؛ این در شرایطی است که در ۲۰ سال گذشته سالانه ۲ درصد پیشرفت فیزیکی داشتیم. وی اظهار داشت: هم‌اکنون پیشرفت فیزیکی منطقه یک ۷۱٫۸ درصد است که تا بهار ۹۶ این قطعه از آزادراه به پایان می‌رسد.

وی به وضعیت پیشرفت فیزیکی منطقه ۲ آزادراه تهران-شمال هم اشاره کرد و گفت: پیشرفت این منطقه ۱۵۸ درصد بوده است و تا سال ۹۸ به پایان می‌رسد. منطقه ۳ آزادراه تهران-شمال هم پیشرفتی نداشته است اما براساس برنامه، قرار است تا اردیبهشت ۱۴۰۱ به اتمام برسد. محمدزاده تصریح کرد: منطقه ۴ آزادراه تهران-شمال به اتمام رسیده و در حال بهره‌برداری است. معاون وزیر راه و شهرسازی ادامه داد: بزرگ‌ترین تونل راهی کشور و دومین تونل بزرگ خاورمیانه که در منطقه یک آزادراه قرار دارد، با طول ۶۴۰۰ متر، پنج سرهنگ را به پل زنگوله متصل می‌کند و ۳۱۹۸ متر آن در بخش شمالی و ۱۳۵۳۵ در بخش جنوبی آن حفاری شده و ۱۸۴۸۵ متر آن باقی مانده است. این تونل هشتادمین تونل بزرگ جهان است. وی به عقب‌ماندگی ۷درصدی پروژه از برنامه در نظر گرفته شده اشاره کرد و گفت: با تکمیل پروژه، ظرفیت تردد ماشین‌ها از ۱۲ هزار دستگاه به ۳۰ هزار دستگاه خواهد رسید. وی در پایان بیان کرد: در حال حاضر ۳ هزار و ۸۸ نفر در ۱۳۰ نقطه از پروژه آزادراه تهران-شمال فعال هستند.

اطلاعیه



وزارت نیرو
شرکت سهامی برق منطقه‌ای
منطقه ای هرمزگان

شرکت سهامی برق منطقه ای هرمزگان درصدد احداث خط انتقال نیروی برق ۱۳۲کیلوولتی طبق کروکی ضمیمه و با مشخصات و مسیر ذیل می باشد. بدینوسیله از کلیه صاحبان و مالکان احتمالی اراضی و املاک واقع در مسیر پیشنهادی درخواست می شود جهت روشن شدن وضعیت مالکیت با در دست داشتن اصل سند مالکیت و با عنایت به مفاد مواد (۱۸) و (۱۹) قانون سازمان برق ایران و ماده (۹) لایحه قانونی رفع تجاوز از تاسیسات آب و برق کشور مصوب ۱۳۵۹/۴/۳ شورای محترم انقلاب اسلامی ایران برابر ماده (۱۱) تصویب نامه شماره ۲۹۰۵ مورخ ۱۳۴۷/۱۰/۷ هیئت وزیران در مورد حریم خطوط هوایی انتقال و توزیع نیروی برق ظرف مدت یکماه از تاریخ درج آگهی به دفتر حقوقی شرکت برق منطقه ای هرمزگان واقع در بندرعباس – بلوار امام خمینی (ره) جنب ناحیه انتظامی هرمزگان مراجعه نمایند. این آگهی یک نوبت به اطلاع عموم خواهد رسید ، چنانچه سازمان ها ، شرکت ها، موسسات ، ادارات ، ارگان ها ، و سایر اشخاص اعم از حقیقی یا حقوقی درصدد اجرای طرح هایی در مسیر خط مورد نظر می باشند حداکثر تا ۲۰ روز پس از درج آگهی به منظور اقدامات لازم به آدرس فوق الاشعار مراجعه نمایند.

مشخصات خط ۱۳۲ کیلوولت پارسیان – کوشکنار

مسیر خط: بمنظور تغذیه پست ۱۳۲ کیلوولت کوشکنار دائم خط مذکور فعلا به پست موقت کوشکنار در کیلومتر ۱۰ جاده پارسیان – عسلویه متصل می باشد بعد از کراس جاده به سمت فنس صنایع انرژی بر پارسیان امتداد یافته و ادامه مسیر به موارات فنس صنایع انرژی بر پارسیان ادامه می یابد و در انتها بعد از عبور از سایت مذکور به پست ۱۳۲ کیلوولت کوشکنار متصل می گردد.

حریم خط: حریم خط فوق الذکر به میزان ۹ متر از تصویر قائم سیمهای کناری درطرفین آن برروی زمین می باشد واقدام هرگونه عملیات ساختمانی وایجاد تاسیسات مسکونی ، دامداری، باغ، درختکاری، انبارداری تا هر ارتفاع در آن ممنوع و ایجاد زراعت فصلی و سطحی و راه سازی ،کشاورزی ، شبکه آبیاری، عبور و حمل و نقل ماشین آلات و نظایر این مشروط به اینکه سبب خسارت به تاسیسات خط نگردد، بلامانع است در این خصوص به منظور جلوگیری از بروزخطرات جانی و ورود خسارات مالی باید اصول حفاظتی رعایت شود و در مورد حفر چاه و قنات و راه سازی قبلا از شرکت برق منطقه ای هرمزگان اجازه کتبی اخذ گردد. بدیهی است پس از انقضای مهلت اعلام شده ، عملیات احداث خط فوق الذکر شروع شده وهیچگونه اعتراضی پذیرفته نخواهد شد.

دفتر حقوقی شرکت سهامی برق منطقه ای هرمزگان (۱۶۷۱)

یادداشت

راز سودآوری
خودروسازی دولتی در ایران



فرید زاوه
کارشناس صنعت خودرو

مدیریت رقابتی یا دسترسی دولتی در بسیاری از اقتصادهای بسته جهان عامل سودآوری یا زیان بنگاه‌های اقتصادی است. صنایع خودروسازی در ایران هم از این قاعده کلی مستثنا نیست. صنایع خودروسازی در ایران در یک بازار بسته مدیریت دولتی با وجود ناکارآمدی مدیریتی در بنگاهداری سال‌های بسیاری سودآور بودند. این سودآوری با تشدید تحریم‌ها و افزایش قیمت‌ها در بازار به علت کاهش توزیع و تولید خودرو به‌شدت تحت تأثیر قیمت‌گذاری دسترسی شورای رقابت و سازمان حمایت قرار گرفت و کارخانجاتی که تا پیش از این سودهای کلان در صورت‌های مالی خود نشان می‌دادند به مجموعه‌های زیان‌ده تبدیل شدند. باوجود زبان‌های شدید این دوره، خروج منابع یا ارزش مالی از شرکت‌ها ادامه پیدا کرد و تقریباً صنایع خودروسازی کشور به مرز ورشکستگی رسیدند. البته راه‌حل نجات از این ورشکستگی بستن بازار و تلاش برای تشدید بازار دسترسی را کمترین رقابت به کمک دیوار تعرفه و دستکاری‌های دامنی تعرفه‌ای تشخیص داده شده که رویه‌ای ناصواب است.

دستوری آسیب دیده است ولی مهم‌ترین آسیب صنایع خودروسازی ایران از قیمت‌گذاری در رقابتی و کاهلی عدم رقابت در یک بازار باز به آن وارد کرده است. بررسی صورت‌های مالی صنایع خودروسازی ایرانی نشان می‌دهد منابع مالی گران‌قیمت (که خود آسیب عدم رقابت در بازار پولی کشور است) تمام سود ناشی از فروش با حاشیه‌های بالای محصولات را می‌بلعد.

سرمایه‌گذاری غیرضروری روی پروژه‌های گسترش خطوط تولید در داخل و خارج تحت فشارهای سیاسی و خرید مکرر سایر بنگاه‌های خصوصی و در نهایت خرید سهام خود خودروسازان که خروج نقدینگی و منابع مالی ارزشمند آنها را به‌دنبال داشت شد هزینه‌های مالی به حدی سنگین شود که مدیریت دسترسی بازار انحصاری هم به کمک خودروسازان نیاید. در کنار این خروج نقدینگی که به تعبیری خونریزی شدید صنایع خودروسازی می‌ماند، گسترش و تأسیس شرکت‌های ناکارآمد سبب شده است هزینه‌های سرشار شرکت‌ها هم افزایش یابد. کیفیت پایین قطعات دریاقتی و مونتاژ بی‌دقت محصولات هم سبب زیان‌های گسترده ناشی از خدمات پس از فروش و ضمانت کیفیت محصولات می‌شود. همه این عوامل سبب شده است باوجود تلاش بر گران‌تر فروشی محصولات در بازار داخلی که به لطف حمایت‌های بی‌دریغ وزارت صمت در بسیاری از محصولات محقق می‌شود نه‌تنها به صورت سود در صورت‌های مالی مشاهده نشود، بلکه زیان‌های سنگین به سهامداران تحمیل شود. چابک‌سازی، افزایش رقابت به سهامداران ناشی از خودروسازی دولتی و تأمین سرمایه، سبک‌سازی سازمانی، عدم توسعه فضاهای تولیدی تا دسترسی به حاکم ترخیص و پتانسیل تولید فعلی، عدم سرمایه‌گذاری توسعه‌ای صرفاً به دلایل سیاسی و مهم‌تر از همه کاهش دخالت‌های مدیران سیاسی در مدیریت صنایع و استفاده از مدیران کارآمدتر و مجهز به دانش روز می‌تواند مسیر سودآوری را تصحیح کند و صنایع خودروسازی کشور را هم در یک بازار رقابتی سودآور کند.

منبع: خودروکار

خبر

مدیر شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی:

فعالیت جایگاه‌های زنجیره‌ای
از آذرماه آغاز می‌شود

مدیر بازرگانی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی از آغاز فعالیت جایگاه‌های زنجیره‌ای (برند) از آذرماه جاری خبر داد و گفت: ممکن است فعالیت این جایگاه‌ها منجر به کاهش قیمت بنزین شود. به گزارش ایسنا، محمدرضا مظلومی با اشاره به ارائه مجوز به شرکت‌های صاحب صلاحیت جهت احداث جایگاه‌های زنجیره‌ای (برند) اظهار کرد: شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی و وزارت نفت در راستای ایجاد تسهیلات مطلوب‌تر برای ارائه خدمات به مشتریان و اجرای رسالت قانونی در رابطه با واسطه‌ای برخی اختیارات به بخش خصوصی مبادرت به شناسایی شرکت‌های صاحب صلاحیت در زمینه احداث جایگاه‌های زنجیره‌ای کرد. وی افزود: فراخوان از طریق سایت‌های شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی اعلام شد و بالغ بر ۷۰ شرکت مراجعه و ۲۶ شرکت پرونده خود را ارسال کرده‌اند. در نهایت مجوز فعالیت ۱۷ شرکت صادر شد و قرار است این شرکت‌ها رسالت شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی را در زمینه پخش این فرآورده‌ها برعهده بگیرند.

مدیر بازرگانی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی تصریح کرد: در ابتدا این شرکت‌ها به خودروها سوخت‌رسانی می‌کنند و در فازهای بعدی انبارهای نفتی را پر و در نهایت در بخش تولید فرآورده‌ها و واردات فرآورده‌ها فعالیت می‌کنند. مظلومی با بیان اینکه برای این شرکت‌ها تسهیلاتی به نظر گرفته شده است، اظهار کرد: این تسهیلات بعداً اعلام می‌شود و شرکت‌های صاحب صلاحیت با ایلانغ آیین‌نامه اجرایی باید کار خود را آغاز کنند. وی از آغاز فعالیت این شرکت‌ها به‌صورت پایلوت در اصفهان خبر داد و گفت: تا پایان آذرماه فعالیت رسمی شرکت صاحب صلاحیت در این زمینه آغاز می‌شود. البته لوگوی این شرکت‌ها در شهرهای شیراز، بندرعباس و مازندران در جایگاه‌ها نصب شده است.

شرط فولکس برای آمدن بنتلی به ایران



کنار این محصول و پورشه، عهده‌دار عرضه یکی از لوکس‌ترین خودروهای جهان در ایران نیز خواهد شد. در این بین اگرچه پورشه و بنتلی خودروهای بسیار گران‌قیمتی محسوب می‌شوند، با این حال سنات خودروی اقتصادی‌تری به شمار می‌رود و به احتمال زیاد مورد استقبال مشتریان ایرانی قرار خواهد گرفت.

موفق عمل کند. سنات برند اسپانیایی فولکس‌واگن به شمار می‌رود که به‌ظاهر ورود آن به ایران مراحل نهایی را طی می‌کند و معین موتور قرار است مسئولیت و نمایندگی عرضه این محصول را در کشور بر عهده بگیرد. حالا اگر معین موتور بتواند عملکرد موفق‌تری را در عرضه سنات از خود ارائه دهد، در

خودروساز آلمانی برای صادرات بنتلی به ایران، شرطی نسبتاً سختی را در نظر گرفته و آن موفقیت فروش دیگر برند این شرکت در ایران است. بر این اساس، فولکس شرط کرده در صورتی مجوز ورود بنتلی به ایران را صادر می‌کند که معین موتور بتواند در عرضه و فروش «سنات»

چندی پیش اقدام به فراهم کردن مقدمات واردات بنتلی به ایران کرده‌است. حتی گفته می‌شود در حال حاضر ساختمان مرکزی مربوط به فروش و خدمات پس از فروش بنتلی که یکی از برندهای لوکس فولکس‌واگن به شمار می‌رود نیز در حال آماده شدن است. این در حالی است که

در شرایطی که بازار خودروی کشور خود را برای پذیرایی از «بنتلی» به‌عنوان یکی از لوکس‌ترین خودروهای جهان آماده می‌کند، ورود این محصول به کشور، توسط فولکس‌واگن مشروط شده است. به گزارش خودروکار، نمایندگی واردات پورشه به ایران یعنی معین‌موتور از

گزارش ۲

اهداف بزرگ PSA به سرانجام می‌رسد؟

زوایایی تازه از قرارداد پژو و ایران خودرو

سایت رسمی خود به آن اشاره کرده است و آن امکان ساخت محصولات کاملاً جدید براساس پلتفرم‌های کنونی پژو توسط ایران خودرو است. مثال‌های انجام شده این کار در گذشته تولید خودروهایی مانند سمند، سورن، دنا و... است که همگی براساس پلتفرم پژو ۴۰۵ طراحی شده‌اند. اگر ایران خودرو از این امکان استفاده کند و براساس پلتفرم‌های جدید پژو، مدل‌های جدید طراحی کند می‌تواند خودروهایی ارزان‌تر را هم به بازار معرفی کرده و درنتیجه PSA را یک قدم در رسیدن به اهداف بزرگ خود نزدیک‌تر کند.

که این شرکت برای بازار ایران به‌عنوان مهم‌ترین مرکز تولید پژو در خاورمیانه و آفریقا، پیدا کند؛ یعنی سهمی بسیار بالا از بازاری که کل کشش آن براساس پیش‌بینی‌های این گروه خودروسازی ۸ میلیون خواهد بود. این شرکت در کل این منطقه، پنج سایت تولید برنامه‌ریزی کرده است که شامل نیجریه، اتیوپی، مراکش (احداث در ۲۰۱۹)، تهران (احداث در ۲۰۱۷) و همچنین کاشان (تا ۲۰۱۸) خواهد بود. صادرات خودروهای DS به کشورهای مانند ایران که یک سالی از آغاز آن می‌گذرد هم جزو این برنامه است. نکته جالب موجود در خصوص این برنامه‌ریزی PSA این است

این میدان خواهند بود؟ گسترده‌تر شدن روزبه‌روز تحریم‌ها در سال‌های نچندان دور باعث شد تا پژو صادرات قطعات خودروهایش (CKD) به کشورمان را به کلی متوقف کند که پی آن ضرری چند صد میلیون دلاری به پدنه ایران خودرو وارد کرد و البته خودش هم در سال ۲۰۱۲ با افت ۳۱٫۱ درصدی فروش، توجره اشتباه ناگزیر خود شد. اکنون بازگشت دوباره پژو و همکاری مجدد آن در قالب شرکت ایکسپا همزمان شده است با سند چشم‌اندازی که گروه PSA (پژوسیتروئن) برای خود ترسیم کرده است. براساس اطلاعات سایت گروه

پایان برخی از تحریم‌ها، راهی تازه را برای بازگشت بعضی از شرکای خارجی خودروسازان ایرانی باز کرد. پژو که پیش از خروجش از صنعت خودرو ایران سهمی ۳۰ درصدی را از این بازار داشت، برای باز پس‌گیری داشته‌های گذشته‌اش، متواضعانه اما با اهداف بلندپروازانه‌ای نزد ایران خودرو آمد.

به گزارش خودرونوینس، از سوی دیگر هم رنو نیز با پشتوانه‌ای قوی و برنامه‌های گسترده، قرارداد بزرگی را با ایدرو بسته تا به نوبه خود سهم قابل توجهی را از صنعت خودرو کشورمان بگیرد؛ سوال اینجاست که کدام یک پیروز



امنیت سایبری خودروهای هوشمند اولویت مقامات آمریکایی



افزایش دهد. سایبر شرکت‌های خودروسازی نظیر «BMW» و «Tesla Motors» نیز طبق اخبار و گزارش‌های منتشر شده اقدامات محرمانه‌ای را در زمینه تأمین امنیت سایبری خودروهای هوشمند خود صورت می‌دهند که این اقدامات به دلیل اهمیت ایمنی خودروهای این شرکت‌ها به‌صورت سری و محرمانه انجام می‌شوند.

امنیت اطلاعات و ارتباطات سیستم در وسایل نقلیه از جمله دیگر نکات حیاتی و مهم در صنعت خودروسازی است که بسیاری از خودروسازان در این حوزه به پیروی از شرکت تسلا موتورز به ارائه به‌روزرسانی‌های آنلاین و با استفاده از اتصال وای‌فای برای خودروهای هوشمند خود می‌پردازند که این موضوع منجر به ابزار نگرانی دفتر تحقیقات فدرال آمریکا از احتمال رخنه مجرمان به این اتصالات ناامن شده است.

یکی از نمایندگان مجلس سنای آمریکا در ارتباط با امنیت خودروهای هوشمند به رسانه‌ها گفت: «اگر خودروهای جدید کامپیوترهای چرخ‌دار هستند، ما برای تأمین امنیت آنها نیاز به وضع قوانین و استانداردهای اجباری داریم و توصیه‌های غیرالزام‌آور کمکی به ما نخواهد کرد.»

«جاناتان آلن» مدیر اجرایی مرکز به اشتراک‌گذاری و تحلیل و بررسی اطلاعات خودروها می‌گوید: «خودروسازان به دقت شرایط و پیشنهادات مطرح شده در دستورالعمل اداره ملی امنیت ترافیکی آمریکا در مورد تأمین امنیت سایبری خودروهای هوشمند و همچنین توصیه‌های موجود در زمینه جلوگیری از افشای اطلاعات محرمانه درباره سامانه برقی و داده‌های سیستمی خودروها را مورد بررسی قرار خواهند داد.»

خودروسازان بین‌المللی به اتخاذ تدابیر ویژه‌ای برای افزایش ضریب ایمنی خودروهای هوشمندشان بیندیشند. برخی از پیشنهادات در دستورالعمل اداره ملی امنیت ترافیکی آمریکا در زمینه تأمین امنیت سایبری خودروهای هوشمند در شرایطی مطرح شده است که بسیاری از شرکت‌های خودروسازی که سرمایه‌گذاری کلانی در حوزه طراحی و توسعه خودروهای هوشمند انجام داده‌اند مدت‌هاست در حال بررسی و به‌کارگیری فناوری‌های موجود برای بهبود وضعیت امنیت سایبری خودروهای خود هستند. در همین ارتباط

خودروسازان بین‌المللی به اتخاذ تدابیر ویژه‌ای برای افزایش ضریب ایمنی خودروهای هوشمندشان بیندیشند. برخی از پیشنهادات در دستورالعمل اداره ملی امنیت ترافیکی آمریکا در زمینه تأمین امنیت سایبری خودروهای هوشمند در شرایطی مطرح شده است که بسیاری از شرکت‌های خودروسازی که سرمایه‌گذاری کلانی در حوزه طراحی و توسعه خودروهای هوشمند انجام داده‌اند مدت‌هاست در حال بررسی و به‌کارگیری فناوری‌های موجود برای بهبود وضعیت امنیت سایبری خودروهای خود هستند. در همین ارتباط

معراج آگاهی

قانونگذاران آمریکایی روز دوشنبه هفته جاری به شرکت‌های خودروسازی بین‌المللی توصیه کردند تا همزمان با استفاده از فناوری‌های روز دنیا در محصولات خود و تولید خودروهای هوشمند، امنیت سایبری این خودروها را در اولویت قرار دهند تا از این طریق محصولات هوشمند خود را با طراحی و توسعه لایه‌های امنیتی متعدد در مقابل تهدیدهای ناشی از حملات هکرها مصون کنند. توصیه قانونگذاران آمریکایی به شرکت‌های خودروسازی در حالی صورت می‌گیرد که دستورالعمل امنیت سایبری صادر شده از سوی اداره ملی امنیت ترافیکی ایالات متحده آمریکا صرفاً جنبه توصیه‌ای داشته و پیروی از آن برای خودروسازان اجباری نیست. با این حال به نظر می‌رسد توصیه اخیر مقامات آمریکایی نقشه‌راهی برای شرکت‌های خودروسازی و گامی به جلو در تغییر رفتار آنان محسوب می‌شود. در همین رابطه کارشناسان و فعالان حوزه صنعت خودرو بر این باورند که فشارهای وارد از سوی مقامات دولتی و همچنین مشتریان در نهایت سبب خواهد شد

بین‌الملل

جیلی با برند Lynk به دنبال
تسخیر بازار اروپا

معراج آگاهی

منبع: Automotive News Europe

اخبار منتشر شده حاکی از آن است که شرکت خودروسازی جیلی پس از تأسیس برند جدید Lynk & Co قصد دارد به‌صورت جدی وارد بازار خودروی اروپا شده و در مرحله نخست، بازار خودروی آلمان را هدف گرفته است. بر اساس اطلاعات به‌دست آمده برند «Lynk» قصد دارد فروش نخستین مدل خود را در اروپا آغاز کند. این مدل که یک کراس‌اور کوچک خواهد بود توسط شرکت ولوو که در مالکیت جیلی قرار دارد ساخته شده و پس از عرضه در بازار اروپا، در ایالات متحده نیز وارد بازار شده و یک سال پس از آن شرکت جیلی این خودرو را در چین در دسترس خریداران قرار خواهد داد.

برند «Lynk» هفته گذشته از نخستین مدل خود در آلمان رونمایی کرد و توانست نظر مثبت مهندسان آلمانی را جلب کند. در همین راستا «الن وایسر» نایب رئیس برند «Lynk» معتقد است: «آلمان برای ما یک انتخاب نمادین بود چرا که ما قصد داریم به‌رقبا نشان دهیم خودروی تولیدی ما از کیفیت و مهندسی آلمانی برخوردار است.» وی در ادامه سخنان خود اضافه کرد: «بازار خودروی آلمان از اهمیت بسیار زیادی برای ما برخوردار بوده و آلمان نخستین کشوری است که برند Lynk محصولاتش را در آن عرضه می‌کند.»

گفتنی است رونمایی از برند جدید شرکت خودروسازی جیلی در شرایطی صورت می‌گیرد که برند «Lynk» براساس جدول زمانبندی موجود قرار است در سال ۲۰۱۸ میلادی در اروپا معرفی شود. اما به نظر می‌رسد همه چیز طبق این جدول پیش نرفته باشد. با این حال مدیران برند «Lynk» قصد دارند زمینه را برای فروش اینترنتی این خودرو فراهم و پس از آن از شبکه فروش محصولات ولوو برای فروش محصولات، ارائه خدمات و تأمین قطعات مورد نیاز استفاده کنند. البته راه‌اندازی یک شبکه فروش مستقل و مخصوص برند «Lynk» نیز از جمله گزینه‌های پیش روی مدیران این برند تازه‌کار است.

در چارچوب تمایل مدیران شرکت «Lynk» برای ایجاد خرید آنلاین محصولات خود، تحقیقات صورت گرفته حاکی از آن است که رقیبی در حدود ۱۰ درصد از خریداران در اروپا و آمریکا ترجیح می‌دهند خودروی بعدی خود را به‌صورت اینترنتی خریداری کنند. اما در حال حاضر کمتر از یک‌درصد خریداران خودرو در اروپا، محصول مورد نظرشان را به‌صورت اینترنتی خریداری می‌کنند. «الن وایسر» در زمینه فروش اینترنتی خودرو معتقد است: «خریدوفروش اینترنتی خودرو در اروپا رشد خواهند کرد اما باید واقع بین باشیم چرا که خرید خودرو پس از خرید مسکن دومین خرید پراهمیت شما در زندگی بوده و هرگز مانند خرید یک جفت کفش به‌صورت اینترنتی نیست.»

به همین دلیل برند «Lynk» باید پوشش قابل‌توجهی در بازار داشته باشد و این موضوع نیازمند تأسیس شبکه فروش و ایجاد نمایندگی‌های فروش مخصوص این برند است. شایان ذکر است براساس ارزیابی‌های صورت گرفته توسط کارشناسان شرکت «Lynk»، این برند نوپا در آغاز کار به ۵۰۰نمایندگی فروش در سراسر اروپا نیاز دارد. نایب رئیس این شرکت می‌گوید: «به منظور تأمین شبکه فروش قدرتمند ما قصد داریم نمایندگی‌های فروش متنوعی در اختیار داشته باشیم و به این منظور نیازمند تأسیس نمایندگی‌های مستقل و بزرگ، نمایندگی‌های واقع در مراکز خرید و نمایندگی‌های فروش اجاره‌ای هستیم، چراکه راه‌اندازی نمایندگی‌های وسیع و بزرگ در حومه شهر نیازهای ما را برآورده نمی‌کند.»

شایان ذکر است نخستین محصول برند «Lynk» که در حال حاضر به آن ۰۱ گفته می‌شود، حاصل همکاری شرکت‌های جیلی و ولوو در سوئد بوده و شرکت ولوو قصد دارد از پلتفرم این خودرو در فرآیند ساخت مدل «XC۴۰» استفاده کند.

مطمئن‌ترین برندهای خودرو
معرفی شدند

طبق گزارش مجله Consumer Reports، دو برند گروه تویوتا موتور در نظرسنجی سالانه قابلیت اطمینان خودرو، در صدر فهرست قرار گرفتند و مدل بوییک جنرال‌موتورز، نخستین برند آمریکایی در ۳۵سال گذشته بود که در میان سه رتبه برتر جای گرفت. به گزارش ایسنا، برای چهارمین سال متوالی برندهای لکسوس و تویوتا در دو رتبه اول قرار گرفتند و از زمان آغاز بررسی قابلیت اطمینان برند از سوی این مجله آمریکایی در اوایل دهه ۸۰ میلادی بهترین عملکرد را داشته‌اند. برند لوکس بوییک جنرال موتورز به دلیل چند مدل، در این گزارش رتبه خوبی به‌دست آورد. خودروسازان آسیایی همچنان در زمینه قابلیت اطمینان رتبه بالایی دارند. از هشت برندی که مطمئن‌تر شناخته شدند، هفت برند در ژاپن یا کره جنوبی مستقر بودند. آئودی که برند لوکس فولکس‌واگن است، تنها خودروساز آلمانی بود که در میان هشت برندها قرار گرفت. در یک دهه گذشته، همه برندهایی که در گزارش Consumer Reports و سایر گزارش‌ها رتبه‌بندی شده‌اند، به‌خصوص خودروسازان بزرگ آمریکایی جنرال‌موتورز، فورد،موتور و کرایسلر که اکنون بخشی از کرایسلر اتومبیل است، در قابلیت اطمینان بهبودهایی داشته‌اند.

روحانی در نشست مشترک هیات‌های عالی‌رتبه ایران و بوسنی و هرزگوین:

توسعه همه‌جانبه همکاری‌های تهران – سارایوو ضروری است



حجت‌الاسلام و المسلمین دکتر حسن روحانی روز گذشته در نشست مشترک هیات‌های عالی‌رتبه ایران و بوسنی و هرزگوین در تهران، گفت: جمهوری اسلامی ایران جزو نخستین کشورهایی بود که استقلال بوسنی و هرزگوین را به رسمیت شناخت و تهران همواره خواهان روابط دوستانه و صمیمی با این کشور است. به گزارش ایسنا دکتر روحانی خاطرنشان کرد: اراده جدی جمهوری اسلامی ایران بر توسعه همه‌جانبه روابط و همکاری‌ها با بوسنی و هرزگوین است و امروز خرسندیم که اراده جدی برای ایجاد تحرک در روابط، میان مسئولان ارشد دو کشور وجود دارد. رئیس‌جمهوری با اشاره به اینکه برای توسعه مناسبات اقتصادی و تجاری میان دو کشور نیاز به تدوین نقشه راه داریم تا بتوانند این روابط را به طور پایدار حفظ کرده و روزه‌روز گسترش دهد، افزود: باید

در راستای توسعه روابط تجاری، اقتصادی و همکاری بخش‌های خصوصی دو کشور تلاش کنیم و در کنار آن زمینه‌ها را برای گسترش روابط در حوزه‌های مختلف علمی، فرهنگی و گردشگری فراهم کنیم. روحانی با اشاره به همزیستی مسالمت‌آمیز اقوام و مذاهب مختلف در ایران و بوسنی و هرزگوین اظهار داشت: توسعه و پیشرفت زمانی سریع‌تر محقق می‌شود که میان همه اقوام و مذاهب دوستی وجود داشته باشد و تهران از صلح و آرامش و همکاری اقوام و مذاهب مختلف در مسیر توسعه و آبادانی بوسنی‌وهرزگوین حمایت می‌کند.

رئیس‌جمهوری با تأکید بر اینکه ایران همواره به سیاست گفت‌وگو و رویکرد برد – برد در همکاری‌ها معتقد بوده است، گفت: زمانی که در مناسبات، دو طرف احساس کنند منافع آنها تأمین شده، آنگاه تا

بلندمدت شاهد ثبات در روابط خواهیم بود، چراکه امروز صلح و ثبات نه در سایه توازن وحشت، بلکه در سایه توازن منافع میان ملت‌ها ایجاد می‌شود. رئیس‌جمهوری با اشاره به بررسی توان و ظرفیت‌های همکاری میان ایران و بوسنی در کمیسیون مشترک دو کشور گفت: ما آماده توسعه همکاری‌ها با بوسنی و هرزگوین هستیم و توسعه گردشگری یکی از زمینه‌های مناسب همکاری میان دو کشور است که باید در این راستا تسهیلات لازم برای سفر گردشگران و ارتباط مردم دو کشور فراهم شود. روحانی اظهارامیدواری کرد این سفر سرآغازی برای ایجاد تحرک مناسب برای توسعه روابط علمی، فرهنگی، اقتصادی، سیاسی و گردشگری میان تهران – سارایوو باشد. رئیس‌جمهوری دیروز از رئیس شورای ریاست جمهوری بوسنی هرزگوین رسماً استقبال کرد.

مطهری: اگر نظارت شامل اظهارنظر نمایندگان شود حریت و آزادگی آنها از بین می‌رود

علی مطهری، نایب رئیس مجلس شورای اسلامی در گفت‌وگو با ایسنا گفت: نظارت بر نمایندگان در طول دوره نمایندگی اگر بخواهد شامل اظهارنظرهای نمایندگان نشود حریت و آزادگی آنها را از بین می‌برد.

مطهری با اشاره به صحبت‌های اخیر دبیر و سخنگوی شورای نگهبان در مورد استمرار نظارت شورای نگهبان بر نمایندگان در طول دوره نمایندگی، گفت: نظارت بر باقی بودن صلاحیت نمایندگان

در طول دوره نمایندگی موضوع جدیدی نیست، چون اکنون هم اگر نماینده‌ای جرم بزرگی مانند قتل یا شرب خمر یا فساد مالی و اخلاقی بزرگی مرتکب شود با او برخورد می‌شود و مجلس می‌تواند اعتبارنامه او را باطل کند. او افزود: اما اگر بخواهیم این نظارت را شامل اظهارنظرهای نمایندگان بدانیم و هر اظهارنظری را که مخالف نظر ما بود مغل امنیت ملی معرفی کنیم و آن نماینده را سلب صلاحیت کنیم، این امر

انتقاد عجیب شهردار از مدیر منصوب خود

قالیباف: از تیرهای روزنامه همشهری علیه دولت متنفرم!

علیرضا رحیمی، عضو کمیسیون امنیت ملی و سیاست خارجی مجلس شورای اسلامی روز گذشته با اشاره به برگزاری نشست مجمع نمایندگان تهران با محمدباقر قالیباف و معاونان او در شهرداری تهران گفت: با توجه به اینکه نشست دیروز نخستین جلسه در این راستا بود، نگاه تعاملی میان مجلس و شهرداری تهران در اولویت قرار داشت و آن‌چنان که پیشتر اعلام شد، موضوع تحقیق و تفحص از شهرداری تهران در دستور جلسه قرار نداشت.

او با بیان اینکه نگاه مجمع نمایندگان و کمیته‌های این مجمع به مسائل مختلف کارشناسی و موضوعی بود، به برخی نکاتی که در این نشست به‌عنوان عضو کمیته حقوقی و سیاسی مطرح کرد، پرداخت و گفت: در بحث حقوقی مطرح کردیم که شورای‌عالی استان‌ها با وجود ظرفیت‌هایی که بنابر قانون اساسی به‌منظور ارائه طرح به مجلس دارد، کارنامه قابل قبولی ارائه نکرده و از این ظرفیت به نفع شوراهای شهر و شهرداری‌ها استفاده نشده و درخواست کردیم از ظرفیت حقوقی شهرداری تهران برای کمک به حل این مشکل استفاده شود.

عضو کمیسیون امنیت ملی و سیاست خارجی در مجلس شورای اسلامی همچنین با اشاره به برخی نکات سیاسی مطرح شده در این نشست، با تأکید بر اینکه این نکات ارتباطی به معاونان شهرداری نداشته و مشخصاً مربوط به عملکرد شهردار تهران است، گفت: نکته نخست مربوط به انتقادی بود که نسبت به رویکرد شهرداری به دولت مطرح شد و اعلام کردیم که چرا رویکرد شهرداری تهران نسبت به دولت، رویکردی تخریبی است که به‌عنوان دلیل این مدعا نیز به برخی تیرهای منفی و تخریبی روزنامه همشهری علیه دولت در ماه‌های اخیر اشاره شد.

او همچنین به برخی پاسخ‌های قالیباف در واکنش

به این انتقاده‌ا اشاره کرد و گفت: شهردار تهران تأکید کرد در هیچ دوره‌ای نگاه جناحی نداشته و همواره تنها متر و معیار ارزشی او انقلاب و ارزش‌های انقلابی بوده و هیچ‌گاه اصلاح‌طلب و اصولگرا را به صورت گزینشی تفکیک نکرده است.

عضو فراکسیون امید در مجلس شورای اسلامی خاطرنشان کرد: قالیباف همچنین نسبت به تیرهای روزنامه شهرداری اعلام برائت کرد و گفت که تیر روزنامه همشهری مورد تأیید شهرداری نیست و بنابر شهادت یکی از معاونان شهرداری تهران که در جلسه حضور داشت، قالیباف پیش از حضور در جلسه مجمع نمایندگان به‌صورت تلفنی به مدیر روزنامه همشهری اعلام کرده که از تیرهای این روزنامه علیه دولت متنفر است. رحیمی افزود: با توجه به موضع آقای قالیباف نسبت به روزنامه همشهری و اعلام تبری ایشان از تیرهای ضد دولت، منتظر تیرهای امیدبخش و وحدت‌آفرین روزنامه همشهری هستیم. او ادامه داد: ما به ایشان گفتیم این هم به حساب شهرداری تهران و کارنامه شما نوشته می‌شود و مهم این است که رویکرد تعاملی با دولت را در عمل هم نشان دهید. نکته‌ای که آقای قالیباف مطرح کردند این بود که تعامل و همکاری و روابطی که با آقای روحانی و وزرای کابینه یازدهم وجود دارد در هیچ دوره‌ای از دولت‌ها چنین سطحی از همکاری وجود نداشته است لذا نگاه‌شان این بود که تقویت روابط شهرداری و دولت را پیش ببریم و در حال حاضر روابط‌مان در بهترین سطح ممکن است.

رحیمی اضافه کرد: نکته دومی که مطرح کرد بحث فعالیت‌های انتخاباتی و سیاسی شهرداری تهران است که شائبه انتخاباتی بودن را در پی دارد. اینکه شعار جهاد امده دارد را مطرح کنیم و آلمان‌هایی که آورده می‌شود، آلمان‌های مدیریت شهری باشند مسئله‌ای بود که مورد

با اصول ۸۴ و ۸۶ قانون اساسی سازگار نیست، چرا که طبق این دو اصل نماینده مجلس حق دارد در همه مسائل داخلی و خارجی کشور اظهارنظر کند و نمی‌توان او را به سبب نظراتی که در مجلس اظهار کرده تعقیب یا توقیف کرد. نماینده مردم تهران در مجلس ادامه داد: روشن است که اگر این نظارت بخواهد شامل اظهارنظرهای نمایندگان هم شود، حریت و آزادی آنها از بین می‌رود و نمایندگانی متعلق و چالپوس

خواهیم داشت. مطهری با اشاره به استناد سخنگوی شورای نگهبان به سیاست‌های کلی انتخابات که از سوی رهبری ابلاغ شده، یادآور شد: در سیاست‌های ابلاغی رهبری مرجع نظارت مشخص شده و در واقع این امر به عهده قانون گذاشته شده است. ممکن است این مرجع خود مجلس و قانون نظارت بر رفتار نمایندگان باشد که بهتر نیز همین است؛ یعنی لزوماً این ناظر شورای نگهبان نیست.

پرسش قرار گرفت. این مسئله مورد اعتراض بنیاد حفظ ارزش‌های دفاع مقدس هم بوده است، آنها هم اعتراض کرده بودند که اگر شعار می‌دهید که جهاد ادامه دارد چرا هیچ ردی از دفاع مقدس در این شعار وجود ندارد و کارنامه شهرداری به‌عنوان مصادیق این شعار آورده می‌شود. این عضو فراکسیون امید اظهار کرد: نکته دیگری که مطرح شد انتصاب‌های اخیر در شهرداری است خصوصاً اینکه هشت نفر از جمعیت پیشرفت و عدالت در مناصب مختلف در سطوح مدیریتی نصب شده‌اند و در حالی است که این افراد در سستاد انتخاباتی آقای قالیباف هم فعال بوده‌اند و این موضوع قابل کتمان نیست؛ به علاوه اینکه در سرای محلات هم واحدی را به خانه جهاد اختصاص داده‌اند. او ادامه داد: این مسائل شائبه شبکه‌سازی و حرکت به سمت یک انتخابات وسیع را به ذهن می‌رساند، ما از آقای قالیباف درخواست کردیم به‌عنوان مدیری که کارنامه ارزشمندی در دهه ۶۰ دارد این شائبه‌ها را جبران کند یا پاسخگو باشد؛ ایشان در پاسخ گفتند که من نه جناحی فکر می‌کنم و نه اعتقادی به آن دارم، فقط مسائل ارزشی را مدنظر دارم. این نماینده مجلس درباره تحقیق و تفحص از شهرداری نیز گفت: انتصابات جزو محورهای تحقیق و تفحص از شهرداری نبوده است؛ یکی از مسائل، مسائل مالی، دیگری مسائل تراکم و مسئله تغییر کاربری جزو این محورها بوده است. اطلاعاتی که ممکن است شهروندان در بین تحقیق و تفحص مطرح کنند، می‌تواند در مجموعه تحقیق و تفحص قرار گیرد ولی نکته مهمی که وجود داشت، نگاه آقای قالیباف به مجمع نمایندگان تهران و مجلس بود که نگاه سازنده‌ای بود اما تا به حال از این نگاه استفاده نشده و شهرداری نتوانسته از ظرفیت‌های مجلس به اندازه کافی استفاده کند.

کنگره فناوری‌های نوین آزمایشگاهی برگزار می‌شود

قلبی – عروقی و سرطان، آشنایی با پیشرفت‌های حاصله در تکنیک‌های الکترواسی و ژنومیکس و همچنین تولید دانش‌جویی به سایت ILABTC. IR مراجعه کنند.

به گزارش دبیرخانه برگزاری این کنگره، محورهای اصلی این مراسم سه روزه، به‌کارگیری NGS در تشخیص بیماری‌ها، ارائه اطلاعات از original به خصوص تشخیص بیماری‌های عفونی،

سیاست

آغاز رای‌گیری پیش از موعد انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکا

به ۱۳میلیون رای دهنده ثبت شده دارد. رای‌گیری انتخابات ریاست‌جمهوری رسماً روز سه‌شنبه ۱۸ آبان ماه (۸ نوامبر) آغاز خواهد شد اما رای‌گیری در شماری از ایالت‌های این کشور شروع شده و فلوریدا هم امکان شرکت زودهنگام در رای‌گیری و ریختن آرا به صندوق‌ها را فراهم کرده است. نتایج نظرسنجی‌ها نشان می‌دهد رقابت تنگاتنگی میان هیلاری کلینتون، کاندیدای دموکرات و دونالد ترامپ رقیب جمهوری‌خواه او در این ایالت جریان دارد. پیروزی در فلوریدا می‌تواند نقش مهمی در بیشتر شدن شانس ترامپ برای پیروزی در انتخابات ریاست‌جمهوری آمریکا داشته باشد.



باقر عزت بگوییچ، رئیس شورای ریاست‌جمهوری بوسنی و هرزگوین و هیأت همراه، عصر روز گذشته در حضور ریاست‌جمهوری با حضرت آیت‌الله خامنه‌ای رهبر انقلاب اسلامی دیدار کردند

جامعه

وزیر پیشنهادی آموزش و پرورش: سیاست‌زدگی برای تعلیم و تربیت «سم» است

اعتبارات فردی نکته‌سنج هستم. دانش اشتیانی تصریح کرد: شعار من این است که مدرسه زیر بنای توسعه همه جانبه در کشور است و به همین دلیل باید نگاه به معلم نگاه کارمند نباشد؛ معلم نباید برای حل مشکلات خود پشت در اتاق‌ها باشد. اگر معلم حداقل‌های معیشتی را نداشته باشد، کلاس درس دغدغه اصلی او نخواهد بود. وی با تأکید بر پرهیز از سیاست‌زدگی در امر تعلیم و تربیت گفت: سیاست‌زدگی برای تعلیم و تربیت سم است و تنها معیار همکاری با من تعهد و تخصص و اعتقاد به برنامه‌های اعلام شده است.



روز گذشته تهران بارانی شد و نخستین برف پاییزی برخی از نقاط کشور را سفیدپوش کرد

فرهنگ

برنامه‌های صالحی امیری برای تصدی وزارت ارشاد اعلام شد

تبلیغات و فعالیت‌های دینی و فرهنگ ملی و ارتقای هویت، ارزش‌ها و اخلاق دینی به‌عنوان برنامه‌های اصلی در این مبحث ذکر شده است.

برنامه‌های اعلام شده در بخش‌های مختلفی شامل صیانت از فرهنگ دینی و ملی، اصلاح ساختار نظام مدیریت فرهنگی، تأمین امنیت فرهنگی، توسعه زیرساخت‌های بخش فرهنگ، ایفای نقش فعال در اقتصاد مقاومتی، توسعه فناوری‌های نوین فرهنگی، رونق بخشیدن به اقتصاد مولد غیردولتی، گسترش نهادهای غیردولتی در بخش فرهنگ، احیای فرهنگ و تمدن ایرانی- اسلامی و تعامل فرهنگی با جهان می‌شود.



محمد یعقوبی، نویسنده و کارگردان تئاتر که این روزها فیلم «خشکسالی و دروغ». یکی از نوشته‌هایش در حال اکران است به‌زودی نمایش «ماه در آب» را پس از ۱۰ سال دوباره اجرا می‌کند

ورزش

کی‌روش: تفکر زرنگ خیابانی مانع پیشرفت است

روال همیشه مسئولیت و تقصیر این اتفاقات با «هیچ‌کس» نخواهد بود. تفکر زرنگ خیابانی که به دنبال پیدا کردن بهانه‌جویی‌ها و همه گونه توجیهات است، جایگزین ظرفیت و توانایی لازم برای یافتن راه‌حل‌های مورد نیاز شده است و هرگز فراموش نکنید اینها همان افرادی هستند که به دنبال مقصر معرفی کردن دیگرانند. بازیکنان ما استحقاق بهتر از اینها را دارند. ما برای حضور در جام جهانی به بیش از اینها نیاز داریم. ما نیاز به تعهد حرفه‌ای و التزام کامل به هدف و مأموریتی داریم که همان تبدیل کردن غیرممکن به ممکن است؛ برای نخستین‌بار دومین صعود پیاپی با تیم ملی به جام جهانی و دستیابی به روسیه ۲۰۱۸.»



علیرضا بیرانوند به دلیل مصدومیت از ناحیه دست راست در دیدار با استقلال خوزستان دچار شکستگی در این ناحیه شده و به همین دلیل چهار هفته از میادین دور خواهد بود

تیتراخبار

◀ نامه معرفی سه وزیر پیشنهادی وزارت‌تخانه‌های آموزش‌وپرورش، ورزش‌وجوانان و فرهنگ و ارشاد اسلامی توسط یک عضو هیأت رئیسه مجلس شورای اسلامی قرائت و اعلام وصول شد و رئیس مجلس شورای اسلامی، از در دستور کار قرار گرفتن رسیدگی به رأی اعتماد آقایان فخرالدین احمدی‌دانش آشتیانی، سیدرضا صالحی‌امیری و مسعود سلطانی‌فر در هفته آینده خبر داد.

تیتراخبار

◀ دکتر دانش‌آشتیانی، وزیر پیشنهادی آموزش‌وپرورش در دیدار روز دوشنبه خود‌با نمایندگان تشکل‌های‌صنغی‌معلمان گفت: بر خلاف برخی اظهارنظرهای نادرست من سابقه ۴۰ساله حضور در آموزش‌وپرورش دارم و به دلیل حضور در مدارس به خوبی نسبت به مشکلات و دغدغه‌های فرهنگیان آگاهی دارم.

دانش آشتیانی با بیان اینکه شعار و وعده مشکل‌گشای آموزش‌وپرورش نیست، گفت: همه باید کمک کنند تا آموزش‌وپرورش به یک دغدغه ملی تبدیل شود. من در پیگیری مطالبات و حل مشکلات و بودجه‌گیری و افزایش

تیتراخبار

◀ معاون امور اجتماعی اداره کل بهزیستی استان کرمان گفت: سنایش، کودک سه ساله که در رفسنجان مورد آزار قرار گرفت قطعاً به خانواده‌اش تحویل نمی‌شود. ابتدا مادر طفل به عنوان متهم دستگیر شده بود اما بعد از تحقیقات مشخص شد که کودک آزاری از سوی ناپدری متاعد کودک انجام‌شده است.

◀ معاون اداره بیماری‌های واگیر وزارت‌بهداشت با آغاز موج اول آنفلوآنزا از نیمه آبان نسبت به آخرین فرصت تزریق واکسن این بیماری هشدار داد.

تیتراخبار

سیدرضا صالحی امیری، وزیر پیشنهادی رئیس‌جمهوری برای تصدی بر وزارت ارشاد، بخشی از برنامه‌های خود برای حوزه فرهنگ و این وزارتخانه را اعلام کرد. برنامه‌های صالحی امیری برای وزارت ارشاد بنا بر تجربه سه سال گذشته تصدی علی‌چنتی بر این وزارتخانه و با توجه به برنامه‌های فرهنگی اعلام شده در دولت یازدهم در نظر گرفته شده است.

در بخش نخست که به صیانت از فرهنگ دینی و ملی اشاره شده مواردی همچون: اعتلای معرفت و توسعه فرهنگ قرآنی و دینی و اهل‌بیّت(ع)، مقابله با قشری‌گری، فرقه‌گرایی و انحرافات دینی، اثربخشی

تیتراخبار

◀ محمد رحمانیان، نویسنده و کارگردان تئاتر از روز ۲۴ آبان ماه اثر «هفت مجلس در عزا و معجزه (نمایشنامه‌خوانی مجموعه مسافران)» را در تالار اصلی مجموعه تئاتر شهر روخوانی می‌کند.

◀ سیروس نیرو، شاعر و پژوهشگر پیشکسوت ادبیات هجتنان به دلیل عفونت ریه در بخش مراقبت‌های ویژه بیمارستان بستری است.

تیتراخبار

◀ کارلوس کی‌روش، سرمربی تیم ملی فوتبال ایران خواستار حمایت بیشتر از این تیم در رقابت‌های انتخابی جام جهانی شد. او در این پیام نوشت: «به خاطر می‌آورید که هدف‌مان تبدیل غیرممکن به ممکن بود؟ این هدف اکنون دوباره دشوارتر شده. بار دیگر موفق نشدیم. البته این امر اتفاق جدیدی خارج از زمین در دپارتمان سازماندهی نیست. ما دوباره شکست می‌خوریم. ما این توانایی را نداریم که از تیم ملی حمایت کنیم و یک اردوی خوب و حرفه‌ای خارج از کشور را هماهنگ کنیم. ما این توانایی را نداریم که از تیم ملی حمایت کرده و یک بازی دوستانه پیدا کنیم تا به آنها تجربه بین‌المللی اعطا کنیم. متأسفانه و طبق

تیتراخبار

◀ بازیکنان نفت تهران تمرینات این تیم را به دلیل مشکلات مالی تحریم کردند. علی دایی، سرمربی این تیم می‌گوید چاره‌ای جز حمایت از بازیکنانش ندارد. ▶ باشگاه سپاه‌جنگان مشهد پس از استعفای فرهاد کاظمی از هدایت این تیم و امتناع بازیکنان از حضور در تمرینات با توجه به مشکلات مالی بسیار، خداداد عزیزی را به‌عنوان مدیرفنی این باشگاه انتخاب کرد.



۵ نشانه برای آغاز فرآیند ریبrendینگ

ترجمه: معراج آگاهی

منبع: www.entrepreneur.com

برند هسته اصلی فعالیت‌های تجاری شما محسوب می‌شود. مجموعه‌ای از ارزش‌ها، ایده‌ها، ویژگی‌های شخصیتی و جایگاه کسب‌وکار شما تماماً در برندتان متبلور می‌شود، اما گاهی حتی دوست داشتنی‌ترین برندها نیز وارد بحران می‌شوند، آنها در مقابل فشارهای ناشی از افزایش قدمت و سن خود تسلیم می‌شوند یا اینکه نمی‌توانند انتظارات مخاطبان‌شان را برآورده سازند.

در چنین شرایطی به نظر می‌رسد ریبrendینگ بهترین راه‌حل ممکن بوده و این فرآیند می‌تواند به معنای مدرن‌سازی یک برند یا طراحی مجدد آن باشد. با این حال پروسه ریبrendینگ باید در بهترین زمان ممکن صورت پذیرد چراکه در غیراین صورت ممکن است چهره برند شما به کلی مخدوش شده و زیان جبران‌ناپذیری به کسب‌وکارتان وارد شود. بسیار خوب چه زمانی برای آغاز فرآیند ریبrendینگ مناسب است؟ در ادامه به پنج نشانه‌ای که حاکی از فرارسیدن زمان ریبrendینگ در کسب‌وکار شماست می‌پردازیم.

۱- منسوخ شدن چهره برند

ممکن است دلیل اصلی نیاز شما به ریبrendینگ کهنه و منسوخ شدن برند قدیمی‌تان باشد. صنعت طراحی یک صنعت در حال تحول است و تغییرات با وسعت و سرعت زیاد در آن اتفاق می‌افتد. بنابراین هنگامی که یک یا دو دهه از طراحی یک برند می‌گذرد، اگرچه در سال‌های نخست طراحی آن جذاب بوده و از آن استقبال می‌شود اما ممکن است ۱۰ یا ۲۰ سال بعد مردم به طراحی آن برند بخندند! در چنین شرایطی بخش قابل توجهی از نام تجاری می‌تواند دست نخورده باقی بماند و در مقابل شما می‌توانید چهره ظاهری کسب‌وکارتان را که در همان طراحی برند باشد تغییر دهید.

۲- هدف‌گیری مخاطبان جدید

یک برند تاثیرگذار برندی است که برای یک جمعیت خاص طراحی شده باشد و این ویژگی دقیقاً همان چیزی است که برندها را با مخاطبان اصلی مرتبط می‌سازد. بنابراین هنگامی که تصمیم گرفتید جمعیت خاصی را مخاطب خود قرار دهید، بهتر است وارد فرآیند ریبrendینگ شده و برندناتان را مدرن‌سازی کنید تا در راستای استراتژی هدف‌گیری مخاطبان جدید حرکت کنید. به یاد داشته باشید برندی که توجه یک زن میانسال را به خود جلب می‌کند جذابیتی برای یک پسر نوجوان نخواهد داشت. بنابراین بهتر است چهره‌تان را به روز کنید تا بتوانید به حیاط خود در بازار ادامه دهید.



۳- تهدید رقبای جدید

ریبrendینگ گاهی یک اقدام دفاعی در مقابل رقبای است که به تازگی وارد بازار شده و مستقیماً کسب‌وکار شما را تهدید می‌کند. برای نمونه چنانچه یک شرکت تجاری نوظهور وارد بازار شده و فعالیت‌های آن به شکل قابل توجهی مشابه حوزه‌ای باشد که شما در آن فعالیت می‌کنید، در چنین شرایطی ریبrendینگ به مشتریان کمک می‌کند تا در انتخاب محصولات موردنظرشان دچار سردرگمی نشوند. در چنین شرایطی و به منظور جلب‌نظر مشتریان، شما می‌توانید طراحی برندناتان را تغییر داده و با رعایت استانداردهای روز طراحی، خود را از رقبای‌تان متمایز کنید.

۴- تغییر در ارزش‌ها و اهداف برند

ارزش‌ها و اهداف کسب‌وکار شما بیانگر نحوه رشد و توسعه برندناتان است. چنانچه تغییری در این ارزش‌ها رخ دهد، برندناتان نیز نباید از قافله تحولات عقب بماند. به‌عنوان مثال چنانچه شرکت تجاری شما تصمیم گرفت محصولات اقتصادی و دوست‌دار محیط زیست را به بازار عرضه کند، می‌توانید از یک لوگوی ساده و شفاف استفاده کرده و از جملات و شعارهای تبلیغاتی ملایم در معرفی کالاهای خود بهره ببرید. بهتر است از هر چیزی که برند شما را به اهداف و ارزش‌های شرکت تجاری‌تان نزدیک می‌کند استفاده کنید.

۵- استفاده از برندی نامناسب

ممکن است برخی اوقات برندی که در ابتدا برای کسب‌وکارتان انتخاب شده به لحاظ استفاده از المان‌های طراحی بسیار ضعیف و نامناسب باشد. استفاده از آوانس‌های طراحی ارزان‌قیمت یا واگذاری فرآیند طراحی لوگو و برند به یک طراح بی‌تجربه می‌تواند از جمله دلایل این موضوع باشد. چنانچه برند اصلی‌تان در ابتدا به خوبی طراحی نشده و چندان موردتوجه و پسند مشتریان قرار نمی‌گیرد، بهتر است به ریبrendینگ فکر کنید و با طراحی یک برند تازه و براساس اصول طراحی مدرن، جان تازه‌ای به کسب‌وکارتان ببخشید.

فرصت امروز

دوم

نرگس فرجی

nargesfaraji1389@yahoo.com

ویدئوهای سوریلند با صدای گوینده آنها یعنی سروش رضایی این روزها مورد توجه بسیاری از کاربران فضای مجازی است. این ویدئوها علاوه بر تم طنزگونه‌شان به خاطر اینکه به مسائل اجتماعی روز نیز می‌پردازند، جالب توجه هستند؛ ویدئوهایی که بارها و بارها توسط مخاطبان شبکه‌های اجتماعی دست‌به‌دست می‌شوند.

هر ویدئو در اینستاگرام حدود ۳۰۰ هزار بار دیده می‌شود

آرمان حسینی، کارشناس بازاریابی دیجیتال درباره همکاری تبلیغاتی سوریلند و برند نت برگ می‌گوید: استفاده از فضای تبلیغی یک رسانه پرمخاطب کاری است که سالیان سال در دنیا انجام می‌شود و برندهای کشورمان نیز از وجود آن بی‌نصیب نیستند. حالا این رسانه تبدیل به یک اکانت اینستاگرامی (در کنار تلگرام و سایر شبکه‌ها) پرمخاطب به نام سوریلند شده که در این چند سال با ساخت ویدئوهای طنز و دیالوگ‌هایی مرتبط با دغدغه رایج مردم، کاربران زیادی را به خود جلب کرده است و هر ویدئوی آن در اینستاگرام حدود ۳۰۰ هزار بار دیده می‌شود (بدون در نظر گرفتن عدد به اشتراک‌گذاری توسط سایر کانال‌ها) و این عدد برای تبلیغات بسیاری از برندها جذاب است و علاقه دارند در چنین فضای جدیدی دیده شوند. از همین رو همکاری سایت‌هایی مثل نت‌برگ می‌تواند جذاب و درست باشد، به شرطی که اصول و استانداردهایی را رعایت کنند.

هدف برند از فعالیت تبلیغاتی باید شفاف باشد

حسینی در پاسخ به این سوال که آیا نت برگ رسانه تبلیغاتی مناسبی را انتخاب کرده و با این کار می‌تواند نظر مخاطبان را به خود جلب کند یا خیر، می‌گوید: انتخاب اکانت‌های تاثیرگذار در جایی مثل اینستاگرام برای ترفیع یک برند و محصولات آن قطعاً تصمیم درستی است به شرطی که جامعه هدف آن برند در آن فضا فعال باشد و پیام به درستی به آنها منتقل شود. نت‌برگ می‌تواند مخاطب را به سمت خود جلب کند به شرطی که هدف خود را از این فضا مشخص کند که آیا فقط می‌خواهیم روی آگاه‌سازی راجع به برند کار کنیم یا انتظار عمل خاصی از کاربر داریم؟ تعیین شفاف این موضوعات در موفق بودن کمپین بسیار تاثیرگذار است.

ویدئوهای که مخاطبان را کنجکاو می‌کند

حسینی در پاسخ به این سوال که آیا درصد بالای ویروسی شدن ویدئوهای سوریلند به پیشتر دیده‌شدن برند نت‌برگ کمک خواهد کرد یا خیر، می‌گوید: کاربر در نخستین نگاه به ویدئوهای سوریلند، به دنبال سوزدهای طنز همیشه‌گی است و توجه زیادی به تبلیغات داخل ویدئو یا نام‌های استفاده شده در کپشن ندارد، مگر اینکه تبلیغ و نمایش پیام آن برند به شیوه جدیدی باشد که حداقل تعدادی از کاربران با آن برند تعامل برقرار کنند؛ کاری که در ویدئوی جدید سوریلند انجام شده و نت‌برگ بخشی از سناریوی طنز سوریلند اسپانسر ویدئوهای سوریلند قرار می‌گرفت

نگاهی به همکاری تبلیغاتی سوریلند و برند نت‌برگ

رسانه‌های برندینگ که خود برند هستند

موضوعی اجتماعی را محور قرار داده و نت برگ را نیز به نوعی در کانسپت اصلی خود گنجانده است.

«فرصت امروز» به بررسی زوایای مختلف همکاری تبلیغاتی سوریلند و برند نت‌برگ پرداخته است. در این بررسی گفت‌وگویی را با آرمان حسینی، کارشناس بازاریابی دیجیتال و جلال سمیعی، مشاور روابط عمومی و استراتژی محتوای دیجیتال داشته‌ایم که در ادامه می‌خوانید.

از شناخته‌شده بودن در بخش‌های جامعه هدفش برسد. نکته مهم، رعایت تعادل لازم بین میزان دیده شدن و چطور دیده شدن است! ممکن است با ترفندهای تهاجمی و جنجال و بازی با خط قرمزها، ناگهان برند خیلی دیده شود، اما پرسش همیشه خطرناکی هم هست با عنوان «که چی؟» که جوابش مهم است. دیده شوید به چه قیمتی؟ چه تصویری از شما برای مخاطب خواهد ماند؟ شما را با چه پدیده‌ها و نشانه‌هایی در گفته‌ها و رسانه‌ها یاد خواهند کرد؟ نت‌برگ توانسته است ریسک همکاری با سوریلند را که از بازی با خط قرمزهای عرفی و هنجاری باکی ندارد، با پرداختن به یک قصه خانوادگی و بدون محتوای ممنوع کم کند. این در حالی‌است که هنوز بی‌ملاحظگی و قصه‌های ممنوع ممکن است برای یک برند، قوی‌ترین خاطره باشند. طبیعی است که کاربرها محتوای غیررسمی را با ولع بیشتری می‌بینند و بازنشر می‌کنند، اما مهم است که تصویر برند برای همان همگان که معلوم نیست دقیقاً چه کسانی هستند، تصویری مناسب شخصیت برند در دراز مدت باشد.

رسانه‌های دارای برند را بیشتر دراییم سمیعی با ارائه راهکاری نسبت به استفاده بیشتر برندها از شبکه‌های اجتماعی می‌گوید: پیشنهاد این است که رسانه‌های دارای برند را بیشتر دراییم؛ اگر بسیاری از آوانس‌های تبلیغاتی در این سال‌ها رسانه فروش بوده‌اند و حتی با ترفندهایی رسانه‌های خود را دانما به برندها اجازه داده‌اند، در شبکه‌های اجتماعی اما تولید و بازنشر محتوا درحال دگردیسی و با وسواس بیشتری در حال اتفاق افتادن است. محتوا در شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی کم‌کم به سمت تخصصی‌تر شدن در انتخاب پیام و رسانه و کانال دسترسی به مخاطبان هدف پیش می‌رود؛ نگاهی به رسانه‌های برندشده‌ای که حتی ممکن است رسانه یک برند هم باشند، نشان می‌دهد مخاطبان زیادی ممکن است آنها را نه به قصد دنبال کردن اخبار برند حامی که دقیقاً شانس بزرگ و کمپایی که فقط با شناخت درست دست‌کم رسانه شوخی و انیمیشن، رسانه جذابی برای عامه مردم است و قابلیت انتشار و ویروسی خوبی دارد. اما برای برندینگ وجوه مختلفی هست که کار سوریلند می‌تواند برخی از آنها را پوشش بدهد و برخی دیگر را ممکن است تضعیف کند. سمیعی می‌گوید: مفهوم مهمی در برندینگ وجود دارد که نمی‌توان آن را نادیده گرفت؛ این مفهوم همان مجموعه‌ای از تصویر برند و هویت شفاهی آن است. در فرآیند برندینگ با بسیاری از استراتژی‌ها و ابزارها می‌توان نام و نشان برند را بر سر زبان‌ها انداخت، سال‌ها ممکن است طول بکشد تا یک برند به مرزهای راضی‌کننده‌ای

رسانه شوخی و انیمیشن، رسانه جذابی برای عامه مردم است

سمیعی در پاسخ به این سوال که آیا نت برگ با کمک سوریلند می‌تواند نظر مخاطبان را به سمت خود جلب کند، می‌گوید: اگر جامعه هدف نت‌برگ را عموم کاربران آنلاینی بدانیم که به دنبال تخفیف یا پیشنهاد نیست، اگر پیش‌تر چهره‌ها این بار را به دوش می‌کشیدند، اکنون رسانه‌ها خود تبدیل به یک چهره یا سلبریتی شده‌اند و برای تبلیغات در جامعه هدفی که براساس تجربه، بخش‌هایی از ویژگی‌های سلیقه‌ای و نیاز آنان هم مشخص است، ابزار مناسبی‌اند. انیمیشن‌های سوریلند امروزه با هر کیفیت

و نقدی به یک برند پربیننده تبدیل شده و ابزار مناسبی برای القای پیام در کنار جاذبه سرگرمی و شوخی است. از این رو، نت‌برگ مثل بسیاری از برندهای دیگر ترجیح داده است از نوعی کو-برندینگ با یک برند تبلیغاتی مبتنی بر سرگرمی سود ببرد و برای یافتن مخاطب هزینه کند تا ریسک کمتری در هدررفت پیام داشته باشد.

کاربر در نخستین نگاه به ویدئوهای سوریلند، به دنبال سوزدهای طنز همیشه‌گی است و توجه زیادی

به تبلیغات داخل ویدئو یا نام‌های استفاده شده در کپشن ندارد، مگر اینکه تبلیغ و نمایش پیام آن برند به شیوه جدیدی باشد که حداقل تعدادی از کاربران با آن برند تعامل برقرار کنند؛ کاری که در ویدئوی جدید سوریلند انجام شده و نت‌برگ بخشی از سناریوی طنز سوریلند شده است

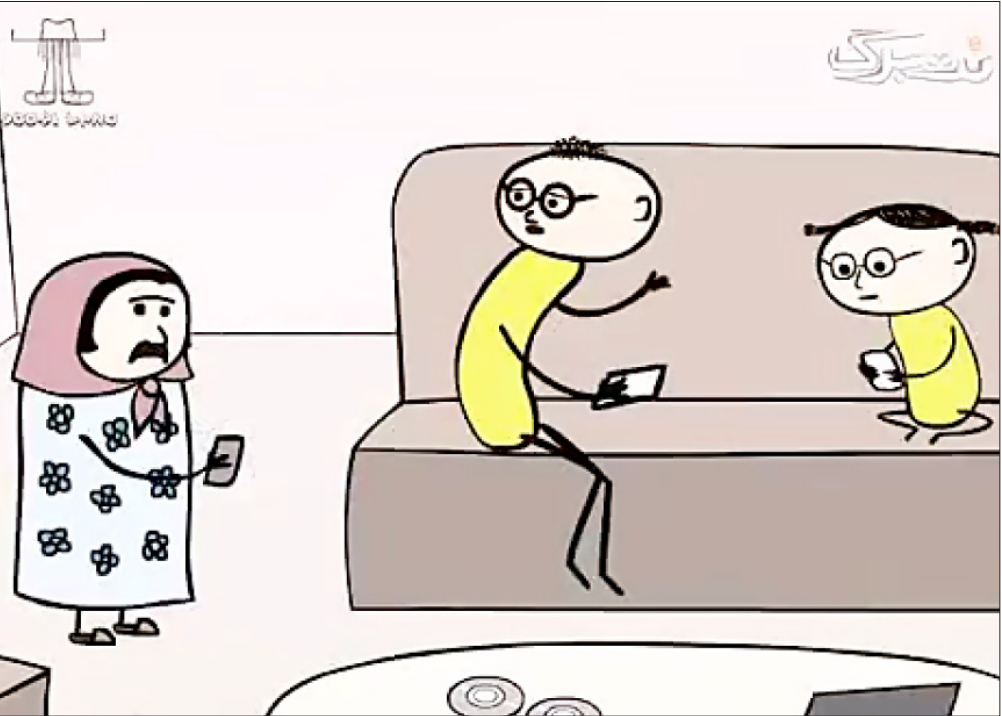
رسانه‌هایی که خود تبدیل به یک چهره یا سلبریتی شده‌اند

جلال سمیعی، مشاور روابط عمومی و استراتژی محتوا درباره همکاری سوریلند و نت برگ می‌گوید: به‌طورکلی استفاده از برندها از رسانه‌هایی که خود برند پرمخاطب و مشهوری شده‌اند، کار جدیدی نیست. اگر پیش‌تر چهره‌ها این بار را به دوش می‌کشیدند، اکنون رسانه‌ها خود تبدیل به یک چهره یا سلبریتی شده‌اند و برای تبلیغات در جامعه هدفی که براساس تجربه، بخش‌هایی از ویژگی‌های سلیقه‌ای و نیاز آنان هم مشخص است، ابزار مناسبی‌اند. انیمیشن‌های سوریلند امروزه با هر کیفیت

شاخص‌های کلیدی عملکرد باید به درستی بررسی شوند

حسینی با ارائه راهکاری در جهت بهبود عملکرد تبلیغاتی برند نت‌برگ می‌گوید: باید پیام تبلیغاتی را طوری طراحی و به کاربر ارائه کرد که بیشترین میزان تعامل با آن برقرار شود. ما شاهد پروموت کمپین لبخندمهریانی نت‌برگ توسط سوریلند، دبیرین‌دیرین و خاتم بازیگر مشهور هستیم اما نتیجه به دست آمده کمتر از ۲۰۰ پست

تولید شده توسط مردم (در مدت زمان یک ماه) برای نت برگ بوده است. باید مشخص شود هدف از برگزاری این کمپین چیست و سرمایه‌گذاری در این بخش منطقی بوده یا خیر؟ آیا بهتر بود نت‌برگ روی کمپین‌های مرتبط‌تر کار کند؟ جدا از کمپین، با وجود تگ شدن صفحه اینستاگرام نت‌برگ در تمامی پست‌های صفحه‌های مشهور، نرخ تعامل کاربر با پست‌های تولیدی آنها بسیار پایین است. با ۷۵ هزار دنبال‌کننده باید شاهد حداقل ۱,۲۵۰ لایک و چند کامنت به ازای هر پست باشیم که این مورد را در صفحه اینستاگرام نت‌برگ نمی‌بینیم. هر چند صفحه اینستاگرامی



و نقدی به یک برند پربیننده تبدیل شده و ابزار مناسبی برای القای پیام در کنار جاذبه سرگرمی و شوخی است. از این رو، نت‌برگ مثل بسیاری از برندهای دیگر ترجیح داده است از نوعی کو-برندینگ با یک برند تبلیغاتی مبتنی بر سرگرمی سود ببرد و برای یافتن مخاطب هزینه کند تا ریسک کمتری در هدررفت پیام داشته باشد.

کاربر در نخستین نگاه به ویدئوهای سوریلند، به دنبال سوزدهای طنز همیشه‌گی است و توجه زیادی

به تبلیغات داخل ویدئو یا نام‌های استفاده شده در کپشن ندارد، مگر اینکه تبلیغ و نمایش پیام آن برند به شیوه جدیدی باشد که حداقل تعدادی از کاربران با آن برند تعامل برقرار کنند؛ کاری که در ویدئوی جدید سوریلند انجام شده و نت‌برگ بخشی از سناریوی طنز سوریلند شده است

رسانه‌هایی که خود تبدیل به یک چهره یا سلبریتی شده‌اند

جلال سمیعی، مشاور روابط عمومی و استراتژی محتوا درباره همکاری سوریلند و نت برگ می‌گوید: به‌طورکلی استفاده از برندها از رسانه‌هایی که خود برند پرمخاطب و مشهوری شده‌اند، کار جدیدی نیست. اگر پیش‌تر چهره‌ها این بار را به دوش می‌کشیدند، اکنون رسانه‌ها خود تبدیل به یک چهره یا سلبریتی شده‌اند و برای تبلیغات در جامعه هدفی که براساس تجربه، بخش‌هایی از ویژگی‌های سلیقه‌ای و نیاز آنان هم مشخص است، ابزار مناسبی‌اند. انیمیشن‌های سوریلند امروزه با هر کیفیت

ایستگاه تبلیغات



معرفی Alexa در بیش از صد آگهی ۱۰ ثانیه‌ای

افراد از Amazon Echo به روش‌های مختلفی استفاده می‌کنند. از هوش مصنوعی آن، Alexa، سؤالاتی می‌پرسند که این برند از آنها بهره گرفته و با استفاده از همین سؤالات، بیش از صد آگهی ۱۰ ثانیه‌ای ساخته است که در هر کدام یک سوال یا یک درخواست به Alexa گفته می‌شود.

این کمپین که Alexa Moments نامیده می‌شود، در فضاهای داخلی است و برای معرفی و نمایاندن قابلیت‌ها و مهارت‌های Alexa راه‌اندازی شده‌است. اما Alexa بیش از ۳۰۰۰ قابلیت دارد و این آگهی‌ها تنها بخش بسیار کوچکی از آنها را به نمایش می‌گذارد.

آمازون می‌گوید این آگهی‌ها با الهام از داستان‌های کاربران واقعی ساخته شده و بعضی از آنها با بررسی نظرات بیش از ۴۳ هزار مشتری در آمازون و درباره این محصول پدید آمده است.

به گزارش ام‌بی‌ای نیوز، این روش، یک فرمت مناسب برای داستان‌گویی ساده است و در تناسب با محصول مورد نظر قرار دارد. ساختار این آگهی‌ها مشابه با تبلیغات Wieden + Kennedy برای Target است که چند سال قبل منتشر شد و محصولات فروخته‌شده در Target را به‌عنوان راه‌حل مشکلات موجود نشان می‌داد.



تبلیغات خلاق



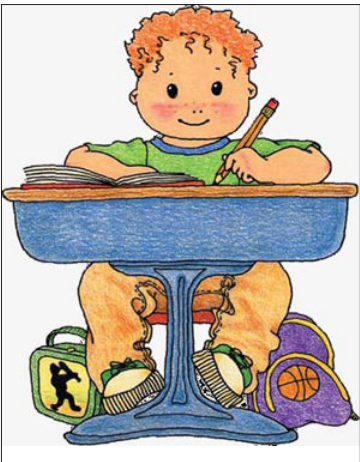
آگهی جوراب Goldtoe – شعار: جوراب‌هایتان را با دیدگاه جدید تنظیم کنید.

ایده‌های طلایی

ایده‌های بزرگ برای کسب‌وکار آفرینی (۸۵)

روش صحیح را بیابید

ترجمه: امیر آل‌علی



مدیریت زمان یکی از مهارت‌های آسانی برای موفقیت در کسب‌وکار است. افراد زیادی هستند که به دلیل نداشتن مدیریت روی زمان، ساعت‌های زیادی را در طول شبانه‌روز هدر می‌دهند. در کسب‌وکار بسیار مهم است که بتوانید حداکثر استفاده را از زمان خود داشته باشید تا بدین شکل بتوانید تمامی وظایف خود را تا پایان ساعت کاری خود تمام کنید.

یکی از مهم‌ترین راهکارهایی که به شما در این زمینه کمک خواهد کرد، آگاهی یافتن نسبت به این قضیه است که هریک از کارهایتان چقدر از وقت شما را اشغال خواهد کرد. با این کار می‌توانید به مدیریت زمان خود بپردازید. این اقدام یک روش مناسب محسوب می‌شود با این حال این امر تنها مزیت آن نبوده و به کمک انجام راهکار ذکر شده به چارچوبی از کارهای خود دست خواهیم یافت که کمک می‌کند تا حتی بتوانیم به فکر کوتاه‌تر کردن زمان هر فعالیت باشیم و این خود از اهمیت بسیار بالایی برخوردار است.

نخستین قدم این است که بدانید چگونه از وقت خود استفاده می‌کنید. سپس باید به تحلیل آن بپردازید و آنها را به ترتیب اهمیت اولویت‌بندی کنید.

ایده

ایجاد اولویت باعث می‌شود تا در نهایت بتوانید آن دسته از فعالیت‌ها را که اهمیت ندارند در زمانی انجام دهید که از فشار کاری‌تان کاسته شده است. حتی در مواردی که ضرورتی برای انجام آنها وجود ندارد اقدام به حذف‌شان کنید. در آخر نیز باید روش برنامه‌ریزی مناسب خود را انتخاب کنید. بدون شک هیچ فردی درست مانند دیگری نیست. حتی اگر چهره آنان درست مطابق یکدیگر باشد بازهم شاهد تفاوت‌های رفتاری و فکری آنان خواهیم بود.

همین امر هم باعث می‌شود تا یک روش برای تمامی افراد کارآمد نباشد در امر انتخاب روش صحیح به یاد داشته باشید که تعداد ساعت محدودی را در طول روز در اختیار دارید و به همین خاطر نباید از خود توقعات عجیب و غریب داشت. اگر احساس می‌کنید فشار کاری‌تان بسیار زیاد است و زمانی کافی برای انجام تمامی آن را در اختیار ندارید لازم است حداقل برای یک روز دست از کار خود بکشید.



درواقع وظایف هرکس درست براساس توانایی‌های وی تعیین می‌شود و اگر از عهده آن برنمی‌آید، بدون شک یک جای کار ایراد دارد. با متوقف ساختن کار خود فرصت این را به دست می‌آورید تا ببینید که هرکدام از کارهای خود را چگونه انجام می‌دهید و چه میزان وقت صرف هریک می‌کنید. با این کار شما به یک نظم کاری دست خواهید یافت و کمک می‌کند تا روش انجام کار خود را تغییر دهید. همواره فراموش نکنید که تغییر لازمه پیشرفت است.

آنچه در عمل باید انجام دهید

– انگیزه اصلی و هدف از خرید محصول را شناسایی کنید تا بفهمید محصول قرار است با چه هدفی و به چه منظوری مورد استفاده قرار گیرد. در این صورت می‌توانید برنامه‌ریزی درستی برای مدیریت بازار داشته باشید.

– در تبلیغات خود از اشعار و ضرب‌المثل‌ها نیز استفاده کنید. اگرچه ممکن است چندان مورد توجه واقع نشود، با این حال تاثیر خود را روی ضمیر ناخودآگاه مخاطب خواهد گذاشت. – در انتخاب شخصیت‌های به کار گرفته در تبلیغات دقت عمل لازم را داشته باشید. علت این امر نیز به‌خاطر این است که شخصیت انتخاب شده باید توانایی ارتباط برقرار کردن با مخاطب را داشته باشد. فراموش نکنید که شخصیت به کار گرفته شده در راستای ارتباط بهتر با مخاطب باید شباهت زیادی به آنها داشته باشد.

نگاهی به مسابقه اینستاگرامی علی بابا

سفر تو دست!



مهلا فرازمنند

m.farazmand.66@yahoo.com

یکی از مزایای شبکه‌های اجتماعی، دسترسی گسترده به مخاطبان با کمترین هزینه است. بسیاری از شرکت‌ها از شبکه‌های اجتماعی برای پیوند با مخاطبان بیشتر استفاده می‌کنند. در این میان هشتگ‌ها نیز ابزارهای مناسبی برای تبلیغ و توسعه کسب‌وکارها هستند که اخیراً در شبکه‌های اجتماعی بسیار مورد استفاده قرار می‌گیرند. مدتی پیش شرکت علی بابا نیز همزمان با تولد دو سالگی و رونمایی رسمی از سیستم فروش آنلاین بلیت‌های پروازهای خارجی‌اش، مخاطبان را به شرکت در یک مسابقه اینستاگرامی با عنوان «# سفر تو دست» فراخواند و از مردم خواست تا با نوشتن نام شهری که همیشه آرزوی سفر به آنجا را داشته‌اند، به همراه علامت (#) روی دست‌شان و ارسال یک عکس یا ویدئوی خلاقانه در این مسابقه شرکت کنند و دلیل انتخاب خود را نیز بنویسند. در این راستا «فرصت امروز» در گفت‌وگو با سهیل اعرابی، مدیر رسانه دیجیتال علی بابا و حسین گل‌حسینی، کارشناس ارشد و مشاور بازاریابی به تحلیل و بررسی ابعاد این رویداد پرداخته که در ادامه می‌خوانید.

هم‌راستایی با هویت برند

حسین گل‌حسینی با اشاره به تصویر برند شرکت علی بابا می‌گوید: برای اینکه بدانیم این رویداد چقدر در راستای هویت برند علی بابا است باید بدانیم تصویر برند این شرکت چیست و این موضوع را در راستای کاری که انجام می‌دهد بسنجیم و ببینیم این کمپین چقدر به خدمات و ارزشی که ارائه می‌دهد نزدیک است، اگر چه لزوماً برای یک استارت‌آپ نیاز نیست حتماً یک تصویر برند ساخته شود، بنابراین از آنجا که شرکت علی بابا خدمات فروش بلیت را ارائه می‌دهد و در حوزه تورسیم فعالیت دارد، بنابراین می‌توان گفت این کمپین در راستای هویت برند علی بابا و برای audience و پرسوناهای خودش است، یعنی کسانی که بلیت را به منظور مسافرت یا هر دلیل دیگری خریداری می‌کنند.

وی می‌افزاید: از سوی دیگر بخش‌بندی بازار برای علی بابا دو دسته است: یک بخش افرادی هستند که تفریح به مسافرت می‌روند و دسته دوم افرادی هستند که سفرهای کاری دارند. به نظر می‌رسد این شرکت افرادی را که به سفرهای کاری می‌روند جدا کرده و تمرکزش روی افرادی است که سفرهای تفریحی دارند و عاشق سفر و مسافرت هستند و از آنها خواسته که عکس‌های خلاقانه مرتبط با شهر مورد علاقه خود را بفرستند. این هدف با این

کمپین همخوانی دارد و علاوه بر اینکه قابلیت به اشتراک گذاشته شدن دارد، قابلیت ویروسی شدن هم دارد.

اطلاعرسانی و استقبال مخاطبان

مدیر رسانه دیجیتال علی بابا می‌گوید: صفحه اینستاگرام علی بابا محل فروش بلیت‌ها نیست، محل ارتباط با مردم و حرف زدن و شنیدن حرف‌های مخاطبان است و این برای علی بابا بسیار مهم‌تر از این است که در هر جایی به فکر فروش محصولات خود یا تبلیغ آنها باشد. علی بابا دوست دارد انسان‌ها این احساس خوب را در ارتباط با یک برند ایرانی داشته باشند. یک برند ایرانی که در حد توانش می‌خواهد با مردم در ارتباط باشد.

بخش‌بندی بازار برای علی بابا دو دسته است؛ یک بخش افرادی هستند که برای تفریح به مسافرت می‌روند و دسته دوم افرادی هستند که سفرهای کاری دارند. به نظر می‌رسد این شرکت افرادی را که سفرهای کاری می‌روند جدا کرده و تمرکزش روی افرادی است که سفرهای تفریحی دارند و از آنها خواسته که عکس‌های خلاقانه مرتبط با شهر مورد علاقه خود را بفرستند

وی در خصوص نحوه اطلاعرسانی مسابقه و تعیین برنده می‌گوید: این مسابقه از طریق شبکه‌های اجتماعی اینستاگرام، تلگرام و همچنین آپارات و سایت علی بابا اطلاعرسانی شد و با استقبال خوبی مواجه شد، به طوری که ۹۰۰ عکس ارسال شد که تا پایان مسابقه ۷،۵ میلیون بار دیده شد. در این میان ۱۵۰۰۰ عکس شرکت‌کننده به شرکت علی بابا لایک‌های جعلی را از خود برداشتند. علی بابا با حذف این عکس‌ها تعداد لایک‌ها به‌عنوان معیار سنجش قرار می‌گیرد اما اینکه هر کسی که تعداد لایک بیشتری داشته باشد برنده شود، معیار خوبی نیست، زیرا ممکن است تقلب‌ها و انتقادهایی از جانب مخاطبان صورت بگیرد. حسین گل‌حسینی در خصوص نحوه اطلاع‌رسانی این مسابقه می‌گوید: شرکت علی بابا این کمپین را در راستای اهداف بلندمدتی که برای خود داشته رانندازی کرده و برای اطلاع‌رسانی از

کانال‌های خود استفاده کرده است. این شرکت می‌توانست paid media نیز استفاده کند.

این مشاور بازاریابی در خصوص استقبال مخاطبان از این مسابقه می‌افزاید: برای ارزیابی استقبال مخاطبان باید به هشتگ مسابقه توجه داشت، چراکه صفحه اینستاگرام مختص مسابقه نیست و صفحه رسمی علی بابا نیز است. بسیاری از افراد این شرکت را می‌شناسند، می‌پندند، آن را دنبال می‌کنند و کامنت می‌گذارند. با توجه به تعداد عکس‌های ارسالی – که حدود ۹۰۰ تا است – و میزان کامنت‌ها، کاملاً مشخص است که کمپین مخاطب خود را پیدا کرده و مورد استقبال قرار گرفت است.

نحوه داوری و جوایز

سهیل در خصوص داوران مسابقه می‌گوید: این مسابقه سه داور داشت که داورها در شعبه اینستاگرام معرفی شدند. داوران مسابقه آقای حسین وجدانی، نویسنده و روزنامه‌نگار، سهرزاد عاصمی، عکاس و حرفه‌ای سفر و مهسا نعمت، عکاس بودند که علاقه زیادی به سفر کردن دارند. در این مسابقه امتیاز شرکت‌کنندگان براساس معیارهای مختلفی مانند ایده‌ها و متن‌هایی که زیر عکس‌ها نوشته می‌شود مبنی بر دلیل علاقه آن افراد به آن شهر و معیارهای مختلف دیگر تعیین شد.

گل‌حسینی می‌افزاید: اینکه برای امتیاز دادن تعداد لایک‌ها معیار قرار بگیرد همیشه کمی بحث‌برانگیز است و خوشبختانه شرکت علی بابا لایک‌های جعلی را از این کمپین حذف کرده است. معمولاً تعداد لایک‌ها به‌عنوان معیار سنجش قرار می‌گیرد اما اینکه هر کسی که تعداد لایک بیشتری داشته باشد برنده شود، معیار خوبی نیست، زیرا ممکن است تقلب‌ها و انتقادهایی از جانب مخاطبان صورت بگیرد. حسین گل‌حسینی در خصوص نحوه انتخاب برندگان داوری می‌گوید: داشتن روند داوری برای انتخاب برندگان بسیار بهتر از روش‌های مرسوم است و همان‌طور

نظریه زمینه‌ای و تحلیل داده‌ها

حامد بختیاری

کارشناس تحقيقات بازار و دانشجو دکتری بازاریابی



همان‌طور که پیش‌تر اشاره شد نظریه زمینه (داده بنیاد) نوعی روش کیفی است که در آن نظریه براساس مشاهده، تولید می‌شود. نظریه شکل یافته از تجارب قابل مشاهده (مقوله‌ها، ویژگی‌ها و ارتباط بین آنها) زمینه‌ای شده است. تفکر بنیادی در پس این استراتژی این است که محقق با افکار باز و بدون پیش‌فرض وارد حوزه‌ای می‌شود و دانشی را در مورد روابط بین متغیرها و با استفاده از داده‌های خام حاصل از کار میدانی ارائه می‌دهد. هر چند نداشتن پیش‌فرض گزاره اصلی نظریه زمینه‌ای محسوب می‌شود اما جهت شناسایی خلأهای ادبیات کنونی و وضوح‌بخشی به کانون تحقیق در رویکرد‌های عمل‌گرا، می‌توان فرآیند تحقیق را با مطالعه اولیه کارهای پژوهشی دیگر آغاز کرد. مرور ادبیات نظری و بسط چارچوب تحقیق می‌تواند بعد از انجام کار میدانی اتفاق بیفتد. این موضوع به محقق کمک می‌کند تا نتایج تحقیق را در پرتو ادبیات نظری موجود تفسیر کند، به‌طور مثال دو دانشمند به نام‌های دکرپ و اسلندر گونه‌شناسی تازه‌ای از تصمیم‌گیری تعطیلات را مطرح کردند که در آن فرآیند اجتماعی-روانی مسافران و سبک‌های تصمیم‌گیری با هم ترکیب شده‌اند. این پژوهشگران فرآیند تصمیم‌گیری تعطیلات ۵۸ درصد خانواده‌های بلژیکی را مورد توجه قرار دادند.

رویکرد‌کنندگان ابتدا در فوریه و سپس در آوریل در ارتباط با برنامه تعطیلات، انتظارات و انگیزه‌های خود برای تعطیلات مورد مصاحبه قرار گرفتند. با ۲۰ خانوار برای سومین بار در ژوئن مصاحبه شد، زیرا فرآیند تصمیم‌گیری آنها در آوریل کامل نشده بود. تحلیل و تفسیر متن مصاحبه‌ها و نکات مشاهده براساس نظریه زمینه‌ای بود. راهبردر نظریه زمینه دنبال شده توسط پژوهشگران، جمع‌آوری همزمان و تحلیل داده‌ها به منظور ارتقای حساسیت نظریه را شامل ذکر استفاده از نظریه داده بنیاد برای گزاره‌هایی استخراج شد که همواره در پرسش محققان مورد بررسی قرار گرفتند. از طریق تحلیل داده‌ها در سه سطح (برای مثال کدگذاری باز، محوری و گزینشی) از توصیفی‌ترین تا تفسیری‌ترین آنها، محققان گونه‌شناسی شش‌گانه جدیدی از گردشگران ایام تعطیلات را ارائه کردند: عادی، عقلانی، لذت‌گرا، فرصت‌گرا، مقید و سازش‌پذیر.

بنابراین نمی‌توانیم این برتری را نسبت به یک ملاک بسنجیم. وی می‌افزاید: پرسوناها مجموعه‌ای از افراد هستند که الگوی خاصی در خرید دارند. به‌عنوان مثال افراد بین ۲۰ تا ۳۰ سال بیشتر سفرهای تفریحی می‌روند و افراد ۴۰ تا ۵۰ سال اغلب سفرهای کاری انجام می‌دهند. هر مخاطب ما هستند. هر کدام از این افراد به دلیل تفاوت در شخصیت‌های‌شان با یکدیگر متفاوتند، بنابراین نحوه رسیدن‌شان به اهداف نیز با هم تفاوت دارد. برای ارتقای پرسونا می‌توان برای افرادی که سفرهای کاری انجام می‌دهند نیز به روشی دیگر یک کمپین برگزار کرد که با روش برگزاری کمپین برای افراد جوان‌تر و مشتاق سفرهای تفریحی متفاوت باشد، به طوری که براساس بایرپرسونای خودشان طراحی شود و موضوع مسابقه مورد علاقه آنها باشد و به نوعی تولید محتوا صورت بگیرد. به‌عنوان مثال در یک سفر کاری چه چیزهایی باید ببریم؟ این کمپین نیز براساس بایرپرسونا و چیزهایی که بایرپرسونا علاقه دارد طراحی شده است و این کمپین کاملاً براساس بخشی از پرسوناهای شرکت علی بابا است.



روش‌های کدگذاری

تحلیل داده‌ها با توجه به مراحل زیر انجام می‌شود:

- ۱- آشنایی با داده‌ها
- ۲- کدگذاری، مفهوم‌سازی و مرتب‌سازی
۱. کدگذاری باز
۲. کدگذاری محوری
۳. کدگذاری انتخابی
۴. ارائه پیشینه

مرحله اول: آشنایی با داده‌ها

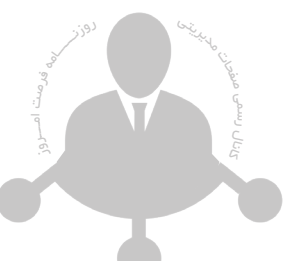
در این مرحله شما باید با داده‌ها آشنا شوید. این امر باعث می‌شود تفکرات اولیه در شما شکل گیرد و به شما کمک می‌کند که به جذابیت مسئله بی ببرید. باید تلاش کنید تمام داده‌های این مرحله را مرور کنید. فعالیت‌های زیر می‌تواند در فرآیند مرور داده‌ها به شما کمک کند:

– چندان‌بار به تمام مصاحبه‌های انجام شده گوش کنید و همه مطالب و نکات مورد نظر را با توجه به مصاحبه‌شونده و نیز با توجه به محتویات مصاحبه یادداشت کنید. لازم است تمام تفسیرهای محتمل از موضوع را یادداشت و موضوعاتی را که مطرح می‌شوند شناسایی کنید.

– مصاحبه‌های پیاده‌سازی شده و مستندات مشاهده را بازخوانی کنید. بازخوانی این مطالب می‌تواند فرآیند قرار دادن مفاهیم مختلف در جای اصلی خود و درک ارتباط بین آنها را تسریع کند. اگر تحقیق شما در یک فضای سازمانی انجام می‌شود می‌توانید به مطالعه اسناد سازمانی بپردازید و گزارش منتشرشده با توجه به سازمان‌های شرکت‌کننده را نیز مرور کنید. در جلسه آتی سایر مباحث فوق ارائه خواهد شد.

کانال رسمی صفحات مدیریتی
روزنامه فرصت امروز

telegram.me/adsforsat



کار تابل

توصیه‌هایی کاربردی برای مدیران (۳۷)

سرِبع تر بنویسید

ترجمه: علی آلی



نگارش سریع مطالب در وهله نخست در ذهن هر خواننده‌ای ایجاد سوال خواهد کرد. آیا منظور از افزایش سرعت در نوشتن صرفاً مانند تبلیغات سطحی، صرفه جویی در مصرف آب به وسیله استفاده اشتراکی از حمام است؟

همچنین به طور کامل با شما موافق هستم اگر بخواهید معنای دقیق این ایده را بدانید. البته پیش از پرداختن به معنای اصلی لازم است اشاره کنم که منظور من از نوشتن سریع، تنها افزایش سرعت نگارش نیست. در این صورت تنها دستورآور توصیه من یادداشت‌های پوچ و بی‌معناست که به دلیل عجله نگارنده قابل خواندن نیست. در واقع در این ایده از معنای اولیه فاصله گرفته می‌شود. تمرکز اصلی در اینجا روی کیفیت متن نوشته شده است. به عبارت ساده‌تر، افزایش سرعت نگارش در اینجا به معنای نادیده گرفتن اهمیت کیفیت مطالب نیست. در ادامه به بررسی این موضوع به ظاهر کم اهمیت خواهیم پرداخت.

ایده

آخرین باری که مجبور به نوشتن یک نامه اداری، گزارش کاری یا هر نوع یادداشت مشابه شدید را به یاد دارید؟ به طور معمول دغدغه بسیاری از افراد هنگام نوشتن یک متن، چگونگی شروع، ساختار بندی و همچنین شیوه بیان مطالب است. اگر روزنامه‌نگار باشید، این مشکل برای شما بدل به کابوس خواهد شد. به عبارت ساده، تمام کارایی یک روزنامه‌نگار در استعداد نگارش وی جمع شده است. همچنین به‌عنوان یک روزنامه‌نگار، توانایی سریع نوشتن و در عین حال رعایت کیفیت مطلب یکی از نیازهای ضروری برای شما به منظور ادامه فعالیت در این کسب‌وکار است. با این حال لازم نیست پیش از اندازه نگران باشید. در ادامه به بررسی نکاتی خواهیم پرداخت که کمک شایانی در جهت بهبود توانایی نگارش افراد خواهد کرد. هنگامی که در ابتدای فعالیت حرفه‌ای خود شروع به کار در یک تحریریه کردم، بسیار شگفت انگیز بود که چگونه بعضی افراد با سرعت بسیار بالا مقالاتی را که به آنها محول شده بود، می‌نوشتند. در واقع من نیز مانند بسیاری از ژورنالیست‌های جوان در ابتدای کار خود با کابوس بهبود کیفیت نوشته‌های خود دست و پنجه نرم می‌کردم. هنگامی که از یکی از افراد ماهر در آن تحریریه در خصوص راهکار بهبود توانایی نگارش سوال کردم، پاسخ او تنها یک جمله کوتاه بود: «خیلی سخت نیست، بعضی از افراد این توانایی را دارند و برخی ندارند.» بدون تردید اکنون من به طور قطع با این نظر مخالف هستم. در واقع پس از شنیدن این جواب، سعی کردم راهکارهای دیگری برای بهبود توانایی خود پیدا کنم. ثبت‌نام در کلاس خبرنگاری نخستین گام از تلاش من بود. همچنین سعی کردم از نحوه عملکرد افراد حرفه‌ای در این زمینه نیز الگوبرداری کنم. در هر حال نگارش نیز مانند سایر توانایی‌ها نه تنها قابل یادگیری است، بلکه می‌توان با تمرین کافی کیفیت آن را نیز به طور قابل ملاحظه‌ای بهبود بخشید. نکته دیگری که در این زمینه به من کمک شایانی کرد، استفاده از کتاب‌های مناسب در زمینه بهبود توانایی نگارش بود.



صرف نظر از چگونگی تقویت توانایی نگارش، بسیاری از افراد در مورد اختصاص بخشی از زمان خود برای این فعالیت تردید دارند. به نظر این افراد که بخش قابل توجهی از کارمندان را تشکیل می‌دهند، صرف وقت برای تقویت چنین مهارتی چندان فایده‌ای در پی نخواهد داشت. بنابراین به‌عنوان مدیر یک شرکت، تلاش اصلی شما باید معطوف به نشان دادن اهمیت تقویت این مهارت باشد. در این مورد بهتر است اقدام به برگزاری کلاس‌های آموزشی برای کارمندان خود کنید.

آنچه در عمل باید انجام دهید

– اگرچه در ابتدا صرف هزینه و زمان به منظور یادگیری و همچنین بهبود توانایی نگارش اندکی سخت به نظر می‌رسد، با این حال تنها پس از گذشت مدت زمان اندکی تاثیر آن را حس خواهید کرد. در مقام مدیر یک برند، این ایده تاثیر بسیار زیادی روی مدیریت بهینه زمان در بخش‌های مختلف شرکت‌تان خواهد داشت. تنها لازمه آن یافتن شیوه صحیح انجام این کار است. در این راستا پیشنهاد من استفاده از کتاب‌های مناسب در این زمینه است.

کلینیک کسب‌وکار

برای مطالعه ۵۶۶ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می توانید به سایت clinic.forsatnet.ir مراجعه کنید.

پرسش: کسب‌وکار کوچکی را به همراه ۱۰ کارمند اداره می‌کنم. چندوقتی است با شرکت در همایش‌های بزرگ بازاریابی و الهام از اطلاعات دریافتی، شیوه تبلیغات و بازاریابی را در جهت معرفی کسب‌وکارم به‌کار گرفته‌ام. در این باره هزینه زیادی نیز کرده‌ام اما نتیجه دلخواه را به‌دست نیاورده‌ام. به نظر تان چرا چنین اتفاقی افتاده است؟

بازاریابی ناکارآمد

پاسخ کارشناس: کسب‌وکارهای کوچک باید دقت داشته باشند که اطلاعات داده شده در همایش‌ها و کتاب‌های مرجع مربوط به شرکت‌های بزرگ هستند. آنچه کسب‌وکارهای کوچک نیاز دارند، به مراتب متفاوت‌تر از آن چیزی است که شرکت‌های بزرگ در جهت بازاریابی و تبلیغات خود به‌کار می‌گیرند. نکته مهم این است که روش‌های بازاریابی شرکت‌های بزرگ هزینه‌بر بوده و اکثراً برای بازارهای انبوه قابلیت اجرا دارند. هزینه‌های سرسام‌آوری که کسب‌وکارهای کوچک

توان پرداخت آنها را ندارند. دراین باره کسب‌وکارهای کوچک می‌توانند روش‌های مختلفی را اجرایی کنند؛ روش‌هایی مانند یک: شیوه به‌کار گرفته شده برای کسب‌وکارهای کوچک باید سازگار با چارچوب استاندارد بازاریابی با موقعیت شرکت‌های کوچک باشد. دو: در این باره کسب‌وکارهای کوچک بهتر است سراغ شیوه‌های ارتباطات شخصی برای بازاریابی و تبلیغاتی بروند و از تبلیغات گسترده پرهیز کنند. سه: کسب‌وکارهای کوچک شاید به خاطر فضای کاری تازه‌شان مدل بازاریابی متناسب با خود را نیابند. پس بهتر است دست به کار شده و برای کسب‌وکارشان مدلی را تعریف و به‌طور

گزارش «فرصت امروز» از نخستین روز گردهمایی روندهای جهانی منابع انسانی در تهران

راه‌های نوین کسب‌وکار از زبان بزرگان



فرد مقابل کاهش یابد. ایجاد بروز، مفاهیم کسب‌وکار را در دنیا تغییر داده‌اند. مدیریت منابع انسانی با تیم‌های مجازی و افرادی که با هم کار می‌کنند تغییرات محسوسی داشته است. امروزه تفکرات را به اشتراک می‌گذارند و از مسیر فضای مجازی می‌توان یک مهندس خوب داشت که از نزدیک با ما کار نمی‌کند اما ساعت‌ها مشغول به کار است. البته این کار مجازی داشته باشد تا درک مفاهیم، با بازخورد مناسب همراه و همکاری‌های مشترک افزایش یابد. همکاری اثربخش تیم‌های مجازی در گرو درک اشتراکی و اعتماد است.

شرکت‌های رویایی کارمندان

در ادامه این گردهمایی، آسیه حاتمی، مدیرعامل ایران تلنت در سخنرانی خود با موضوع «شرکت‌های رویایی کارمندان» با اشاره به مفهوم مهم Employer Branding گفت: این مفهوم، موضوع بسیار مهمی است که در ذهن بسیاری از مدیران شرکت‌ها و سازمان‌های کشوری در حال توسعه مغفول مانده ولی امروزه به‌صورت جدی مورد توجه قرار گرفته است. احتمالاً نخستین سوالی

مورد علاقه خود را براساس حقوق دریافتی بیشتر انتخاب می‌کنند.

استعدادها، مزیت رقابتی سازمان

شون رویال، مدیر منابع انسانی هتل‌های زنجیره‌ای Hyatt، در مورد چگونگی تغییر روش‌های انجام کار صحبت کرد و گفت: تبلیغات هتل‌ها در اینترنت نسبت به گذشته بسیار تفاوت پیدا کرده است. در دورانی هستیم که باید نسبت به تفاوت‌ها

اهمیتی ندارد که شرکت شما کوچک یا بزرگ است، آنچه مهم است این است که از ابتدا شما باید روی اخلاق کار کرده و کارمندان بالقوه را که تناسب با سازمان دارند، شناسایی کنید. باید بررسی کنید که کارمندان چه تجربیاتی دارند و دوست دارند با این شرکت به کجاها برسند. در نتیجه به کارمندان بالقوه فرصت دهید که وارد شرکت

ما شده و قبل از اینکه به طور رسمی به ما ملحق شوند، آنها را بیازماییم. بدین ترتیب می‌توانیم استعداد درست را جذب کرده و خواهم دید که در طول زمان به دلیل نوآور بودن تبدیل به برند می‌شود. او تاکید کرد: شفاف‌سازی و به اشتراک گذاشتن تجربه واقعی کارمندان از فعالیت در یک شرکت، از زوایای مختلف (ارزش‌های شرکت، مدیران، فرصت‌های یادگیری و توسعه) در مسیر برندینگ یک شرکت می‌تواند آن مجموعه را به شرکتی مورد علاقه متخصصان تبدیل کند. وی در ادامه گفت: طبق آخرین نتیجه تحقیق انجام شده در ایران، بیش از ۳۰ درصد جامعه آماری تحقیق علاقه‌مندند که شرکت مورد علاقه‌شان فرصت‌های یادگیری بیشتری را در اختیار آنها قرار دهد و تنها ۳ درصد افراد، شرکت

برون‌سپاری فعالیت‌ها در شرکت‌ها به یک امر عمومی تبدیل شده و اقتصاد دانش محور و اطلاعات به‌روز، مفاهیم کسب‌وکار را در دنیا تغییر داده‌اند. مدیریت منابع انسانی با تیم‌های مجازی و افرادی که با هم کار می‌کنند تغییرات محسوسی داشته است. امروزه تفکرات را به اشتراک می‌گذارند و از مسیر فضای مجازی می‌توان یک مهندس خوب داشت که از نزدیک با ما کار نمی‌کند اما ساعت‌ها مشغول به کار است

که در ذهن شما متبادر می‌شود این است که چرا باید کارفرماهای رویایی باشیم؟ دو نوع شرکت داریم که تعدادی از آنها محصولاتشان برند بوده و می‌توانند استعدادهای را جذب کنند و تعدادی برند نیستند. شرکت‌های دوم چگونه می‌توانند استعدادهای را جذب کنند؟ شما باید روی برند خود کار کرده و عملکرد تیم موجودتان را ارتقا دهید. شرکت‌های ایرانی همیشه از این موضوع گله می‌کنند که ما نمی‌توانیم این کار را انجام دهیم، ما افراد تحصیل‌کرده زیادی در این زمینه داریم، اما کار درستی نداریم. شما به‌عنوان مدیر منابع انسانی باید این استعدادهای را شناسایی کنید. باید در رابطه با مهارت و دانش روی اشخاص وفاداری ایجاد کنید. باید بینیم چه ارزشی را می‌خواهیم با کارمندان به اشتراک بگذاریم.

مدیریت امروز

هدف مدیر مالی چیست؟

پیمان احمدی
Peyman.ahmady@yahoo.com



موضوع مدیریت مالی به پول و خلق ارزش در سازمان مربوط می‌شود. بنابراین در نگاه اول سودآوری می‌تواند به‌عنوان یکی از اهداف اصلی شرکت مطرح شود و همچنین ممکن است اهدافی از قبیل بقای شرکت در صنعت، جلوگیری از بروز مشکلات مالی و ورشکستگی، پیشی گرفتن از رقیب، به حداکثر رساندن فروش یا سهم بازار و حداقل کردن هزینه‌ها هم مطرح شود، اما اینها خیلی زیادند و خواننده را سردرگم خواهند کرد. ضمناً هرکدام ایراداتی هم دارند. مثلاً خیلی از آنها (برای مثال مشکلات مالی و ورشکستگی) تعریف و حد و مرز مشخصی ندارند. بگذارید برویم سر رایج‌ترین هدفی که بین مالی خواننده‌ها برای مدیریت مالی یک بنگاه رایج بوده و آن «افزایش سود (یا سودآوری) شرکت» است. این هدف البته هدف بسیار خوبی است، اما ایراداتی هم دارد که باید به آن توجه کنیم؛ اول اینکه کلمه سود (و طبعاً سودآوری) دارای تعریف واحد و مشخصی نیست یعنی سود اقتصادی، سود حسابداری و کلی مفهوم دیگر وجود دارد که ممکن است با این واژه به ذهن متبادر شود. دومین ایراد این هدف (افزایش سود یا سودآوری) این است که این واژه ریسک را در نظر نمی‌گیرد یعنی ممکن است که مدیر (یا مدیر مالی) یک شرکت با انجام کارهای مخاطره‌آمیز سود شرکت (حالا با هر تعریفی که روی آن توافق کنیم) را بالا ببرد، اما این امر به نفع سهامداران نباشد. به یک مثال غلوآمیز فکر کنید که در آن مدیری تصمیم می‌گیرد که به فعالیت‌های قاچاق روی بیاورد و انتظار سود بسیاری هم داشته باشد، اما آیا واقعاً این تصمیم به نفع شرکت و سهامداران است و در جهت اهداف سازمان ارزیابی می‌شود؟ ایراد دیگر هدف سودآوری این است که مدیران با قرار دادن این هدف دچار پدیده کوتاهمدت‌نگری می‌شوند. این یعنی اینکه مدیر چون می‌داند که از طریق سود شرکت ارزیابی خواهد شد، تلاش خواهد کرد که این سود را در مدت فعالیت و مسئولیت خود نشان دهد و ممکن است اهداف بلندمدت شرکت را فدای این شناسایی سود در کوتاه‌مدت بکند. ضمناً در این صورت مدیران ترجیح می‌دهند سراغ پروژه‌هایی بروند که در کوتاهمدت (یعنی در دوران مدیریت خودشان) به سود برسد و از پروژه‌های بلندمدت صرف‌نظر کنند.

و یک دلیل دیگر اینکه سود (در مفهوم حسابداری آن) قابل دستکاری است یعنی تغییر روش محاسبه موجودی و... موجب تغییر در عدد سود می‌شود درحالی‌که در واقعیت شرکت اتفاق خاصی نیفتاده است.

همه این تغییر روش‌ها هم غیرقانونی نیستند. یا مثلاً مدیر می‌تواند در پایان سال، دارایی یا موجودی انبار خود را با قیمت ارزان بفروشد و سود هم شناسایی کند، اما آیا این تصمیم خوبی است؟ (این مثال هم به سودسازی مربوط است و هم به نگاه کوتاهمدت‌مدت‌مدت!)



پس هدف مدیریت مالی چیست؟ در حقیقت به دنبال این سوال هستیم که «از دیدگاه سهامداران یا همان مالکان شرکت، تصمیم صحیحی که مدیر مالی می‌تواند اتخاذ کند، چیست؟» برای اینکه هدف بی‌ابهایی برای مدیریت مالی ذکر شود این‌طور گفته‌اند که هدف مدیریت مالی «به حداکثر رساندن ثروت سهامداران» است. بنابراین اگر تصمیمات مدیریت به افزایش ثروت سهامداران منجر شود، به هدف خود رسیده است. این هدف از ابهامات مفاهیم دیگر خالی است و ضمناً عملکرد مدیریت را قابل اندازه‌گیری می‌کند. اگر سهام شرکت در بازار سهام باشد و قابلیت معامله داشته باشد، تغییرات ارزش سهام شرکت، شاخص خوبی برای تغییرات ثروت سهامداران است و اگر این‌طور نباشد باید ارزش حقوق صاحبان سهام را بررسی کنیم.

توجه کنید که این هدف با هدف افزایش سودآوری مغایرت ندارد زیرا ارزش سهام شرکت در حقیقت به انتظارات سهامداران و بازیگران بازار از سودآوری و درآمدزایی شرکت مربوط می‌شود. نکته آخر اینکه ما نمی‌خواهیم اسیر این تعاریف باشیم و اگر در شرکتی رشد سودآوری بر اثر یک برنامه بلندمدت به‌دست آمده باشد و حساب‌سازی نشده باشد و... بیا هم مطلوب است.

دریچه

چرا شرکت‌های بزرگ، کوچک‌ترها را می‌خرند؟

ترجمه: سارا گلچین

منبع: thebalance.com

ادغام و یکی شدن در دنیای تجارت یک انگیزه مشترک دارد و آن حفظ یا افزایش قدرت و سوددهی شرکت‌های برجسته است. البته از طرفی اگر شرکت کوچک‌تر به‌خاطر مشکلات گوناگون در آستانه تعطیلی یا ازهم پاشیده شدن باشد، ادغام شدنش در شرکت بزرگ‌تر از محو شدنش جلوگیری می‌کند.

به‌طور کلی خرید شرکت‌های کوچک از سوی همتایان بزرگ‌تر با چند انگیزه انجام می‌شود. این انگیزه‌ها را می‌توان این‌گونه دسته‌بندی کرد:

۱) **ایجاد تنوع در سرمایه‌گذاری و تولید**
ادغام گاهی به این دلیل اتفاق می‌افتد که شرکت‌های تجاری به‌دنبال تنوع در سرمایه‌گذاری هستند تا بتوانند محصولات بیشتری را عرضه کنند. برای مثال، اگر یک شرکت بزرگ در مقطعی از فعالیت خود به این نتیجه برسد که به‌خاطر تکیه بیش از اندازه به یک محصول در خطر از بین رفتن یا کاهش قدرت قرار دارد، به فکر خریدن یک شرکت کوچک‌تر می‌افتد تا با استفاده از امکانات و نیروی آماده به کار آن شرکت تنوع محصول ایجاد کرده و تولیدات خود را گسترش دهد.

مدیران شرکت بزرگ‌تر با این استراتژی دیگر تخم‌مرغ‌هایش را در یک سبد نمی‌گذارند و به این ترتیب ریسک کار را کاهش می‌دهد. برای مثال، اگر شرکتی در تولید سدی بی‌رقیب باشد، اما ببیند که مردم به سمت دانلود و دیدن آنلاین محتواهای تصویری و صوتی روی آورده‌اند، به سمت خریدن شرکتی می‌رود که در این زمینه فعال است.

۲) **کاهش خطر ارز خارجی و دستیابی به بازار خارجی**

خرید یک شرکت همچنین می‌تواند برون‌مرزی باشد، یعنی یک شرکت تصمیم بگیرد شرکتی در یک کشور دیگر را بخرد؛ این کار باعث می‌شود شرکت خریدار به یک بازار خارجی دست پیدا کرده و بتواند فعالیت خود را به این شکل گسترش دهد؛ این کار در عین حال ریسک حاصل از ارز خارجی و نیز خطرات احتمالی ناشی از بازارهای محلی را کاهش می‌دهد. برای مثال فیات، برند ایتالیایی چندملیتی بود که با شرکت کرایسلر ادغام شد تا بازار رقابتی‌تری به‌وجود آورد و ریسک ارز خارجی هم کاهش پیدا کند.

۳) **بهبود موقعیت مالی**

بهبود موقعیت مالی یکی دیگر از انگیزه‌های شرکت‌های بزرگ، خرید شرکت‌های کوچک‌تر است. شرکت‌های بزرگ معمولاً بهتر از کوچک‌ترها به منابع مالی و سرمایه‌ای دسترسی دارند. بنابراین با خرید شرکت‌های کوچک‌تر و بزرگ‌تر کردن کسب‌وکار خود هم می‌توانند وام‌های کلان‌تر بگیرند و هم به امکانات و نیروی انسانی دست یابند که پیش از این به آن دسترسی نداشتند.

از طرف دیگر اگر یک شرکت با مشکلات و معضلات شدید مالی روبه‌رو شده باشد، می‌تواند با ادغام در شرکت‌های بزرگ‌تر خود را نجات دهد. در غیر این صورت گزینه جایگزین، خارج شدن از چرخه کسب‌وکار یا به جان خریدن ورشکستگی است.

۴) **استفاده از مزایای مالیاتی ادغام**

از دیگر خوبی‌های ادغام این است که شرکت‌ها می‌توانند از مزایای مالیاتی مربوط به یکی شدن و ادغام استفاده کنند. مثلاً شرکت‌ها می‌توانند با یکی شدن حداقل مالیات ممکن را بپردازند، اگر یکی از شرکت‌های درگیر در فرآیند ادغام قبلاً زیان خالص پایدار داشته، می‌تواند با ادغام در شرکت دیگر از سود آن شرکت استفاده کرده و به سوددهی برسد. البته این در شرایطی است که یکی از شرکت‌ها که معمولاً شرکت بزرگ‌تر است، آینده مالی روشنی داشته و دستاوردهایش قابل پیش‌بینی باشد.

یکی دیگر از مسائلی که در ادغام شرکت‌ها وجود دارد و البته بسیار هم از آن انتقاد می‌شود، این است که شرکت‌های بسیار بزرگ شرکت‌های کوچک‌تر را می‌خرند تا کمتر مالیات بپردازند. وقتی شرکت‌های بزرگ با خرید کوچک‌ترها بزرگ‌تر می‌شوند، به امکانات و سود مالی بیشتری دست پیدا می‌کنند، اما نسبت به اندازه و امکانات و سودشان، مالیات حداقلی می‌پردازند. این کار البته هیچ ایرادی به لحاظ قانونی ندارد، اما گاهی میلیون‌ها و حتی میلیارد‌ها دلار در مالیات شرکت‌های بزرگ صرفه‌جویی می‌شود.

ادغام گاهی هم خطر دارد

یکی شدن شرکت‌ها همیشه سودمند نیست و گاهی هم می‌تواند مشکلاتی به بار آورد. یکی از بزرگ‌ترین خطرات ادغام شرکت‌ها دوگانگی فرهنگی است. فرهنگ کاری شرکت کوچک‌تر با همتای بزرگ‌ترش تفاوت دارد و اگر در فرآیند ادغام فرهنگ کسب‌وکار دو شرکت نتواند همسو شود، آینده این ادغام چندان روشن نخواهد بود. وقتی فرهنگ کسب‌وکار دو شرکت یکی نشود، سوددهی و درآمدزایی از این ادغام عملاً غیرممکن خواهد بود و حتی کار ممکن است به ضرردهی هم برسد.

در چنین شرایطی است که یکی شدن شرکت‌ها باید با طرح و برنامه‌ریزی دقیق از پیش تعیین شده انجام شود تا به این مشکلات برنخورند. در واقع در ادغام شرکت‌ها علاوه بر جنبه‌های مالی و سودرسانی، باید به فرهنگ سازمانی هم توجه کرد و برایش برنامه داشت تا از گسستگی در سازمان پیشگیری شود.

گلنوش محب‌علی - فاطمه مرادی

منبع: diariopresente

به طور کلی در اقتصادهای بالغ، رشد در گرو نوآوری در عرصه‌های بین‌المللی و ایجاد تمایز است. نقل و انتقالات شرکت‌های بزرگ دنیا یکی از استراتژی‌های مهم آنها برای توسعه کسب‌وکار

واگذاری‌های سودآور در تاریخ برندهای بزرگ

در اینجا به چند نمونه از نقل و انتقالات میان شرکت‌های معتبر اشاره می‌کنیم که عمدتاً در یک زمینه مشابه فعالیت می‌کنند. در این موارد شرکت‌های در حال نابودی یا ورشکستگی از شرایط بد نجات یافتند و توانستند به فعالیت خود ادامه دهند.

فرصت‌های شغلی مدیریتی بیشتر در واقع به کسب‌وکار خود شاخ و برگ می‌دهند. شرکت‌های کوچک‌تری که عمدتاً دچار رکود شده باشند یا رو به ورشکستگی باشند و به دنبال توسعه کار خود باشند، معمولاً گزینه‌های خوبی برای ادغام و واگذاری سهام هستند.

به خصوص در بازار کشورهای جدید، به‌دست آوردن سهم بازار، درآمد سازاد، دستیابی به نیروی انسانی، تخصص و مهارت‌های خاص است. شرکت‌های بزرگ با به دست آوردن یک بازار جدید، یک قلمرو تازه، مشتریان جدید، گسترش شبکه توزیع و بازاریابی، منابع انسانی بیشتر و



ادامه می‌داد، در سال ۱۹۶۹ هنگامی که ۱۸ساله بود، تصمیم گرفت فروشگاه لباس کوچکی را افتتاح کند. او کار خود را با ۱۵۰دلار آغاز کرد و نخستین محصولش ۲۰جفت شلوار جین بودند. تامی به‌ظاهر از همان سنین جوانی حس و درک تجاری ذاتی بسیار خوبی داشت.

تامی همیشه با هدف تولید کالایی برای مردم کار می‌کرد و بعدها فروشگاه‌ی با نام «مکانی برای مردم» را در شمال ایالت نیویورک افتتاح کرد که بیشتر نوجوانان از آن استقبال می‌کردند و آن مکان محلی هیجان‌انگیز برای آنها بود. پس از مدتی تعداد آن فروشگاه‌ها را به ۱۰ فروشگاه رساند. او مدتی نیز به‌عنوان دستیار دو طراح بزرگ و برجسته، (کالوین کلین و پری الیز) به آنها کمک کرد.

اما نقطه اوج او در کارش از جایی آغاز می‌شود که هیلفایگر در نیویورک با «هوهان مورجانی» که امتیاز طراحی شلوار چین گلوریا وندربیلت (Gloria Vanderbilt) را داشت، ملاقات کرد. مورجانی چون در حال ورشکستگی بود، شرکت را به قیمت بسیار پایینی می‌فروخت.

پس تامی به کمک دو تن از دوستانش این شرکت را خریداری کرد و توانست این شرکت ورشکسته را احیا کند. او یک سال بعد آن را با نام کمپانی تامی هیلفایگر (Tommy Hilfiger) به ثبت رساند و از سال ۱۹۸۲ تا ۱۹۸۹ رئیس این شرکت بود.

طرح‌های هیلفایگر باعث شهرت شرکت شد و او را به برند معروفی در جهان بدل کرد. تامی هیلفایگر از سال ۱۹۸۴ لباس‌هایی با برند تامی طراحی و برند مخصوص خود را در سال ۱۹۸۵ افتتاح کرد. او در حال حاضر (از سال ۱۹۹۲) مدیر این شرکت، رئیس افتخاری هیات‌مدیره (از سال ۱۹۹۴) و طراح اصلی کمپانی است.

رقابت زمینس و جنرال الکتریک در خرید آلستوم



شرکت جنرال الکتریک با مبلغی بیش از ۱۲میلیارد صاحب بخش زیادی از سهام آلستوم، شرکت فرانسوی شد. شرکت آلستوم در زمینه نیروگاه‌های حرارتی، صنعت برق و شبکه‌های نقل و انتقال برق فعال است و همچنین تولیدکننده قطارهای پرسرعت و به‌خصوص تولیدکننده پرسرعت‌ترین قطار چرخدار در صنعت حمل‌ونقل عمومی است و بیش از ۹۳هزار کارمند در ۱۰۰ کشور دنیا دارد. البته دو شرکت هلند قرار گرفته همزمان برای خرید آلستوم برنامه‌ریزی و رقابت می‌کردند. ادغام دو شرکت آلستوم و جنرال الکتریک از سال ۲۰۱۴، آنها را به یک غول انرژی در اروپا تبدیل کرد است. واقعیت این است که آلستوم عملاً از سال ۲۰۰۴ سوددهی نداشت و با هدف توسعه به جنرال الکتریک پیوست.

دو شرکت فدکس و TNT از مهم‌ترین شرکت‌های پستی بین‌المللی هستند. سال گذشته گروه خدمات پستی آمریکایی فدکس، بیش از ۴میلیارد دلار برای توسعه فعالیت‌های خود در اروپا روی میز معامله گذاشت. این شرکت برای رسیدن به هدف خود که توسعه کسب‌وکار در اروپا بود، برای خرید یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های پستی اروپایی برنامه‌ریزی کرد. مذاکرات این دو شرکت به نتیجه رسید و در نهایت ۸۵درصد از سهام TNT به فدکس واگذار شد. سال پیش، فدکس با پرداخت ۴میلیارد و ۸۰۰میلیون دلار صاحب شرکت پستی هلندی TNT با بیش از ۷۷ هزار نیروی انسانی در ۲۰۰ کشور مختلف شد. این دو شرکت همکاری دوستانه خود را از اول سال ۲۰۱۶ آغاز کردند. مدیرعامل فدکس در بیانیه‌ای درباره این همکاری گفته است: «این همکاری، باعث گسترش فعالیت‌ها و حمل‌ونقل بین‌المللی و تجارت آنلاین هر دو شرکت در بلندمدت می‌شود.» درآمد خالص شرکت آمریکایی فدکس، در سه ماهه سوم سال ۲۰۱۵، با افزایش ۵۳درصدی نسبت به بازه زمانی مشابه سال گذشته خود به ۵۸۰میلیون دلار رسید. به طور کلی گردش مالی فدکس سال ۲۰۱۵ را رشد ۴درصدی به ۱۱میلیارد و ۷۰۰میلیون دلار رسید.

پس از سال ۲۰۱۳ و به دنبال شکست برنامه خرید TNT توسط شرکت خدمات پستی UPS، TNT نزدیک به ۴۰۰۰ شغل خود را از دست داد. در سه ماهه سوم سال ۲۰۱۴، TNT نزدیک به ۵۵میلیون یورو را از دست داد (در مقابل سه ماهه دوم همان سال که ۴میلیون یورو ضرر داده بود، مبلغی باورنکردنی بود). بنابراین این شرکت با هدف افزایش بهره‌وری و بهبود خدمات به سرمایه‌گذاری ۱۸۵میلیون یورویی و تمرکز فعالیت در بازار اروپا روی آورد. اکنون TNT با پیوستن به فدکس، این غول حمل‌ونقل بین‌المللی زودتر به اهداف خود دست پیدا خواهد کرد. در این واگذاری، فدکس هم بخش حمل‌ونقل هوایی خود را به TNT سپرده است و فرودگاه بلژیک به‌عنوان هاب TNT در فعالیت این دو شرکت بزرگ نقش محوری بازی می‌کند.

احیای یک مارک ورشکسته



تامی هیلفایگر نامی بسیار آشنا در دنیای مد و یکی از بزرگ‌ترین و مشهورترین طراحان دنیاست. محصولات متنوع او در کشورهای مختلف دنیا به فروش می‌رسد و شعبه مرکزی آن در آمستردام هلند قرار گرفته است. اما داستان او از جایی آغاز شده است که او پس از خرید امتیاز طراحی شلوار چین گلوریا وندربیلت (Gloria Vanderbilt) توانست موفقیت

دوچندانی را از آن خود کند. تامی هیلفایگر ازهمان دوران کودکی استعدادی ذاتی در مد و تجارت داشت و همانطور که به تحصیل

نوکیا را به قیمت ۲/۷ میلیارد دلار به تصاحب خود درآورد و کسب‌وکار سرویس‌ها و دستگاه‌های نوکیا رسماً به مایکروسافت تعلق گرفت تا مایکروسافت صاحب یک کمپانی بزرگ تولید سخت‌افزار شده و پلتفرم ویندوزفون را بیش از پیش توسعه دهد. سال‌هاست مایکروسافت به‌عنوان یک شرکت نرم‌افزاری شناخته می‌شود، اما در حال حاضر با توجه به خرید دپارتمان گوشی‌های نوکیا این شرکت به‌صورت رسمی پا به دنیای سخت‌افزار گذاشته تا جایی که بسیاری از شهروندان آمریکایی فکر می‌کنند نوکیا یک شرکت مایکروسافتی است.

در حقیقت مایکروسافت از سال ۲۰۱۱ تصمیم گرفت به دنیای سخت‌افزار متمایل شود و به نظر می‌رسد خرید نوکیا تنها گامی عادی در جهت پیشرفت مایکروسافت از یک شرکت نرم‌افزاری به سوی یک شرکت سخت‌افزاری است. این در حالی



است که مایکروسافت طی این سال‌ها توانسته موفقیت‌هایی در زمینه سخت‌افزار به دست آورد هرچند شکست‌هایی نیز در این بین وجود داشته است. از این‌رو کمپانی نرم‌افزاری مایکروسافت در

برنامه‌ریزی از پیش تعیین شده‌ای دنبال حذف همزمان نام نوکیا و ویندوزفون از محصولات خود بوده و رسماً اعلام شده که جایگزین رسمی برند نوکیا و ویندوزفون «مایکروسافت‌لومیا» است. لومیا که پیشتر نام سری جدید موبایل‌های نوکیا بوده پس از مالکیت توسط مایکروسافت تغییر نام یافته است. نوکیای فرانسه نخستین شعبه‌ای است که با پذیرش نام «مایکروسافت لومیا» تغییر را پذیرفته و به‌زودی سایر شعبه‌ها نیز این کار را انجام خواهند داد. به این ترتیب نوکیایی که روزی سلطان پلامنازع گوشی‌های همراه بود رسماً به تصاحب مایکروسافت درآمد.

واگذاری TNT به فدکس بزرگ



تصاحب سلطان گوشی‌ها توسط مایکروسافت

نوکیا (Nokia) که زمانی بهترین و پرفروش‌ترین شرکت تولیدکننده در بازار جهانی گوشی‌های موبایل بود، درست در زمان تغییر جهت این صنعت به سمت موبایل‌های هوشمند از این جریان عقب ماند و این موضوع باعث شد جایگاه نوکیا در بازار موبایل بسیار متزلزل شود.

اما پس از این تزلزل مایکروسافت (Microsoft)



آدرس‌های مجازی برای شبکه پوش‌های واقعی

پریا بهنام



خرید کردن برای تعداد زیادی از افراد نوعی تفریح است. اما یک مثل جالب انگلیسی هست که می‌گوید: «هنوز آنقدر پولدار نشده‌ام که جنس ارزان بخرم.» ارزان بودن نه فقط به بهای کالا مرتبط است بلکه به کیفیت نیز بی‌ارتباط نیست. در واقع می‌توان این مثل را این‌گونه نیز تعبیر کرد: «هنوز آنقدر پولدار نشده‌ام که جنس بی‌کیفیت بخرم.» اما خرید خوب و باکیفیت نیاز به وقت دارد. برخی افراد با فکر به این موضوع که ناچارند ساعت‌ها در مغازه‌های مختلف بچرخند تا جنس دلخواه خود را تهیه کنند، از خرید کردن پشیمان می‌شوند اما یک راهکار مناسب برای خرید سریع، استفاده از وب‌سایت‌هایی است که پوشاک جدید را معرفی می‌کنند یا به فروش آنلاین انواع البسه می‌پردازند. در دستور زیر به معرفی تعدادی از این وب‌سایت‌ها می‌پردازیم.

شبک‌تر از همیشه باشید

اگر جزو افرادی هستید که روی شبکه پوش بودن تاکید خاصی دارید، سری به وب‌سایت «مدیسه» بزنید. تخفیف‌های این وب‌سایت از جذاب‌ترین بخش‌های آن محسوب می‌شود. طراحی زیبا از دیگر عوامل جذب مخاطبان برای بررسی اطلاعات آن محسوب می‌شود. مدیسه افزون به بخش پوشاک، بخش‌های دیگری مثل لوازم جانبی، خوراک، پوشاک و... را دربر می‌گیرد. بسیاری از پوشاک موجود در این وب‌سایت، شامل تخفیف شده‌اند و در نتیجه، برای خرید آخر لحظه‌ای بسیار مناسب به نظر می‌رسند. عضویت در خبرنامه این فروشگاه مجازی کمک می‌کند تا از آخرین خبرهای مرتبط با انواع کالا مطلع شوید. آدرس این وب‌سایت: **www. modisesh. com**

سبد خریدتان را بردارید

ورود به وب‌سایت بامیلو، درست مثل ورود به یک بازار بزرگ و پررونق است. یکی از مزایای ویژه بامیلو استفاده از تخفیف‌هایی است که به مناسبت فصل‌های مختلف یا مناسبت‌ها به خریداران تلقی می‌گیرد. برای مثال بامیلو به مناسبت پاییز برای خریدهای بالای ۲۰هزار تومان، ارسال رایگان در نظر گرفته است. بخش جست‌وجوی وب‌سایت بامیلو از دیگر ویژگی‌های مثبت آن محسوب می‌شود. امکان جست‌وجو بر حسب قیمت، رنگ، اندازه، برند و... باعث می‌شود افراد به سرعت به محصول موردنظر خود دست پیدا کنند. تنوع محصولات این وب‌سایت نسبتا مناسب است و دامنه قیمت‌ها گستردگی قابل قبولی دارد.

در این وب‌سایت افزون بر پوشاک و کیف و کفش می‌توان به خرید انواع ساک و چمدان نیز پرداخت. آدرس این وب‌سایت:

www. bamilo. com

ضمانتی مطمئن برای خریدی آسان

خرید خوب تنها به دسترسی ساده به کالاها محدود نمی‌شود. بسیاری از خریداران مشکل پسند، دوست دارند از طرف فروشنده با گزینه ضمانت برای باز پس دادن محصول خریداری شده رو به رو شوند. در واقع اگر فروشنده به فرد اطمینان دهد که محصولش تضمینی است، میزان دلگرمی خریدار و ضریب خرید او هم بالاتر می‌رود. وب‌سایت «بانی مد»، یکی از درگاه‌های خرید آنلاین است که این گزینه را مدنظر قرار داده است.

خرید کالا از این وب‌سایت تا هفت روز قابل بازگشت است و از این نظر یک گام جلوتر از بسیاری از وب‌سایت‌های مشابه محسوب می‌شود. بخش پشتیبانی این وب‌سایت نیز از شنبه تا چهارشنبه از ساعات ۹ تا ۱۸ به کاربران پاسخگو است. بخش‌های یکی بخر، دو تا بیر و تک سایزها هم از دیگر بخش‌های پرترفدار این وب‌سایت است که با استقبال بالای کاربران رو به رو است. این بخش از وب‌سایت به افراد کمک می‌کند تا خریدهایی به صرفه‌تر انجام دهند. برای مراجعه به این وب‌سایت از این آدرس استفاده کنید:

www. banimode. com

ورود آقایان مطلقا آزاد

اگرچه بانوان اصلی‌ترین هدف‌های وب‌سایت‌های خریدوفروش را تشکیل می‌دهند، اما وب‌سایت‌هایی هم هستند که به طور ویژه برای خرید آقایان طراحی شده‌اند؛ وب‌سایت وب‌پوش یکی از همین وب‌سایت‌هاست. وب‌پوش بخش‌بندی بسیار جذابی دارد و با تقسیم‌بندی به دسته‌های اسپورت، پاییزی، مهمانی‌های رسمی و... کار انتخاب کاربران را تسهیل کرده است. براساس این اطلاعات نه‌تنها می‌توان به سرعت خرید کرد، بلکه می‌توان به ترکیب لباس‌هایی بسیار جذاب نیز دست یافت. یکی از مهیج‌ترین بخش‌های این سایت، امکان پرو لباس در محل به شکل رایگان است. این امکان، کمک می‌کند تا افراد، بدون هیچ مشکلی به انتخاب مناسب‌ترین لباس برای خود بپردازند. برای بازدید از این وب‌سایت آدرس زیر را بررسی کنید:

www. webpoosh. com

تلفن مستقیم: ۰۸۶۰۷۳۳۷۴

www.forsatnet.ir شماره ۶۳۶



معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری:

تمرکز ایران بر اقتصاد دانش بنیان است

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری ایران در بازدید از مرکز بین‌المللی فناوری «زد پارک» چین و ملاقات با مسئولان این مرکز گفت که ایران بر اقتصاد دانش بنیان تمرکز ویژه دارد و در راستای اجرای این سیاست‌ها آماده است همکاری خود را با مراکز علمی چین بیش از پیش توسعه دهد.

سورنا ستاری در ادامه بازدیدهای خود از مراکز علمی شهر پکن از مرکز بین‌المللی فناوری «زد پارک» بازدید کرد و در جریان چگونگی فعالیت‌های آن قرار گرفت.

وی در سخنانی با حضور مدیران و مقام‌های ارشد این مرکز یادآور شد که در ایران ۳۸ پارک علم و فناوری وجود دارد و بزرگ‌ترین استارت‌اپ‌ها در حوزه بیوتکنولوژی و ICT در منطقه خاورمیانه متعلق به ایران است.

ستاری اظهار داشت: به همین خاطر به دنبال تغییر مسیر اقتصاد کشور هستیم و تلاش داریم اقتصاد بر پایه نفت را به سمت اقتصاد دانش بنیان سوق دهیم.

معاون علمی و فناوری رئیس‌جمهوری ایران تاکید کرد که این فرهنگ جدید در دولت تدبیر و امید آقای حسن روحانی به شکلی جدی دنبال می‌شود تا اجرایی شود.

وی همچنین از فراهم شدن تسهیلات و شرایط ویژه برای شرکت‌های علمی و فناوری و دانش بنیان از جمله معافیت‌های مالیاتی و وام در ایران خبر داد و به طرف چینی گفت که آمادگی برای حضور فعال‌تر شرکت‌های دانش‌بنیان چین در چارچوب همکاری‌های مشترک فراهم است.

معاون پژوهشی وزارت علوم خبرداد

مذاکره با شهرداری‌ها برای معافیت پارک‌های علم و فناوری از عوارض

معاون پژوهشی وزارت علوم گفت: با شهرداری‌ها درحال مذاکره هستیم تا شرکت‌های دانش‌بنیان و پارک‌های علم و فناوری از معافیت عوارض شهرداری‌ها برخوردار شوند.

وحید احمدی در گفت‌وگو با مهر گفت: توافقی با شهرداری‌ها صورت گرفته تا شرکت‌های دانش بنیان و پارک‌های علم و فناوری از پرداخت عوارض و شرکت گوگل منتظر است تا فرصتی مناسب از این گوشی به اضافه کردن قابلیت‌هایی جدید رونمایی کند؛ حدسی که صحت آن با گذشت زمان مشخص می‌شود.

معاون پژوهشی وزارت علوم تاکید کرد: درحال حاضر معافیت پارک‌های علم و فناوری و شرکت‌های دانش‌بنیان از پرداخت عوارض شهرداری به‌صورت یک صراحت قانونی نیست، اما توافقی است که ایجاد شده است.

ارسال لایحه کاهش مالیات قراردادهای پژوهشی به مجلس

احمدی با اشاره به تدوین لایحه‌ای در دولت مبنی بر کاهش میزان مالیات بر قراردادهای پژوهشی در دولت گفت: این لایحه تنظیم و برای بررسی به مجلس شورای اسلامی ارسال شده است. وی عنوان کرد: موضوع کاهش مالیات بر قراردادهای پژوهشی از طریق شورای عتف و وزارت علوم پیگیری شده و امیدواریم که به‌زودی در مجلس بررسی شود. معاون پژوهشی وزارت علوم گفت: در این لایحه پیشنهاد شده است تا مالیات بر طرح‌های پژوهشی به ۵ درصد کاهش یابد، چراکه در قانون مالیاتی قبلی این رقم بین ۱۰ تا ۲۰ درصد اعلام شده بود.

افزایش ۶۶درصدی فروش جهانی گوشی‌های هوشمند

در سال ۲۰۱۶ میزان فروش گوشی‌های هوشمند تا ۶۶درصد افزایش یافته و چین در این عرصه پیشتاز است. هرچند این پیشتازی احتمالا در سال ۲۰۱۷ به پایان می‌رسد.

به گزارش فارس، اگر چه بسیاری از بازارهای فروش گوشی‌های هوشمند در جهان اشباع شده، اما این صنعت هنوز هم شاهد تحولات مثبت فراوانی است.

شرکت تحقیقاتی GfK گزارشی را منتشر کرده که نشان می‌دهد میزان فروش گوشی‌های هوشمند در سال ۲۰۱۶ در مقایسه با سال ۲۰۱۵ حدود ۶۶ درصد افزایش یافته است. علت این امر استقبال از گوشی‌های یادشده در چین است.

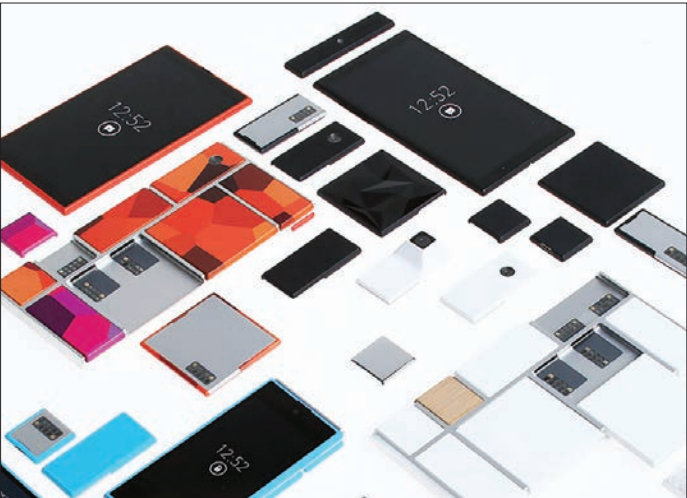
براساس پیش‌بینی‌ها، تا پایان سال ۲۰۱۶ تعداد گوشی‌های هوشمند به فروش رفته در جهان از مرز ۱.۴ میلیارد واحد خواهد گذشت.

در سال ۲۰۱۶ از هر سه گوشی هوشمند به فروش رفته در جهان یک مورد در چین به فروش رفته است. میزان فروش گوشی‌های هوشمند در چین در سال ۲۰۱۶ نسبت به سال ۲۰۱۵ حدود ۱۵ درصد افزایش یافته است. از جمله دیگر بازارهای خوب گوشی‌های هوشمند می‌توان به بازارهای مرکز و شرق اروپا، غرب آسیا، آفریقا و هند، ویتنام و فیلیپین اشاره کرد.

میزان اقبال به گوشی‌های هوشمند در مناطقی همچون غرب اروپا، آمریکای شمالی، ژاپن، استرالیا و کره جنوبی تفاوت چندانی نداشته است. GfK معتقد است روندهای فعلی در سال ۲۰۱۷ تغییر خواهد کرد و منطقه آمریکای لاتین بعد از چند دهه کاهش اقبال به گوشی‌های هوشمند شاهد افزایش خرید مجدد خواهد بود. GfK بازارهای نوظهور آسیایی و مرکز و شرق اروپا را به ترتیب ۸ و ۱۰ درصد تخمین زده است.

غول‌های فناوری برای اول شدن چه می‌کنند؟

گلا دیاتوره‌های ماژولار جدیدترین مبارزان عرصه تکنولوژی



رویا پاک سرشت
royapakseresh@gmail.com

این روزها نام سیستم‌های ماژولار به دفعات شنیده می‌شود، اما مفهوم ماژول و ماژولار برای بسیاری از افراد نامشخص و مبهم است.

ساده‌ترین تعریف از تلفن‌های همراه ماژولار این است: هر نوع تلفن همراهی که بخش‌هایی از آن قابل جدا شدن باشد، ماژولار است ولی الزامی وجود ندارد که تمامی قطعات تلفن همراه قابل تغییر باشند، اگر تنها بخشی از قطعات قابل تغییر باشند، تلفن همراه نیمه ماژولار تلقی می‌شود. ماژولار بودن دستگاه از آن جهت برای کاربران جذاب است که هر نوع سیستم ماژولار می‌تواند با انعطاف‌پذیری در تعویض قطعات، حس تنوع‌طلبی مخاطبان را برطرف کند. شرکت‌های زیادی هستند که در حوزه تولید گوشی‌های

ماژولار فعالیت می‌کنند یا برای یک‌بار هم که شده تولید آزمایشی این نوع گوشی را امتحان کرده‌اند. نسخه ماژولار گوشی‌های ال‌جی یکی از مشهورترین تلفن‌های همراهی است که براساس این تکنیک تولید شده‌اند. جدیدترین تلفن همراه ماژولار ال‌جی که G6 نام دارد، با نمایشگر OLED به بازار خواهد آمد؛ تلفنی که براساس اطلاعات منتشر شده توسط شرکت ال‌جی تا نیمه دوم سال ۲۰۱۷ در بازارهای جهانی به فروش انبوه خواهد رسید. «فیرفون» از دیگر برندهای تولید تلفن همراه است که در حوزه تولید تلفن‌های ماژولار فعالیت می‌کند. این برند هندی

نمونه‌های این نوع تلفن همراه تبدیل شده است.

هیاهوی بسیار برای هیچ؟!

حضور گوگل در پروژه‌های عجیب و غریب موضوعی تازه نیست. از عینک‌های واقعیت مجازی گرفته تا ساعت‌های هوشمند این شرکت نشان می‌دهند که مدیران گوگل اهل ریسک هستند. پروژه تلفن‌های همراه ماژولار که تحت نام «آر» معروف شده یکی از همین تجارب است، اما سرنوشت این گوشی چندان روشن نیست. در اصل این پروژه تحت نام گوگل و توسط یکی از شرکت‌های تابعه این غول فناوری یعنی شرکت موتورولا سرپرستی می‌شد.

براساس اطلاعات رسمی منتشر شده در وب سایت گوگل، گوشی‌های آرآ تمام ویژگی‌های یک تلفن همراه هوشمند را دارند. افزون بر اینکه قاب و اسکلت‌بندی این

تلفن همراه از شش قطعه مجزا و انعطاف‌پذیر تشکیل شده که فرآیند تغییر را تسهیل می‌کند. بنابراین ماژول آرآ یک انتخاب عالی برای افرادی است که دوست دارند تلفن‌های همراه خود را تغییر دهند و همیشه نوآوری داشته باشند. وزن این گوشی نیز بسیار سبک است. براساس برآوردهای اولیه، ظرفیت این تلفن همراه برای انتقال سریع اطلاعات تا ۱۱.۹ گیگابایت بر ثانیه است.

اما با وجود تمامی این اطلاعات جذاب، شرکت گوگل در تاریخ دوم سپتامبر ۲۰۱۶ (واسط شهریورماه سال جاری) خبر توقف تولید این محصول را منتشر کرد؛ خبری که با در نظر گرفتن هزینه‌هایی که صرف این پروژه شده عجیب و باورنکردنی به نظر می‌رسد. در خبرهای اولیه‌ای که در مورد گوگل آرا منتشر شد، پاول ارمنکو، مدیر پروژه ماژولار هزینه پایه

Galaxy S7 جدید تا مارس ۲۰۱۶ در راه است

بیانیه جدید سامسونگ برای جلب نظر مخاطبان

فرصت امروز – سامسونگ برای جلب

نظر مخاطبان خود در کره جنوبی نسخه جدید و ارتقا یافته‌ای از Galaxy S7 را به مخاطبان کراهی تقدیم خواهد کرد. قرار است شرکت سامسونگ در تاریخ دهم مارس سال ۲۰۱۶ میلادی (بیستم اسفندماه) به ارائه این محصول جدید بپردازد. بعد از راهکارهای تعویض گوشی و پرداخت خسارت، این جدیدترین برنامه سامسونگ برای جلب نظر مثبت مخاطبان محسوب می‌شود. پیش از این طرح تعویض گوشی‌های نوت ۷، دیگر مدل‌ها و محصولات سامسونگ با استقبال نسبتا بالایی مخاطبان همراه شد؛ طرحی که نه تنها شامل طرح تعویض تلفن همراه بود، بلکه با پرداخت رقمی خسارت (تقریبا نیمی از مبلغ اولیه خرید

نسخه دموy spark anger جنجالی شد

خشم کاربران از پرداخت هزینه ۶ تا ۱۵ یورویی

دریافت نسخه دمو مراجعه کنند. این

بخش نخستین بار است که شرکت سونی از چنین روشی استفاده می‌کند. جیمی ولنتهام، مدیر وب‌سایت واقعیت مجازی spark anger معتقد است تشویق کاربران به استفاده از بازی‌های مبتنی بر هدست‌های مجازی یکی از اصول اولیه موفقیت در بازار است؛ اصلی که متأسفانه در سایه پولی شدن این بازی‌ها کمرنگ شده است. بسیاری از کارشناسان فعال در صنعت بازی‌های رایانه‌ای هم معتقدند شاید بهتر بود نسخه دمو این بازی بدون در نظر گرفتن هزینه‌های اضافی برای کاربران نشر داده می‌شد. با وجود همه اینها، نمی‌توان مطمئن بود اتخاذ این تصمیم از سوی مدیران سونی بدون تفکر و برنامه‌ریزی قبلی انجام شده باشد.

شات



Kitchensafe نام ظرفی هوشمند است که برای ترک انواع عادات بد تغذیه‌ای مناسب است . کاربران می‌توانند با استفاده از سیستم زمانبندی تعبیه شده در این گجت دسترسی به محتویات ظرف را محدود کنند و جلوی عادات بد تغذیه ای خود را بگیرند. قیمت این ظرف هوشمند ۳۰ دلار است.

باشگاه سرمایه گذاران

محمدحسن مرجانی، مدیرعامل کارخانه راسان در گفت‌وگو با «فرصت امروز» مطرح کرد

تولید مقدس است چون میراث امیر کبیر است

شیرآلات بهداشتی؛ همین پسوند بهداشتی به تنهایی کافی است که اهمیت تولید چنین کالایی به خوبی نمایان شود و همین پسوند تولید این کالا را در حد تولید دارو مهم می‌سازد. بنابراین به نظر من هر کسی نباید وارد این صنف شود. هر چند طی چند سال اخیر اداره استاندارد و شورای اصناف مجوزهای غیرقانونی برای افرادی صادر کردند که صلاحیت تولید این کالا را نداشتند و همین امر موجب شد واحدهای صنعتی بزرگ هم دچار دردسر شوند. محمدحسن مرجانی، مدیرعامل و بنیانگذار کارخانه شیرآلات راسان با بیان جملات فوق ادامه می‌دهد: در توضیح بحث بهداشتی باید اضافه کنم که همان‌طور که تولید یک دارو به استفاده از دوزهای مشخصی از مواد تشکیل‌دهنده‌اش نیاز دارد، تولید شیرآلات نیز همین داستان را دارد. مثلا یکی از مشکلاتی که طی سال‌های اخیر گریبانگیر بازار بوده، استفاده بعضی از تولیدکنندگان از سرب بیش از اندازه مجاز و استاندارد بوده است. حد مجاز نیم‌درصد و در نهایت ۲درصد است اما استفاده این مواد در مورد غیرمجازها بسیار بیشتر است. یا آرسنیک به‌کار رفته در تولید این کالاها حد مشخصی دارد.

وی اضافه می‌کند: حتی پروسه تولید شیرآلات بهداشتی باید بهداشتی باشد. به این صورت که هر کارخانه تولیدی باید واحد تصفیه آبکاری هم داشته باشد تا بتواند این آبکاری را تصفیه کرده تا مواد شیمیایی حاصل از آن به‌صورت فاضلاب به مزارع نرسد. در باب اهمیت تجهیز بودن به واحد تصفیه آبکاری همین بس که یک سطل آب حاصل از پسماند آبکاری به تنهایی می‌تواند کل دشت ورامین را آلوده کند. منتهی به‌صورت نامرئی و ۲۰سال دیگر نشانه‌هایش را می‌بینیم. آلودگی که در نهایت به سبزیجات و موادغذایی به دست آمده این مزارع منتقل می‌شود و به‌صورت انواع بیماری‌ها به بدن انسان‌ها راه می‌یابد. اما ۹۰درصد مردم ما به این امر واقف نیستند. من بارها گفته‌ام و باز هم می‌گویم که تولید شیرآلات با سرب بالا در کشور ما اسلحه امری است روی شقیقه مردم که ماشه‌اش را زمان می‌چکاند. وی در ادامه و در مورد اهمیت



وجود سازوکارهای محکم برای صدور مجوز تولید در این عرصه می‌گوید: به جز وزارت صنعت، معدن و تجارت هیچ نهاد و سازمان دیگری نباید مجوز صادر کند چون هیچ سازمان تصمیم‌گیرنده دیگری نمی‌توان بهداشتی و استاندارد بودن پروسه تولید را کنترل کند. همچنین وزارت بهداشت باید کنترل هر چه بیشتری بر این امر داشته باشد. مثلا کارخانه ما به‌صورت آنلاین به محیط‌زیست منطقه متصل است و هرگونه تخلف به‌صورت آنلاین به سازمان محیط زیست و در نهایت به وزارت بهداشتی اطلاع داده می‌شود.

الف تا یای بازار

مرجانی از آن دست خاک‌خورده‌های بازار است که از پیچی در بازار حضور داشته و از جوانی بازرگان بوده. در ادامه روند فعالیتش کارخانه راسان را راهاندازی کرده و در حال حاضر به‌صورت مستقیم ۳۰۰نفر و به‌صورت غیرمستقیم ۷۰۰نفر یعنی جمعا هزار نفر در کارخانه‌اش کار می‌کنند. اهمیت زیادی برای تولید قابل است و می‌گوید: تولید داخلی باید رونق بگیرد؛ من زمانی بازرگان بودم و در خدمت هزار خانوار خارجی اما الان تولیدکننده‌ام و در خدمت هزار خانواده ایرانی. حتی به بسیاری از کشورهای جهان مانند کانادا و شاخ افریقا کالا صادر کرده‌ام. کشورهایی که شاید تا شش یا هفت سال پیش حتی جرات ورق زدن کاتالوگ محصولات کارخانه‌های‌شان را نداشتیم. تولید داخلی باید رونق داشته باشد چون معتقدم نجات هر کشوری در رونق تولید داخلی‌اش است. اگر تولید داخلی رونق داشته باشد، در درازمدت تورم هم کنترل می‌شود. ما باید تولید داخلی داشته باشیم چون این تفکر میراث امیرکبیر است، انسانی که بیشترین مخالفت‌ها را متحمل می‌شد چون تفکر تولیدی و صنعتی داشت.

نصایح یک تولیدکننده

وی در ادامه و در مورد روند حضورش در بازار می‌گوید: از کودکی در بازار بوده‌ام و از جوانی کار بازرگانی انجام داده‌ام. در ادامه روند کار بازرگانی به سمت تولید آمده‌ام و همیشه سعی من این بوده که بهترین کالای ممکن را تولید کنم. در همین زمینه چهره ماندگار صنعت و مدیر نمونه کشور شده‌ام. در بیش از ۳۰سالگی که در این صنعت حضور دارم یک ربال هم وام و تسهیلات دولتی نگرفته‌ام و همیشه از آورده‌های تولیدی خودم در ادامه روند کارم سرمایه‌گذاری کرده‌ام. مرجانی همچنین توصیه‌هایی به جوانان جویای کار دارد و می‌گوید: در حال حاضر نسل بیگار ما نسل تحصیلکرده ما است. توصیه من به این جوانان این است که اگر سه روز دانشگاه می‌روند، سه روز هم لباس کار بپوشند و به کارخانجات بروند و در روند کار و تولید قرار بگیرند. خلق باشند و جرات داشته باشند. در نهایت اینکه من اصلا معتقد نیستم که بازاری ظرفیتش تمام شده و تولیدکننده جدید وارد نشود. به نظر من باید سرمایه‌گذاران جدید وارد شوند و تولید امری است که هیچ‌گاه نباید روندش متوقف شود.

ظاهره خواجه‌گیری

هر بخش از زندگی را که نگاه کنید در سایه امری به نام تولید نفس می‌کشد. حال چه این تولید در محدوده جغرافیایی کشورمان باشد و چه در کشور دیگری. اما این داستان زمانی ریمتی دلخواه به خود می‌گیرد که گرہ‌های سرنوشتش حتی با اوج و فرودهای بسیار هم که باشد، در کشورمان گشوده شود. به‌ویژه وقتی صحبت از کالایی است که زندگی را در قالب ساختمان‌ها جریان می‌دهد. کالایی به نام شیرآلات بهداشتی ساختمان که شاید مهم‌ترین وظیفه‌شان جریان آب به‌عنوان عامل حیات باشد. بنابراین زندگی بدون آنها قابل تصور نیست و پسوند بهداشتی هم که به آنها اضافه شده، نقش حیاتی‌شان را بیشتر نشان می‌دهد. آنچه در مورد این کالاها در بازار ایران درخور تحسین است، دست بالای تولیدکنندگان داخلی است که توانسته‌اند حجم بالایی از سهم بازار را در اختیار دارند. هر چند گاه کالاهای وارداتی نیز در این بازار به چشم می‌خورد اما انقدر نیست که تولید داخلی را تحت تأثیر قرار دهد. اما این مسئله به این معنی نیست که جاده تولید در این حوزه صاف و یکدست است. بلکه مسائلی دیگری هست که این کار را در هستاند که علاوه بر نیروهایی که در این گزرارش در گفت‌وگو با مهندس محمد فرزد، دبیر انجمن تولیدکنندگان شیرآلات بهداشتی بازار این محصولات را بررسی کرده‌ام، انجمن تولیدکنندگان شیرآلات بهداشتی در حال حاضر ۸۰ عضو رسمی دارد. اما واحدهای ریز و درشت زیادی هم هستند که به عضویت انجمن درنیامده‌اند چون دارای سطح قابل قبول انجمن نبوده‌اند. مهندس محمد فرزد با بیان این جملات اضافه می‌کند: در تهران بیش از ۲۰۰واحد تولیدکننده شیرآلات وجود دارند که عضو انجمن شیرآلات نیستند اما توانسته‌اند زمینه‌های اشتغال را برای افراد بسیاری ایجاد کنند. وی در ادامه به میزان اشتغال‌زایی صنعت شیرآلات در ایران اشاره کرده و می‌گوید: به‌طور کلی بیش از ۱۰۰هزار شغل مستقیم و غیرمستقیم در صنعت شیرآلات ایجاد شده است. از تولیدکنندگان مواداولیه گرفته تا قطعه‌سازان کوچک و بزرگ و واحدهای ریخته‌گیری، پرس و . . فرزد در ادامه می‌افزاید:

۹۰درصد مواد اولیه در ایران تولید می‌شود

وجود معدن‌های بسیار در ایران موجب شده تا مواداولیه بخش‌های زیادی از صنایع در کشورمان موجود باشد. در مورد تولید شیرآلات نیز داستان همین است و تا ۹۰درصد از مواد اولیه مورد نیاز این صنعت که آلیاژ برنج است، در ایران تولید می‌شود. فرزد ضمن بیان این مطلب می‌گوید: آلیاژ برنج به دو صورت در اختیار تولیدکنندگان قرار می‌گیرد. یا از بازیافت فلزات رنگی مانند سیم، کابیل و ظرف و ظروف مسی و در ترکیب با رو به دست می‌آید یا به صورت شمش برنج در بازار موجود است و در اختیار تولیدکنندگان قرار می‌گیرد. وی خریدوفروش این مواد اولیه را براساس تن برآورده

گزارش «فرصت امروز» از بازار شیرآلات بهداشتی در ایران

صادرات ۱۰۰میلیون دلاری را محقق می‌کنیم



اینکه میزان اشتغال‌زایی این صنعت زیاد است به این دلیل است که بسیاری از کارخانه‌ها برخی از مراحل تولید یا ساخت بعضی از قطعات را برون‌سپاری می‌کنند. به همین دلیل کارگاه‌های زیادی در این میان وجود دارد که بخشی از مراحل تولید را انجام می‌دهند. وی همچنین در مورد میزان اشتغال‌زایی هر کارخانه می‌گوید: این مسئله امری متغیر است. در صنف ما کارخانه‌هایی هستند که برای بیش از ۱۰۰نفر در محیط کارخانه اشتغال‌زایی کرده و کارخانه‌هایی هم تن به روز تعیین می‌شود و امری متغیر است. اما بنابر جستوی «فرصت امروز» هر کیلو آلیاژ برنج در بازار روی ۱۲هزار تومان قیمت دارد. بنابراین هر تن آلیاژ برنج تا ۱۲میلیون تومان به‌فروش می‌رسد. فرزد همچنین تولید این اقدام در آینده‌ای نزدیک عملیاتی می‌شود. چون دولت هم عزم جدی برای صادرات دارد و با نشست‌ها و جلساتی که با وزیر صنعت داشته‌ایم، قویا بر این امر تأکید داشته است.

رکود ساختمان‌سازی در ایران نیز موجب شده تا استفاده

از شیرآلات نیز به‌عنوان بخشی از این صنعت، در هاله‌ای از ابهام فرو برود. به همین دلیل بخش زیادی از تولید به صورت سلاز وارد بازار می‌شود. بنابراین باید راه‌هایی برای صادرات وجود داشته باشد که البته از این ظرفیت‌ها به نحو احسن استفاده نشده و مشکلاتی بر سر راه صادرات این محصولات وجود دارد. با همه این اوصاف بنابر گفته‌های دبیر انجمن تولیدکنندگان اروپایی، در حال حاضر نیز صادرات شیرآلات ایران حدود ۲ تا ۴هزار تن در سال است که اغلب به کشورهای همسایه مانند کشورهای آسیای مرکزی و حوزه خلیج‌فارس است. وی اضافه می‌کند: البته به کشورهایی اروپایی، آمریکای شمالی و آفریقا نیز صادرات محدودی در این زمینه داریم. وی آورده ارزی این میزان صادرات را تا ۸میلیون دلار برآورده می‌کند.

فرزد در ادامه و در مورد توان و ظرفیت‌های صادراتی این حوزه به «فرصت‌امروز» گفته‌های دبیر انجمن تولیدکنندگان اروپایی، در حال حاضر نیز صادرات شیرآلات ایران حدود ۲ تا ۴هزار تن در سال است. وی در ادامه می‌افزاید: ظرفیت‌های تولید شیرآلات در ایران ما

ظرفیت‌های تولید، مصرف و صادرات شیر آلات

تولید اسمی این محصولات تا ۱۵تن در سال است. اما به‌دلیل واردات قانونی و غیرقانونی در این زمینه و البته مهم‌تر از آن رکود صنعت ساختمان‌سازی موجب شده تا از این ظرفیت تنها ۵تن تولید صورت بگیرد. اما ظرفیت مصرف شیرآلات در بازار ایران تا ۲۰هزار تن در سال است. وی در ادامه می‌افزاید: ظرفیت‌های تولید شیرآلات در ایران ما

می‌گوید: با اینکه در حال حاضر صادرات‌مان در این زمینه اندک است اما برنامه‌های برای افزایش صادرات داریم. وی معتقد است که ارزش صادراتی در این حوزه می‌تواند تا ۱۰۰میلیون دلار در سال افزایش یابد. فرزد می‌گوید: در این زمینه طبق برنامه‌ریزی‌های صورت‌گرفته صادرات ۸میلیون دلاری فعلی را تا پایان امسال به ۲۰میلیون دلار افزایش می‌دهیم و طبق برآوردها و برنامه‌ریزی‌های صورت‌گرفته بنا را بر افزایش این میزان از صادرات به ۱۰۰میلیون دلار در بازه زمانی بین ۳ تا ۵سال آینده گذاشته‌ایم.

وی در مورد بازارهای متصور برای شیرآلات ایران نیز می‌گوید: علاوه‌بر بازارهایی که اشاره شد، کشورهای اروپای‌شرقی نیز از مهم‌ترین و جدی‌ترین بازارها برای صادرات محصولات ایران به‌شمار می‌روند و کافی است که تولیدکنندگان ایران در نمایشگاه‌های این کشورها حضور یابند و محصولات خود را معرفی کنند، در این صورت متقاضیان بسیاری در این زمینه خواهیم داشت. بنابراین دولت به‌جای اینکه به تولیدکنندگان وام و پول بدهد، زمینه‌های حضور محصولات ایرانی در این نمایشگاه‌ها را فراهم کند.

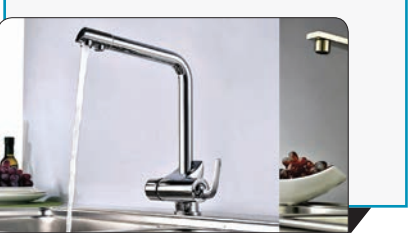
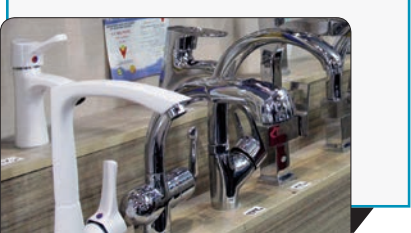
ابزارهای مدرن تولید در ایران

از آنجایی که کهنگی دستگاه‌ها و ماشین‌آلات تولید در ایران به مسئله تکراری و دائمی تبدیل شده بسیاری از صاحبان صنایع از آن گلایه دارند. این مسئله را با دبیر انجمن شیرآلات بهداشتی نیز در میان نهادیم. فرزد در این‌باره معتقد است که بسیاری از کارخانجات این حوزه به دستگاه‌ها و ابزارهای مدرن تولید مجهز هستند و تولیدات‌شان با محصولات مدرن جهانی برابری می‌کند و صادرات به کشورهای اروپایی و آمریکایی گواه این مدعاست.

بنابر این کارخانجات مشکل عمده‌ای به لحاظ تولید ندارند. اما مشکل اصلی در زمینه تولید برمی‌گردد به رکود بازار و عدم سازمادهی راه‌های صادراتی که موجب شده بسیاری از کارخانجات شیرآلات با ظرفیتی ۳۰ تا ۴۰درصدی کار کنند که اگر راه‌های صادراتی باز شود، می‌توان این ظرفیت‌ها را افزایش داد و کارخانجات در دو و حتی سه شیفت کاری تولید کنند.

ریسک‌ها و تهدیدها

مهم‌ترین ریسک و تهدیدهای این بازار برمی‌گردد به وابستگی شدید این محصولات به رکود و رونق بازار مسکن، بازاری که در ایران دائما در نوسان به سر می‌برد. وجود چنین ریسک‌هایی و نبود فروش موجب شده تا فعالان این حوزه از وضعیت بازار در سال گذشته به یخبندان بازار تعبیر کنند. از دیگر مشکلاتی که در این زمینه وجود دارد و شاید گریبانگیر کل حوزه تولید باشد، وجود سرب‌های مالی بسیار است. به‌عنوان مثال مالیات بر ارزش افزوده باید از مصرف‌کننده دریافت شود ولی در ایران از تولیدکننده دریافت می‌شود. همچنین تسهیلاتی که برای تولیدکنندگان در نظر گرفته می‌شود معمولا با بهره‌های روی ۲۰درصد پرداخت می‌شوند و دوره بازپرداخت‌شان نیز همراه با راهاندازی کارخانه و واحد تولید آغاز می‌شود. مسائلی از این دست موجب شده تا کارخانه‌ها با کمترین ظرفیت خود تولید کنند چون در حال حاضر بازارهای صادراتی اثباتی‌تزی در این حوزه وجود ندارد و بازار داخلی نیز با مازاد تولید مواجه است.



فرصت امروز

بازار جهانی

گزارشی از روند رشد بازار جهانی شیرآلات تا سال ۲۰۲۰

رشد سالانه ۹درصدی

ترجمه: فهیمه خراسانی

سیستم‌های لوله‌کشی آب در ساختمان‌های مسکونی و غیرمسکونی امروز یکی از مهم‌ترین بخش‌های صنعت ساخت‌وساز به شمار می‌رود که صناعی مربوط به خود را به وجود آورده‌اند. در این میان، صنعت شیرآلات یکی از صنایع مهم و پرکاربرد دنیای امروز به شمار می‌رود که به‌صورت چشم‌گیری وارد عرصه بازار جهانی شده است، به‌طوری که بخش تولیدی برجسته‌ای را در دنیای امروز رقم زده است. رشد شهرنشینی، تغییر سبک زندگی، افزایش درآمدها و از همه مهم‌تر، بالا رفتن روند ساخت‌وساز، از جمله عوامل مهمی هستند که تقاضا برای صنعت مذکور را افزایش داده‌اند. در گزارش حاضر، به ارائه چشم‌انداز این صنعت می‌پردازیم و روند رشدش را تا سال ۲۰۲۰ بررسی می‌کنیم و در ادامه مهم‌ترین بخش‌های این صنعت را معرفی کرده و در انتها نیز بازارهای بزرگ این صنعت را به لحاظ جغرافیایی برخواهیم شمرد. همچنین با معرفی برخی از گردانندگان برجسته جهانی صنعت شیرآلات، فضای رقابتی موجود در این بازار را نشان می‌دهیم.

رشد ۹درصدی بازار شیرآلات تا سال ۲۰۲۰
با توجه به افزایش تقاضای مصرف‌کنندگان نسبت به شیرآلات ساختمانی انتظار می‌رود که تا سال ۲۰۲۰ روند رشد این صنعت با نرخ رشد ۹درصد، رو به جلو حرکت کند. افزایش ساخت‌وساز و ارائه محصولات جدیدتر و در عین حال کاربردی‌تر از عوامل مهم رشد این بازار در سال‌های آتی به شمار می‌روند. ضمن اینکه رشد صنعت مسکن، خصوصا در کشورهای در حال توسعه نیز یکی از عوامل کلیدی افزایش تقاضا برای صنعت شیرآلات محسوب می‌شود. رشد شهرنشینی و به دنبال آن افزایش روند ساخت‌وساز مسکن و آسمان‌خراش‌ها این زمینه خواهیم داشت. بنابراین دولت به‌جای اینکه به تولیدکنندگان وام و پول بدهد، زمینه‌های حضور محصولات ایرانی در این نمایشگاه‌ها را فراهم کند.



بزرگ ترین بخش این صنعت

صنعت شیرآلات که در حال حاضر کاربرد زیادی در سطح جهان پیدا کرده است، انواع متفاوتی را شامل می‌شود که از میان آنها شیر آب پایه‌ای، شیر میکسر یک دسته‌ای و شیر میکسر دو دسته‌ای، به‌عنوان مهم‌ترین بخش‌های این صنعت محسوب می‌شوند، با توجه به تحقیقاتی که از سوی محققان اقتصادی صورت گرفته، شیر آب میکسر یک دسته‌ای، بزرگ‌ترین بخش این صنعت است و انتظار می‌رود که در دوره مورد پیش‌بینی نیز بیشترین تقاضا برای این نوع از شیر آب وجود داشته باشد. سهولت استفاده و نصب آسان و ماندگاری بیشتر از جمله عواملی محسوب می‌شوند که بازار مصرف جهانی را به سوی این نوع شیرهای آب سوق داده‌اند. همچنین از آنجایی که روند ساخت‌وساز شهری و به‌ویژه تاسیس هتل‌ها و اماکن عمومی نیز در سال‌های آتی رشد چشم‌گیری خواهد داشت، انتظار می‌رود تا سال ۲۰۲۰ سهم شیر آب میکسر یک دسته‌ای در بازار جهانی شیرآلات به ۵۴درصد برسد.

سهم ۴۴درصدی آسیا-اقیانوسیه در بازار شیرآلات

به لحاظ جغرافیایی می‌توان بازار جهانی شیرآلات را به سه بخش عمده آسیا-اقیانوسیه APAC، آمریکا و EMEA (شامل اروپا، شرق میانه و آفریقا) تقسیم کرد. در مناطق مذکور، منطقه آسیا-اقیانوسیه بیشترین سهم را در بازار جهانی این صنعت از آن کرده، به طوری که در سال ۲۰۱۵ حدود ۴۴درصد از سهم این بازار مربوط به منطقه مذکور بوده است و طبق پیش‌بینی تحلیلگران اقتصادی انتظار می‌رود بازار شیرآلات در این منطقه تا سال ۲۰۲۰ با نرخ رشد سالانه ۹درصد رو به جلو حرکت کند که نشان‌دهنده سهم غنی این منطقه در بازار جهانی این صنعت در سال‌های آینده است. طبق نظر محققان، عواملی مانند افزایش جمعیت، بالا رفتن آگاهی شهرنشینان نسبت به نام‌های تجاری و تغییر سبک زندگی، همچنین افزایش سرانه درآمد قابل تصرف خانوارهای شهری از جمله نکات کلیدی در رشد این صنعت در منطقه آسیا-اقیانوسیه به شمار می‌روند.

چشم‌انداز رقابتی بازار شیر آلات

با توجه به افزایش تقاضای جهانی نسبت به این صنعت که نتیجه رشد شهرنشینی و تغییر سبک زندگی مردم جهان است، فضایی رقابتی در صنعت مذکور به وجود آمده است که نتیجه آن وفور برندهای معروف جهانی و تنوع محصولات این صنعت است. امروزه شرکت‌های معتبری مانند گروه‌های (Grohe)، کوهرل (Kohler)، مسکو (Masco) و TOTO از جمله گردانندگان اصلی بازار شیرآلات جهانی به شمار می‌روند که با افزایش محصولات متنوع و بالا بردن سطح خدمات به مشتریان، در فضای رقابتی این صنعت وارد شده و بازاری پویا را رقم زده‌اند.

منبع: www. technavio. com

۶ حاشیه بر سر نوشت

کسی که از کشتی فرهنگ پیاده شد

تغییر نکنی

تغییرت می دهند

رضا درستکار

سرمستار و منتقد سینما

دیدگاه



یک وزیر دیگر فرهنگ پیش از موعد مقرر مجبور به استعفا شد و وزیرهای فرهنگ در نظام ما بیشترین توجهات را به خود جلب می کنند و بیشترین اصطکاکها را در طول وزارت خود از سر می گذرانند آنان اغلب با تویی پر به صدارت می رسند، اما در پایان مانند دروازه‌بانی که نتوانسته است از دروازه صیلت کند، میدان را ترک می کنند.

اکنون نگاهی داریم به وضعیت آخرین وزیر فرهنگ که همین دوسه روز پیش استعفایش را به زور طبع آریست. ۱- وزیر فرهنگ دولت یازدهم به دادلی کاملا روشن از دو وزیر دولت‌های قبل‌تر، بهتر و بهروزتر بود. وی در فاصله یک دهه‌ای تاریخ همین وزارتخانه توانست - به سهمی که در توان داشت - مسیره‌های مسدود شده را باز کند و امیدهای کور شده را به اردوگاه اهالی فرهنگ برگرداند و وزیر فرهنگ کشور و نظام‌اش باشد.

نخستین ویژگی ایشان، این بود که برای یک طیف مشخص برنامه نریخت، منابع را صرفا به یک طیف مشخص اختصاص نداد و کوشید روزنه‌ای از بن‌بست‌های ایجاد شده، باز کند. این موضوعات کلان که از یک کلونی محدود به مدیریت حوزه‌های پیچیده انجامید و آرمشی را حاکم کرد، محصول تغییر نگره از مدیریت سنتی به رهبری در مدیریت مدرن بود. مدیریت سنتی می‌کوشد با فشار بر نیروهای خود، استیلا و تابعیتی را حاکم کند (لاجرم نیروها، همه مجاله و فرسوده می‌شوند)، اما مدیریت مدرن می‌کوشد با رهبری کردن حوزه کار (ایجاد انگیزه و دادن میدان عمل و اعتماد به مجموعه تحت مدیریتش)، به جای متابعان، پیروان خود را بیابد و...

۲- وزیران فرهنگ در دولت‌های نظام ما، موثرترین حوزه کاری را دارند؛ زیرا مهم‌ترین معیار و سنجش توسعه در جوامع، حوزه فرهنگ است و ایشان در پیچیده‌ترین و چندوجهی‌ترین عرصه‌ها سکندار و پیشانی روش‌ها و منش‌های دولت‌ها و رخ‌نمود همه فعالیت‌ها هستند؛ برای همین هم هست که در پایان دوره کاری‌شان یا به سقوط دولت متبوع خود همت می‌گمارند! یا به موجب اعتلای دولت خود می‌شوند و حداقل نامی نیکو از خود برجای می‌گذارند...

وزیر فرهنگ دولت یازدهم پس از سقوط دو وزیر قبلی سر برآورد (وزیرانی که موجب شکست دولت‌های‌شان را فراهم آورده بودند) و (الحق که با فاصله‌هایی بعید، از ایشان بهتر بود، خیلی بهتر؛ گزینش‌ای خوب بود و خیلی زود هم دست به کار شد و سروصداها را رفته‌رفته خواباند، آن هم نه با فشار و مجاله کردن زیردستانش، بلکه با گشایش‌ها!

۳- درست است که خوب بودن از آدم قبلی خودش معیاری قابل اعتناست، اما با خوب بودن در حال، تفاوت‌هایی دارد (آیا وزیر برای حال فرهنگ هم خوب بود؟)

وزیر فرهنگ با این حال، از قبلی‌ها بهتر بود و این خوب بودن‌ها همیشه در سر آفرین است؛ به همین گذشته‌های دور و نزدیک مراجعه کنید تا بدانیم از چه حرف می‌زنیم! لاجرم هیچ‌یک از طرفین دعوا قفشر را ندانستند! طیف مشخص، عاقدانه فشارها را مضاعف کرد زیرا پاشنه آشیل را می‌شناسد و فقط در پی تضعیف رقیب است و راه کلیشه‌ای را پیمود و به نتیجه هم رسید؛ باز هم کنسرت و عکس و قس و علیهذا!

اما ریاست دولت و اهالی فرهنگ هم قدردان نبودند! هر یک به دلایلی سکوت کردند، اولی به دلیل نداشتن برنامه‌ای مدون در حوزه فرهنگ و تمرکز کامل به حوزه سیاست خارجی و گشایش‌های اقتصادی (دقیقا از ابتدای تشکیل دولت تاکنون) سرش کماکان گرم است و از حوزه فرهنگ، غافل! و دومی هم لاید به امید تلپور فرحت‌الحق بهتر در این حوزه، با یادآوری نقش تاریخی خود در انتخابات، سکوتی معنادار پیشه کردند!

۴- امور در سال پایانی دولت‌ها همیشه شبلی غریب می‌گیرند! سال پایانی دولت، متعلق به ملت نیست، بلکه متعلق به دولت است تا با ادبیاتی تند و انتقادی کارهایش را به رخ بکشد و موقعیت را برای تشکیل دولت بعدی فراهم آورد. شاید این رویه‌ای مشترک برای دولت‌های در طول این سال‌ها بوده است، که ای بسا، این یکی را هم از آن گریزی نیست. دولت استارت‌زین راه را برگزیده است! قفشر از یک‌بندید که از ابتدا، برنامه‌ای مشخص در کار نبوده یا به نسبت دو حوزه اقتصاد و سیاست خارجی، خیلی کمتر بوده است! بعد هم اتفاقی وزیر این بخش، انتخابی مناسب از کار در آمده و گردش موضوع در تناسب و در مسیر عفریه‌های ساعت کشور هیچ‌گاه از حوزه فرهنگ و هنر تهدید نشده است. من فکر می‌کنم مشکلات امروز ما ناشی از آن است که حساسیت‌هایی که باید وجود داشته باشد در جایی که لازم است وجود ندارد.

این حساسیت‌هایی که مطرح می‌کنید به هر حال خارج از حوزه وزارت ارشاد است. به نظر شما آیا تغییر وزیر ارشاد کمکی به کم شدن این حساسیت‌ها و تغییر آنها نسبت به حوزه‌های حساسیت‌برانگیز می‌کند؟

تغییر وزیر یک مسئله نسبی است. گاه فردی که عمل از وزارت انتخاب می‌شود بالذات ممکن است فردی باشد که دغدغه‌های مثبت و مناسبی نسبت به فرهنگ و هنر داشته باشد اما در عمل آن را به قدرت و شدت عمل را برای اعمال آن دغدغه‌ها نداشته باشد که نمود آن مثلا در افرادی مانند آقای مهاجرانی و مسجدجامعی قابل ردیابی است. هر دو این افراد نسبت به فرهنگ و هنر دغدغه داشتند و دیدگاه‌های مثبتی مطرح می‌کردند اما آقای مهاجرانی این دغدغه‌ها را اعمال می‌کرد اما آقای مسجدجامعی نسبت

تلفن مستقیم: ۸۶۰۷۳۲۲۹۸

کافه مدیترانه

www.forsatnet.ir شماره ۶۳۶

پهارشنبه

۱۵

۵ آبان ۱۳۹۵

آزموده



فرهنگی ترین رفتارها در فضای فرهنگی

ترجمه و گردآوری: رویا پاک‌سرشت

فرض کنید وارد یک مهمانی مجلل شده‌اید که از بسیاری جهات باشکوه و لوکس محسوب می‌شود. با این وجود برخورد میزبان با مهمانان بسیار ضعیف و مخالف ادب است. برعکس یک مهمانی را فرض کنید که به لحاظ تشریفاتی در حد متوسط قرار دارد، اما میزبانانی بسیار آداب‌دان و محترم دارد. انتخاب اغلب افراد مهمانی دوم است.

اگر امکانات جامعه را فضای لوکس مهمانی فرض کنیم، می‌توان وزارت فرهنگ و هنر هر جامعه را نیز میزبان فضای اخلاقی و رفتاری جامعه در نظر گرفت. تجربه کشورهایی مثل سوئد، اتریش، فنلاند و... نشان می‌دهد که می‌توان بدون تجملات فرهنگی به رشد فرهنگ کمک کرد.

در مقابل بسیاری از کشورهای در حال توسعه بدون در نظر گرفتن زیرساخت‌های فرهنگی و تنها با تکیه بر برخی ظواهر و تشریفات مانع از رشد واقعی فرهنگ در فضای جامعه می‌شوند. یکی از آفات گاه و بیگاه و مخرب در فضای فرهنگی، تغییر مدیران این حوزه و ایجاد برخی تحولات غیرضروری در سیستم خط و مشی‌های فرهنگ است؛ تغییری که اگر چه با امید بهبود شرایط اعمال می‌شوند، اما گاهی پیامدی به جز عقبگرد ندارد.

EUNIC و کارکرد چشمگیر بین فرهنگی

تعداد زیادی از کشورهای اروپایی نه‌تنها به توسعه فرهنگی می‌پردازند، بلکه در حوزه صادرات فرهنگی نیز فعال هستند. بنیاد بین فرهنگی EUNIC، یکی از اصلی‌ترین دلایل کامیابی کشورهای اروپایی در رشد فرهنگ ملی است. این بنیاد موفق شده، شبکه‌ای جهانی متشکل از ۲۸ کشور جهان را در خود جای دهد. ترویج تنوع فرهنگی در کنار احترام به فرهنگ ملل و رشد احترام به عقاید گوناگون از مهم‌ترین بازخوردهای تشکیل این نهاد است، اما ایجاد یک چارچوب استراتژیک و نظام‌دار قانونی در حوزه فرهنگ ملل از مهم‌ترین دستاوردهای EUNIC محسوب می‌شود. درواقع تخطی کشورها از قانون‌های این نهاد باعث دریافت اخطار و حتی اخراج کشورها خواهد شد. بنابراین اغلب کشورها در تلاشند تا با کاهش رفتارهای ضدفرهنگی (سانسور، اغراق، تحریف و...) حضور خود را در این گردهمایی بین‌المللی تثبیت کنند. بر این اساس می‌توان وجود چنین نهادهای نظارتی را برای رشد فرهنگی بسیار مهم تلقی کرد.

تجربه مثبت آلمان

از بسیاری جهات می‌توان آلمان را یکی از ماهرترین کشورها در برنامه‌ریزی‌های کلان فرهنگی در نظر گرفت. وزارت فرهنگ و هنر آلمان مانند سایر وزارتخانه‌های این کشور به برنامه‌های نظام‌دار وابستگی دارد؛ برنامه‌هایی که فرقی ندارد وزیر، اعضای کابینه، هیأت‌های اجرایی تا پایان به ثمر رسیدن آن حضور داشته باشند یا نه. درواقع تحت هر شرایطی برنامه‌های بلندمدت و طبقه‌بندی شده مرتبط با فرهنگ، روند اجرایی شدن را طی می‌کنند. بخش مهمی از وزارتخانه فرهنگ و هنر آلمان را توجه به حفظ زیرساخت‌های فرهنگی این کشور تشکیل می‌دهد. شهرت این کشور در حوزه‌های مانند موسیقی کلاسیک، اپرا و... بی‌دلیل نیست. این موفقیت تا حد زیادی با فعالیت‌های مستمر و سریالی مدیران فرهنگی آلمان مرتبط است. از سال‌های پس از جنگ جهانی تاکنون، آلمان به یکی از قطب‌های فرهنگی - هنری اروپا تبدیل شده و طیف وسیعی از علاقه‌مندان حوزه موسیقی و هنر به این کشور مهاجرت کرده‌اند. اگرچه بسیاری از افراد معتقدند نقش هنرمندان مشهور و شناخته شده آلمانی در موفقیت این کشور بی‌تأثیر نبوده، اما نمی‌توان این موضوع را نادیده گرفت که تولیدات و صادرات فرهنگی آلمان میسر نمی‌شد مگر با حمایت‌های دولت؛ حمایت‌هایی که چه حزب میانه‌گرا حاکم باشد و چه حزب افراطی، چتر خود را از سر فرهنگ برنمی‌دارد.

کشورهای آسیایی

بسیاری از کشورهای آسیایی برای ارتقای سطح فرهنگی خود برنامه‌ریزی‌هایی دارند. برخی کشورها در راستای هم‌افزایی هرچه بیشتر فرهنگ با جذابیت‌های گردشگری تلاش کرده‌اند. برخی دیگر نیز با تمرکز بر دیپلماسی‌های فرهنگی تلاش دارند از طریق میانه‌برای بین فرهنگی رشد کنند، اما کارنامه همه وزارتخانه‌های فرهنگ درخشان نیست. چین یکی از فعال‌ترین کشورها در عرصه مبادلات بین فرهنگی محسوب می‌شود. این کشور با برگزاری جشنواره‌های مختلف ملی و بومی و دعوت از سایر کشورها برای حضور در گردهمایی‌های سالانه و مناسبتی نقش پررنگ در افزایش مناسبات بین فرهنگی ایفا می‌کند. در این میان طی چند سال اخیر مناسبات فرهنگی بین چین و ملل جنوب غربی آسیا (آسه‌آن) محسوس‌تر از سایر مناسبات است. نخستین جلسه از مجموعه جلسات مشترک بین آسه‌آن و چین در سال ۲۰۱۲ با میزبانی پکن رقم خورد. با توجه به تشابهات فرهنگی این کشورها از آن تاریخ تاکنون، حجم مبادلات فرهنگی- تجاری بین این کشورها افزایشی چشمگیر یافت.

بنابراین رشد میزان همکاری‌ها بین سنگاپور و چین از مهم‌ترین دستاوردهای فرهنگی دولت چین است، اما یکی از مهم‌ترین وجوه مثبت فرهنگی در چین، ثبات قدم مدیران مختلف فرهنگی این کشور است. مواضع فرهنگی چین از دوران صنعتی شدن این کشور تاکنون تغییر چندانی نداشته و جریان‌های فرهنگی همسو با اهداف بلندمدت کشور تعریف شده است.

تغییر وزیر ارشاد بررسی می‌شود

سیاست تغییر ، سیاست تر میم

سبب شد مدام وزیر ارشاد در برابر جریانات تندرو در مقام پاسخگویی بر آید. برخی معتقد بودند روندی که روی داده به دور از اینکه چه کسی وزیر ارشاد باشد جایی برای اعمال سیاست‌های حاکم باقی نمی‌گذارد و هرکسی به جای علی جنتی بود نیز همین پر خورد را می‌کرد. اما برخی معتقد بودند که قوانینی وجود دارد و وزیر تنها باید از آنها تبعیت کند و براساس آنها در مقابل جریانات تند رو بایستد. حال تغییر در این وزارتخانه ایجاد شده و باید دید با انتخاب وزیر جایگزین، عملا دولت یازدهم در حوزه فرهنگ و هنر چه سیاستی در پیش گرفته است.

انتخاب جایگزین، بتواند سیاست جدید حسن روحانی را نسبت به این حوزه‌ها بسنجد. هر چند تا پیش از تنظیم این گزارش وزرای پیشنهادی دولت به مجلس معرفی شده‌اند اما هنوز تا رأی اعتماد این وزرا از سوی مجلس نمی‌توان درباره وزرای جدید ابراز نظر کرد. اما تغییرات اعمال شده نشان می‌دهد این تغییرات در سه حوزه ارشاد، آموزش و پرورش و ورزش و جوانان که بیشترین حساسیت‌ها درباره آنها وجود داشته اعمال شده است. در این میان حاشیه‌های متعددی که برای حوزه فرهنگ و هنر پیش آمد بر کسی پوشیده نیست؛ حاشیه‌هایی که



حسین زمان

وزیر نباید کوتاه بیاید

حسین زمان هنرمند و خواننده معتقد است تا زمانی که نهادهای فراقانونی به جای وزیر و وزارتخانه تصمیم می‌گیرند تغییر وزیر بی‌فایده است.
با توجه به تغییر وزیر ارشاد ارزبایی شما از این تغییر چیست؟
به نظر من اگر قرار است شرایط خارج از وزارتخانه به روال قبل ادامه پیدا کند تغییر وزیر چندان تأثیری در تغییر اوضاع نمی‌گذارد. مشکلی که تاکنون برای وزارتخانه‌ها وجود داشته این بوده است که نهادهای فراقانونی بر مسائل فرهنگی و هنری اعمال نظر می‌کرده‌اند و حرف آخر را می‌زده‌اند. عملا شرایط و حیطه تصمیم‌گیری از دست مسئولان ارشاد خارج بوده است. البته نمی‌توان منکر این مسئله شد که معاونت هنری وزارت ارشاد به‌شدت ضعیف عمل کرده است. هر چند فشارهای خارجی زیاد بود تا حرف این عوامل به کرسی نشاند



گذشته یکی به نعل و یکی به میخ بزنند و چهار سال دیگر را نیز به این منوال طی می‌شد و تا از جایی دادی بلند می‌شد آقایان عقب می‌نشستند و در برابر آن فریادها سکوت می‌کردند.

حال با توجه به اشاره به نهادهای فراقانونی و اعمال نظر آنها در حوزه فرهنگ و هنر با توجه به اینکه گاهی تغییر لازم است، فکر می‌کنید این تغییر بتواند کمکی به تحول در حوزه فرهنگ و هنر باشد و در فرصت باقی امیدی ایجاد کند؟

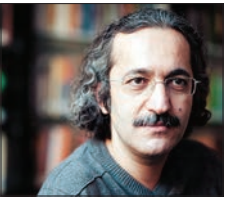
من فکر می‌کنم اکنون زمان اندک است و تا وزیر جدید بخواد اعمال نظر کند و نظراتش را اگر نظرات مثبت و خیر باشد عملیاتی کند دوره یازدهم ریاست جمهوری تمام شده است و عملا این تغییر نمی‌تواند نقشی در حوزه فرهنگ و هنر ایفا کند. من فکر می‌کنم حتی اگر بهترین و موثرترین فرد هم برای این وزارتخانه انتخاب شود این وزارتخانه در مدت اندک باقی مانده



محمد یعقوبی

وزیر نباید کوتاه بیاید

محمد یعقوبی، نمایشنامه‌نویس و کارگردان تئاتر معتقد است هر چند گاه تغییر لازم است اما لزوما تغییر همیشه به معنای بهبود شرایط نیست.
با توجه به تغییر وزیر ارشاد ارزبایی شما از این تغییر چیست و آن را تغییر مناسبی می‌بینید؟
اگر نهادهای مختلف حساسیتی را که نسبت به حوزه فرهنگ و هنر دارند نسبت به حوزه‌های دیگر مانند حوزه اقتصاد داشتند ما امروز با این مشکلات روبه‌رو نبودیم. فعالان حوزه فرهنگ و هنر اغلب افراد دلسوزی بهبود شرایط نیست. مناسفانه در کشور ما فرد واقعا تعیین‌کننده است، بنابراین حتما باید نسبت به وزیری که بر سر کار می‌آید نگران بود. مثلا در دوره‌ای در حوزه کتاب تغییری انجام شد و فردی را بر سر این حوزه گماردند که لطامات حوزان‌ناپذیری که این حوزه را در بر داشت زود. بنابراین فرد مهم است و نمی‌توان به‌صورت کلی حکم داد که تغییر، فرآیند مثبتی است.



تعیین‌کننده بودن فرد، نظر شما درباره وزارت آقایی جنتی چیست؟ آیا عملکرد او به نحوی بود که بر فرهنگ و هنر مثبت بود یا نه بهتر بود فرد دیگری جایگزین او شود؟

من کم و بیش که اتفاق‌ها را دنبال می‌کردم به نظرم می‌آمد در جاهایی در برابر جریانات تندرو کوتاه آمد که اساسا نباید کوتاه می‌آمد. اساسا من معتقد مشکل جایی اتفاق می‌افتد که وزرا در برابر جریانات تندرو کوتاه بیایند و به آنها یاج بدهند. وزارت ارشاد فرد باتریشه‌ای لازم دارد که اساسا به جریانات تندرو فضای ابراز نظر ندهند. در جاهایی آقای جنتی نسبت به جریانات تندرو کوتاه آمد که به زعم من این کوتاه آمدن اشتباه است.

پس اگر فردی وزارت ارشاد را به دست بگیرد که کاملا در برابر جریانات تندرو بایستد شما این تغییر را مثبت می‌بینید؟
بله کاملا آن را مثبت می‌بینم.



کارگروپ فرصت ویژه

برجامرداا

امروز فرصت زیادی نداریم و حجم انبوهی کار و بار بر سرمان ریخته است، لذا یکی پس از دیگری به آنها می‌پردازیم.

اول اینکه بنا داریم برای ارزیابی فعالیت کارگروپ‌ها و قدردانی از فعالان عرصه‌های بین‌انسانی، خودمان واسه خودمان یک اندیشکده راه‌اندازی کنیم چون همین یکی دو روزه فهمیدیم چنین نهادی چه اندازه می‌تواند تاثیرگذار باشد و اسم آدم و خان‌اش را سر زبان‌ها بیندازد و موج‌آفرینی کند. در شروع نیز جایزه ماهانه‌ای تعیین می‌کنیم که همانا اعلام اسم یا اسامی کسانی است که فعالیت‌های به یادماندنی کارگروپانه داشته باشند. این از این.

دوم اینکه همین دیشب دستور مستقیم رسید برای تشکیل کارگروپی با عنوان کارگروپ بی‌توجهی به جوایز بین‌المللی و داخلی. دلیل توجهی آن نیز چنین ذکر شده بود که بشریت کارآمد و مفید، لازم است سرش را بیندازد پایین کارش را بکند. تاریخ تحولات ظریف بشری نشان داده این جوایز آخر و عاقبت ندارند. هستند کسانی که شجره‌نامه بشریت را در نهانخانه عشرت در اختیار دارند و طی سه سوت، اصل و نسب اهداکننده، دریافت‌کننده و تشویق‌کننده و حتی چشم حسود را درمی‌آورند و وقتی پرده برافتد هم دیگر نردبان و نصاب از کجا پیدا کنیم؟ عجالتا نیروی مازاد برای تشکیل این کارگروپ ندارستیم، لذا تشکیل آن به تعویق افتاد.

سوم اینکه مشکلات روحی، روانی و افسردگی، رنگ پوست را تیره می‌کند؛ برجامردا به میدان درمی‌آید و افتخاری‌ست برای میهن و مردمش، شما چرا مراقب رنگ پوست نیستی؟ خراب می‌شود.

مدرسه مدیریت

۷درس ساده اما پولساز از رابرت کیوساکی

مترجم: فاطمه مرادی
منبع: negociosyemprendimiento

رابرت کیوساکی(Robert Kiyosaki) یک اقتصاددان پیشرو و صاحب تئوری‌های نوآورانه اقتصادی در دنیااست. وی با نوشتن تفکرات ناب و دست اول اقتصادی در کتاب خود با نام پدر پولدار، پدر بی‌پول تمامی علاقه‌مندان به مباحث اقتصادی و مالی را مهیوت خود کرده است. میلیون‌ها نفر با پیروی از نظرات خلاقانه رابرت کیوساکی توانسته‌اند به موقعیت‌های مالی و اجتماعی خیره‌کننده‌ای در جهان دست یابند. از جمله ویژگی‌های بارز تفکرات و نظریات کیوساکی می‌توان به کاربردی بودن آنها و ارتباط فوق‌العاده این نظریات با زندگی واقعی افراد جامعه اشاره کرد. رابرت بر این باور است که قبل از آنکه کیف پولتان را از فقیر به ثروتمند تبدیل کنید، باید ذهن‌تان را از فقیر به ثروتمند تبدیل کنید. توصیه‌های رابرت کیوساکی برای پولدارشدن اینها هستند:

۱- فرد پولدار برای پول کار نمی‌کند. پدرم همواره به من می‌گفت که فقرا و طبقه متوسط برای پول کار می‌کنند، اما در مورد ثروتمندان این گونه نیست، بلکه پول است که برای آنها کار می‌کند.

۲- امور مالی را بیاموزید. شما باید فرق میان بدهی و دارایی را بدانید. دارایی، در جیب شما پول می‌گذارد و بدهی، جیب شما را خالی می‌کند. ثروتمندان، تفاوت میان این دو را به خوبی می‌دانند.

۳- به کسبوکار خودتان ببیندشید. برای اینکه از لحاظ مالی احساس امنیت کنید، باید کسبوکار خودتان را راه بیندازید که این کسبوکار هم از دارایی‌های شما حاصل می‌شود. در واقع ثروتمندان بیش از درآمد به دارایی اهمیت می‌دهند، در حالی که فقرا و طبقه متوسط خلاف آنها می‌اندیشند.

۴- تاریخ مالیات‌ها را به یاد داشته باشید. قوانین مالیاتی در آمریکا شرایط بسیاری را برای پس‌اندازکردن و معاف شدن از پرداخت همه مالیات مهیا کرده است. با این حال بسیاری از این شرایط اطلاعی ندارند و در واقع بیشتر این ثروتمندان هستند که از جزئیات قوانین مالیاتی خبر دارند. در بسیاری دیگر از کشورها نیز قوانین مالیاتی به همین شکل هستند. پس برای ثروتمند شدن، شناخت قوانین مالیاتی و آگاهی از سرگذشت آنها ضروری است.

۵- ثروتمندان، پول‌سازند. فرصت‌های بزرگ معمولاً نه به وسیله چشمان شما، بلکه به وسیله ذهن شما دیده می‌شوند. بسیاری از مردم هرگز پولدار نمی‌شوند، تنها به این خاطر که فرصت‌های مالی پیش روی خود را تشخیص نداده‌اند. ثروتمندان همان قدر که در خلق فرصت‌ها تبحر دارند، در شناخت آنها نیز خیره هستند.



۶- برای آموختن کار کنید، نه برای پول درآوردن. برای اینکه موفق شوید، باید بیاموزید که چگونه جریان نقدینگی، سیستم و افراد را مدیریت کنید. حضور در نیروی دریایی، رهبری را به من آموخت و کار در بخش فروش شرکت زیارکس به من اصول فروش را فروخت. همه این ویژگی‌ها در موفقیت من تاثیرگذار بودند. دنبال شغلی باشید که توانایی شما در مدیریت جریان نقدی، سیستم‌ها و افراد را افزایش دهد، نه اینکه تنها برای شما حقوق آخر ماه داشته باشد.

۷- با بهره‌گیری از هوش مالی ثروتمند شوید. تمامی مردم دنیا چه فقیر و چه ثروتمند مشیر قوانین مالی دارند. بسیاری فکر می‌کنند اگر پول زیادی داشته باشند مشکلات مالی آنها تمام می‌شود، در حالی‌که اینطور نیست و پول بیشتر مسائل مالی بیشتری را به دنبال دارد. یکی از راه‌های برطرف کردن مشکلات مالی، هوش مالی است. هوش مالی بخشی از هوش کلی ماست که برای حل مشکلات مالی از آن استفاده می‌کنیم. مشکلات مالی رایج در دنیای امروز، تطبیق نداشتن درآمدها و هزینه‌های زندگی، نداشتن خانه شخصی، بدهکاری، هزینه‌های ماشین، هزینه‌های بهداشتی و درمانی و… است که با استفاده از هوش مالی می‌توان آنها را برطرف کرد. به عقیده رابرت کیوساکی، کلید ثروتمند شدن در این است که تشخیص دهید سیستم تغییر قوانین پول ناعادلانه است. قوانین را یاد بگیرید و از آنها به نفع خود استفاده کنید. این کار نیازمند هوش مالی است و هوش مالی را باید با حل کردن مشکلات مالی به‌دست آورد. ثروتمندان مشکلات مالی را به‌عنوان فرصتی برای یادگیری، رشد، باهوش شدن و درنهایت فرصتی برای ثروتمند شدن می‌بینند. از نظر رابرت کیوساکی نخستین درس برای افزایش هوش مالی، داشتن مهارت حل مشکل یا حل مسئله است. یعنی به جای شانه خالی کردن در برابر مشکلات آنها را حل کنیم.

دومین درس، مقاومت در برابر ناگامی‌ها و درس گرفتن از شکست‌ها و موفقیت‌های قبلی است. در این صورت است که با مواجه شدن با مشکلات و حتی شکست در برابر مشکلات چیزی به اسم تجربه که باعث تقویت هوش مالی می‌شود در آدم ایجاد می‌شود. ثروتمندان به جای گریختن، دوری کردن یا تظاهر به اینکه مشکلات مالی اصلا وجود ندارند به مشکلات مالی خوشامد می‌گویند، چون می‌دانند در مشکلات مالی فرصت‌هایی است که در آن می‌توانند باهوش‌تر شوند و در نتیجه ثروتمندتر شوند.

قاب

مهاجران از اینجا رانده و از آنجا مانده که در جنگل کاله فرانسه اسکان داده شده‌اند، در پایان اولین روز از تخلیه مهاجران و انتقال آنها به مراکز پذیرش در مکان‌های پیش‌بینی‌شده دیگر در این کشور شروع به آتش زدن و سوزاندن برخی نقاط این جنگل کردند.



دور دنیا

تبهکاران ثروتمند تاریخ

۵ میلیون دلار جایزه تعیین کرده است، اما ادعا بیش از ۱۰۰ کشور جهان متهم شده بود. وی در برابر قضات مدعی شده است که دزد نیست با این حال به اتهام کلاهبرداری و پولشویی مجرم

تشخیص داده شد. آلن استفورد به مدت ۲۰ سال، سیستمی هرمی و بسیار پیچیده تشکیل داده بود که به سیستم کلاهبرداری برنارد مادوف شباهت داشت. وی بیش از ۷ میلیارد دلار به این شکل کلاهبرداری کرده بود. او در سال ۲۰۱۲ به ۱۵۰ سال زندان محکوم شد.

۸- لئونا هلمسلی: ۲میلیارد دلار
تعداد زنان میلیاردر به مراتب کمتر از مردان است اما لئونا هلمسلی جزو این دایره محدود بود. در واقع باید گفت وی چندان لیاقت این ثروت را نداشت. او یک کارگزار ساده بورس بود اما توانست هری هلمسلی غول ساختمان‌سازی را به دام عشق خود گرفتار کرده و با او ازدواج کند. لئونا پس از ازدواج با مشّت آهنین و به شیوه‌هایی نه چندان شفاف شرکت شوهرش هلمسلی پالاس هتل را اداره کرد. در سال ۱۹۸۸ وی به اتهام اختلاس و رشوه به پرداخت ۷میلیون دلار جریمه محکوم شد.

۹- دنیس کوزلفسکی: ۶۰۰ میلیون دلار
کوزلفسکی، مدیر کل شرکت امنیتی تیکو اینترنشنال بود اما دستمزد و مزایای بی‌نهایت بالایی را برای خود اختصاص داده بود. او سرانجام گمشان می‌کرد که تمام پول شرکت متعلق به اوست. کوزلفسکی با پول شرکت برای خود یک خانه ۱۹ میلیون دلاری و یک آپارتمان نیویورکی ۱۸ میلیون دلاری خریداری کرد. حیف و میل پول شرکت توسط دنیس کوزلفسکی تا سال ۲۰۰۵ ادامه یافت و در این سال او پس از دستگیری به ۲۵ سال زندان محکوم شد.

۱۰- ژوزه فیگارو آگوستا: ۱۰۰ میلیون دلار
ژوزه بعد از مذاکرات فراوان به ۲۰۹ سال زندان به دلیل قاچاق مواد مخدر محکوم شد. او ۱۰۰ میلیون دلار پول نقد پنهان کرده که هنوز توسط مأموران پلیس کشف نشده است.

۱۱- جورج یونگ: ۱۰۰میلیون دلار
جورج اهل بوستن است. او در سال ۱۹۸۰ یکی از کسانی بود که بیشترین حجم کوکابین آمریکا را تأمین می‌کرد. جورج در سال ۱۹۸۴ دستگیر و به ۲۰ سال زندان محکوم شد. او روزی یک‌میلیون دلار درآمد داشته باشد. در حین جنگ ویتنام، لوکاس مواد مخدر را به کمک جمعی از ارتشیان آمریکایی در تاپوت سربرازی که در جنگ مرده بودند، پنهان کرد. با این وجود او تنها ۱۲سال در زندان به سر برد. همچنین فیلمی درباره او به نام «کنگست آمریکایی» ساخته‌شده است.

۱۲- آل چاپو: یک میلیارد دلار
خواکین گوزمن لوئرا ملقب به «ال چاپو» قاچاقچی مکزیکی بزرگ مواد مخدر و رهبر کارتل سینالوا در مکزیک بود. او پس از دستگیری رقیبش «وسیل گاردانس»، به بزرگ‌ترین تاجر مواد مخدر مکزیک تبدیل شد. در سال ۲۰۰۹ مجله «فوربز» از او به‌عنوان یکی از قدرتمندترین افراد روی زمین نام برد. او به‌عنوان رهبر سینالوا کارتل یک میلیارد دلار سرمایه برای خود جمع کرد. خواکین در سال ۱۹۹۳ دستگیر شد و ۸ سال بعد، در سال ۲۰۰۱ از زندان فرار کرد و از سال ۲۰۰۳ شروع به قاچاق مواد مخدر کرد. مأموران پلیس در مکزیک و آمریکا به مدت ۱۳ سال در جست‌وجوی او بودند و در نهایت در فوریه سال ۲۰۱۴ او دستگیر شد.

۱۳- داوود ابراهیم: ثروتی ۱۰برابر بیشتر از «بن لادن»
«داود ابراهیم کاسکار» از همه در هندوستان می‌شناسند. دامنه فعالیت‌های او تا مرزهای فراتر از هندوستان نیز کشیده شده است. وی متهم به قاچاق موادمخدر، قاچاق اسلحه و قتل‌های زیادی است. همچنین به گفته پلیس هندوستان داوود ابراهیم مظنون به بمبگذاری بمبئی در سال۱۹۹۳است که موجب کشته شدن ۲۵۷ نفر و زخمی شدن ۷۱۳ نفرشد.

گفته می‌شود این جنایتکار اکنون در پاکستان با تعریف کردن داستان زندگی‌اش شروع به پول درآوردن کرد.
زندگی می‌کند. وافبی‌آی» برای دستگیری او



۳۶۰

۳۶۰

مدیران برتر سال ۲۰۱۶ از دیدگاه

بیزینس هاروارد ریویو

ترجمه: گلنوش محب‌علی
منبع: BFMtv

نشریه هاروارد بیزینس ریویو یک نشریه مدیریتی و متعلق به دانشگاه هاروارد است که هر سال رده‌بندی مدیران برتر دنیا را با در نظر گرفتن معیارهای مشخص منتشر می‌کند. هاروارد بیزینس ریویو عملکرد تعدادی از مدیران را در عرصه‌های مختلف در زمینه محیط زیست، مسائل اجتماعی و مدیریتی ارزیابی و در نهایت ۱۰۰ نفر از بهترین آنها را معرفی می‌کند. در رده‌بندی مدیران برتر سال ۲۰۱۶ از دیدگاه این مجله، به ترتیب کشورهای آمریکا، فرانسه، بریتانیا، آلمان و کانادا پیشتاز هستند.

هاروارد بیزینس ریویو امسال ۸۸۶ شرکت را در ۳۰ کشور مختلف و ۸۹۵ مدیرعامل را بررسی کرد. شرکت‌هایی واجد شرایط بررسی بودند که شاخص استاندارد اند پورز را داشته باشند و مدیران آنها حداقل در سال در آن شرکت مدیریت کرده باشند و البته تاکنون سابقه دستگیری و محکومیت هم نداشته باشند.

امسال این نشریه رویه جدیدی برای ارزیابی مدیران برتر دنیا اتخاذ کرده بود و عملکرد مدیران را در سه زمینه اصلی محیط زیست، مسائل اجتماعی و مدیریتی با در نظر گرفتن نتایج مالی آنها در بلندمدت، براساس عملکرد شرکت در توسعه پایدار ارزیابی کرد. بعد اقتصادی عملکرد مدیران ۸۰درصد از سهم ارزیابی را دارد و مابقی برای متغیرهای دیگر است.

نخستین قربانی رویکرد جدید نشریه در انتخاب مدیر برتر، جفری بزوس، مدیرعامل آمازون بود که سال ۲۰۱۴ نفر اول رده بود و امسال به رده ۷۵ سقوط کرده است. امسال، مدیر یک شرکت داروسازی دانمارکی و نسبتاً ناشناس به نام «Noro Nordisk» در رتبه اول لیست بهترین مدیران قرار گرفته است.

«مارتین سورل» مدیرعامل یک شرکت تبلیغاتی و نام WPP و «پابلو ایلا» مدیرعامل زیرشاخه‌ای از برند معروف زارا به نام ایندیتکس نیز به ترتیب عنوان‌های دوم و سوم را به خود اختصاص داده‌اند.

بهترین مدیران، به‌صورت متوسط در سن ۴۴ سالگی به سمت مدیریت منصوب شده‌اند و متوسط ۱۷ سال مدیریت کرده‌اند.

در این رده بندی، امسال نام ۱۰ مدیرعامل فرانسوی به چشم می‌خورد و به همین دلیل این کشور به‌عنوان دومین کشور دارنده بهترین مدیر انتخاب شده است. البته در مقایسه با سال گذشته این کشور عملکرد ضعیف‌تری داشته، چون سال پیش ۱۱ نفر از مدیران فرانسوی در لیست ظاهر شده بودند.

همچنین، تنها چهار نفر از مدیران فرانسوی که در رده‌بندی سال ۲۰۱۴ حضور داشتند، امسال هم به‌عنوان بهترین مدیر معرفی شده‌اند. رتبه‌های ۷ (برنارد ارنولت) مدیرعامل شرکت LVMH فعال در زمینه کالاهای لوکس، ۹ (بنوات پوتیر) مدیر عامل AirLiquide و سپس رتبه‌های ۱۰، ۱۵ و چند تن دیگر از مدیران فرانسوی این رده‌بندی هستند.

کیوسک



توییت‌ر بخشی از کارمندان خود را اخراج می‌کند

بحران در توییت‌ر همچنان ادامه دارد و مدیران دومین شبکه اجتماعی بزرگ جهان تصمیم گرفته‌اند به منظور کاهش هزینه‌ها بخشی از نیروی کار خود را اخراج کنند. در همین رابطه و براساس گزارش‌های منتشر شده در خبرگزاری بلومبرگ ۸۰درصد یا به عبارتی ۳۰۰ نفر از کارمندان توییت‌ر به‌زودی شغل خود را از دست خواهند داد.

در این راستا و براساس اطلاعات ارائه شده از سوی منابع نزدیک به توییت‌ر، این شرکت آمریکایی پس از آن تصمیم به کاهش تعداد کارمندان خود گرفت که برنامه‌های آن برای افزایش درآمد از طریق گسترش خدمات و جذب مخاطبان بیشتر با شکست مواجه شده و حتی به‌رغم میل مدیران آن برای فروش سهام دومین شبکه اجتماعی بزرگ دنیا هنوز هیچ خریداری برای در اختیار گرفتن توییت‌ر اعلام آمادگی نکرده است.

به گزارش خبرگزاری بلومبرگ انتظار می‌رود توییت‌ر در هفته جاری و پیش از انتشار گزارش مالی سه‌ماهه سوم این شرکت به‌صورت رسمی کاهش تعداد کارکنان خود را اعلام کند.
گفتنی است ارزش سهام توییت‌ر اخیراً با افتی ۴۰درصدی مواجه شده و روز دوشنبه گذشته نیز در جریان معاملات بازار سهام بدون تغییر باقی ماند. در پی مشکلات ایجاد شده برای توییت‌ر، یک دورسی به‌شدت اجرائی دومین شبکه اجتماعی بزرگ جهان به‌شدت تحت فشار قرار گرفته است.

وی که از جمله بنیانگذاران توییت‌ر محسوب می‌شود در حال حاضر مدیریت اجرائی شرکت Square را نیز برعهده دارد که همین موضوع موجب شدت گرفتن انتقادات از این کارآفرین ۳۹ساله شده است، چرا که منتقدان وی بر این باورند که حضور همزمان او در توییت‌ر و Square مانع از تمرکز وی در مشکلات توییت‌ر و حل و فصل آنها شده است.

هنگامی که دورسی در سال گذشته میلادی پست مدیریت اجرائی توییت‌ر را در سال گذشته میلادی در اختیار گرفت، یک مرتبه از گزینه تعدیل نیرو استفاده کرد و هم‌اکنون به نظر می‌رسد تنها راه کاهش هزینه‌های این شبکه اجتماعی زیان‌ده کاهش مجدد نیروی کار آن باشد.

