



گام‌های نهایی برای ورود هواپیمای کوچک به ایران

ای تی آر، توسعه  
صنعت هوایی را تضمین می‌کنداز حدود ۵۰ فرودگاهی که در ایران فعالیت خود را به طور رسمی ادامه می‌دهند، طبق آخرین  
برآوردهای انجام گرفته از سوی شرکت فرودگاه‌ها، تنها چند گزینه انگشت‌شمار توانسته‌اند دخل...فرصت امروز  
برای کسب و کار آفرینی

چرا توسعه صنعت پتروشیمی کند است؟

اعتماد، چالش اصلی  
جذب سرمایه‌گذار در پتروشیمیدولت یازدهم نباید انتظار تحول را در صنعت پتروشیمی  
داشت. مرضیه شهادی، معاون وزیر نفت در  
امور پتروشیمی درباره چرایی عدم جذب...نداشته است. مدیرعامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی  
براین باور است که جلب اعتماد سرمایه‌گذاران برای توسعه  
این صنعت پرسود زمانبر بوده است، از این رو تا پایانصنعت پتروشیمی در دوران پساجام اگرچه از نظر  
وزنی به دلیل افزایش تولید گاز افزایش یافت اما در بخش  
توسعه‌ای و جذب سرمایه‌گذار خارجی کارنامه قابل قبولیاهمیت ارتقای سطح امنیتی بخش انرژی در برابر هکرها  
روند توسعه دیجیتال؛  
پاشنه آشیل بخش انرژی

فرصت امروز

افتتاح مرکز آزمون جاده‌ای به دولت دوازدهم می‌رسد؟

رکورد تولید خودرو  
در فقدان مرکز تست

۷



فناوری

رقابت کمپانی‌های مشهور در CES2017 داغ تر شد

## سبقت‌های پی‌درپی غول‌های فناوری در باند سرعت



۱۳

up to  
%40  
off  
SALE  
[yatas]  
GRUP

enza HOME

جشنواره فروش ویژه یاتاش

ایریاتاش نماینده انحصاری یاتاش ترکیه در ایران

021-25923

www.yatash.ir



## درخواست فیلیپین برای خرید ماهانه ۴ میلیون بشکه نفت از ایران

مدیرعامل شرکت ملی نفت فیلیپین علاوه بر مذاکره برای حضور در بخش بالادستی صنعت نفت، از مذاکره با ایران برای خرید ماهانه ۴ میلیون بشکه نفت خبر داد.

به گزارش ایرنا، هر چه زمان بیشتری از اجرای برنامه و رفع تحریم‌ها می‌گذرد، کشورهای بیشتری برای همکاری با ایران و خرید نفت اعلام آمادگی می‌کنند، به طوری که در ماه‌های اخیر، شاهد از سرگیری فروش نفت به کشورهای اروپایی بوده‌ایم. کشورهای اروپایی که در زمان تحریم، واردات نفت از ایران را متوقف کرده بودند، اکنون به طور میانگین ۵۰۰ تا ۶۰۰ هزار بشکه نفت از کشورهای خریداری می‌کنند.

با وجود فروش نفت به اروپا، مهم‌ترین بازار نفت ایران همچنان آسیا به شمار می‌رود، به طوری که بیش از ۲ میلیون بشکه از نفت صادراتی ایران، عازم پایانه‌های نفتی کشورهای آسیایی می‌شود.

تازه‌ترین مشتری آسیایی نفت ایران، فیلیپین است که پس از رفع تحریم‌ها، تمایل خود برای خرید نفت را اعلام کرده و اکنون نیز مذاکراتی را با شرکت ملی نفت انجام داده است.

به گزارش شرکت ملی نفت، «پدرو اگینو» مدیرعامل شرکت ملی نفت فیلیپین (PNOC) با تشریح جزئیات برنامه این کشور برای خرید نفت از ایران، گفت: این شرکت به سرمایه‌گذاری در حوزه گاز مایع در ایران تمایل دارد تا از این طریق بتواند در طولانی مدت از آن به‌عنوان یک منبع تامین انرژی در فیلیپین بهره بگیرد.

وی با بیان اینکه ایران به نظر من سرزمین فرصت‌هاست، اضافه کرد: متخصصان ایرانی تجربه بالایی دارند، زیرا در دوران تحریم بدون حضور و مشارکت شرکت‌های نفتی بین‌المللی، صنعت نفت ایران به خوبی اداره شده است.

مدیرعامل شرکت ملی نفت فیلیپین درباره خرید نفت از ایران، بیان داشت: در گذشته یکی از خریداران نفت ایران بوده‌ایم، هم‌اکنون نیز در حال رایزنی برای آغاز خرید مجدد نفت خام از ایران هستیم. اگینو ادامه داد: با توجه به استراتژی وزارت نفت ایران در بالا بردن میزان صادرات نفت، شرکت ملی نفت فیلیپین نقش سازنده‌ای در قرارداد آتی ایفا خواهد کرد.

وی درباره مشارکت با شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب ایران، گفت: ما با پیوستن به کنسرسیوم بین‌المللی «پرگس» حدود یک سال است که درصدد سرمایه‌گذاری در بخش بالادستی صنعت نفت ایران و خرید نفت خام در بلندمدت هستیم.

## چرا توسعه صنعت پتروشیمی کند است؟

# اعتماد، چالش اصلی جذب سرمایه‌گذار در پتروشیمی



الیه ابراهیمی  
elbrahimi1941@gmail.com

صنعت پتروشیمی در دوران پساجرام اگرچه از نظر وزنی به دلیل افزایش تولید گاز افزایش یافت اما در بخش توسعه‌ای و جذب سرمایه‌گذار خارجی کارنامه قابل قبولی نداشته است. مدیرعامل شرکت ملی صنایع پتروشیمی براین باور است که جلب اعتماد سرمایه‌گذاران برای توسعه این صنعت پرسود زمانبر بوده است، از این رو تا پایان دولت یازدهم نباید انتظار تحول را در صنعت پتروشیمی داشت.

مرضیه شاهدایی، معاون وزیر نفت در امور پتروشیمی درباره چرایی عدم جذب سرمایه‌گذار در صنعت پتروشیمی با وجود لغو تحریم‌ها، به «فرصت امروز» می‌گوید: ما تلاش‌های بسیاری برای جذب سرمایه‌گذار داشتیم و حتی سرمایه‌گذاران متعددی برای حضور در این صنعت به کشور آمدند، برای نمونه شرکت توتال برای نخستین‌بار تمایل خود را برای سرمایه‌گذاری در بخش بالادستی پتروشیمی اعلام کرده است.

وی با اشاره به اینکه روند جذب سرمایه‌گذار در این صنعت در تمامی دنیا زمانبر بوده است، می‌افزاید: از ابتدای امسال تفاهم‌نامه‌های متعددی با شرکت‌های خارجی از جمله شل و توتال به امضا رسیده است که این تفاهم‌نامه‌ها در صورت تمایل طرفین در سال آینده به قرارداد همکاری تبدیل خواهد شد اما ما انتظار نداریم که این تفاهم‌نامه‌ها، تا پایان دولت یازدهم عملیاتی شود.

پتروشیمی، به تازگی فاینانس پنج طرح از کشور چین گشایش یافته است. حسینی با بیان اینکه اگرچه اقدامات انجام شده تا پایان دولت یازدهم منجر به انعقاد قرارداد رسمی نخواهد شد اما گام‌های توسعه برداشته شده است، می‌افزاید: مبادله اسناد یک پروژه کوچک چندین ماه زمان می‌خواهد، باتوجه به اهمیت موضوع تفاهم‌نامه‌های منعقد شده برای نهایی شدن حداقل به شش ماه نیاز دارند. امیدوارم بعد از اتمام مطالعات اولیه و اقتصادی بودن، صنعت پتروشیمی در ایران با تحول مواجه شود.

علی محمد بساق‌زاده، عضو هیات‌مدیره شرکت ملی صنایع پتروشیمی نیز درباره وضعیت طرح‌های پتروشیمی به «فرصت امروز» می‌گوید: اتمام طرح‌ها نیاز به سرمایه دارد و باید این سرمایه از خارج کشور تامین شود، این فرآیند در حال انجام است و تفاهم‌نامه‌های متعددی نیز با این هدف امضا شده است.

وی بایسان اینکه اگرچه طرح‌های در دست اجرا به دلیل کمبود اعتبارات با سرعت کمی در حال اتمام است، می‌افزاید: خوشبختانه به دلیل افزایش تولید گاز، مجتمع‌های پتروشیمی با ظرفیت ۷۰ درصد در حال انجام است و درآمد خوبی از این محل عاید کشور می‌شود که بخشی از این درآمد صرف سرمایه‌گذاری و توسعه خواهد شد و می‌توان امیدوار بود با جذب سرمایه خارجی و داخلی در چند سال آینده شاهد تحولات عمده‌ای در صنعت پتروشیمی باشیم.

تفاهم‌نامه‌هایی با شرکت‌هایی همچون توتال، شل، سوچیتز، لینده، ADKL آلمان و یک شرکت اندونزیایی منعقد کرده است تا چرخ توسعه صنعت پتروشیمی به حرکت درآید، همچنین هلدینگ خلیج‌فارس به‌عنوان مجموعه بزرگ خصولتی نیز موفق شده تا همکاری‌هایی با برخی شرکت‌های خارجی منعقد کند به طوری که موفق شده دو قرارداد تامین منابع مالی در قالب یوزانس با کشور ژاپن و تحت پوشش بیمه صادراتی نکسی (NEXI) به مبلغ ۳۲۰ میلیون یورو و شرکت ای‌توچو به مبلغ ۳۲۰ میلیون یورو منعقد کند. البته چند پتروشیمی از جمله پتروشیمی بوشهر و آبادان نیز موفق شدند فاینانس‌هایی را از کشور چین دریافت کنند که البته سند دریافت آن به تلاش‌های قبیل از این لغو تحریم‌ها برمی‌گردد، با این وجود براساس آخرین اعلام از شرکت ملی صنایع

سرعت انتظار قابل قبولی نیست زیرا بسیاری از سرمایه‌گذاران اعتمادشان را برای سرمایه‌گذاری در کشور به دلیل تحریم‌ها از دست داده‌اند. وی با اشاره به حضور شرکت‌های خارجی برای حضور در این صنعت و انعقاد تفاهم‌نامه‌های متعدد در این بخش می‌افزاید: شرکت‌های خارجی زمانی را برای آمدن بدون نتیجه نمی‌گذارند و وقت‌شان را تلف نمی‌کنند. اگر امروز علاقه‌مندی خود را برای حضور در کشور ایران در صنعت پتروشیمی اعلام کرده‌اند یعنی قصد سرمایه‌گذاری دارند اما باید از سودآور بودن سرمایه‌گذاری‌شان مطمئن شوند.

در یک نگاه اجمالی برای اقدامات انجام شده در توسعه صنعت پتروشیمی در کشور در دوران پساجرام می‌توان به این موارد اشاره کرد: از ابتدای امسال شرکت ملی صنایع پتروشیمی

سرخان صریح معاون وزیر نفت در امور پتروشیمی مود بی‌نتیجه ماندن رفت‌وآمدهای بسیاری از سرمایه‌گذاران در صنعت پتروشیمی است؛ صنعتی که توسعه آن در سه بخش بالادستی، میان‌دستی و پایین‌دستی می‌تواند درآمد ارزی کشور را به‌صورت چشمگیری افزایش دهد. در حال حاضر بخش عمده صادرات غیرنفتی کشور مختص صنعت پتروشیمی است و براساس آمار گمرک در هشت ماه امسال با ۳۲ درصد افزایش به ۱۳ میلیون تن رسیده است. در این‌باره سیدحمید حسینی، عضو هیات رئیسه اتحادیه صادرکنندگان فرآورده‌های نفتی و از کارشناسان پتروشیمی با بیان اینکه صنعت پتروشیمی طرح‌های عقب‌مانده متعددی دارد که توسعه آن نیازمند جذب سرمایه‌گذار خارجی است، به «فرصت امروز» می‌گوید: انتظار تحول در این صنعت آن هم به این

## گزارش ۲

# تشریح فعالیت‌های وزارت نفت برای وصول بدهی ۳ میلیارد و ۸۰۰ میلیون دلاری از بابک زنجانی



اصغر هندی، مسئول کمیته مطالبات وزارت نفت، فعالیت‌های وزارت نفت برای وصول بدهی ۳ میلیارد و ۸۰۰ میلیون دلاری از بابک زنجانی را تشریح کرد.

به گزارش اداره کل روابط عمومی وزارت نفت، مسئول کمیته مطالبات وزارت نفت درباره همکاری وزارت نفت با قوه قضائیه در پرونده بابک زنجانی اظهار داشت: همکاری ما با قوه قضائیه در چند مرحله بوده است؛ نخست در جهت طرح شکایت و ارائه مدارک و اطلاعات به بازپرس در جهت پاسخ دادن به سوالات ایشان و تکمیل پرونده،

دوم، اعزام همکاران به همراه هیات‌های نمایندگان قوه قضائیه، وزارت اطلاعات، وزارت امور خارجه، بانک مرکزی جهت شناسایی و ردیابی اموال متهم در خارج از کشور و تلاش جهت تملک اموال شناسایی شده یا طرح دعوی در محاکم برخی از کشورها که ادعا می‌شده، اموال متهم را در آنجا تصاحب کردند، (لازم به تاکید است که وزارت نفت نمایندگان خود را در بیش از ۱۰ مورد برای بررسی و شناسایی اموال متهم به خارج اعزام کرده است که البته عموماً نیز بی‌نتیجه بوده است.)

سوم؛ همکاری با معاون اول محترم قوه قضائیه پس از طرح موضوع در ستاد مبارزه با مفاسد کلان اقتصادی و اخذ رهنمود و مساعدت از ایشان، چهارم؛ همکاری تنگاتنگ با دادستان محترم تهران و معاون محترم دادستان برای شناسایی و کارشناسی اموال به نحوی که سه بار اموال متهم با بیش از ۱۸۰ کارشناس، ارزیابی شده و بخش عمده‌ای از اموال داخل کشور بابت مطالبات در اختیار شرکت ملی نفت ایران قرار گرفته است.

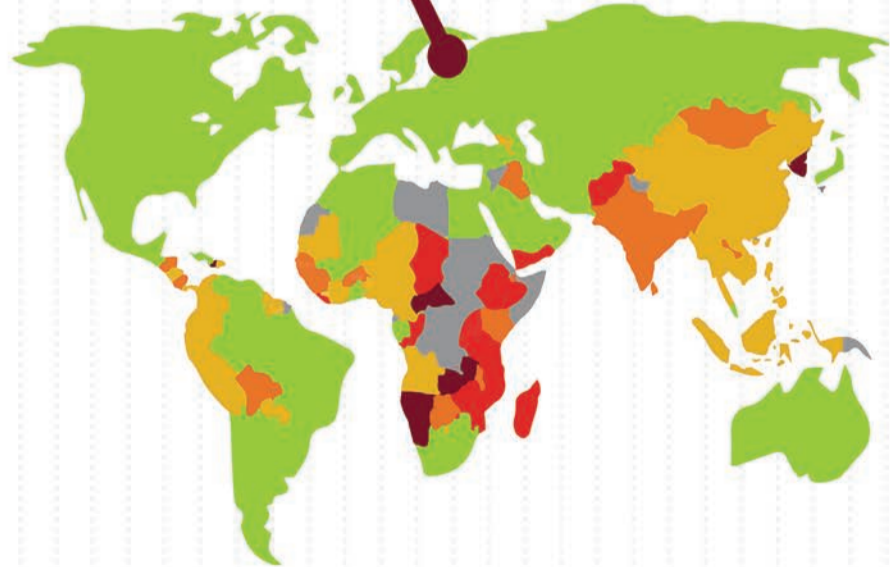
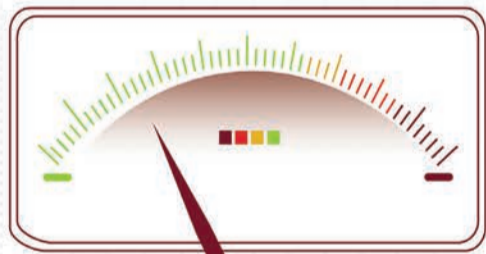
پنجم؛ پیگیری برای انتقال برخی دیگر از اموال متهم که هنوز در اختیار شرکت ملی نفت ایران قرار نگرفته یا به شرکت ملی نفت ایران منتقل نشده است. علاوه بر پیگیری‌های مکاتبه‌ای و تلفنی، به‌صورت هفتگی یا حداقل سه هفته یکبار با معاون محترم دادستان و در مواقعی هم با متهم جلساتی برگزار شده که بتوان نسبت به شناسایی و ارزیابی این امور اقدام کرد تا به شرکت ملی نفت ایران منتقل شود.

وی افزود: ما جلسات متعددی با افرادی که اموال متهم در خارج از کشور در تصاحب آنهاست، داشته‌ایم و گزارش همه اقدامات به‌صورت مرتب و مداوم به دادستان محترم یا معاونان‌شان منتقل شده و هماهنگی لازم وجود دارد.

هندی ادامه داد: یکی دیگر از اقدامات بسیار خوبی که در اثر هماهنگی نزدیک با قوه قضائیه صورت گرفته و از به هدر رفتن اموال جلوگیری شده، این است که قبل از کارشناسی اموال و انتقال آنها به شرکت ملی نفت ایران، سرپرستی و اداره اموال به شرکت ملی نفت ایران داده شده است که این شرکت هم با انتصاب افراد خبره از زبان شرکت‌ها و به هدر رفتن اموال جلوگیری کرده است. این کار ابتدای سال ۱۳۹۴ صورت گرفت.

مسئول کمیته مطالبات وزارت نفت، بدهی بابک زنجانی را با احتساب خسارت تاخیر تادیه، ۳ میلیارد و ۸۰۰ میلیون دلار عنوان و تصریح کرد: از این میزان کمتر از ۶۰۰ میلیون دلار آن از طریق انتقال اموال پرداخت شده است.

وی درباره اقداماتی که درخصوص بازگشت اموال خارج از کشور متهم نفتی از سوی شرکت ملی نفت ایران صورت گرفته، اظهار کرد: در حال حاضر در تلاش هستیم که با هماهنگی قوه قضائیه و همکاری متهم، با توجه به تایید حکم صادره از سوی دیوان عالی کشور به هر طریق قانونی اموال خارج از کشور، شناسایی و به کشور برگردانده شود. هندی درباره اینکه اموال خارج از کشور متهم نفتی چه میزان از بدهی



## همیشه از صفر شروع کرده ایم، این بار می‌خواهیم به صفر برسیم با ما همراه شوید - در به صفر رساندن گرسنگی

با بزرگترین آژانس بشردوستانه دنیا در مبارزه با گرسنگی همراه شوید. شماره حساب بانکی: ۰۱۱۵۶۹۴۴۵۶ بانک تجارت، شعبه اسکان - کد ۰۳۳ شماره کارت: ۶۲۷۳۵۳۹۹۹۱۶۶۴۳۳۲ به نام برنامه جهانی غذا

اتاق بازرگانی

عضو هیات نمایندگان اتاق تهران:  
رشد اقتصادی را تفکیک کنید

چند روز پیش محمدباقر نوبخت، سخنگوی دولت و رئیس سازمان برنامه و بودجه گفت که رشد اقتصادی پیش‌بینی شده برای سال آینده ۷.۷ درصد است. این در حالی است که رشد اقتصادی شش ماهه امسال با احتساب نفت ۵/۶ درصد و بدون محاسبه آن ۵/۴ درصد بود. رشد اقتصادی بخش کشاورزی در همین مدت ۶ و صنعت ۹ درصد بود. به گفته نوبخت، افزایش ۱۹ درصدی تولید گندم، ۶۰ درصدی تولید چای، ۷۱ درصدی تولید دانه‌های روغنی و ۱۸ درصدی تولید شلتوک و برنج در نیمه اول امسال در مقایسه با پارسال رخ داده است. او ادامه داد: در زمینه تولید، در خودروهای سواری نیز در همین مدت ۲۷ درصد، وانت ۲۳ درصد و اتوبوس و مینی‌بوس ۱۷ درصد افزایش تولید داشتیم.

رشد اقتصادی موضوع مورد بحث فعالان و کارشناسان اقتصادی کشور است. مهدی معصومی، عضو هیات نمایندگان اتاق تهران درباره رشد اقتصادی به سایت خبری اتاق تهران گفت: بهتر است مسئولان رشد اقتصادی را تفکیک کنند و مشخص کنند که چقدر از آن به نفت و پتروشیمی مربوط می‌شود و چقدر آن متعلق به بخش خصوصی است، چرا که رشد اقتصادی بر تعداد افرادی که در بخش خصوصی کار می‌کنند اثرگذار است. اما معمولاً رشد اقتصادی در صنایع بزرگی رخ می‌دهد که پرسنل زیادی در آن وجود ندارد. به همین دلیل هم در سطح جامعه این رشد اقتصادی ملموس نمی‌شود و مردم می‌گویند رشد اقتصادی را حس نمی‌کنند. معصومی درباره رشد اقتصادی در بخش کشاورزی و صنایع غذایی ادامه داد: در بخش صنایع غذایی به لطف خدا به دلیل بارندگی و موقعیت خوب آب و هوایی در برداشت گندم و دیگر محصولات افزایش وجود داشت. این مسئله به غیر از آن مقدار سرمازدگی بعضی محصولات است، بنابراین باید توجه کرد که این رشد محصولات کشاورزی مربوط به آب و هوا که دور از کنترل است می‌شود و مربوط به شخص و مسئولان نیست.

به گفته این عضو هیات نمایندگان اتاق تهران، مسئولان سعی در انجام اقداماتی نظیر اصلاح بنز کرده‌اند که می‌تواند مشکلات ناشی از این سرمازدگی یا آفت‌های دیگر را که ممکن است موجب خسارت محصولات کشاورزی شود از بین ببرد. به گفته معصومی، پیش‌بینی رشد اقتصادی برای سال آینده خیلی سخت است. او تأکید کرد: بخش زیادی از رشد اقتصادی ایران منوط به نفت است و قیمت آن می‌تواند خیلی اثرگذار باشد. مقداری از این قیمت‌گذاری هم به اقتصاد جهانی برمی‌گردد. به همین دلیل هم تمام پیش‌بینی رشد اقتصادی و فروش نفت ایران فقط به داخل کشور بستگی ندارد.

رئیس کمیسیون کشاورزی، آب و صنایع غذایی اتاق تهران هشدار داد

خطر فرونشست زمین در ۵ منطقه تهران



فرونشست زمین در تهران موضوع مورد بحث سسی‌آمین نشست کمیسیون کشاورزی، آب و صنایع غذایی اتاق تهران بود؛ چالشی که حالا دیگر به بحران تبدیل شده و به گفته کاوه زرگران، رئیس کمیسیون کشاورزی، آب و صنایع غذایی اتاق تهران، برخی گزارش‌ها نشان می‌دهد که سرعت سالانه نشست زمین در دشت تهران در برخی نقاط به ۳۶ سانتی‌متر در سال رسیده است.

به گفته او، برداشت بیش از حد مجاز از منابع آب زیرزمینی، از دلایل اصلی ایجاد فرونشست در بیشتر دشت‌های کشور اعلام شده و گزارش‌ها حاکی از آن است که هم‌اکنون دشت کبودآهنگ همدان، ورامین، نظرآباد، دشت تهران، دشت مشهد و نیشابور، دشت‌های استان کرمان، اصفهان و قزوین در شرایط بحرانی ایجاد فروچاله‌ها و فرونشست قرار دارند. به‌طور نمونه در دشت کبودآهنگ همدان طی دوره ۲۸ ساله معادل ۴۱،۸۹ متر و افت متوسط سالانه طی این دوره آماری معادل ۱،۵۰ متر نشست رخ داده است.

زرگران با استناد به برخی گزارش‌های مطالعاتی، تصریح کرد که گستره نشست دشت شهریار بیشترین سرعت را تجربه کرده و بخش‌هایی از این مناطق ۱۶ تا ۲۰ تهران را در بر گرفته و در معرض ریسک بالا قرار داده است.

رئیس کمیسیون کشاورزی و آب اتاق تهران در خصوص فرونشست زمین در استان تهران گفت: جنوب تهران به‌طور جدی با مخاطرات نشست زمین مواجه است و بررسی‌ها و گزارش‌های مطالعاتی نشان می‌دهد که در میان مناطق بیست‌ودو گانه تهران، در مناطق شمالی و به‌طور کلی در شهر تهران دو عامل برای فرونشست وجود دارد که عامل اول فرسودگی تاسیسات شهری از جمله فرسودگی لوله‌های آب و نشست آب و در نتیجه نشست زمین ناشی از این عامل است و عامل دیگر حفاری‌های صورت گرفته از جمله شبکه مترو است که در چند ماه گذشته با چند مورد از این فرونشست‌ها در شهر تهران مواجه بودیم. اما در سایر مناطق که عمدتاً در

تهران- تیریز، شاخه‌های جنوبی مترو به سمت اسلامشهر و حرم مطهر حضرت امام خمینی، و همچنین بخش‌هایی از خطوط مترو در مرکز شهر و نیز بخشی از فرودگاه مهرآباد تهران، در این محدوده مخاطره‌آمیز قرار می‌گیرد.

رئیس کمیسیون کشاورزی و آب تهران با اشاره به اهمیت پدیده فرونشست در دشت تهران گفت: در کل، حدود ۱۲۰ کیلومتر خط راه‌آهن ۲۵ کیلومتر از خطوط مترو، حدود ۲۰۰ کیلومتر اتوبان‌های بین‌شهری، حدود شهری و بین‌شهری اصلی و فرعی، دو انبار مواد نفتی و سوختی و ۴۴ جایگاه پمپ بنزین و ۱۵ جایگاه پمپ گاز، ایستگاه گاز، ۳۰ کیلومتر طول لوله نفت و نیز بیش از ۷۰ کیلومتر خطوط فشار قوی و بیش از ۲۰۰ کیلومتر خطوط اصلی گاز در محدوده فرونشست تهران قرار دارد.

در پایان سسی‌آمین جلسه کمیسیون کشاورزی و صنایع غذایی اتاق تهران، مقرر شد موضوع فرونشست زمین در تهران برای بررسی و پیگیری سریع‌تر، از سوی کمیسیون به هیات رئیسه اتاق تهران ارجاع شود تا با توجه به اهمیت موضوع و فوریتی که نیازمند آن است در جلسه شورای گفت‌وگوی دولت و بخش خصوصی استان تهران مورد طرح و بررسی همه‌جانبه قرار گیرد و ابعاد مختلف اقتصادی و اجتماعی این معضل در این شورا به بحث و تبادل نظر گذاشته شود.

صنعت غذایی

دبیر انجمن تولیدکنندگان روغن زیتون و زیتون شور ایران خبر داد  
نصب هولوگرام غیرقابل تقلید روی محصولات فرآوری شده زیتون

دبیر انجمن صنفی کارفرمایان تولیدکنندگان روغن زیتون و زیتون شور ایران به منظور اطمینان بخشی به مصرف‌کنندگان و شناسایی محصولات دارای تأیید، از آغاز طرح الصاق هولوگرام روی محصولات تولیدی از جمله روغن زیتون و زیتون پرورده خبر داد.

به گزارش روابط عمومی کانون انجمن‌های صنایع غذایی ایران، محمدرضا هاتفسی مینایی، دبیر انجمن صنفی کارفرمایان تولیدکنندگان روغن زیتون و زیتون شور ایران با اشاره به تماس‌های مکرر مصرف‌کنندگان با انجمن برای شناسایی روغن زیتون‌های مسود تأیید انجمن گفت: با توجه به عرضه روغن زیتون، زیتون شور و پرورده غیراستاندارد در بازار و درخواست مصرف‌کنندگان برای معرفی محصولات مورد تأیید انجمن، تصمیم گرفتیم تا با نصب هولوگرام‌های غیرقابل تقلید، به مردم محصولات دارای کیفیت را معرفی کنیم.

هاتفسی مینایی در خصوص ویژگی‌های این هولوگرام گفت: این برچسب، هفت رنگ و براق است. با توجه به اینکه در یک چاپخانه و با شماره رمز مخصوص به چاپ می‌رسد، امکان تقلید آن تقریباً بعید خواهد بود. روی هر هولوگرام یک شناسایی وجود دارد و شکل آن بیضی و تصویر دودست دوسویی در میانه آن قرار دارد که عبارت «انجمن صنفی تولیدکنندگان روغن زیتون و زیتون شور ایران» در بالا و پایین تصویر درج شده است.

دبیر انجمن تولیدکنندگان روغن زیتون و زیتون شور ایران ادامه داد: یکی از وظایفی که از سوی وزارت صمت، سازمان تعزیرات، سازمان استاندارد و ستاد مبارزه با قاچاق کالا به انجمن صنفی تولیدکنندگان روغن زیتون و زیتون شور ایران واگذار شده است، مبارزه با روغن‌های تقلبی است که در این راستا خوب و موفق عمل کردیم و توانستیم مانع توزیع این نوع روغن‌ها در بازار شویم.

او با اشاره به توزیع برخی روغن‌زیتون‌های ارزان خارجی در بازار که با عبارت «پومس» مشخص شده‌اند نیز گفت: روغن پومس از تقاله زیتون و با استفاده از حلال‌های صنعتی به دست می‌آید، مصرف این نوع روغن در کشور ممنوع است چراکه سرطان‌زا است و مصرف آن باید تنها در بخش صنعتی باشد، اما چون ارزان است برخی مصرف‌کنندگان از روی ناگهانی آنها را استفاده می‌کنند و اگر روغن خام زیتون، لیتری ۴ دلار باشد این نوع روغن تقاله زیتون حدود یک دلار قیمت دارد که نشان از عدم سلامت آن برای مصرف خوراکی است.

راهنمای خرید از برندهای معتبر بازار

جستجو برندهای محبوب مصرف‌کنندگان

تندیس زرین برندهای محبوب

این تنها یک تندیس نیست؛ نشان تقدیر هواداران از شماست.

برند محبوب من!

چهارمین دوره نظرسنجی مردمی برندهای محبوب به برندهای محبوب خود رأی دهید و جایزه بگیرید

جوایز ویژه هواداران برندهای محبوب ۲۰ موبایل ۲۰۱ تبلت

۲۵ آذر الی ۲۵ بهمن

۱۳۹۶ اردیبهشت

جهت شرکت در نظرسنجی و رأی دادن به برند محبوب خود، به سایت جشنواره مراجعه نمایید

۸۸۳۱۸۳۲۰ - ۸۸۳۱۸۳۲۹

www.irantopbrands.org

مناقشه عمومی فراخوان ارزیابی پیمانکار (نوبت اول)

شرکت آب منطقه ای کرمانشاه در نظر دارد پروژه محوطه سازی و عملیات ساختمان بهره برداری سد آناهیتا (کبوتر لانه) را از طریق فراخوان ارزیابی به پیمانکاران واجد شرایط واگذار نماید، لذا از شرکتهای دارای صلاحیت حداقل رتبه ۵ اینجه در صورت تمایل با توجه به مشخصات زیر دعوت می شود نسبت به تهیه اسناد ارزیابی اقدام نمایند.

- مبلغ بر آورد اولیه براساس فهارس پایه سال ۱۳۹۵ - حدود بیست میلیارد ریال
- محل اجرای پروژه: استان کرمانشاه - شهرستان کنگاور - محل سد آناهیتا
- مدت اجرای عملیات: ۱۲ ماه
- مهلت خرید اسناد: ۱۰ روز از تاریخ چاپ آگهی
- محل خرید اسناد مناقصه: کرمانشاه - میدان سپاه پاسداران (نفت) - بلوار زن - ضلع غربی پالایشگاه با ارائه فیش واریزی مبلغ ۵۰۰/۰۰۰ ریال به حساب سیبا ۲۱۷۵۰۸۳۷۰۱۰۰ نزد بانک ملی مرکزی کرمانشاه بنام حساب تمرکز و جوه درآمدهای آب منطقه ای کرمانشاه
- محل تحویل اسناد: دفتر قراردادها و خدمات طرح های شرکت آب منطقه ای کرمانشاه
- مهلت تحویل اسناد: ۱۵ روز از تاریخ چاپ آگهی

شرکت آب منطقه ای کرمانشاه

# فرصت امروز

روزنامه‌ای برای کسب‌وکار آفرینی

بیش از ۱۰ هزار مشترک حقیقی و حقوقی توزیع در هواپیمایی‌های معتبر و قطارهای بین شهری توزیع هدفمند میان مدیران ارشد و میانی کسب‌وکارهای متوسط و بزرگ

## سازمان آگهی‌ها: ۸۸۴۹۳۱۶۶

## خبرنامه

رئیس کل بیمه مرکزی:

هدف بیمه مرکزی رشد و تعالی  
صنعت بیمه است

بیمه مسئولیت، یکی از رشته‌های بیمه‌ای است که رابطه تنگاتنگی با رشد و توسعه اقتصادی کشور دارد و برای افزایش سهم آن باید برنامه‌ریزی شود. به گزارش اداره کل روابط عمومی و امور بین‌الملل بیمه مرکزی، عبدالناصر همتی در دومین همایش توسعه مسئولیت در دانشگاه فردوسی مشهد با بیان این مطلب گفت: سهم ۵ درصدی بیمه‌های مسئولیت از پرتفوی صنعت بیمه با توجه به ظرفیت‌های موجود ناچیز است و راه توسعه آن نظارت، مدیریت ریسک و ارائه نرخ‌های فنی در رشته‌های شخص ثالث و درمان است تا نقدینگی شرکت‌های بیمه را با مشکل مواجه نکند.

همتی افزود: بیمه مرکزی هدفی جز رشد و تعالی صنعت بیمه ندارد و این مهم با نظارت و سیاست‌گذاری‌های مطلوب میسر خواهد شد.

رئیس کل بیمه مرکزی در خصوص کاهش تصدی‌گری بیمه مرکزی گفت: وظیفه بیمه مرکزی به‌عنوان نهاد ناظر، نظارت بر عملکرد شرکت‌های بیمه برای اصلاح امور و دفاع از حقوق بیمه‌گذاران و انطباق فعالیت آنها با مقررات است و نباید به دخالت تعبیر شود. وی خاطر نشان کرد: مردم در مواجهه با مشکلاتی چون بیمه توسعه، بیمه مرکزی را مسئول می‌دانند، پس نمی‌توان انتظار داشت بیمه مرکزی فقط نظاره‌گر باشد. رئیس کل بیمه مرکزی با اشاره به تکالیف در نظر گرفته شده برای صنعت بیمه در برنامه ششم توسعه که افزایش ضریب نفوذ بیمه به ۷۴ درصد یکی از موارد آن بود، گفت: با توجه به روند رشد ضریب نفوذ در ۱۰ سال اخیر، می‌توان انتظار داشت در بهترین شرایط صنعت بیمه در پایان برنامه ششم به ضریب نفوذ بیمه به ۳ درصد برسد.

همتی همچنین بر خوش‌رویی در هنگام پرداخت خسارت از سوی شرکت‌های بیمه تأکید کرد و گفت: شرکت‌های بیمه برای جلب اعتماد مردم به صنعت بیمه باید شرایط پرداخت خسارت را آسان‌تر کنند. وی افزود: بهانه‌های واهی برای عدم پرداخت خسارت از سوی بیمه‌گران ناشی از مسیر غلط آنها در مدیریت ریسک و ترکیب پرتفوی نیست، چرا که با ارائه نرخ و شرایط غیرفنی نقدینگی شرکت را با مشکل مواجه می‌کنند و به تبع آن در پرداخت خسارت، خست به خرج می‌دهند.

## رشد فزاینده بدهی دولت به نظام بانکی

## کدام دولت‌ها رکورددار بیشترین بدهی به بانک‌ها هستند؟



نظام بانکی در حالی وظیفه تامین منابع مالی لازم برای بنگاه‌های تولیدی کشور را به عهده دارد که در حال حاضر به‌دلایل مختلف قادر به ارائه تسهیلات به تولید و بنگاه‌های تولیدی نیست و خود با مشکل کمبود سرمایه مواجه است. از یک سو، نسبت کفایت سرمایه در سال‌های ۹۱ تا ۹۴ از ۹۶ درصد به ۷۶ درصد کاهش یافته و موجب بروز مشکلاتی برای نظام بانکی شده و از سوی دیگر، طی سال‌ها و دهه‌های اخیر منابع بانک‌ها همواره به منابع صندوقی تصور شده که دولت در مواقع کمبود بودجه از آن برداشت می‌کرده است. به گزارش «فرصت امروز»، تسویه بدهی‌های دولت به شبکه بانکی در حالی که باعث افزایش توان تسهیلات‌دهی و شکوفایی بانک‌ها می‌شود، بسیاری از مشکلات حال حاضر نظام بانکی و اقتصاد ایران را رفع می‌کند. علی‌طبیعیاً، وزیر اقتصاد نیز هفته گذشته در ششمین همایش سالانه بانکداری الکترونیک و نظام‌های پرداخت به افزایش حجم بدهی‌های دولت به

شبکه بانکی اشاره کرد و گفت که معضل اساسی، نابسامان بودن این بدهی‌هاست. این در حالی است که در مساهده یک قانون رفع موانع تولید، نخستین قدم در این راه شفاف شدن بدهی‌های دولت به نظام بانکی اعلام شده است، اما باوجود این نکته، هنوز هیچ عدد و رقم دقیق و شفافی درباره حجم و میزان این بدهی میان دولت و نظام بانکی وجود ندارد و زمان پرداخت این بدهی از سوی دولت به بانک‌ها نیز هنوز مبهم و نامعلوم است.

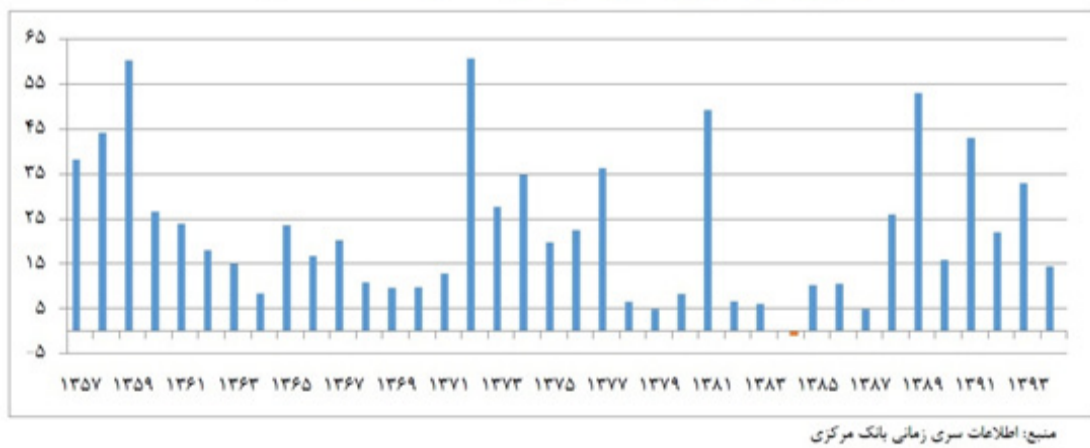
نسبت بدهی بانکی بخش دولتی به کسری بودجه دولت به‌عنوان یکی از شاخص‌های با اهمیت در سنجش پایداری بدهی‌های دولت، طی سال‌های ۹۳ تا ۹۴ از ۹۳ درصد به ۵۷ درصد رسیده است. به گزارش خیرآتلاین، استقراض به‌عنوان یکی از روش‌های تامین مالی، اصلی پذیرفته شده در سبب منابع مالی دولت‌هاست، به همین خاطر هم اصل بدهکار بودن دولت، در اقتصاد موضوعی پذیرفته شده است اما در مورد میزان بدهی بهینه نظرات مختلفی وجود دارد، چراکه اثر بدهی بر متغیرهای کلان اقتصادی بر حسب شرایط اقتصادی کشور و ابزارهای بدهی، متفاوت است. دولت‌ها در ایران همواره از استقراض برای تامین منابع

مالی مورد نیازشان استفاده می‌کنند. طی یک دهه اخیر اما افزایش مقدار بدهی دولت به بخش‌های مختلف اعم از بانک مرکزی، شبکه بانکی، پیمانکاران بخش خصوصی و حتی مردم خریدار اوراق مشارکت، دولت را در ایران به بزرگ‌ترین بدهکار تبدیل کرده است. بدهکاری دولت در کشور ما البته از دو منظر با شکل پذیرفته شده آن در دنیا متفاوت است؛ نخست اینکه حتی برآورد نسبتاً دقیقی نیز از مقدار کل بدهی‌های دولت به بخش‌های مختلف وجود ندارد و دیگر اینکه هیچ افق زمانی مشخصی برای بازپرداخت این بدهی‌ها مشخص نیست. به عبارت دیگر، دولت در ایران بدهکاری بدحساب با مقدار بدهی نامشخص است. همین دو ویژگی باعث شده اثرات مثبت بدهی دولت در اقتصاد ایران امکان‌پذیر نباشد و تنها پیامدهای منفی آن محقق شود. در واقع تداوم و افزایش بی‌رویه بدهی دولت، ایجاد ناطمینانی، محدودیت دسترسی بخش خصوصی به منابع مالی و کاهش پس‌انداز را به دنبال داشته که عاملی برای ایجاد مانع بر سر راه رشد اقتصادی است.

غیرمستمر، افزایش بی‌رویه بدهی‌های عمومی، با توجه به عمق کم بازارهای مالی بی‌ثباتی اقتصادی را به همراه دارد. در مقابل در بازارهای مالی توسعه‌یافته، انتشار ابزارهای مشارکت، توسعه بازارهای مالی و به تبع آن رشد اقتصادی را به دنبال خواهد داشت. براساس آمارهای دفتر تحقیقات و سیاست‌های بخش‌های مالی وزارت اقتصاد، بدهی بخش دولتی اعم از دولت و شرکت‌های دولتی به شبکه بانکی کشور طی سال‌های ۹۴ همواره در حال افزایش بوده است. بدهی دولت در سال‌های ۱۳۸۹، ۱۳۹۰، ۱۳۹۱ و ۱۳۹۲ از بیشترین رشد طی سال‌های مذکور یعنی به‌طور متوسط بالغ بر ۵۰ درصد برخوردار بوده است. نسبت بدهی‌های بانکی بخش دولتی به تولید ناخالص داخلی هم که از آن به قاعده و سقف بدهی تعبیر می‌شود و یکی از شاخص‌های مهم در ارزیابی وضعیت بدهی‌هاست، طی همین دوره با نوسانات زیادی مواجه بوده است؛ بیشترین نسبت این شاخص در سال ۶۷ و معادل ۶۲ درصد و کمترین مقدار آن در سال ۸۷ معادل ۷۶ درصد بوده است. این نسبت در سال ۹۳ معادل ۱۳۶ درصد ثبت شده است. از علل رشد قابل ملاحظه

دولتی به کسری بودجه دولت به‌عنوان یکی دیگر از شاخص‌های با اهمیت در سنجش پایداری بدهی‌های دولت، طی سال‌های ۹۳ تا ۹۴ از ۹۳ درصد به ۵۷ درصد رسیده است. این نسبت در سال ۹۳ معادل ۱۳۶ درصد ثبت شده است. از علل رشد قابل ملاحظه

## رشد بدهی بخش دولتی به نظام بانکی طی سال‌های ۹۴-۱۳۵۷ (درصد)



منبع: اطلاعات سری زمانی بانک مرکزی

مجمع عمومی عادی به طور فوق‌العاده بانک پاسارگاد برگزار شد

## اعتماد سهامداران بانک پاسارگاد به اعضای هیات‌مدیره، با اکثریت آراء



این ترتیب سید کاظم میروند، دکتر مجید قاسمی، احمد وادی‌دار، ذبیح‌الله خزایی، مصطفی بهشتی‌روی، کامران اختیار و علی‌اکبر امین‌تفرشی به‌عنوان اعضای هیات‌مدیره بانک پاسارگاد انتخاب شدند. گفتنی است در این جلسه به کلیه پرسش‌های سهامداران در خصوص روند فعالیت‌ها، به‌صورت کامل پاسخ داده شد.



رئیس مجمع را تشکیل دادند. براساس این خبر، در این مجمع که با دستور جلسه انتخاب اعضای هیات‌مدیره بانک و سایر مواردی که در صلاحیت مجمع است برگزار شد، سهامداران با اکثریت آراء به اعضای هیات‌مدیره مورد تأیید بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران رأی اعتماد دادند و مهر تأییدی بر روند موفق فعالیت بانک پاسارگاد زدند. به

## نرخنامه

## دلار ۳,۹۳۶ تومان

صرفان بازار ارز و طلا نرخ هر دلار آمریکا را ۳,۹۳۶ تومان و هر قطعه تمام بهار آزادی طرح جدید را ۱,۱۷۴,۰۰۰ تومان تعیین کردند که نشان‌دهنده ادامه نوسان قیمت‌هاست.

هر یورو در بازار آزاد ۴,۲۶۰ تومان و هر پوند نیز ۴,۸۸۰ تومان قیمت خورد. همچنین هر نیم سکه ۶۰۸,۰۰۰ تومان و هر ربع سکه ۳۲۳,۰۰۰ تومان فروخته شد. هر سکه یک گرمی ۲۰۶,۰۰۰ تومان خرید و فروش شد و هر گرم طلای ۱۸ عیار ۱۱۴,۰۹۴ تومان قیمت خورد.

## نرخ سکه و طلا

عنوان	قیمت
مقال طلا	۴۹۴,۷۰۰ ▲
هر گرم طلای ۱۸ عیار	۱۱۴,۰۹۴ ▲
سکه بهار آزادی	۱,۱۴۰,۰۰۰ ▲
سکه طرح جدید	۱,۱۷۴,۰۰۰ ▲
نیم سکه	۶۰۸,۰۰۰ ▲
ربع سکه	۳۲۳,۰۰۰ ▲
سکه گرمی	۲۰۶,۰۰۰ ▲

## نرخ ارز نقدی

نوع ارز	قیمت
دلار آمریکا	۳,۹۳۶ ▲
یورو اروپا	۴,۲۶۰ ▲
پوند انگلیس	۴,۸۸۰ ▲
درهم امارات	۱,۱۰۷ ▲
لیبر ترکیه	۱,۱۶۲ ▲
یوان چین	۵۹۳ ▲
بین ژاپن	۳۴
دلار کانادا	۳,۱۰۰ ▲
فرانک سوئیس	۳,۹۰۰ ▲
دینار کویت	۱۲,۹۵۰
ریال عربستان	۱,۰۶۵
دینار عراق	۳۰۳
روپیه هند	۵۳
رینگیت مالزی	۹۲۰ ▲

## بانک‌نامه

## ایران کارت بانک آینده یکی از

## محصولات برتر جشنواره دکتر نوربخش

پلتفرم وفادارسازی مشتریان شرکت تجارت الکترونیکی ارتباط فردا به‌عنوان یکی از محصولات برتر جشنواره دکتر نوربخش انتخاب شد. این جایزه به دلیل نوآوری در اجرا و پیاده‌سازی ایران کارت بانک آینده، به شرکت مذکور تعلق گرفت.

به گزارش روابط عمومی بانک آینده، ایران کارت یک کارت بانکی منحصر به فرد است که علاوه بر امکان خرید، از امتیاز برگشت نقدی، پیشنهادهای ویژه و کسب امتیاز به منظور ارتقای سطح کارت برخوردار است. این محصول به توجه به تحقیقات انجام شده از مشتریان و برحسب نیازهای آنها توسعه پیدا کرده و با ارائه خدمات متمایز به‌عنوان یک پلتفرم وفادارسازی طراحی شده است. ایران کارت بانک آینده در حال حاضر تنها پلتفرم وفادارسازی مشتریان با برگشت نقدی در کشور است. با توجه به مزیت‌های رقابتی که این محصول داراست، از سوی کسب‌کارهای دیگر به‌عنوان یک محصول برتر مورد انتخاب و استفاده قرار گرفته است. پرشیا خودرو (نماینده رسمی بی‌ام‌دبلیو)، لئون، ستاره، جامعه فرهنگی باوری و... از این پلتفرم به‌صورت برند مشترک برای وفادارسازی مشتریان خود استفاده می‌کنند.

ایران کارت به‌صورت رایگان می‌تواند در اختیار مشتریان کلیه بانک‌ها قرار گیرد. از دیگر محصولاتی که در بخش محصول شرکتی جشنواره دکتر نوربخش به‌عنوان محصول برتر انتخاب شدند سامانه تشخیصی تقلب پایای شرکت خدمات انفورماتیک و محصول بوم شرکت توسن بود.

## سامانه مدیریت مالی یکپارچه بانک

## رفاه محصول نوآور نظام بانکی شد

در مراسم اختتامیه ششمین همایش سالانه بانکداری الکترونیک، سامانه مدیریت مالی یکپارچه بانک رفاه (سمیم) به‌عنوان دومین محصول نوآور نظام بانکی معرفی و از بانک رفاه تجلیل شد.

به گزارش روابط عمومی بانک رفاه، در این مراسم که با حضور دکتر سهرابی مدیرعامل، نریمان‌زاده عضو هیات‌مدیره و جمعی از مسئولان بانک برگزار شد، سامانه مدیریت مالی یکپارچه بانک رفاه (سمیم) به‌عنوان محصولی نوآور و خلاقانه در نظام بانکی معرفی شد و دکتر سهرابی لوح و تندیس این جشنواره را از دستان دکتر دیواندری، رئیس پژوهش‌کده پولی و بانکی دریافت کرد. سامانه مدیریت مالی یکپارچه مالی (سمیم) سامانه‌ای نوین و نوآور در نظام بانکی است که برای نخستین‌بار توسط بانک رفاه طراحی و به مشتریان ارائه شده است. این سامانه وضعیت مالی مشتریان را قبیل درآمد و هزینه‌ها را در یک سیستم مشخص و متمرکز مالی محاسبه و به‌صورت شفاف ارائه می‌دهد. مشتریان با ورود به این سامانه علاوه بر مشاهده حساب‌های خود می‌توانند صورتحساب‌ها، هزینه‌های مالی گزارش شده و خدمات متنوع دیگری را ملاحظه و دریافت کنند.

## آگهی موضوع ماده ۳ قانون و ماده ۱۳ آیین نامه قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی و اراضی و ساختمانهای فاقد سند رسمی

برابر رای شماره ۰۴۰۱۱۰۷۸۰۰۳۰۱۳۹۵۶ مورخ ۹۵/۷/۲۵ هیات اول موضوع قانون تعیین تکلیف وضعیت ثبتی اراضی و ساختمان‌های فاقد سند رسمی مستقر در واحد ثبتی حوزه ثبت ملک یافت‌آباد تهران تصرفات مالکانه بلاعارض متقاضی آقای حکم‌علی‌نژاد فرزندان ذوالفقار به شماره شناسنامه ۱۸۷ صادره از هنترود در شش‌دانگ یک قطعه زمین با بنای احداثی در آن به مساحت ۹۳۳۰ مترمربع از قسمتی از پلاک ۱۲۹۱۴ فرعی از ۲ اصلی مفروز و مجری شده از پلاک ۱۱۹۱ فرعی از ۲ اصلی واقع در بخش ۱۲ تهران خریداری از مالک رسمی آقای محمدکاظم زندیه محرز گردیده است. لذا به منظور اطلاع عموم مراتب در دو نوبت به فاصله ۱۵ روز آگهی می‌شود در صورتی که اشخاص نسبت به صدور سند مالکیت متقاضی اعتراضی داشته باشند می‌توانند از تاریخ انتشار اولین آگهی به مدت دو ماه اعتراض خود را به این اداره تسلیم و پس از اخذ رسید طرف مدت یک ماه از تاریخ تسلیم اعتراض دادخواست خود را به مراجع قضایی تقدیم نمایند. بدیهی است در صورت انقضای مدت مذکور و عدم وصول اعتراض طبق مقررات سند مالکیت صادر خواهد شد.

تاریخ انتشار نوبت اول: ۹۵/۱۰/۱۸ تاریخ انتشار نوبت دوم: ۹۵/۱۱/۲۰

رئیس ثبت اسناد و املاک - غلامرضا غفصفری

## آگهی فقدان سند مالکیت

نظر به اینکه خانم لیلا عبدالعزیز پیرسرانی اصالتاً با تسلیم دو برگ استنادهای محلی مصدق شده طی شماره ۲۲۴۵ مورخ ۱۳۹۵/۰۶/۳۱ توسط دفترخانه اسناد رسمی شماره ۱۳۴۵ حوزه ثبتی تهران و برگ تقاضا به شماره وارده ۲۴۱۹۱ مورخ ۱۳۹۵/۰۶/۳۱ مدعی فقدان سند مالکیت شش‌دانگ یک دستگاه آپارتمان واقع در طبقه دوم سمت جنوبی به مساحت ۴۲/۳۵ مترمربع که مقدار ۱/۳۵ مترمربع آن بالکن است قطعه چهار تفکیکی شماره ۲۹۱۰۹ فرعی از ۲۳۹۸ اصلی مفروز و مجری شده از پلاک ۶۲۵۵ فرعی از ۲ اصلی مذکور واقع در بخش ۱۰ تهران شده‌اند که در تاریخ ۸۱/۱۱/۲۱ ذیل ثبت شماره ۴۳۸۷۱۴ صفحه ۴۶۹ دفتر جلد ۲۳۵۷ املاک و به شماره چاپی ۶۵۲۳۴۳ به نام معصومه عبادی ثبت و صادر و تسلیم گردیده و شش‌دانگ مورد ثبت به موجب سند قطعی شماره ۷۶۵۵ مورخ ۱۳۸۸/۰۵/۱۸ دفتر خانه ۹۶۷ تهران به لیلا عبدالعزیز پیرسرانی انتقال یافته و شش‌دانگ به موجب سند رهنی شماره ۷۶۵۶ مورخ ۱۳۸۸/۰۵/۱۸ دفتر ۹۶۷ تهران در رهن بانک مسکن قرار گرفته و به علت نامعلومی مفقود گردیده و درخواست المثنی سند مالکیت پلاک موضوع را نموده است لذا مراتب در اجرای ماده ۱۲۰ آیین‌نامه قانون ثبت فقط در یک نوبت در یک روزنامه کثیرالانتشار آگهی می‌شود تا چنانچه کسی ادعای انجام معامله نسبت به ملک مذکور و یا وجود اصل سند مالکیت نزد خود را داشته باشد از تاریخ انتشار این آگهی ظرف مهلت ۱۰ روز اعتراض خود را به اتمام اصل سند مالکیت به این منطقه ارائه نماید تا مورد رسیدگی قرار گیرد بدیهی است اصل سند مالکیت پس از رویت و مطابقت به ارائه‌دهنده اعاده خواهد شد لیکن به اعتراض بدون ارائه اصل سند مالکیت ترتیب اثر داده نمی‌شود. در صورت عدم وصول واخواهی ظرف مهلت مقرر قانونی المثنی سند مالکیت پلاک مرقوم صادر و به متقاضی تسلیم خواهد گردید.

رئیس اداره ثبت اسناد و املاک یافت آباد تهران - غفصفری



## عمران



## تحویل ۲۴ هزار واحد مسکن مهر پردیس تا پایان سال

عضو هیأت‌مدیره شرکت عمران شهرهای جدید با بیان اینکه افزایش وام مسکن مهر پردیس کمک به تکمیل آورده متقاضیان است، گفت: با این افزایش آورده مردم تا پایان سال یا فروردین سال آینده، ۲۴ هزار واحد مسکن مهر پردیس به بهره‌برداری می‌رسد. حبیب‌الله طاهرخانی در گفت‌وگو با ایسنا اظهار داشت: افزایش وام مسکن مهر از ۳۰ میلیون تومان به ۴۰ میلیون تومان می‌تواند کمک مؤثری در تکمیل آورده متقاضیان در مسکن مهر پردیس باشد. وی با بیان اینکه در مسکن مهر پردیس متر از واحدها بالا است و طبیعتاً قیمت تمام شده در مترهازی بالا افزایش می‌یابد و سهم محوطه‌سازی این واحدها بیشتر از سایر سایت‌های مسکن مهر است، گفت: البته باید توجه داشته باشیم که پروژه مسکن مهر پردیس از سایر پروژه‌های مسکن مهر دیرتر شروع شد و به افزایش تورم شدید سال‌های ۹۰ و ۹۱ بر خورد و شرایط را سخت کرده بود. وام ۴۰ میلیون تومانی می‌تواند کمکی باشد تا بخشی از واحدهای مسکن مهر پردیس در مدت زمان کوتاه‌تری آماده شود.

طاهرخانی با تأکید بر اینکه به‌طور قطع بخش ساختمان مسکن مهر پردیس تا پایان سال به اتمام می‌رسد، گفت: ممکن است مواردی معارض داشته باشند و زیرساخت‌شان به پایان سال جاری نرسد اما به‌طور قطع بخش رونمایی مسکن مهر پردیس تا پایان سال به اتمام می‌رسد.

این مقام مسئول افزود: با ارائه وام‌های ۴۰ میلیون تومانی، ۲۴ هزار واحد مسکن مهر پردیس را تا پایان سال یا فروردین ماه سال آینده تحویل می‌دهیم. این ۲۴ هزار واحد از فازهای ۱۱، ۹، ۱۰، ۱۱، ۱۲، ۱۳ و ۱۴ تشکیل می‌شود. البته بهره‌برداری از این واحدها منوط به این است که همکاری لازم از سوی سیستم بانکی انجام شود. عضو هیأت‌مدیره شرکت عمران شهرهای جدید با بیان اینکه در حال حاضر در پروژه مسکن مهر سراسر کشور ۱۲۰ هزار واحد متقاضی ندارد و قاعدتاً تکمیل این واحدهای بدون متقاضی مفهومی ندارد، ادامه داد: بنا بر این اولویت با واحدهایی است که متقاضی دارند و این واحدها به‌طور قطع بخش ساختمان‌شان طبق وعده رئیس‌جمهوری تا پایان سال به بهره‌برداری خواهد رسید.

وی درباره سرنوشت واحدهای مسکن مهر بدون متقاضی گفت: دولت مصوبه‌ای درباره واحدهای بدون متقاضی پروژه مسکن مهر داشته که در این مصوبه شرایط چهارگانه واگذاری واحدها درج شده است و متقاضیان می‌توانند بدون شرایط صاحب این واحدها شوند. می‌توان این واحدها را به صورت گروهی به تعاونی‌های مسکن یا بنیادها واگذار کرد.

## گام‌های نهایی برای ورود هواپیماهای کوچک به ایران

## ای تی آر، توسعه صنعت هوایی را تضمین می‌کند



جواد هاشمی  
j.hashemi1992@gmail.com

از حدود ۵۰ فرودگاهی که در ایران فعالیت خود را به‌طور رسمی ادامه می‌دهند، طبق آخرین برآوردهای انجام گرفته از سوی شرکت فرودگاه‌ها، تنها چند گزینه انگشت‌شمار توانسته‌اند دخل خود را به خرج‌شان نزدیک کنند. در کنار فرودگاه مهرآباد تهران و هاشمی‌نژاد مشهد که شاید هزینه‌های‌شان با درآمدهای‌شان خط بخورد، تنها فرودگاه امام خمینی بوده که توانسته در برخی حوزه‌ها به سودآوری برسد و بار سنگین هزینه را از دوش دولت کم کند.

در چنین فضای مشخص بودن که با اجرای برجام مسئولان وزارت راه و شهرسازی یکی از اصلی‌ترین اولویت‌های خود را به خرید هواپیماهای کوچک اختصاص خواهند داد؛ هواپیماهایی که تعداد مسافران کمی را در خود جای دهند و برای پرواز در مسافت کوتاه بر هزینه نباشند.

در شرایطی که گزینه‌هایی چون امبرائو برزیل، بمباردیه کانادا، متیوسبیسی ژاپن و حتی سوخو ۱۰۰ روسیه در دسترس بود، مقامات ایرانی در گام نخست مذاکرات خود با شرکت ایرباس، با مجموعه ATR به‌عنوان یکی از شرکت‌های کوچک‌تر ایرباس نیز مذاکرات خود را آغاز کردند تا در گام نخست پیش قرارداد خرید ۲۰ هواپیما از این شرکت امضا شود.

علت اصلی حرکت مذاکره‌کنندگان ایرانی برای خرید این هواپیما را شاید بتوان در دو محور مشاهده کرد: محور ابتدایی به این معنی هواپیما بومی‌گرد،

با توجه به اینکه ای تی آر زیرمجموعه شرکت ایرباس به حساب می‌آید و با مشارکت کشورهای چون فرانسه و ایتالیا ساخته می‌شود و البته امتحان خود را در بازار پس داده گزینه‌ای مطلوب است. در کنار آن بحث تبادلات مالی با این شرکت نیز می‌تواند بر سبیل توافق با ایرباس انجام شود و ورود هواپیماها به ایران را سرعت می‌بخشد.

بشارتی اضافه کرد: نمی‌توان از شرکت‌های

هواپیمایی داخلی با توجه به مشکلاتی که با آنها درگیرند، توقع داشت هواپیماهای بزرگ خود را به پروازهایی با تعداد مسافر کم اختصاص دهند. از این‌رو خرید هواپیماهای جدید اولویتی مهم است و در این بین ای تی آر با توجه به نزدیکی که با ایرباس دارد راه آسان‌تری برای ورود به آسمان ایران خواهد داشت.

محمد بشارتی در گفت‌وگو با «فرصت امروز» تأکید کرد: در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته جهان امروز فرودگاه در کنار کارایی فنی خود، به‌عنوان جایگاهی اقتصادی و تجاری مطرح می‌شود و از این رو اگر در ایران نیز شرایط برای توسعه

فرودگاه‌های کوچک فراهم شود، می‌توان به رشد اقتصادی منطقه امیدوار بود. به گفته وی، راه اصلی این رشد افزایش تعداد پروازهاست و این مسئله قطعاً نیاز به ابزارهای لازم خود دارد و خرید هواپیماهای کوچک مانند ای تی آر این دغدغه را تا حدی برطرف می‌کند.

بشارتی اضافه کرد: نمی‌توان از شرکت‌های

هواپیمایی داخلی با توجه به مشکلاتی که با آنها درگیرند، توقع داشت هواپیماهای بزرگ خود را به پروازهایی با تعداد مسافر کم اختصاص دهند. از این‌رو خرید هواپیماهای جدید اولویتی مهم است و در این بین ای تی آر با توجه به نزدیکی که با ایرباس دارد راه آسان‌تری برای ورود به آسمان ایران خواهد داشت.

محمد بشارتی در گفت‌وگو با «فرصت امروز» تأکید کرد: در بسیاری از کشورهای توسعه‌یافته جهان امروز فرودگاه در کنار کارایی فنی خود، به‌عنوان جایگاهی اقتصادی و تجاری مطرح می‌شود و از این رو اگر در ایران نیز شرایط برای توسعه

وجود دارد استفاده کنیم. به گفته وی، با توجه به اینکه بسیاری از شرکت‌های خارجی برای چند سال از دستیابی به بازار ایران محروم بوده‌اند، در حال حاضر رقابتی جدی میان آنها برای ورود به آسمان ایران آغاز شده و این دست ما را برای انتخاب از میان گزینه‌های مختلف باز می‌گذارد.

بحیرایی تأکید کرد: در کنار ای تی آر، دیگر شرکت‌ها از این بزرگی و کانا‌دا نیز هواپیماهایی کوچک با ظرفیت کم که نیاز پروازهای داخلی ایران است تولید می‌کنند و در فضای رقابتی موجود ما می‌توانیم بهترین گزینه را انتخاب کنیم. اما آنچه مهم است کنار زدن کامل محدودیت‌هاست. آمریکا هنوز در ورود هواپیماها به ایران قصد کارشکنی دارد و این شاید قدری کار ما را سخت کند، در غیر این صورت ورود هر هواپیمایی به ایران مثبت است.

با نهایه شدن حضور ایرباس و بویینگ در ایران، به نظر می‌رسد ای تی آر نیز راه چندان دشواری برای رساندن ۲۰ هواپیما خریداری شده خود به ایران خواهد داشت. قائم‌مقام وزیر راه اعلام کرده ارزش قرارداد با ATR، چهارصد میلیون دلار برای ۲۰ فروند هواپیمای کوچک ۷۰ نفره است و پنج فروند از این هواپیماها تا پایان امسال تحویل ایران ایر خواهد شد؛ هواپیماهایی که از یک سو رونق را به فرودگاه‌های کوچک باز می‌گردانند، از طرف دیگر دست ایران ایر را در ارائه پروازهای برنامه‌ای متنوع باز می‌گذارند و در چنین فضای صنعت هوایی کشور را تسهیل خواهند کرد.

## حمل و نقل

آخوندی خبر داد

## پیشرفت ۶۰ درصدی دوخطه کردن راه آهن بندرعباس - اصفهان

وزیر راه و شهرسازی با اشاره به ضرورت ارتقای ظرفیت حمل‌ونقل ریلی و جاده‌ای کشور، از پیشرفت بیش از ۶۰ درصدی طرح دوخطه کردن راه آهن بندرعباس - اصفهان خبر داد.

به گزارش ایسنا، عباس آخوندی در پایان سفر خود به استان یزد، اظهار کرد: طرح تفت به سمت سورمق یک کریدور جنوب غربی به سمت شمال شرقی است که ۱۹۲ کیلومتر بود و خوشبختانه بخش عمده‌ای از این طرح زیر بار است. وی افزود: با این وجود ۴۴ کیلومتر هم در منطقه علی‌آباد که شاید تنها منطقه برفگیر و سردسیر استان یزد باشد اجرا نشده بود و خوشبختانه در این سه ساله این پروژه اجرا شد. وزیر راه و شهرسازی در ادامه با اشاره به اینکه این طرح در منطقه کوهستانی و صعب‌العبور بود، گفت: این طرح یکی از طرح‌های بسیار مهم برای کریدور ملی ایران بود که نقش مهمی در توسعه استان یزد هم دارد. آخوندی افزود: این طرح در جهت تسهیل تجارت، حمل‌ونقل و همچنین کاهش تصادفات اجرایی شد و خوشبختانه زمینه توسعه استان و کشور را بیش از پیش فراهم کرده است.

## سرمایه‌گذاری ۳۴۰۰ میلیارد ریالی بنادر سه‌گانه مکران

مدیر اداره بنادر و دریانوردی شهید باهنر ضمن تشریح آخرین وضعیت بنادر سه‌گانه مکران از تمهیدات جدید برای رفاه حال مسافران در پایانه مسافری شهید حقانی در آستانه نوروز ۹۶ خبر داد. به گزارش پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی، مدیر اداره بنادر و دریانوردی شهید باهنر، گفت: سازمان بنادر به‌عنوان سازمان پیشرو نخستین سازمانی است که در حوزه توسعه و ایجاد زیرساخت‌های لازم در سواحل مکران اقدام کرده است و از ابتدا تاکنون بالغ بر ۳ هزار و ۴۰۰ میلیارد ریال در حوزه بندرگاهی و ایجاد زیرساخت‌ها در سه بندر بزرگ بازرگانی سیریک، جاسک و تپاپ سرمایه‌گذاری کرده است. وی در خصوص آخرین وضعیت بنادر سه‌گانه مکران، گفت: کار لایروبی و ایجاد عمق لازم برای تردد شناورهای بازرگانی و تجاری در بندر سیریک به پایان رسیده است. در بندر جاسک بالغ بر ۹۵ درصد کار لایروبی تمام شده است، همچنین لایروبی در بندر تپاپ با پیشرفت ۳۰ درصدی همراه بوده است و خوشبختانه علاوه بر بحث تجاری و بازرگانی بنادر شرق هرمزگان رویکرد گردشگری دریایی و فعال‌سازی دو محور طبیعی بزرگ در تپاپ را نیز داشته‌ایم.

## آگهی مزایده املاک مازاد بانک ملی استان گلستان نوبت ۸/۹۵



نوبت اول



اداره امور شعب استان گلستان ۹۲۰۰

ردیف	نشانی	نوع ملک	کاربری	مساحت عرصه	مساحت اعیانی	مبلغ پایه مزایده (ریال)	پلاک ثبتی	وضعیت کنونی	توضیحات
۱	کلاسه شهرک فرهنگیان خ ۱۰ متری اخر خ ۸ متری دوم شقایق ۲	ولایی	مسکونی	۲۸۶	۳۵۲	۲/۴۸۶/۰۰۰/۰۰۰	۳۳۱ فرعی از ۱۹۹ اصلی	تخلیه	فروش ملک با وضع موجود و بازدید از ملک الزامیست.
۲	کلاسه ۳ کیلومتر جاده گالیکش - اراضی روستای کنگور	زمین	زراعتی	۸۰۰۰	-	۱/۶۸۰/۰۰۰/۰۰۰	۳۰ فرعی از ۶۹ اصلی	تخلیه	فروش ملک با وضع موجود و بازدید از ملک الزامیست. فروش فقط به صورت نقدی می‌باشد.
۳	آزادشهرخ امام خمینی ولایت ۹ (کمرپندی شرقی - ک شهید کوهساری ۲۰) کدپستی ۹۹۱۱۶۷۲۸۳۶	آپارتمان	مسکونی	۲۲۳	۴۲۶	۴/۰۵۳/۰۰۰/۰۰۰	۳۴۷۵ فرعی از ۱۰ اصلی	تخلیه	فروش ملک با وضع موجود و بازدید از ملک الزامیست. در صورت فروش نقدی شامل تخفیف نمی‌شود.
۴	کنبد - خیابان منوچهری کوچه ۶ متری پلاک ۲۶	آپارتمان ۹ واحدی	مسکونی	۳۶۱	۱۰۶۸/۵	۷/۸۰۸/۹۵۰/۸۰۰	۱۲۲۸۲ فرعی از ۱ اصلی	تخلیه	فروش ملک با وضع موجود و بازدید از ملک الزامیست.
۵	گنبد کاووس - جاده میدان دام (مال بازار) - اراضی روستای فراول - مرغداری ۲۰ هزار قطعه ی	مرغداری	صنعتی	۵۲۰۰	۲۳۱/۰/۵	۵/۰۸۱/۰۰۰/۰۰۰	۳۳۷۴ فرعی از ۳۳ اصلی	تخلیه	فروش ملک با وضع موجود و بازدید از ملک الزامیست.
۶	گنبد کاووس - جاده میدان دام (مال بازار) - اراضی روستای فراول - مرغداری ۲۰ هزار قطعه ای	مرغداری	صنعتی	۵۲۰۰	۲۳۱/۰/۵	۵/۰۸۱/۰۰۰/۰۰۰	۳۳۷۴ فرعی از ۳۳ اصلی	تخلیه	فروش ملک با وضع موجود و بازدید از ملک الزامیست.
۷	گنبد - خیابان استاد شهریار - نوسیده به زمین های شرکت دانه های روغنی - همکف (تجاری)	مقازه	تجاری	-	۴۸۳۷	۱/۷۰۰/۰۰۰/۰۰۰	۵۲۳۵۲ فرعی از یک اصلی	تخلیه	فروش ملک با وضع موجود و بازدید از ملک الزامیست. در صورت فروش نقدی شامل تخفیف نمی‌شود.
۸	گنبد کاووس - ۱۰ جاده مینودشت - ابتدای ضلع جنوبی روستای گاماپیوه	کارخانه	صنعتی	۴۱۶۲	۲۳۲۶	۱۸/۱۳/۰۰۰/۰۰۰	۱۱۳ و ۱۲۷ فرعی از ۲۷ اصلی	تخلیه	فروش ملک با وضع موجود و بازدید از ملک الزامیست.
۹	گرگان - روستای فیض آباد - کوچه گلستان - روبروی مسجد ضلع شمال کوچه - پلاک ۱۸۲	ولایی	مسکونی	۳۱۱/۷۴	۱۹۳	۸۲۸/۸۰۰/۰۰۰	۲۸۰ فرعی از ۱۱۴ اصلی	متصرف دار	فروش ملک با وضع موجود و بازدید از ملک الزامیست.
۱۰	گرگان - بلوار نهارخوردان - مینا گل - مینا گل یکم - کدپستی ۴۹۱۷۶۴۱۳۱	آپارتمان	مسکونی	-	۱۷۴/۱۴	۵/۳۷۶/۰۰۰/۰۰۰	۶۱۳۴ فرعی از ۳۳۹۱ اصلی	متصرف دار	فروش ملک با وضع موجود و بازدید از ملک الزامیست.
۱۱	گرگان - خیابان ولیعصر - مجتمع لاله - طبقه ۴ - واحد ۴۱۵ - کدپستی ۴۹۱۷۷۸۷۳۵	آپارتمان	تجاری	-	۹۳/۳۵	۲/۶۸۸/۰۰۰/۰۰۰	۱۱۵ فرعی از ۴۱۰۰ اصلی	متصرف دار	فروش ملک با وضع موجود و بازدید از ملک الزامیست.
۱۲	کردکوی - خیابان جنگل - کوچه سردار ۱۲	آپارتمان	مسکونی	۳۶۲/۸	۹۲۸/۵	۵/۴۴۴/۰۰۰/۰۰۰	۳۹۱ فرعی از ۲ اصلی	تخلیه	فروش ملک با وضع موجود و بازدید از ملک الزامیست.
۱۳	بندرگز - شهرک صنعتی تپاپ - خیابان صنعت یکم	کارخانه	صنعتی	۱۰۹۸۳	۳۰۸۳/۵	۷/۴۲۱/۰۰۰/۰۰۰	درفچه فراداد شهرکهای صنعتی به شماره ۸۸/۱۲۴۰۰	تخلیه	فروش ملک با وضع موجود و بازدید از ملک الزامیست.
۱۴	بندرگز - جاده قدیم گز - به گلوگاه - روستای راه تلور - ضلع شمالی کارخانه آجر سفال	دامداری	صنعتی	۳۸۰۰	۱۳۳۸	۸/۹۳۲/۰۰۰/۰۰۰	۲۳۹۶ فرعی از ۴ اصلی	تخلیه	فروش ملک با وضع موجود و بازدید از ملک الزامیست.

اداره امور شعب بانک ملی استان گلستان در راستای اجرای قانون رفع موانع تولید رقابت پذیر و ارتقای نظام مالی کشور و تأکیدات دولت محترم ، املاک تملیکی خود را با شرایط ویژه و استثنایی به فروش می‌رساند و در نظر است املاک مذکور بر مبنای قیمت پایه مزایده، در وضعیت موجود و به صورت نقدی ، نقد و اقساط ، تخلیه و متصرف دار ( با شرایط مختلف) در معرض فروش قرار گیرد. تاریخ شروع فروش اسناد ۱۳۹۵/۱۰/۱۸ و تاریخ پایان فروش اسناد، ۱۳۹۵/۱۰/۳۰ می‌باشد. متقاضیان می‌توانند برای کسب اطلاعات بیشتر، بازدید از املاک، دریافت اسناد مزایده ( برکه های شرایط شرکت در مزایده ) و تسلیم پیشنهادات خود تا ساعت ۱۳ چهارشنبه ۱۳۹۵/۱۰/۲۹ در شهرستان ها به شعبه بندر گز، آزادشهر، گنبد مرکزی، قابوس گنبد، کلاسه و در گرگان تا ساعت ۱۲ روز پنج شنبه ۱۳۹۵/۱۰/۳۰ به اداره امور شعب بانک ملی استان گلستان واقع در گرگان - خیابان شهیدمیهنی - سه راه بانک ملی - نبش بهشت ۱۰ مراجعه نمایند. متقاضیان محترم می‌توانند در صورت وجود هر گونه پرسش یا ابهام با شماره تلفن ۰۱۷۳۲۲۶۷۷۵ تماس حاصل نمایند.

## توضیحات:

بانک ملی ایران در قبول یا رد یک یا کلیه پیشنهادهای مختار است.

پیشنهادهای فاقد سپرده به دارای سپرده کمتر از میزان مقرر، مخدوش، مبهم و مشروط ، مردود است.

رعایت کلیه موارد مندرج در برکه های مزایده الزامی است .

کلیه پیشنهادهای بایستی حاوی سه پاکت باشد:

۱- پاکت الف: حاوی تضمین (ودیعه) شرکت در مزایده ( معادل ۵ درصد قیمت پایه)

۲- پاکت ب: حاوی مدارک و اسناد تکمیل شده مزایده که مهر و امضاء شده باشد، فیش واریزی ۲۰/۰۰۰ ریالی، برگ شرایط شرکت در مزایده و سایر مدارک و مستندات لازم و تصویر شناسنامه و کارت ملی متقاضی خرید

۳- پاکت ج: حاوی برگ پیشنهاد قیمت

۴- سپرده ( ودیعه) شرکت در مزایده ، معادل ۵درصد قیمت پایه می‌باشد که متقاضیان باید طی یک فقره چک تضمینی بانک ملی ایران در وجه اداره امور شعب استان گلستان به همراه پاکت حاوی برگه شرایط شرکت در مزایده و سایر مدارک لازم تحویل دهند.

۵- پاکت های حاوی پیشنهادهای متقاضیان خرید املاک فوق الذکر در ساعت ۱۰ صبح روز سه شنبه ۱۳۹۵/۱۱/۵ در سالن جلسات اداره امور شعب بانک ملی استان گلستان واقع در گرگان - خ بهشتی - سه راه بانک ملی - نبش بهشت ۱۰ بازگشایی خواهد شد، لذا متقاضیان می‌توانند در موعد یاد شده با ارائه کارت شناسایی در جلسه بازگشایی قیمتها شرکت نمایند.

۶- املاک دارای متصرف به صورت نکالت بلاعزل و تقبیل کلیه هزینه های مربوط با اخذ استعلامات ماخوذه در ارتباط با نقل و انتقال و سایر موارد بر عهده خریدار واگذار می‌گردد( هزینه تنظیم و کالتنامه بالمناصفه خواهد بود )

۷- برای کلیه املاک بازدید الزامی است و در وضعیت موجود واگذار می‌گردد و برای املاک متصرف دار، وفق شرایط مندرج در برگ مزایده ، تخلیه ملک بر عهده خریدار است.

۸- واگذاری املاکی که به صورت نقد و اقساط به فروش می‌رسند طی قرارداد اجاره به شرط تملیک خواهد بود.

۹- هزینه های اطلاع رسانی (آگهی های روزنامه و غیره ) و کارشناسی ملک بر عهده خریدار است . این هزینه براساس اعلام نظر بانک قبل از انعقاد قرارداد نقداً از خریدار دریافت می‌شود.

۱۰- متقاضیان خرید باید مبلغ ۲۰۰/۰۰۰ ریال بابت در اختیار گرفتن اوراق شرکت در مزایده به ازای هر یک از املاک در معرض فروش به حساب بستنکاران موقت به نام اداره امور شعب بانک ملی استان گلستان واریز نموده و اصل رسید را به همراه برگه های تکمیل شده تحویل دهند.

۱۱- متقاضیان خرید املاک به صورت نقد و اقساط باید در برکه های شرایط شرکت در مزایده ( مخصوص املاک واگذاری به صورت نقد و اقساط) صراحتاً به مدت و سود نرخ مورد نظر براساس جدول ذیل اشاره نمایند.

۱۲- در صورتی که مبلغ پیشنهادی خریداران، به طور مساوی باشد، اولویت فروش با شرایط نقدی است.

۱۳- نحوه فروش املاک مازاد بانک به شرح ذیل اعلام میگردد.

## روش فروش با شرایط نقد

ردیف	شرح
۱	در صورت خرید نقدی تا ۱۰ درصد تخفیف به خریدار داده خواهد شد ( برای کلیه کاربری ها به استثناء موارد ذکر شده در توضیحات)
۲	املاک متصرف دار فقط به صورت نقدی و با ارائه و نکالت نامه بلاعزل به فروش می‌رسد

## روش فروش با شرایط نقدواقساط

ردیف	گاریز	مدت	شرایط اقساط
۱	تجاری، مسکونی، اداری	۲ساله(۲۴ ماهه)	۵۰درصد نقد+ ۵۰ درصد اقساط ماهیانه بدون سود
۲	صنعتی، کشاورزی، دامداری و خدماتی	۲ساله(۲۴ ماهه)	۳۰درصد نقد+ ۷۰درصد اقساط ماهیانه بدون سود



نمایشگرهای جدید در نمایشگاه CES 2017

شرکت دلفی از نمایشگری مخصوص خودرو با شیشه دولایه رونمایی کرد که تصاویر بسیار شارپ و پویایی به نمایش می‌گذارد.

به گزارش خودرونویس شرکت دلفی امروز نمایشگرهای چندلایه جدیدی را در نمایشگاه CES 2017 رونمایی کرد؛ نمایشگرهایی که با هدف استفاده از خودرو توسعه داده شده‌اند.

سیستم نمایشگر جدید دلفی، حاصل تصاحب Pure Depth توسط این شرکت است؛ سیستم Pure Depth شرکتی در نیویورک است که در زمینه ساخت نمایشگرهای گیمینگ برای سال‌های مختلف فعالیت دارد. از آنجا که نمایشگر ماشین‌های گیمینگ، بسیار بزرگ‌تر از آن هستند که در داخل خودرو به کار روند؛ Pure Depth ناچار به بازطراحی فناوری خود به منظور تغییر سایز این نمایشگرها بوده است تا قادر به استفاده از آن در داشبورد خودروها باشد.

این شرکت یک نمایشگر ۱۲.۳ اینچی را در نمایشگاه CES به نمایش گذاشته که داخل کابین مفهومی خودروی فورد موستانگ جی تی جاسازی شده است. تصاویر و محتوای گرافیکی به نمایش درآمده در این نمایشگر بسیار پویا و شارپ هستند؛ به طوری که می‌توان آن را از تمام نمایشگرهای خودروی موجود در بازار بهتر دانست. عمقی که شیشه دولایه به کار رفته در این نمایشگر فراهم می‌کند، بر جذابیت آن می‌افزاید.

فروش ۲۳۰ هزار دستگاه برند لوکس نیسان

برند لوکس اینفینیتی نیسان موتور سال ۲۰۱۶ بیش از ۲۳۰ هزار خودرو در سراسر جهان فروخت که ۷ درصد رشد سالانه داشت.

به گزارش ایسنا، این رقم رکورد سالانه برای این برند است که در بازار پرازدحام لوکس، از رقیبانش عقب‌تر است. اینفینیتی نسبت به رقیبان لوکس آلمانی مانند بامو که می‌تواند در یک ماه دو برابر این برند فروش داشته باشد یا برندهای لوکس مانند لکسوس تویوتا که سالانه حداقل دو برابر فروش دارد، فاصله زیادی دارد. فروش سالانه اینفینیتی بر مبنای سال به سال ۴ درصد در آمریکا که بزرگ‌ترین بازار این برند است، رشد کرد و به بیش از ۱۲۸ هزار و ۳۰۰ دستگاه رسید و در چین با ۲۳ درصد افزایش، ۴۱ هزار و ۵۹۰ دستگاه بود.

بر اساس گزارش رویترز، اینفینیتی در دسامبر ۲۷ هزار و ۲۰۰ دستگاه خودرو در سراسر جهان فروخت.

افتتاح مرکز آزمون جاده‌ای به دولت دوازدهم می‌رسد؟

رکورد تولید خودرو در فقدان مرکز تست



عسل داداشلو dadashloo@gmail.com

وعده بهره‌برداری از آزمون جاده‌ای خودرو این بار به بهار سال بعد رسید. درحالی‌که پیش از این مسئولان وزارت صنعت، معدن و تجارت از آغاز فعالیت این مرکز در زمستان امسال خبر داده بودند، حالا گویا هم‌باز کار اتمام فاز نخست این مرکز با سرعت لاک‌پشت به پیش می‌رود و به زمان وعده داده شده نخواهد رسید.

قصه راهاندازی مرکز تست جاده‌ای خودرو، آنقدر کهنه شده که از روی نامش نیز مانند زمینش باید خاکبرداری کرد. حدود ۱۲ سال پیش، وزارت صنعت وقت با هدف جلوگیری از صرف هزینه‌های بالا برای تست جاده‌ای خودروها در خارج از کشور و انجام آزمایش‌های بین‌المللی، دستور تأسیس آن را داد، اما مانند بسیاری از پروژه‌های دیگر میراث دولت هشتم، در دو دولت بعد خود به هیچ نتیجه ویژه‌ای نرسید.

علت تأخیر در اجرای این پروژه هم به ناهماهنگی مسئولان دولت قبیل بر می‌گردد، از یک سو تأمین مالی نشدن پروژه از سوی وزارتخانه و در دسترس‌های زمین اجاره‌ای از سوی دیگر ابتدا قرار بود مرکز تست جاده‌ای خودرو در منطقه کردان کلید بخورد، اما به یکباره جهت برگشت و پروژه به جاده قسم و در زمین اجاره‌ای که مالک آن فرمانداری ری بود انتقال یافت. فرمانداری ری از همان ابتدا به پهنه کشاورزی بودن این زمین‌ها مخالفت خود را اعلام کرد.

اما پس از اینکه صاحبان پروژه که متشکل از خودروسازان، تاپروسازان و شرکت بازرسی کیفیت ایران بودند، به اثبات رساندند که تا ۳۰۰ سال پیش در این زمین‌ها کشاورزی صورت نمی‌گرفته، مجوز ساخت داده شد. این بار اجاره سنگین مانع زمین به نتیجه رساندن مرکز تست جاده‌ای، شد؛ هزینه‌های بالایی که خودروسازان برای تأمین آن با مشکل مواجه شده بودند.

همه این قصه‌ها تا روی کار آمدن دولت یازدهم ادامه داشت تا اینکه ابتدای سال ۹۳، محمدرضا نعمت‌زاده، وزیر صنعت، معدن و تجارت با انتقاد از تأخیر در اجرای این پروژه که قرار بود به نخستین مرکز تست جاده‌ای خودرو در خاورمیانه تبدیل شود، از مرکز را راهاندازی کنیم.

امیرحسین قناتی، مدیرکل دفتر صنایع خودروی نیرو محرکه وزارت صنعت، معدن و تجارت در این زمینه به «فرصت امروز» می‌گوید: «روند انگشت‌شمار بودن خودروهایی که طراحی داخلی می‌شوند، ساخت چنین مرکزی توجه به بهره‌برداری از آن به زیاده‌روی نرسد و امیدواریم ابتدای سال آینده بتوانیم این مرکز را راهاندازی کنیم.» البته پیش از این آشکار گلیاگانی، مدیرعامل شرکت بازرسی کیفیت و استاندارد ایران، گفته بود تکمیل این پروژه نیاز به ۳۰۰ میلیارد تومان سرمایه دارد و تا پایان سال ۹۵ این پروژه به بهره‌برداری خواهد رسید.

حالا با توجه به اینکه در حال حاضر آزمون جاده‌ای خودروها در ایران اجرا نمی‌شود، همکاران طراحی داخلی آلمانی در حال ایجاد این مرکز آزمون جاده‌ای در قم هستند.

شرکت طراحی آلمانی اوون‌مایر پیش از این طراحی مرکز آزمون جاده‌ای خودرو را برای خودروسازانی مانند مرسدس بنز و پورشه بر عهده داشته است. البته ناگفته نماند مرکزی که قرار است پاییز به بهره‌برداری برسد مدیرعامل ندارد.

به نظر می‌رسد با توجه به روند کند روبه رشد ساخت این مرکز، ارث دولت هشتم دست به دست چرخیده و به دولت دوازدهم خواهد رسید.

خبر



همکاری رسمی کوالکام و فولکس واگن

خودروها از نظر تکنولوژی‌های ارتباطی روز به روز بیشتر به موبایل‌ها نزدیک می‌شوند و این دلیل محکمی است که مدیران فولکس واگن و شرکت عظیم کوالکام با یکدیگر برای آینده خودروسازی همکاری کنند.

چیپست‌های Snapdragon 820 هسته اصلی و آغازگر این همکاری خواهند بود اما زمینه‌های استفاده فولکس واگن‌های آینده از این فناوری‌ها علاوه بر موارد رایج نظیر ارتباطات صوتی و تصویری و استفاده از اینترنت پرسرعت درون خودرو، به کاربردهای جدیدی مبتنی بر ارتباطات خودرو با خودرو (V2V) و ارتباطات خودرو با افراد (V2P) گسترش خواهد یافت.

به گزارش دیجیاتو، به عبارت دیگر نسل بعدی خودروها قرار است حجم عظیمی از اطلاعات مهم ترافیکی را با یکدیگر به اشتراک بگذارند و حتی در قدم بعدی خودروها قرار است بتوانند اطلاعات مهمی از موقعیت افراد را نیز تحلیل و بررسی کنند که البته این ویژگی می‌تواند برای افزایش ضریب امنیت سیستم‌های رانندگی خودکار نیز بسیار کارآمد باشد. باید دید ایده تحقق این رویا تا چه حدی عملی می‌شود اما در هر حال برای خودروهای فولکس واگن چیپست‌های کوالکام نقش مهمی را در این زمینه‌ها بازی خواهند کرد و می‌توانند دریافت اطلاعات را با سرعت قابل توجه یک Gbps امکان‌پذیر سازند.

تولید ۷ سواری متوقف شد

آذر ماه امسال تولید هفت مدل سواری در خودروسازان داخلی متوقف شد. به گزارش ایسنا، آذر ماه تولید خودروی وکس C30 دنده‌ای شرکت خودروسازی راین با کاهش ۱۰۰ درصدی همراه بوده و از ۲۲ دستگاه در آذر ماه سال گذشته به صفر رسید. در این مدت تولید ام‌وی‌ام 530 شرکت مدیران خودرو نیز ۱۰۰ درصد کاهش داشته و از ۲۰۱ دستگاه در آذر ۱۳۹۴ به صفر کاهش یافت.

همچنین تولید ام‌وی‌ام CYL4 110 دیگر محصول مدیران خودرو نیز متوقف شده و از ۲۴ دستگاه در آذر ماه سال گذشته به صفر رسید.

آذر ماه امسال تولید سواری لندمارک شرکت بهمن نیز با کاهش ۱۰۰ درصدی همراه بوده و از ۶۷ دستگاه در آذر ۱۳۹۴ به صفر کاهش یافت. تولید لیفان 620 با موتور ۱۸۰۰ سی‌سی شرکت کرمان موتور نیز ۱۰۰ درصد کاهش یافته و از ۹۷ دستگاه در آذر ماه سال گذشته به صفر رسید. در این مدت تولید دو خودروی سواری شرکت سازهای خودرو دیار نیز متوقف شده است. این دو خودرو شامل سابرینا و گریتوال M4 است که تولید آنها به ترتیب از ۱۹ و یک دستگاه در آذر ماه سال گذشته به صفر رسید.

**آگهی مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده**  
شرکت پتروموند کارن (سهامی خاص)  
به شماره ثبت ۴۲۹۵۴۷

بدینوسیله از کلیه سهامداران محترم دعوت می‌گردد تا در جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده شرکت که در روز شنبه مورخ ۱۳۹۵/۱۱/۱۶ رأس ساعت ۱۴ در محل دفتر اتحادیه صادرکنندگان فرآورده‌های نفت، گاز و پتروشیمی ایران به نشانی: تهران، خیابان مفتح شمالی، خیابان نقدی، پلاک ۱۰، طبقه اول، واحد یک تشکیل می‌گردد حضور بهم رسانند.

دستور جلسه مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده به شرح زیر اعلام می‌گردد:

- ۱- استماع گزارش هیئت مدیره
- ۲- انتخاب اعضای هیئت مدیره
- ۳- سایر مواردی که در صلاحیت مجمع عمومی عادی به طور فوق العاده می‌باشد.

هیات مدیره

**کانال رسمی**  
«فرصت امروز» در تلگرام

Telegram.me  
ForsatEmrooz

**سازمان آگهی‌ها: ۸۸۴۹۳۱۶۶**

**فراخوان ارزیابی کیفی تامین کنندگان (نوبت اول)**

وزارت جهاد کشاورزی در نظر دارد مناقصات به شرح ذیل را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس [www.setadiran.ir](http://www.setadiran.ir) برگزار نماید.

**الف- موضوع مناقصه:**

- ۱- تامین و نصب تجهیزات آبیاری دستگاه‌های سنترپیوت ناحیه عمرانی سوم طرح خدآفرین (باقیمانده اراضی بخش اول)
- ۲- تامین و نصب تجهیزات آبیاری دستگاه‌های سنترپیوت ناحیه عمرانی سوم طرح خدآفرین (باقیمانده اراضی بخش دوم)
- ۳- تامین و نصب تجهیزات آبیاری دستگاه‌های سنترپیوت ناحیه عمرانی سوم طرح خدآفرین (اراضی ۵۰۰۰ هکتاری)
- ۴- تامین و نصب تجهیزات آبیاری دستگاه‌های سنترپیوت ناحیه عمرانی دوم طرح خدآفرین (واحدهای ۱ و ۶)
- ۵- تامین و نصب تجهیزات آبیاری دستگاه‌های سنترپیوت ناحیه عمرانی دوم طرح خدآفرین (واحدهای ۳ و ۲)
- ۶- تامین و نصب تجهیزات آبیاری دستگاه‌های سنترپیوت ناحیه عمرانی دوم طرح خدآفرین (واحدهای ۵ و ۴)

**ب- تاریخ، مهلت و محل دریافت اسناد:** اسناد ارزیابی کیفی از ساعت ۸ صبح مورخ ۹۵/۱۰/۱۹ لغایت ساعت ۱۶ عصر مورخ ۹۵/۱۰/۲۳ از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) توزیع می‌گردد.

**ج - تاریخ، مهلت و محل تحویل اسناد:** آخرین مهلت تحویل و تسلیم اسناد ارزیابی کیفی ساعت ۱۶ عصر مورخ ۹۵/۱۱/۱۹ می‌باشد و تامین کنندگان متقاضی می‌بایست فایل اسناد ارزیابی را در مهلت مقرر ابتدا در سامانه تدارکات الکترونیکی دولت منعکس و سپس فیزیک اسناد ارزیابی را به آدرس تهران، خیابان طالقانی، حد فاصل خیابان ولی عصر (عج) و حافظ، جنب وزارت نفت، ساختمان جدید وزارت جهاد کشاورزی، طبقه ۵، اتاق ۵۰۸ دبیرخانه کمیسیون معاملات تحویل نمایند. شماره تماس ۴۳۵۴۴۵۶۶

هزینه چاپ آگهی فوق به عهده برندگان مناقصات خواهد بود.

**دبیر خانه کمیسیون معاملات وزارت جهاد کشاورزی**

م الف ۲۷۸۷

**آگهی مناقصه های عمومی دو مرحله ای**  
به شماره ۴۰ و ۳۹-۹۵ (نوبت دوم)

ردیف	شماره مناقصه	موضوع	تاریخ فروش اسناد	آخرین مهلت ارسال پاکات	بازگشایی پاکات الف و ب	بازگشایی پاکات ج	میزان سپرده شرکت (در مناقصه ریال)
۱	۹۵-۳۹	خرید ۶۲۰۰۰ متر انواع کابل خودنگهدار	۹۵/۱۰/۱۸ لغایت ۹۵/۱۰/۲۳	۹۵/۱۱/۳	۹۵/۱۱/۴	۹۵/۱۱/۱۱	۴۲۲/۰۰۰/۰۰۰
۲	۹۵-۴۰	خرید ۳۳۵۰۰ متر سیم آلومینیوم روکشدار ۷۰ مغز ۱۲۰ و فولادی	۹۵/۱۰/۱۸ لغایت ۹۵/۱۰/۲۳	۹۵/۱۱/۳	۹۵/۱۱/۴	۹۵/۱۱/۱۱	۲۸۴/۰۰۰/۰۰۰

مبلغ خرید اسناد: ۱۰۰/۰۰۰ ریال در وجه شرکت توزیع نیروی برق استان کردستان به شماره حساب سیبا ۰۶۶۷۰۰۶۶۷۰۰۶۷۰۰۱۰۷۵ نزد بانک ملی مرکزی سنندج.

محل خرید اسناد: شرایط مناقصه عمومی و مدارک مرتبط در آدرس [www.kurdelectric.com](http://www.kurdelectric.com) از تاریخ ۹۵/۱۰/۱۸ لغایت ۹۵/۱۰/۲۳ قابل دانلود می‌باشد.

محل تحویل اسناد: دفتر حراست و امور محرمات شرکت توزیع نیروی برق استان کردستان واقع در سنندج، بلوار جانبازان، سایت اداری مبلغ پیش پرداخت حداکثر تا سقف ۱۵ درصد مبلغ پیشنهادهای بعد از عقد و مبادله قرارداد قابل پرداخت می‌باشد.

استعلام‌های مربوط به خریدهای متوسط (بدون برگزاری مناقصه) جهت کلیه کالاهای مورد نیاز در سایت شرکت توزیع به آدرس [www.kurdelectric.com](http://www.kurdelectric.com) درج می‌گردد.

ارائه کد کاربری ثبت نام در پایگاه ملی اطلاع رسانی مناقصات جهت درج اطلاعات برنده مناقصه الزامی می‌باشد.

هزینه درج دو نوبت آگهی بعهدہ برندگان مناقصه میباشد.

سایر اطلاعات و جزئیات مربوطه، در اسناد مناقصه مندرج است.

برای کسب اطلاعات بیشتر به سایت توانیر ([www.tavanir.org.ir](http://www.tavanir.org.ir)) شرکت توزیع برق ([www.kurdelectric.com](http://www.kurdelectric.com)) یا سایت پایگاه ملی مناقصات ([www.its.mporg.ir](http://www.its.mporg.ir)) مراجعه و یا با شماره تلفن های ۱۰-۳۳۲۸۳۲۰-۰۸۷ داخلی ۲۰۵۴ و ۲۰۵۵ تماس حاصل فرمایید.

**شرکت توزیع نیروی برق استان کردستان**

### نمایشگاه توانمندی‌های روستایی و عشایری در استقبال پر شور پایتخت‌نشینان

## رنگ، رقص، امید



صدای ساز نه تنها فضای سرپوشیده که در بخشی از فضای باز نمایشگاه بین‌المللی تهران طنین انداخته و روستاییان و عشایر با اجرای رقص‌های سنتی به بازدیدکنندگان خوشامد می‌گویند. هجوم و اشتیاق مردم برای تماشای رقص‌های در حال اجرا در نمایشگاه به حدی بود که سبب بسته شدن راهروهای سالن‌ها می‌شد و در پایان نیز مردم همچنان منتظر اجرای مجدد رقص‌ها بودند. نمایندگان جمعیت ۲۲۵ میلیونی عشایر و روستاییان کشور هرچه در توان داشتند برداشته و به تهران آمده‌اند تا پایتخت‌نشینان را به مهمانی سفره رنگارنگی از دشت‌ها، کوه‌ها، ساحل‌ها و کوهپایه‌ها فریادخوانند.

روز جمعه در سومین روز از برگزاری این نمایشگاه سالن‌ها پذیرای ازدحام بازدیدکنندگانی بود که در فکر گذراندن روز تعطیل خود در جمع روستاییان و عشایر کشور بودند، اگرچه طراحی نامناسب در سالن‌ها رفت‌وآمد افراد را دشوار می‌کرد اما شوق بازدیدکنندگان سبب شده بود تا ازدحام سالن‌ها را دوام بیاورند و در فضای تنگ‌انگ راهروها به تماشای غرفه‌ها بنشینند. محصولات ارائه شده در نمایشگاه ترکیبی از کالاهای

گوناگون بود که برای فروش عرضه شده بود و طیف وسیعی از حصیریافی، گلیم و زبرانداز تا تشری و ادویه و سبزیجات نقاط مختلف کشور را در بر گرفته که البته شیرینی‌های مناطق متفاوت همچنان گوی سبقت را از سایر رقیبان رسیده بود اما به هر حال هر کالایی مشتریان خاص خود را داشت. بخشی از فضای باز نمایشگاه هم به روستاییان و عشایر اختصاص داشت و غرفه‌های برپا شده در این بخش بیشتر به آماده‌سازی و پخت غذاهای سنتی و محلی مشغول بودند، عطر قلیه ماهی پوشه‌ری در کنار بوی نان‌های سنتی و رنگ و لعاب آن‌های محلی فضای باز نمایشگاه را به تصرف خود درآورده بود و با نزدیک شدن به ظهر شوق حاضران بیشتر و بیشتر شد. اگر شما هم از آن کسانی هستید که ذائقه ماجراجویی دارید این فرصت طلایی را از دست ندهید و با حضور در این نمایشگاه تا می‌توانید به ماجراجویی طعم‌ها و مزه‌های بپردازید.

#### مانعی برای مهاجرت از روستا به شهر

اسحاق جهانگیری، معاون اول رئیس‌جمهور در بازدید از این نمایشگاه به مشکل اشتغال روستاییان اشاره کرد و گفت: «اگر روستاییان از کسب و کار

مناسب برخوردار باشند به شهرها مهاجرت نمی‌کنند.» او با تاکید بر اینکه عشایر و روستاییان نقش مهمی در اقتصاد کشور دارند، گفت: دولت برای فعال کردن اقتصاد روستایی به طور جدی در صحنه حضور دارد. عشایر و روستاییان در مناطق مختلف کشور ظرفیت‌های بزرگی هستند که هم می‌تواند به اشتغال و اقتصاد کشور کمک کند و هم باعث رشد و توسعه کشور شود. این ظرفیت‌ها در بخش‌های مختلف نظیر کشاورزی، دامداری، صنایع دستی و گردشگری است و به‌عنوان مثال در بخش صنایع دستی، فرش ایرانی یک کالای مهم و شناخته شده در سطح جهان است که هم بار صنعتی و هم بار فرهنگی بر دوش دارد و فرهنگ و تمدن ایران زمین را معرفی می‌کند.»

#### یک روز فرصت باقی است

امروز هم برای بازدید از این نمایشگاه فرصت دارید. این نمایشگاه در فضای به وسعت ۱۴ هزار مترمربع پذیرای ۵۹۸ مشارکت‌کننده داخلی است که طی مدت ۴ روز (۱۵-۱۸ دی) آخرین دستاوردها، محصولات و خدمات خود را در صنایع مختلف از جمله صنایع کشاورزی، صنایع دستی، صنایع غذایی روستایی و خدمات روستایی به معرض نمایش می‌گذارند.

## علل ترافیک کلانشهرها به منظره گذاشته شد



روز گذشته مناظره‌ای درباره ترافیک در کلانشهرها در شبکه یک برگزار شد. ترافیک در کلانشهرها از جمله مباحثی است که این روزها اعتراض‌های بسیاری به دنبال داشته است بر همین اساس موضوع مورد بحث در برنامه منظره شبکه یک سیما به ترافیک در کلانشهرها اختصاص داشت. امیر جعفرپور، کارشناس حمل‌ونقل سهمیه‌بندی بنزین برای مصارف شخصی را از جمله راهکارهای حل معضل ترافیک در کلانشهرها می‌داند. وی در این باره گفت: ما می‌توانیم با صرفه‌جویی حاصل از کاهش مصرف سوخت در کشور این مبلغ را برای رشد و توسعه ناوگان حمل‌ونقل عمومی اختصاص دهیم.

وی افزود: امروزه در همه کشورهای دنیا با استفاده از دوربین‌های ثبت تخلف و هوشمند تردد خودروها بررسی و مدیریت می‌شود. جعفرپور با اشاره به اینکه من قبول دارم که تعداد ناوگان عمومی کم است اما همین توان فعلی هم که وجود دارد به دلیل بی‌برنامگی و حضور خودروهای تک‌سرنشین، مسیر باز و بدون ترافیکی برای عبور و مرور آنها وجود ندارد و همین موضوع باعث می‌شود کارایی لازم را نداشته باشد.

این کارشناس حمل‌ونقل در ادامه افزود: در کشورهای دیگر به جای برنامه حمل‌ونقل، نسخه حمل‌ونقل دارند و به دنبال تقویت و استفاده از وسایل حمل‌ونقل غیرموتوری هستند. مردم هم در این کشورها علاقه‌مند هستند از وسایل غیرموتوری استفاده کنند.

وی با تاکید بر اینکه مدیریت ناوگان حمل‌ونقل کشور با توجه به شرایط فعلی سخت است، گفت: آمارها نشان می‌دهد که در حال حاضر بهره‌وری ناوگان اتوبوسرانی در کشور کمتر از نصف است. تنها شهر تهران مورد نظر مسئولان و متولیان این بخش است که به نظر باید این دیدگاه اصلاح شود. جعفرپور، کارشناس حمل‌ونقل در پاسخ به سوال بینندگان برنامه گفت: ما به توجه به مطالعاتی که انجام شده است، هیچ‌گاه افزایش قیمت سوخت، افزایش تورم را در پی نخواهد داشت.

#### مسئولان ماسک‌ها را به چشم زده‌اند نه دهان

اقبال شاکری، عضو شورای شهر تهران

از دیگر مهمانان برنامه منظره شبکه یک سیما بود که راهکار حل معضل ترافیک کلانشهرها را، گسترش مترو و اتوبوس‌های تندرو عنوان کرد و در این باره گفت: بحث ترافیک در کشور باعث بروز مشکلات جدی از جمله اتلاف وقت و عدم پیش‌بینی کارها و افزایش آلودگی در سطح شهرها شده است که اگر در بحث حل معضل ترافیک اقدامی انجام شود، باعث حل این مشکلات هم خواهد شد. وی افزود: به نظر من حل این موضوع باید به‌عنوان دغدغه همه مسئولان و متولیان این بخش تبدیل شود زیرا شهرداری به تنهایی نمی‌تواند کاری از پیش ببرد. شاکری با اعتراض به کیفیت خودروهای تولیدی در کشور، گفت: اقدام نامناسبی در خرید خودروهای بی‌کیفیت و بلااستفاده در پارکینگ‌های شرکت‌های خودروسازی بود. این عضو شورای اسلامی شهر تهران گفت: متأسفانه طی روزهای اخیر که شاهد آلودگی هوای تهران بودیم، به جای اینکه ماسک بر دهان‌ها باشد بر چشم‌ها بود. به نظر من تنها راه‌حل این مشکلات عزم ملی است زیرا ۵۰ درصد متروی کشور در دست حاکمیت است که تنها راه این است که همه دست به دست هم دهیم تا این معضل بزرگ در کشور حل شود.

شاکری در پاسخ به سوالی درباره اینکه اعضای شورای اسلامی شهر تهران از ناوگان حمل‌ونقل عمومی استفاده می‌کنند یا خیر،

گفت: بله همه اعضای شورای شهر از این ناوگان استفاده می‌کنند. وی در پاسخ به سوالی دیگر درباره اینکه مال‌ها و مراکز خرید در شهر تهران باعث تشدید ترافیک شده است، اظهار کرد: بله شاید در برخی نقاط باعث تشدید ترافیک و قفل شدن خیابان‌ها شده باشد، اما این ترافیک‌ها نقطه‌ای است.

#### سرعت اقدام مسئولان کند است

محسن پیرهادی، عضو شورای شهر تهران نیز معتقد بود که گسترش مترو و اتوبوس‌های تندرو در سطح شهر عاملی برای حل معضل ترافیک در تهران است و در این باره توضیح داد: ما نباید همه در حال حاضر مشکلی وجود دارد به طور حتم ناشی از اقدامات نادرست مسئولان در این باره است.

وی با اشاره به اینکه در حال حاضر هزار دستگاه اتوبوس فرسوده در کشور داریم، افزود: متأسفانه سرعت اقدامات مسئولان بسیار پایین است و نباید با این شرایط از مردم انتظارات غیرمعمول داشته باشیم.

پیرهادی درباره ناوگان اتوبوسرانی گفت: از سال ۹۱ تا به امروز حتی یک دستگاه اتوبوس هم به شهرداری تحویل داده نشده است؛ با توجه به اینکه فرهنگ و سبک زندگی مردم تغییر کرده و درصد استفاده از ناوگان حمل‌ونقل عمومی بیشتر شده است.

اقدامات شهرداری کافی نیست محسن سرخو، رئیس کمیته حمل‌ونقل شورای اسلامی شهر تهران از دیگر مهمانان برنامه منظره بود که درباره ترافیک کلانشهرها گفت: ترافیک موضوعی است که با آلودگی هوا در کلانشهرها عجین شده و اسناد بالادستی در شورای اسلامی شهر تهران نیز نگاه به این موضوع تدوین شده است. وی درباره این اظهار نظر که باید سوخت افزایش یابد، گفت: درآمد مردم کشور ما به ارز نیست که بخواهیم هزینه‌ها را هم از آنها ارزی دریافت کنیم. یکی از مباحثی که به نظر من در افزایش ترافیک نقش مهمی دارد، حذف سروسری ایاب و ذهاب اداره‌ها و سازمان‌ها در دولت قبل است زیرا تا زمانی که این سروسری‌ها پابرجا بود، خودروی کمتری در سطح شهر تردد داشت و کارمندان سازمان‌ها و اداره‌ها مجبور نبودند با ماشین شخصی خود عبور و مرور کنند و به نظر من باید این رویه اصلاح شود.

وی درباره اقدامات شهرداری در این زمینه گفت: شهرداری اقداماتی در این زمینه داشته، اما این اقدامات کافی نبوده است. سرخو ادامه داد: ما نیازمند فرهنگ‌سازی برای استفاده بیشتر از ناوگان حمل‌ونقل عمومی هستیم. این عضو شورای شهر در پاسخ به سوالی درباره بل‌صدر گفت: احداث بل‌صدر در دوره قبلی شورا انجام شده است و به نظر من هم با هزینه این ساز می‌توانستیم دو خط مترو در شهر احداث کنیم.

## سیاست

### روسیه نشست برجام را در سازمان ملل برگزار می‌کند

برنامه‌ریزی شده که در یکی از ساختمان‌های سازمان ملل برگزار خواهد شد، سرگئی ریابکوف، معاون وزیر خارجه و مذاکره‌کننده ارشد هسته‌های روسیه و آنتون خلپاکوف، مدیر مرکز مطالعات انرژی و امنیت این کشور نیز سخنرانی می‌کنند. روسیه به‌عنوان یکی از پنج عضو دائمی شورای امنیت سازمان ملل و شریک در مذاکرات هسته‌ای با ایران که به توافق برجام و اجرای آن از ۲۷ دی‌ماه ۱۳۹۴ منجر شد، نقش مهمی در اجرای مراحل مختلف آن دارد.



«اشتون کارتر» وزیر دفاع آمریکا در آستانه پایان دوره هشت ساله دولت برحفظ توافق هسته‌ای با ایران تاکید کرد.

هیات نمایندگی روسیه در سازمان ملل در آستانه یک‌ساله شدن اجرای برجام سند توافق هسته‌ای بین ایران و ۵+۱، نشست بررسی دستاوردهای آن را برگزار می‌کند. به گزارش ایرنا، عنوان این نشست که با همکاری مرکز مطالعات انرژی و امنیت روسیه نیمه ماه جاری میلادی برگزار می‌شود، «یک سال روند اجرایی برجام؛ دستاوردها و چشم‌اندازهای توسعه پایدار» است. مهدی سنایی، سفیر جمهوری اسلامی ایران در مسکو روز گذشته در کانال تلگرامی خود نوشت: در نشست

#### تیتراخبار

- اسماعیل گرامی‌مقدم، سخنگوی حزب اعتماد ملی در گفت‌وگو با ایلنا از رد استعفای حجت‌الاسلام کرویی خبر داد.
- حیدرعلی عابدی نماینده مردم اصفهان گفت: یکی از تابلوهای تبلیغاتی که جناح مخالف دولت آن را بسلا برده این است که دولت را در نزد مردم ناکارآمد جلوه دهد و نتیجه بگیرند که در کل اصلاح‌طلبی شکست خورده است.

## جمعه

### طرح لایحه «منع حیوان آزاری» در مجلس

کتابون جهانیگری، فعال محیط‌زیست نیز با بیان اینکه در خصوص بحث حیوان آزاری خلاء قانونی وجود دارد، گفت: لازم است از رئیس سازمان محیط‌زیست در خصوص ورود به این موضوع تشکر کنم. ماده واحده منع حیوان آزاری لایحه‌ای است که از سال گذشته روی آن کار می‌شود و در کارگروه‌های مختلف جلسات متعددی برگزار شده است و ما امیدواریم که نمایندگان مجلس در این خصوص پاسخ مناسب دهند. قانون فرهنگ‌ساز است و می‌تواند عاملی برای کاهش حیوان آزاری شود.

فرهاد دبیری، معاون محیط طبیعی سازمان حفاظت محیط‌زیست گفت که پیش‌نویس لایحه منع حیوان آزاری در کمیسیون لایح مجلس مطرح شده است. به گزارش ایلنا، دبیری توضیح داد: چون این موضوع جنبه حقوقی و قضایی دارد قوه قضاییه هم باید در خصوص آن نظر بدهد. هفته آینده در کمیسیون لایح یک بار دیگر این لایحه مورد بررسی قرار می‌گیرد تا از جهت قضایی و کیفری با قوانین ما منطبق باشد سپس آن را به مجلس می‌فرستیم و امیدواریم نمایندگان مجلس به این موضوع پاسخ مناسب دهند.

#### تیتراخبار

- رحیم عبادی، رئیس سازمان ملی جوانان گفت: منشور حقوق شهروندی برگرفته از اصول متعدد قانون اساسی، سیاست‌های ابلاغی مقام معظم رهبری و مبانی اندیشه‌های امام خمینی(ره) است و اجرای بخشی از مسئولیت‌های رئیس‌جمهوری را تسهیل می‌کند.
- معاونت امور زنان و خانواده نهاد ریاست جمهوری از سال ۹۲ تا مرداد سال ۱۹۹۰۹۵ طرح را با مشارکت سازمان‌های مردم‌نهاد به اجرا گذاشت که بیشتر آنها در زمینه اقتصاد و معیشت خانواده بود.



زمین لرزه ۵٫۱ ریشتری در روستای خنج استان فارس چهار نفر کشته و چهار نفر مصدوم داشت. کشته‌شدگان اتباع افغانستان بودند.

## فرهنگ

### نمایش آثار عباس کیارستمی در داکا

«اینجا کسی نمی‌میرد» به کارگردانی حسین کندری به نمایندگی از سینمای ایران در بخش «سینمای جهان» حضور خواهند داشت. بخش «سینمای کودک و نوجوان» جشنواره فیلم «داکا» نیز میزبان نمایش فیلم‌های «هویت» ساخته مهدی سبط رسول، «پنجره» از رهبر قنبری و «والدایراما» به کارگردانی عباس امینی خواهد بود و در بخش «فیلم‌های کوتاه و مستقل» نیز سه فیلم ایرانی «تعقیب» از آرمن ابراهیمی، «پیرمرد و دوچرخه» به کارگردانی سلیم معزی و «یک روز بعد» ساخته احسان همتی، است. «شفیت شب» ساخته نیکی کریمی، «ناهید» به کارگردانی آیدا پناهنده و «انجمن آرزوها» ساخته گل‌اندام صفری نیز فیلم‌های ایرانی حاضر در بخش «زنان فیلمساز» این رویداد سینمایی خواهند بود و بالاخره فیلم‌های «دلبری» به کارگردانی جلال دهقانی، «آچی» از مرجان اشرفی‌زاده و «گورمدها» به کارگردانی علی مردمی نیز در بخش فیلم‌های معنوی جشنواره فیلم «داکا» حضور خواهند داشت.

جشنواره بین‌المللی فیلم داکا در پانزدهمین دوره‌اش بخش «مرور آثار» این جشنواره را به نمایش چهار فیلم از عباس کیارستمی، سینماگر نامدار ایران اختصاص داده است. در این بخش فیلم‌های «کلوز آپ»، «طعم گیلاس»، «باد ما را خواهد برد» و «کپی برابر اصل» به روی پرده خواهند رفت. به گزارش ایسنا، در پانزدهمین جشنواره بین‌المللی فیلم داکا که امسال که از تاریخ ۱۲ تا ۲۰ ژانویه ۲۰۱۷ (۲۳ دی تا اول بهمن) برگزار می‌شود، فیلم‌های متعددی از ایران حضور خواهند داشت. در بخش «سابقه سینمای آسیا» این رویداد سینمایی طبق اعلام پیشین فیلم‌ها؛ «مالاریا» ساخته پرویز شهبازی، «ابد و یک روز» از سعید روستایی به همراه فیلم‌های «ختر» به کارگردانی رضا میرکریمی و «پاریس تهران» از کاوه اویسی نماینده سینمای ایران خواهند بود. سه فیلم «تا آمدن احمد» به کارگردانی صادق صادق‌دقیقی، «تگرگ و آفتاب» ساخته رضا کریمی و

#### تیتراخبار

- اصغر فرهادی در مراسم اعطای جوایز سالانه انجمن ملی نقد آمریکا که چهارشنبه شب (۱۶) با حضور چهره‌های سرشناس سینمایی در نیویورک برگزار شد، جایزه بهترین فیلم خارجی زبان سال را از دستان «ریکا میلر»، دختر «آرتور میلر»، نویسنده نمایشنامه «مهرگ فروشنده» دریافت کرد.



منظومه‌خوانی جمعی «اودیسه» از کشور یونان در بخش بین‌المللی سی و پنجمین جشنواره تئاتر فجر اجرا می‌شود. به گزارش ایلنا، قرار است در یک فضای چند ملیتی، ۱۲۲ نفر شرکت‌کننده «اودیسه» هومر را بخوانند.

## ورزش

### فدراسیون اختلاف کی‌روش و برانکو را حل می‌کند

«ان‌شاه‌الله فدراسیون فوتبال این مشکل را حل می‌کند.» مهدی تاج، رئیس فدراسیون فوتبال که اخیراً با پرسپولیس‌ها دیدار داشته، عازم دوی شده تا بتواند این مشکلات را حل و مدیریت کند.



در هفته سیزدهم لیگ برتر فوتبال بانوان دیروز بی‌ما با نتیجه ۹ گل بر ۲ توانستند از سد استقلال خوزستان بگذرند.

- تیم منتخب کشتی آزاد کرمانشاه در جام دانکولف بلغارستان شرکت می‌کند.
- شمشیربازان دانشجو برای دومین بار به رقابت‌های یونیورسیاد می‌روند.



باردیگر قصد دارم در مورد خرید آنلاین صحبت کنم. نکته جالب اینکه در این شماره نیز تمرکز اصلی روی یک فروشگاه آنلاین باغبانی است. در واقع پس از خرید خانه جدید و نامید شدن از خرید آنلاین ماشین چمن‌زنی، به فکر تهیه یک سیستم آبیاری مناسب برای حیاط کوچک خانم افتادم. اگرچه از تجربه قبلی چندان رضایت نداشتیم، با این حال باردیگر وسوسه شدم تا خدمات فروشگاه‌های آنلاین را مورد ارزیابی قرار دهم. بدون شک برای ارزیابی مجدد از برندی که در ایده‌های قبل توضیح داده شد استفاده نکردم. این بار سراغ یک برند دیگر رفتم، Crocus نام برند جدیدی بود که قصد آزمایش آن را داشتیم. نکته اصلی که در میان تعداد رو به افزایش فروشگاه‌های آنلاین نظر من را به برند Crocus جلب کرد، شیوه جذاب طراحی آگهی آنلاین تیم تبلیغاتی این برند بود. به عبارت ساده، این برند اصول اساسی طراحی آگهی آنلاین جذاب به همراه خلاقیت را در یکجا گردآورده و توجه هر کاربری را به خود جلب می‌کند.

## ایده

ایده این شماره همان‌طور که در ابتدا توضیح داده شد، براساس عملکرد فروشگاه آنلاین Crocus که در زمینه فروش لوازم باغبانی فعالیت دارد، نوشته شده است. کاری که این برند به خوبی از عهده آن در طراحی آگهی‌های خود برآمده است، تحت تاثیر قرار دادن مخاطب به بهترین شیوه ممکن است. به‌عنوان نمونه اولیه به متن زیر که در مورد گیاهان است، توجه کنید: «فرقی ندارد باغچه شما در چه اندازه‌ای ساخته شده و سلیقه شما برای تزئین آن چیست، وظیفه ما کمک به شماست و ما به این وظیفه خود پایبند خواهیم بود. در راستای بنای باغچه روایی‌تان می‌توانید روی ما حساب کنید. در زمینه تهیه گیاهان موردنظر و همچنین لوازم باغبانی ما در خدمت شما خواهیم بود. اگر قصد طراحی باغچه‌ای رمانتیک، مناسب برای تفریح کودکان‌تان یا باغچه‌ای با طرح گل‌های خوشبو را دارید، طراحان ما در تمام طول ساعات کاری در دسترس شما خواهند بود.»



استفاده فراوان از ضمیر «شما» و «باغچه شما» به خوبی مخاطب را به آگهی این برند جذب خواهد کرد. در واقع همان‌طور که در ایده‌های قبلی توضیح داده شد، استفاده از این ضمیر نقش بسیار زیادی در مجذوب ساختن خوانندگان داشته و برند Crocus به خوبی نسبت به این نکته آگاهی دارد. همچنین با نگاهی به عملیات فوق‌العاده‌ای مانند «فرقی ندارد باغچه شما در چه اندازه‌ای ساخته شده و سلیقه شما برای تزئین آن چیست، وظیفه ما کمک به شماست و ما به این وظیفه خود پایبند خواهیم بود.» و «در راستای بنای باغچه روایی‌تان می‌توانید روی ما حساب کنید» می‌توان به عمق تاثیرگذاری این آگهی پی برد.

آگهی نخست که مورد توجه قرار دادیم، پایان ایده‌پردازی‌های جذاب Crocus نیست. به منظور درک بهتر شاهکار این برند به متن شرکت در زمینه تایید سفارشات توجه کنید: «تیم ما به خوبی از ماهیت فروشگاه‌های اینترنتی آگاه است. خرید از پشت مانیتورهای کامپیوتر برای هیچ‌کس ساده نیست. اغلب ما علاقه‌مند به خرید حضوری هستیم. با این حال برند Crocus معتقد است که توان تغییر این شرایط را دارد. اگرچه برخی شرکت‌ها فضای خرید اینترنتی را با عملکرد ضعیف خود تیره ساخته‌اند، اما با طرح ویژه Crocus شما قادر به پس گرفتن مبلغ خرید خود در صورت عدم رضایت از محصولات خواهید بود.»

این توضیح نسبتاً کوتاه، با وجود آنچه در ابتدا به نظر می‌رسد، شعاری توخالی نیست. اگر تنها یک‌بار از این برند خرید کنید به ماهیت متن فوق پی خواهید برد. در واقع هر شرکتی به منظور جلب نظر مخاطبان و همچنین تبدیل مشتریان معمولی‌اش به خریدارانی ثابت، نیاز به ارائه خدماتی فراتر از سایر برندهای موجود در بازار دارد و Crocus در این زمینه دست روی خدمات پس از فروش گذاشته است.

نکته اصلی این است که در هنگام آغاز فعالیت این سایت، فروشگاه‌های آنلاین به دلیل عملکرد ضعیف‌شان در زمینه خدمات پس از فروش در نگاه مردم جایگاه مناسبی نداشتند. با این حال برند Crocus ثابت کرد که در بدترین شرایط کاری نیز می‌توان با برنامه‌ریزی مناسب به نتایج مطلوب رسید.

## آنچه در عمل باید انجام دهید

- سعی کنید به شکایات مشتریان در حوزه کسب‌وکاری خود توجه کنید. در این صورت قادر خواهید بود به هنگام تاسیس برندان بسیاری از ایرادهای احتمالی را حل کنید.  
- در تبلیغات آنلاین حرف اول را توانایی شما در شخصی‌سازی تبلیغات خواهد زد. در همین راستا لازم است تا از آخرین تکنولوژی‌های موجود به منظور طراحی آگهی اینترنتی‌تان استفاده کنید.

## فرصت امروز

دوم

## نرگس فرجی

nargesfaraj62@gmail.com

کاراکترها نقش مهمی در تبلیغات برندها بازی می‌کنند: کاراکترهایی که حضورشان باعث ایجاد ارتباط میان برند با مخاطبان می‌شوند. شیبا با

## پاستیل، محصولی با مخاطبان بسیار

نعیم تدین، کارگردان، انیماتور و طراح کاراکتر، درباره ایده‌پردازی آگهی‌های تلویزیونی شیبا می‌گوید: تاجایی که اطلاع دارم کمتر کسی هست که به «پاستیل» علاقه نداشته باشد؛ تنوع رنگ و مزه و ژانر! فقط کافی است تصمیم بگیرید یک بسته تهیه کنید بدون اینکه نوع خاصی را در نظر داشته باشید، به محض رسیدن به قفسه آنها مثلاً در یک فروشگاه بزرگ یا درخواست آن از فروشنده فروشگاه محله دچار سردرگمی می‌شوید، کدامیک با خواسته یا سلیقه شما جور در می‌آید؟ یعنی فقط مسئله مزه یا اسانس آنها نیست که مثلا میوه‌ای باشد یا کاراملی یا تریش یا... اینکه چه شکلی هستند هم مهم است و همه اینها بعد از باز کردن بسته به چشم با دهن شما می‌آید. قبل از آن هم بسته‌بندی است که شما را جذب خودش می‌کند و می‌گوید که من کدامیک از چیزهایی هستم که قبلاً تجربه کرده‌ای یا من یکی را تا به حال تجربه نکردی، پس امتحان کن!

بعد از این مقدمه تقریباً طولانی باید بگویم که نه، ایده آگهی شیبا هیچ چیز جدیدی ندارد فقط یک جمله خبری ساده است، «ما پاستیل یا ژله تولید می‌کنیم!» تدین در مورد داستان و روند آگهی‌های مختلف شیبا می‌گوید: در تبلیغ پاستیل نوشابه‌ای احتمالاً ایده، استفاده خلاقانه از تنوع ظاهری پاستیل‌های شیبا بوده، اما به درستی به تصویر کشیده نشده است. قرار است با

تصاویر پیمای را به مخاطب منتقل کنیم، در مورد استفاده از پاستیل حلقه‌های و پاستیل استخوانی به‌عنوان چرخ و محور سوالی ندارم، اما آیا پاستیل نوشابه‌ای درش باز می‌شود؟ آیا با آن می‌شود آتش را خاموش کرد؟ اصلاً منتقل می‌شود آتش گرفته؟ آیا در کل پیام تیزر این است که با استفاده از پاستیل زندگی امن‌تری خواهیم داشت؟ یا از محیط زیست‌مان به خوبی مراقبت می‌کنیم؟ در تیزر پاستیل تم ترسناک هم با مشکل مشابهی مواجه می‌شویم؛ فقط نمای اول چیزی را به بیننده منتقل می‌کند آن‌هم براساس کلیشه‌ای که برای مخاطب آشناست؛ یک قلعه بزرگ و ترسناک. بعد از آن فقط کاراکترهای مختلف (احتمالاً براساس ظاهر تولیدات شیبا) در حال انجام کارهایی نامعلوم هستند. به نظر من به مخاطب یک پیام اشتباه منتقل می‌شود؛ انتظار داشتی یک قهقهه یا اسباب بازی هم تعمیم داد، یک باور غلط دیگر هم هست که چه‌جا

چند تصویر پشت سر هم هستند. آیا باید از خود محصول هم همین انتظار را داشته باشیم؟

## اجرای قابل قبول آگهی‌های تبلیغاتی

تدین درباره اجرای آگهی‌های تلویزیونی برند شیبا می‌گوید: تیزرها از لحاظ تکنیکی اجرای قابل قبولی دارند. فضاسازی‌ها و مدل‌سازی کاراکترها و همچنین متحرک‌سازی آنها خوب و مناسب است. تدین درباره اینکه آیا شیبا به خاطر کاراکتر خود باید تمامی آگهی‌های‌شان را انیمیشن بسازد یا اینکه می‌تواند ترکیبی از آنها را در نظر بگیرد، می‌گوید: اینکه یک برند ترجیح می‌دهد کدام دسته از مخاطبان را برای تیزرش انتخاب کند به سیاست‌گذاری مدیران آن شرکت بستگی دارد. همین مسئله تعیین‌کننده تکنیک و اجرا و از همه مهم‌تر ایده تبلیغ است. شاید شیبا ترجیح داده مخاطب خردسال را در اولویت بگذارد (البته به غیر از تیزر ژله که متفاوت از تیزر پاستیل است) اما من بزرگسال هم پاستیل دوست دارم و یک تیزر هوشمندانه می‌تواند باعث شود خجالت را کنار بگذارم، سرم را بالا بگیرم و برای خودم پاستیل بخرم برای مثال پیشنهاد می‌کنم تیزرهای برند «هاریبو» را در یوتیوب جست‌وجو کنید. تدین درباره اینکه آیا نشان دادن محصول غذایی به‌صورت کارتون می‌تواند مخاطبان را به استفاده یا خرید ترغیب کند یا خیر، می‌گوید: یک باور غلط وجود دارد که می‌گوید کارتون برای بچه‌هاست (این را می‌شود به بازی و اسباب بازی هم تعمیم داد) یک باور غلط دیگر هم هست که چه‌جا

نگاهی به آگهی‌های تلویزیونی انیمیشن برند شیبا با

## سلااام من شیبا هستم..

از جمله برندهایی است که بسیاری از مخاطبان و مشتریان ایرانی با کاراکتر سبزرنگش خاطره دارند. برند شیبا در تمامی آگهی‌های خود از این کاراکتر استفاده و داستان‌هایی را با کمک آن برای مخاطبان نقل می‌کند. چندی است این برند حضور پررنگی در عرصه تبلیغات دارد



فقط جذب کارتون می‌شوند، ولی من فکر می‌کنم مخاطب و حتی کودکان بعد از بسته‌بندی (منظور تکنیک اجرا یا ظاهر آگهی) جذب محتویات (ایده یا داستان آگهی) می‌شوند. تدین در پاسخ به این سؤال که آیا بازی با کاراکتر در آگهی‌ها می‌تواند به آگاهی مخاطبان از برند شیبا کمک کند یا خیر، می‌گوید: استفاده از کاراکتر یک امر مرسوم و جواب گرفته شده است، حتی کمپانی‌هایی که محصولات‌شان را برای بزرگسالان و کارهای جدی تولید می‌کنند هم، از کاراکتر بهره می‌برند، مثل مستر کلین برای محصولات بهداشتی یا فقط جذب کارتون می‌شوند، ولی من فکر می‌کنم مخاطب و حتی کودکان بعد از بسته‌بندی (منظور تکنیک اجرا یا ظاهر آگهی) جذب محتویات (ایده یا داستان آگهی) می‌شوند. تدین در پاسخ به این سؤال که آیا بازی با کاراکتر در آگهی‌ها می‌تواند به آگاهی مخاطبان از برند شیبا کمک کند یا خیر، می‌گوید: استفاده از کاراکتر یک امر مرسوم و جواب گرفته شده است، حتی کمپانی‌هایی که محصولات‌شان را برای بزرگسالان و کارهای جدی تولید می‌کنند هم، از کاراکتر بهره می‌برند، مثل مستر کلین برای محصولات بهداشتی یا

استفاده از کاراکتر یک امر مرسوم و جواب گرفته شده است، حتی کمپانی‌هایی که محصولات‌شان را برای بزرگسالان و کارهای جدی تولید می‌کنند هم، از کاراکتر بهره می‌برند، مثل مستر کلین برای محصولات بهداشتی یا میشلین برای لاستیک اتومبیل. مهم نوع معرفی و جا انداختن آن در ذهن مخاطب است؛ اینکه کاراکتر محصول به چه چیزی معروف شود و چگونه در ذهن مخاطب باقی بماند.

میشلین برای لاستیک اتومبیل. مهم نوع معرفی و جا انداختن آن در ذهن مخاطب است؛ اینکه کاراکتر محصول به چه چیزی معروف شود و چگونه در ذهن مخاطب باقی بماند.

## مراقبت از کاراکتر ارزشمند

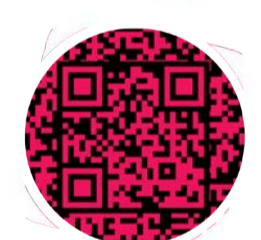
محمد میروهبی، کارگردان و تهیه‌کننده انیمیشن درباره ایده‌پردازی آگهی‌های تلویزیونی شیبا می‌گوید: یاد می‌آید وقتی بچه بودم و آگهی‌های تبلیغاتی شیبا را می‌دیدم از پای تلویزیون تکان نمی‌خوردم. هنوز صدای نریشن آگهی را که می‌گفت سلاام من شیبا هستم... در گوشم می‌شنوم. نمی‌دانم چه عاملی باعث

محصول غذایی به‌صورت کارتون می‌تواند مخاطبان را به استفاده یا خرید ترغیب کند یا خیر، می‌گوید: زمانی که قصد نشان دادن خود محصول را داشته باشیم، باید کاملاً با دقت و رعایت باورپذیری جزئیات سراغ انیمیشن برویم و در صورت عدم توانایی بهتر است از تصاویر رئال استفاده کنیم. میروهبی در پاسخ به این سؤال که آیا بازی با کاراکتر در آگهی‌های شیبا می‌تواند به آگاهی مخاطبان از برند کمک کند یا خیر، می‌گوید: یک شرکت تولیدی زمانی برای معرفی برند خود از کاراکتر استفاده می‌کند که مخاطب با کاراکتر ارتباط برقرار کرده و محصول را دوست داشته باشد. البته کاراکتر هم باید قابلیت عاشق خود کند. همچنین کاراکتر می‌تواند هویت و تاریخچه عمیقی به برند بدهد. کاراکتر می‌تواند از حالت آگهی تبلیغاتی یک محصول خارج و مانند یک عروسک برای بچه‌ها مورد بهره‌برداری قرار بگیرد. حتی از تصاویر آن روی لباس‌ها و لیوان استفاده شود. میروهبی در پاسان می‌گوید: تبلیغ محصولی که کاراکتر دارد، فقط بیان قابلیت‌ها از زبان آن یا ساخت یک آگهی زیبا و بازمه نیست. برای چنین محصولاتی داستان اهمیت زیادی دارد. کاراکتر باید خوب بودن محصول را در قالب داستان بیان کند؛ داستانی که باید در ۳۰ ثانیه روایت و هویت برند در آن حفظ شود و سعی کند جای خود را در قلب مخاطبان باز کند.

درست است که آگهی شاید ۳۰ ثانیه باشد اما وقتی پای کاراکتری در میان است، برند باید بداند که با یک زمان کودکی با آن خاطره داریم و به همین خاطر روی آن حساسیت ویژه‌ای پیدا کرده‌ایم. بنابراین انتظارمان از آن بالا رفته و هر آگهی برای‌مان نمی‌تواند جذاب باشد. وقتی برندی کاراکتری خوب و جذاب با یک سابقه طولانی دارد و مخاطبان زیادی برای آن به‌دست آورده، باید مراقب باشد تصویری به آن لطمه نزند. موقع ساخت آگهی برای شیبا باید دانست که برند کیست؟ از کجا آمده؟ از چه چیزی خوشش می‌آید؟ چرا رنگ کاراکتر سبز است؟

## تلفیق رئال و انیمیشن

میروهبی درباره اجرای آگهی‌های تلویزیونی شیبا می‌گوید: اجرای آگهی‌ها از نظر تکنیکال خوب و قابل‌قبول است. البته می‌توانست از نظر رنگ و لعاب، انیمیت‌ها باورپذیرتر و با اغراق بیشتری باشند. همچنین شیبه‌سازی سیالات و حرکت دوربین‌ها و کات‌ها در آگهی درست انجام نشده است. میروهبی درباره اینکه آیا برندهایی که کاراکتری کارتون دارند، باید آگهی‌های‌شان را انیمیشن ارائه کنند یا خیر می‌گوید: استفاده از انیمیشن برای چنین برندهایی نه خوب است و نه بد. در واقع می‌توان برای محصولی که کاراکتری کارتون دارد، یک آگهی انیمیشن خوب یا یک آگهی رئال بد ساخت اما با تمام این توصیفات استفاده از انیمیشن برای محصول پاستیل که بیشتر مخاطبان آن کودکان هستند، تلفیق رئال و انیمیشن می‌تواند جذاب باشد. به‌خصوص زمانی که محصولی مانند ژله که مادران نیز مشتریان آن هستند، محور آگهی تبلیغاتی باشد. میروهبی در پاسخ به این سؤال که آیا نشان دادن



## ایستگاه تبلیغات



## باشگاهی که پارکینگ اعضایش بیشترین فاصله را تا آن دارد

بدنساز Anytime Fitness اعضایش را در مورد اینکه کجا ماشین‌شان را پارک کنند تحت فشار قرار نمی‌دهد، اما این باشگاه بین‌المللی شبانه‌روزی اعضایش را تشویق می‌کند که حتی قبل از آنکه به تردمیل برسند شروع به پیاده‌روی کنند. به‌عنوان بخشی از یک کمپین جدید، باشگاه مناطق رزرو شده‌ای را در دورترین قسمت‌های پارکینگ‌شان مشخص کرده‌اند. چقدر دور؟ در صورت امکان به اندازه چند زمین فوتبال.

ایده پشت پیام «هر قدم به حساب می‌آید» توسط آژانس GdB به‌عنوان راهی برای زنده کردن دیدگاه برند پیشنهاد شد. Doug deGroot، مدیر بخش خلاقیت آژانس می‌گوید: «آنها باور دارند تمام بحث سلامتی مربوط به تصمیم‌های کوچکی است که در طول روز می‌گیرید. این مسئله ربطی به این ندارد که چند بار در هفته به باشگاه بروید و در آن یک ساعتی که آنجا هستید چه کنید.»

به گزارش ام‌بی‌ان نیوز، پیام پایانی تبلیغ این است: پارکینگ‌های رزرو شده در دورترین فاصله از در باشگاه یکی دیگر از مزیت‌های اعضای باشگاه است که deGroot در مورد آن می‌گوید: «اقدامی بسیار ساده که آنها تقریباً بدون هیچ بولی می‌توانستند انجام دهند و با این حال بسیار متفاوت و خاطره‌انگیز است.»



## تبلیغات خلاق

## What type of man are you?



Introducing the all-new 2017 FIAT 124 Spider. The only turbo-charged two-seater convertible that flirts back.

آگهی معرفی خودروی ۲۰۱۷ فیات - شعار: چه نوع فردی هستید؟

## کافه بازاریابی



## بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی (Social Media Marketing)



وقتی امروز صبح از خواب بیدار شدید، نخستین کاری که کردید چه بود؟ شاید چند دقیقه وقت گذاشتید و مقداری چای یا قهوه نوشیدید و صبحانه میل کردید. شاید هم گوشی موبایل خود را بررسی کردید تا مطالبی که در طول شب برای‌تان آمده، بخوانید. شاید وارد برخی اپلیکیشن‌های خبررسانی شوید یا آخرین عکس‌های ویدیوهای دوستان خود را در اینستاگرام دنبال کنید، شاید هم به تلگرام بروید تا از آخرین پیام‌های مدیرتان باخبر شوید! شما تنها نیستید! اخیراً طبق پژوهشی که بین افراد ۱۸ تا ۳۰ سال صورت گرفته نشان می‌دهد ۹۰ درصد افراد، نخستین کاری که پس از بیدار شدن انجام می‌دهند، بررسی گوشی موبایل خود است، حتی قبل از اینکه از تخت خواب بیرون بیایند!

با رشد فزاینده اینترنت، دنیای بازاریابی هم به دنبال استفاده از ابزارهای اینترنتی رفت. بازاریابی اینترنتی را می‌توان یکی از زیرمجموعه‌های بازاریابی دیجیتال دانست. در دهه اخیر، استقبال بی‌سابقه مردم دنیا از شبکه‌های اجتماعی، مفاهیم جدیدی در حوزه بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی متولد شده است. با توجه به شرایط خاص شبکه‌های اجتماعی (هزینه پایین، ضریب نفوذ بالا، تنوع زیاد و...) بسیاری از سازمان‌ها از تکنیک‌های بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی استفاده می‌کنند. در بسیاری از سازمان‌ها واحد، بخش یا کارشناسی با عنوان «بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی» اضافه شد.

در ایران نیز شبکه‌های اجتماعی بسیار مورد استقبال واقع شده است تا جایی که برخی آمارها نشان می‌دهد ایرانیان جزو پنج کشور اول دنیا در استفاده از شبکه‌های اجتماعی هستند. با این حال در حوزه بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی هنوز در ابتدای راه هستیم. کتاب «بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی» که به قلم پروفیسور مایکل سولومون و پروفیسور آلن توتن نوشته شده است، یکی از برترین و پر فروش‌ترین کتاب‌های جهان در این حوزه است که در سال ۲۰۱۴ توسط انتشارات «دکتر کامبیز حیدرزاده» و «علی مریخ‌زاد اصل» در سال ۱۳۹۵ توسط نشر علم با ترجمه فارسی منتشر شده است. این کتاب برای کلیه کسانی که دنبال کسب درآمد از شبکه‌های اجتماعی هستند، مناسب است! همچنین مطالعه آن به صاحبان کسب‌وکار، فعالان صنعت و دانشجویان کارشناسی ارشد و دکتری کسب‌وکار هم توصیه می‌شود.



با خواندن این کتاب متوجه می‌شویم تصویر ذهنی و کارکرد ما از شبکه‌های اجتماعی (مانند شبکه اینستاگرام)، تنها بخش کوچکی از دنیای مفاهیم و ابزارهای آن است. در این کتاب ابتدا مفاهیم کلی بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی مورد بررسی قرار می‌گیرد. در ادامه ارتباط مصرف‌کننده با شبکه‌های اجتماعی و بازاریابی محتوا (Content Marketing) بررسی می‌شود. سپس بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی به چهار حوزه تقسیم می‌شود:

- انجمن اجتماعی (Social Community): شبکه‌های اجتماعی، عکس، متن، ویدئو
- نشر اجتماعی (Social Publishing): اشتراک‌گذاری، تولید محتوا توسط کاربر
- سرگرمی اجتماعی (Social Entertainment): بازی، موسیقی، هنر
- تجارت اجتماعی (Social Commerce): اپلیکیشن، مشتری، خرده‌فروشی

در نهایت پژوهش در شبکه‌های اجتماعی (روش شبکه‌نگاری (Netnography)) و اندازه‌گیری دستاوردهای بازاریابی در شبکه‌های اجتماعی، مورد بررسی قرار می‌گیرد. به‌طور کل با این کتاب می‌توانید دیدگاه جدیدی درباره شبکه‌های اجتماعی پیدا کرده و تنها یک کاربر ساده نباشید!

## نگاهی به کمپین مدارس محصول پاپ دنت

## روش جدید بازاریابی در مدارس



محصول در بین کودکان می‌کنند. همچنین توضیحات مختصری از فواید استفاده به کودکان گفته می‌شود.

محصول در بین کودکان می‌کنند. همچنین توضیحات مختصری از فواید استفاده به کودکان گفته می‌شود.

محصول در بین کودکان می‌کنند. همچنین توضیحات مختصری از فواید استفاده به کودکان گفته می‌شود.

محصول در بین کودکان می‌کنند. همچنین توضیحات مختصری از فواید استفاده به کودکان گفته می‌شود.

محصول در بین کودکان می‌کنند. همچنین توضیحات مختصری از فواید استفاده به کودکان گفته می‌شود.

محصول در بین کودکان می‌کنند. همچنین توضیحات مختصری از فواید استفاده به کودکان گفته می‌شود.

کانال رسمی صفحات مدیریتی  
روزنامه فرصت امروز  
telegram.me/adsforsat

## بازاریابی از نگاه معلم بازاریابی

## سلسله درس‌های بازاریابی و فروش (۱۰)



دکتر پرویز درگی

یکی از سوال‌های مهمی که همواره در حوزه بازاریابی و فروش مطرح می‌شود این است که ارزش چیست؟ ارزش به زبان ساده مطلوبیت نهایی است که نصیب مشتری می‌شود. ارزش مقایسه بین هزینه‌هایی است که مشتری می‌پردازد در مقابل فایده‌هایی که دریافت می‌کند. به عبارتی مشتری می‌گوید چی دام؟ چی گرفت؟ و در نهایت چی برای من ماند؟

هزینه‌های مشتری به چهار دسته بخش‌بندی می‌شوند: هزینه‌های مالی، در واقع میزان پول یا شبه‌پولی است که مشتری پرداخت می‌کند. هزینه زمان و وقتی است که او صرف می‌کند تا محصول را دریافت کند. هزینه انرژی به مجموع انرژی که برای این دواستد صرف می‌کند و در نهایت هزینه روانی که به مواردی چون استرس، دلشوره و نگرانی مشتری اطلاق می‌شود مثل استرس اینکه آیا محصول به موقع می‌رسد؟ آیا کیفیت لازم را دارد؟ گارانتی آن واقعی است یا خیر؟ و...

حالا کاری که ما بازاریابان باید انجام دهیم این است که به این فکر کنیم که چگونه می‌توانیم این هزینه‌ها را برای مشتری کم کنیم. بازاریابی باید بتواند زندگی را برای مشتری راحت‌تر و آسان‌تر و کم‌هزینه‌تر کند.

اما فایده‌ها نیز به چهار دسته بخش‌بندی می‌شوند: فایده اصلی که به هسته محصول و دلیل تهیه محصول مربوط می‌شود. گوشی تلفن همراه می‌تواند که بتوانیم خوب و راحت تماس بگیریم، اما همین گوشی می‌تواند فایده‌های جانبی هم داشته باشد مثل عکاسی، ضبط صدا، ماشین حساب و... به نظر امروزه شرکت‌ها نباید خیلی روی کارکردهای مربوط به فایده اصلی محصول مانور دهند، به عبارتی آنها دیگر نیاز پایه هستند و باید باشند و با کیفیت مدنظر مشتری متناسب با هزینه‌ای که داده است عمل کنند. بیشتر امروز رقابت بر سر سایر فایده‌ها از جمله فایده‌های جانبی است. البته مباحثی مثل تصویر ذهنی و ارتباطات هم مهم هستند. تصویر ذهنی یعنی اینکه ما چه برداشتی در روح و روان مشتری را سبب می‌شویم؟ آنها چه تصویری از ما دارند؟ این تصویر رفتارهای خرید بعدی مشتری را شکل می‌دهند. آیا به ما مراجعه کند یا خیر؟ آیا برای برند ما تبلیغ کند یا خیر؟ آیا مشتری وفادار می‌شود یا خیر؟ و همچنین ارتباطات دوسویه‌ای که سازمان بستر آن را برای مشتری فراهم می‌کند و به سوالات و خواسته‌های معقول پاسخ می‌دهد نیز در شکل‌گیری فایده مهم هستند. حال وظیفه بازاریابی این است که چگونه بتواند فایده‌های چهارگانه فوق را برای مشتری افزایش دهد. به این فعالیت کاهش هزینه‌های چهارگانه و افزایش فایده‌های چهارگانه، مهندسی ارزشی می‌گوئیم. یعنی می‌خواهیم مطلوبیت نهایی را که مشتری حاصل می‌کند بیشتر و تحلیل کنیم و اندازه‌گیری کنیم و ببینیم چگونه می‌توانیم ارزش را نسبت به رقبا ارتقا دهیم. پس ارزش ملاک انتخاب مشتری است. او ارزشی را که می‌بیند می‌کند یا می‌داند که ارزشی است که از رقبا تصور می‌کند یا می‌داند که ارزشی است و سپس شرکت مربوطه را انتخاب می‌کند.

زنجیره ارزش آفرینی که شامل تامین‌کنندگان، تولیدی یا بازرگانی، واسطه‌های بزرگ و کوچک تا مشتری و در نهایت مصرف‌کننده می‌شود، می‌تواند در هر گام که به مصرف‌کننده نزدیک می‌شود ارزشی را اضافه کند، به همین علت به آن زنجیره ارزش آفرینی می‌گوئیم. پس لازم است شرکت دارای برند، خودش را در کل زنجیره ارزش آفرینی مسئول بداند و فقط به کارکردهای درون شرکتش فکر نکند. مثلاً اینکه شرکت مسئول تهیه مواد اولیه مناسب است. شرکت، مسئول عملکرد نیروهای نماینده فروش است. در مشاوره‌هایی که با یکی از برندهای معروف فست‌فود داشتیم به این نتیجه رسیدیم آنهایی که شعبات هستند میزان خوشنودی مشتری بالاست چون نیروها از یک فیلتری گذر کرده‌اند و مراحل جذب و آموزش و پرورش به خوبی رعایت شده است. اما آنهایی که نمایندگان فعالیت می‌کنند به جهت اینکه استانداردهای لازم شرکت رعایت نشده است میزان رضایت مشتریان بالا نیست. پس شرکت‌ها نباید تصور کنند چون نماینده گرفته‌اند پس تمام مسئولیت را به آنها واگذار کرده‌اند. در هر حال برند متعلق به شرکت است و مردم برند را می‌شناسند و برای آن قضاوت، تبلیغ یا خرابکاری می‌کنند.

## از میان خبرها

## اعلام آخرین مهلت ارسال آثار به «جشنواره برترین‌های تبلیغات ایران»

دبیرخانه جشنواره برترین‌های تبلیغات ایران (جشنواره ملی تبلیغات) طی اطلاعیه‌ای آخرین مهلت ارسال آثار را به جشنواره برترین‌های تبلیغات ایران اعلام کرد. بنابر این گزارش کانون‌های تبلیغاتی، روابط عمومی‌ها و برندها حداکثر تا ۳۰ دی‌ماه فرصت دارند نسبت به ارسال آثار در رشته‌های دیجیتال، تبلیغات دیناری و شنیداری، تبلیغات حمایتی و چاپی، تبلیغات محیطی و مستقیم، تبلیغات یکپارچه و کمپین‌ها، طراحی و برندینگ، مطالعات و تحقیقات مرتبط با تبلیغات و فعالیت‌های روابط عمومی در بخش اصلی و نیز آثار تبلیغاتی مرتبط با اقتصاد مقاومتی، مسئولیت اجتماعی و تبلیغات فرهنگی و خدمات عمومی در بخش ویژه به دبیرخانه اقدام کنند. این دبیرخانه افزود: تا ۱۵ بهمن ماه، سه برابر آثار قابل معرفی انتخاب‌شده و به‌عنوان نامزدهای دریافت شاهین و دیپلم افتخار معرفی خواهند شد.

خاطر نشان می‌سازد در مراسمی که در روز ۲۵ بهمن‌ماه در مرکز همایش‌های صداوسیما برگزار خواهد شد، به اثر اول شاهین طلایی، به اثر دوم شاهین نقره‌ای، به اثر سوم شاهین برنزی و به اثر چهارم دیپلم افتخار اعطا خواهد شد.

صورت مناسب بودن سایر آمیخته‌های بازاریابی (کیفیت، قیمت و توزیع محصول) یک کمپین بازاریابی موفق را رقم زد.

این کارشناس در مورد کانال‌های ترغیب این رویداد می‌گوید: کانال‌های ترغیب این رویداد در فضای واقعی مدارس مقطع دبستان پنج شهر بزرگ هستند و در فضای مجازی با استفاده از رویداد برگزار می‌شود و قابلیت‌های اینستاگرام سعی در ادامه رویدادهای برگزار شده و تثبیت در ذهن مشتری می‌شود.

توزیع در مدارس ابتدایی در ادامه علی شریفی‌بیشه، مدیریت عامل شرکت طرح و ایده باروک، مجری این کمپین در مورد جزئیات طرح به «فرصت امروز» می‌گوید: محصول دنت پاپ با سه طعم شکلاتی، توت فرنگی و موزی یکی از مقوی‌ترین میان‌وعده‌هاست که با توجه به اینکه از شیر بدون چربی، گاو استفاده می‌شود برای سلامتی و رشد کودکان بسیار مفید است. از آنجا که مخاطبان اصلی این محصول کودکان هستند، طراحی جذاب محصول و طعم‌های متفاوت محصول با ذائقه و سلیقه کودکان همسو است و کلیه اهداف برندینگ و مارکتینگ این محصول نیز برای کودکان در نظر گرفته شده است. کمپین مدارس پاپ دنت در چهار شهر اصلی تهران، اصفهان، شیراز و مشهد است که سفیران برند دنت ضمن مراجعه به مدارس ابتدایی اقدام به توزیع رایگان

واسطه با مصرف‌کنندگان و بعضا مشتریان محصول در محیطی امن و قابل اعتماد، تنها در محیط مدرسه میسر است. ضمن اینکه انتخاب مدارس شهرهای بزرگ و از نظر اقتصادی برخوردار که در زمینه مصرف، نقش الگو و مرجع را ایفا می‌کنند نیز می‌تواند به سرعت انتشار پیام تبلیغاتی کمک کند.

تحت تاثیر قراردادان میلیون‌ها مصرف‌کننده او در پاسخ به این پرسش

مهم‌ترین مزیت رقابتی این طرح انتخاب مکان مدرسه است چرا که ارتباط مستقیم و بدون واسطه با مصرف‌کنندگان و بعضا مشتریان محصول در محیطی امن و قابل اعتماد، تنها در محیط مدرسه میسر است. ضمن اینکه انتخاب مدارس شهرهای بزرگ و از نظر اقتصادی برخوردار که در زمینه مصرف، نقش الگو و مرجع را ایفا می‌کنند نیز می‌تواند به سرعت انتشار پیام تبلیغاتی کمک کند

که جامعه هدف چه کسانی بودند؟ کودکان مدرسه‌ای یا والدین آنها؟ می‌افزاید: جامعه هدف این طرح خود مصرف‌کنندگان یعنی کودکان بین ۷ تا ۱۲ سال هستند و همان‌طور که اشاره شد علاوه بر نقش مصرف‌کننده می‌توانند نقش مشتری و خریدار را نیز ایفا کنند. با توجه به جمعیت ۷ میلیونی دانش‌آموزان در مقطع دبستان و جمعیت حدود ۱۳ میلیونی والدین ایشان، می‌توان با برگزاری چنین رویدادی در صورت پوشش حداکثری حدود ۲۰ میلیون مصرف‌کننده و مشتری این گروه محصول را تحت تاثیر قرار داد و در

ارتباط مستقیم و بدون واسطه او در خصوص مزیت رقابتی چنین روشی و معرفی محصول در مدارس ادامه می‌دهد: مهم‌ترین مزیت رقابتی این طرح انتخاب مکان مدرسه است، چرا که ارتباط مستقیم و بدون

کار تابل

توصیه‌هایی کاربردی برای مدیران (۸۱)  
نحوه تصمیم‌گیری در برابر مشکلات  
را به سایرین آموزش دهید



امیر آل علی

این بخش می‌تواند پرکاربردترین قسمت برای مدیران باشد. بدون شک هر مدیری از مشغله کاری بالایی برخوردار است و همین امر باعث می‌شود آنان فرصت زیادی برای تعامل با سایر افراد حاضر در شرکت نداشته باشند. با این حال همواره پیش آمده که افراد وارد دفتر مدیر شده و از وی در انجام کارها مشورت یا کمک بخواهند. برای مثال ممکن است شرکتی با مشکل مواجه شود و مسئول آن بخش فوراً به دفتر مدیر مراجعه کند. حال اگر بخواهد از اول توضیح دهد که دقیقاً چه شده است و چرا این اتفاق رخ داده، زمان زیادی از دست خواهد رفت. اگرچه مشورت گرفتن یا درخواست کمک از مدیر چندان بد نیست و بیانگر آن است که تمامی بخش‌ها به تصمیمات مدیر شرکت اطمینان زیادی دارند اما برای همه موارد نباید وقت مدیر را گرفت. به همین خاطر لازم است به فکر راه‌حلی برای آن باشید.

**ایده**

اغلب از خود مدیران شنیده می‌شود که صبح تا عصر مشغول امور بوده و با این حال نمی‌توانند به همه مسائل سازمان و اداره تحت امر خود رسیدگی کنند. همچنین کارکنان سازمان به دلیل عدم سهولت دیدار وی، آزرده خاطرند. افراد متفرقه یا ارباب رجوع هم با دیدن تابلوی نصب شده در دفتر منشی مدیران مبنی بر پذیرش آنان در روزهای به‌خصوص، احساس خوشایندی ندارند. برخی مدیران اظهار می‌کنند که گرفتاری آنها بیش از اندازه است و باید به همه چیز، خودشان رسیدگی کنند تا از گردش کار مطمئن شوند. برخی از آنها کیفی پر از پرونده‌های اداری و میز کاری مملو از نامه‌ها و پوشه‌های اداری دارند. به طور خلاصه مسئله از این قرار است که اغلب مدیران مشغله بیش از اندازه‌ای دارند، بنابراین هم خود از وضعیت خود ناراضی هستند و هم کارکنان، مراجعه‌کنندگان و حتی خانواده‌های آنان. با این اوصاف به احتمال زیاد می‌توان نتیجه گرفت که کارایی آنان هم ضعیف است چون با این همه مشغله، مشکل است بتوان کار مشخصی را به طور تمام و کمال به پایان رساند. با این حال آیا لازم است همه کارها را مدیران به تنهایی انجام دهند؟

این امر در واقع پرسشی است که لازم است به آن پاسخ داده شود. با توجه به این مسئله که حجم کاری مدیران به قدر کافی بالاست به همین خاطر لازم است از مواردی که به این حجم می‌افزاید جلوگیری شود. یکی از این موارد میزان مراجعه زیاد به مدیران است. بدون شک هر شرکتی با مشکلات ریز و درشتی در بخش‌های مختلف مواجه خواهد شد که ضرورتی ندارد همگی آنها در همان لحظه به مدیر گزارش شود و بهتر است مسئول آن بخش خود فکری بر سر رسیدگی به آن کند و در فرصت مناسب و تصمیم خود را برای مقابله با آن مشکل گزارش دهد. با این حال لازم است مدیران جلسات آموزشی را برای نحوه رویارویی با مشکلات برای مدیران هر بخش ترتیب دهند تا از تصمیمات اشتباه و نادرست آنان جلوگیری شود. اما زیاد مدیرانی هستند که:

- ۱- مایلند اکثر تصمیمات را خود اتخاذ کنند و بقیه تصمیمات نیز با اطلاع و مطابق سلیقه آنان انجام شود.



۲- خودشان را نسبت به همه کارکنان لایق‌تر و کاردان‌تر می‌پندارند، از این رو تصور می‌کنند با دخالت در هر کاری، تاثیر مثبتی بر جای می‌گذارند.

۳- برداشت صحیحی از نظارت و کنترل نداشته و آن را صرفاً به حساب کشیدن از کارکنان یا اطلاع از نحوه انجام وظیفه آنها می‌پندارند. به‌عنوان مثال مدیری که طی بخشنامه‌ای از کلیه واحدها می‌خواهد نسخه مکاتبات خود را جهت اطلاع به وی ارسال کنند، به خیال خود درصدد کنترل آنهاست در حالی که پس از اندک مدتی در داخل کوهی از نامه‌ها گرفتار خواهد شد و علاوه بر آن، قسمت‌ها را نیز نسبت به خود بدبین خواهد کرد.

۴- مدیران دیگری را برای پذیرش مسئولیت تربیت نکرده‌اند و بنابراین تعداد افراد شایسته و با صلاحیت به‌ویژه از دیدگاه مدیران این سازمان‌ها کم هستند.

**آنچه در عمل باید انجام دهید**

همواره بر مشغله بودن یک ویژگی مثبت برای مدیران محسوب نمی‌شود. لازم است به سایرین نیز اطمینان داشته باشید و فرصت را برای بروز توانایی‌های‌شان ایجاد کنید.

برای مطالعه ۶۱۱ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت [clinic.forsatnet.ir](http://clinic.forsatnet.ir) مراجعه کنید.

کلینیک کسب‌وکار

پرسش: مدیریت چندین حوضچه پرورش ماهی را برعهده دارم. کسب‌وکار علاوه بر عرضه محصول زنده، آنها را در بسته‌بندی‌های مختلف منجمد و به بازار عرضه می‌کنم. بازار محصولاتی که کسب‌وکارم تولید می‌کند، پررقیب است و طبق تحقیقات به عمل آمده جزو نخستین انتخاب مشتریان نیز محسوب می‌شود. چند وقتی است با مشورت مشاوران بازاریابی تصمیم به اجرای تبلیغات گرفته‌ام. آنها عنوان می‌کنند که بهتر است از شیوه تبلیغات مقایسه‌ای استفاده کنید و کیفیت محصولات را با رقبا مقایسه کنیم. به نظر تان شیوه پیشنهاد شده مناسب محصولات کسب‌وکار ما خواهد بود. لطفاً در این باره راهنمایی کنید؟

تبلیغات مقایسه‌ای

**پاسخ کارشناس:** هدف اصلی تبلیغات مقایسه‌ای، اعلام، تثبیت خدمت و کیفیتی است که کسب‌وکاری دارد و مابقی رقبا از ارائه آن ناتوان هستند. به نوعی کسب‌وکاری از این شیوه بهره‌برداری می‌کند که محصولاتش علاوه بر قابلیت اولیه، فاکتوری جدا برای عرضه به مخاطبان دارد. اگر کسب‌وکار با تحقیقات مختلف مطمئن است که بردش نخستین بازار است،

بهرتر است از این شیوه استفاده نکند چون در این حالت کسب‌وکار برای محصولات خود رقبایی را در ذهن مخاطبان شکل می‌دهد و به این صورت اعتبار خود را کاهش می‌دهد اما اگر کسب‌وکاری که مخاطبان همیشه آن را به‌عنوان برندی چالش‌گر در بازار می‌شناسند، می‌تواند با بهره‌برداری از این شیوه مزایای زیادی را به‌دست بیاورد. همچنین استفاده از این شیوه تبلیغاتی خطراتی هم دارد. برند چالش‌گری که می‌خواهد از این شیوه بهره‌برداری کند، باید مراقب باشد در حالت مقایسه با رهبر بازار چیزی نگوید که نتواند به آن عمل کند چون

گفت‌وگوی مدیریتی «فرصت امروز» با محمد بهمن، کارآفرین نمونه کشور در بخش شیلات

از شکست نترسیدم، موفق شدم

غزال بابایی

ایجاد شغل و کسب درآمد همیشه یکی از موضوعات و البته چالش‌های پیش روی افراد به حساب می‌آید. تعدادی از افراد جوانی کار توسط دولت بر سر کار می‌روند و برخی دیگر

نیز کسب‌وکار جداگانه‌ای برای خود راه‌اندازی می‌کنند. محمد بهمن از آن دسته افرادی است که کسب‌وکار خود را به‌صورت جداگانه آغاز کرده و در میانه راه به فکر گسترش شغل خود افتاده است. وی معتقد است که هر شکست یک تجربه برای موفقیت‌های بعدی محسوب

نیز کسب‌وکار جداگانه‌ای برای خود راه‌اندازی می‌کنند. محمد بهمن از آن دسته افرادی است که کسب‌وکار خود را به‌صورت جداگانه آغاز کرده و در میانه راه به فکر گسترش شغل خود افتاده است. وی معتقد است که هر شکست یک تجربه برای موفقیت‌های بعدی محسوب



۱۲۰ هزار تومان در یک فضای کوچک ۱۰۰۰ پچه ماهی خریداری کردم تا کار خود را کلید بزنم. روزی که تصمیم به شروع کار گرفتم مطمئن بودم که یک روزی موفق خواهم شد اما از زمان دقیق آن اطلاع نداشتم. برای اینکه این زمان را کوتاه کنم و درآمد خودم را افزایش بدهم تلاش بیشتری انجام دادم و علاوه بر پرورش ماهی به ساخت دستگاه مایه‌ریزی نیز روی آوردم تا بتوانم در رشته خود کار را گسترش دهم. از سوی

نوم و هر بار شکست را برای خود تجربه‌ای بزرگ تلقی می‌کردم. البته از این موضوع که موفق شدم چیزی فراموش نشدم. کار خود را بیشتر پیش بردم. من در طول مدت فعالیت سه ساله خود بیشتر از ۳۰ بار در بخش‌های مختلف شکست خوردم و وقتی به خانه بازمی‌گشتم بسیار مایوس و ناراحت بودم، اما از فردای آن روز همه چیز برابرم نبود و دوباره تلاش خود را کلید می‌زدم.

من مخترع دستگاه حذف ذرات معلق، دستگاه تهیه هوا در حوضچه و دستگاه پروتئین گیر و دستگاه اکسیژن‌ساز هستم. برای ساخت هر کدام از این محصولات بارها تلاش کردم تا بالاخره موفق شدم. کار خود را تنهایی آغاز کردم اما اکنون بیشتر از ۱۰ نفر در دستخرد پرورش ماهی مشغول به کار هستند.

بگیرید و باید برای کسب مقام بهتر تلاش مضاعف داشته باشید. زمانی که فردی قرار است یک کسب‌وکاری را برای خود راه بیندازد بهترین راه این است که از زیر و بم کار آگاه باشد. همه کارها سخت اما برخی مشاغل سخت‌تر و تحقیق در این زمینه قبل از شروع فعالیت باید به‌صورت کامل انجام شود.

دیگر با افزایش روزافزون جمعیت و نیاز به غذا و مواد پروتئینی، جایگاه تولید و پرورش ماهی در آب‌های داخلی و بهره‌برداری بهینه از منابع آبی در دسترس روز به روز آشکارتر می‌شود. اهمیت این موضوع با توجه به نقش مصرف گوشت ماهی در تامین سلامت افراد و همچنین مقایسه سرانه اندک مصرف آن در قیاس با ممالک توسعه‌یافته عیان‌تر

من مخترع دستگاه حذف ذرات معلق، دستگاه تهیه هوا در حوضچه و دستگاه پروتئین گیر و دستگاه اکسیژن‌ساز هستم. برای ساخت هر کدام از این محصولات بارها تلاش کردم تا بالاخره موفق شدم. کار خود را تنهایی آغاز کردم اما اکنون بیشتر از ۱۰ نفر در دستخرد پرورش ماهی مشغول به کار هستند.

**کسانی که قصد دارند در کارشان موفق شوند باید از شکست هراس نداشته باشند. شکست در هر شغلی بخشی از کار است اما همه از آن می‌ترسند و مواجه شدن با این موضوع را در حاشیه قرار می‌دهند اما من این گونه نبودم و هر بار شکست را برای خود تجربه‌ای بزرگ تلقی می‌کردم. البته از این موضوع شاد نبودم اما زمانی که موفق شدم همه چیز فراموش شد و کار خود را بیشتر پیش بردم**

همچنین توقعات خود در شغل را باید مورد توجه قرار دهد. ممکن است برخی افراد تصورشان از شغلی که قرار است وارد آن شوند با آن کاری که انجام می‌دهند تفاوت اساسی داشته باشد. البته این بخش نیز در درون همان تحقیقات خلاصه می‌شود.

**اگر شما به گذشته برگردید باز هم وارد همین شغل می‌شدید؟**

من در کارم موفق بودم و دلیلی نمی‌بینم که بخواهم شغل دیگری را انتخاب کنم. البته برای این موفقیت زحمات و مشقت‌های زیادی کشیدم اما برای من نتیجه کاری را نباید دست‌کم

دیگر با افزایش روزافزون جمعیت و نیاز به غذا و مواد پروتئینی، جایگاه تولید و پرورش ماهی در آب‌های داخلی و بهره‌برداری بهینه از منابع آبی در دسترس روز به روز آشکارتر می‌شود. اهمیت این موضوع با توجه به نقش مصرف گوشت ماهی در تامین سلامت افراد و همچنین مقایسه سرانه اندک مصرف آن در قیاس با ممالک توسعه‌یافته عیان‌تر

ببینید پشتکار و ایمان به هدفی که دنبال می‌شود یکی از رمزهای موفقیت به حساب می‌آید، اما این برای همه مشاغل مشترک است. به نظر من کسانی که قصد دارند در کارشان موفق شوند باید از شکست هراس نداشته باشند. شکست در هر شغلی بخشی از کار است اما همه از آن می‌ترسند و مواجه شدن با این موضوع را در حاشیه قرار می‌دهند. اما من این گونه

مدیریت امروز

شرکت‌های موفق در اجرای برنامه‌های وفاداری، دارای چه ویژگی‌هایی هستند؟



مدیران برندها و کسب‌وکارهایی که به دنبال اجرای برنامه‌های وفاداری هستند، همواره با یک سوال اساسی و مهم روبرو هستند. آنها علاقه‌مند هستند بدانند شرکت‌هایی که در اجرای برنامه‌های وفاداری به موفقیت دست می‌یابند و نتایج خوبی کسب می‌کنند، دارای چه شرایط و ویژگی‌هایی هستند؟ و آیا کسب‌وکارهای آنها دارای چنین ویژگی‌هایی است؟

به دلیل تکرار این سوال توسط مشتریانی که در جلسات مشاوره ما شرکت می‌کنند، تصمیم گرفتیم مهم‌ترین ویژگی‌هایی را که کسب‌وکارها جهت موفقیت در اجرای برنامه‌های وفاداری باید دارا باشند در این مقاله به‌صورت یکپارچه ارائه کنیم. برنامه‌های وفاداری در تمامی صنایع و کسب‌وکارها قابلیت اجرا و پیاده‌سازی دارند اما تجربیات ما در اجرای برنامه‌های وفاداری متعدد در کسب‌وکارهای گوناگون بیانگر آن است که سه ویژگی اساسی وجود دارد که اگر در هر کسب‌وکاری وجود داشته باشد، به طور حتم اجرای برنامه وفاداری در آن کسب‌وکار با موفقیت همراه خواهد بود.

۱. ارائه محصولات یا خدمات دارای فروش تکرارپذیر در بازه زمانی کوتاه‌مدت:

کسب‌وکارهای دارای محصولات یا خدماتی که مشتریان در بازه‌های زمانی کم یا متوسط مجبور به تکرار خرید از آنها هستند، دارای یکی از مهم‌ترین ویژگی‌های مورد نیاز جهت موفقیت در اجرای برنامه‌های وفاداری هستند.

به طور عمومی، عرضه‌کنندگان کالاها و خدماتی که بیش از دو بار در یک سال مورد نیاز مصرف‌کنندگان است، در این گروه جای خواهند گرفت.

به‌عنوان نمونه سوپرمارکت‌ها، فروشگاه‌های کیف و کفش، سالن‌های آرایش و زیبایی، رستوران‌ها، مجموعه‌های ورزشی و... در این گروه قرار دارند. هنگامی که کالا و خدمات شما در فواصل زمانی متوسط مورد نیاز مشتریان است، شما می‌توانید با اجرای یک برنامه وفاداری مناسب، فواصل مراجعه مشتریان را کم کنید یا با ارائه امتیاز به مشتریان تسهیل آنها بابت عدد ریز بار خرید، از مراجعه آنها به رقبای خود جلوگیری کنید. هر چه تعداد دفعات مراجعه مشتریان را با استفاده از برنامه وفاداری خود افزایش دهید، مطمئن باشید که میزان وفاداری آنها به برند و کسب‌وکار شما بیشتر خواهد شد.

۲. ارائه محصولات یا خدمات دارای حاشیه سود بیش از ۱۰ درصد:

یک برنامه وفاداری خوب برنامه‌ای است که در هر بار خرید مشتریان، بخشی از مبلغ خرید را به‌عنوان امتیاز یا پاداش به مشتریان بازگرداند. میزان این امتیاز و ارزش مادی هر امتیاز باید به کمک دپارتمان مالی کسب‌وکارها تعیین شود اما به طول معمول کسب‌وکارها عددی بین یک الی ۳ درصد از رقم فروش محصولات و خدمات باشد که به‌عنوان امتیاز به مشتریان خود بازمی‌گرداند.



در کسب‌وکارهایی که دارای حاشیه سود بیش از ۱۰ درصد هستند، ارائه این عدد در بلندمدت آنها را دچار مشکل نسبی نخواهد کرد اما چنانچه حاشیه سود کسب‌وکاری کمتر از ۱۰ درصد باشد، شاید اجرای برنامه وفاداری در قالب ارائه امتیاز مادی به مشتریان، برای آن مناسب نباشد و در بلندمدت بر سودآوری کسب‌وکار تاثیر منفی داشته باشد.

۳. وجود رقبای بسیار:

به طور معمول و براساس تجربیات گذشته باید به این نکته اشاره کنیم، برنامه‌های وفاداری در صنایعی که رقبای بسیاری مشغول فعالیت هستند کارایی بیشتری خواهد داشت. به‌عنوان نمونه در ایالات متحده با گسترش رقابت در صنعت خرده‌فروشی، روزبه‌روز بر تقاضای اجرای برنامه‌های وفاداری افزوده می‌شود.

منطقی است که با شدت گرفتن رقابت‌ها، شرکت‌ها به دنبال حفظ مشتریان خود و پیاده‌سازی راهکاری خواهند بود که از جذب مشتریان توسط رقیب، جلوگیری کند، بنابراین کسب‌وکارها با اشتیاق فراوان به سمت اجرای برنامه‌های وفاداری خواهند رفت و این اشتیاق و جدیت سبب موفقیت برنامه‌های وفاداری خواهد شد.

ارتباط با نویسنده:  
[Me@alirezajafari.com](mailto:Me@alirezajafari.com)



Samsung	
مدل تبلت	قیمت (تومان)
TAB3 P5200	۱,۳۳۲,۵۶۸
NOTE3 P601	۱,۶۵۴,۲۳۶
TAB3 T211	۹۰۶,۱۹۴
TAB3 T311	۱,۰۱۵,۳۷۴
Galaxy Tab 3 8.0 SM-T311	۸۵۰,۰۰۰
Tablet NOTE3 N5120	۱,۳۶۵,۰۰۴
TAB3 T111	۶۲۲,۳۳۶
NOTE3N5100	۱,۱۷۸,۵۰۸
Tablet Galaxy NOTE3 P601	۱,۷۹۴,۷۹۲
Galaxy Note 2014 - P601	۱,۷۶۰,۰۰۰
Galaxy Note 2014 - P601	۱,۹۲۰,۰۰۰
Galaxy Tab 3-GT-P5200	۱,۱۳۰,۰۰۰
Galaxy Tab 3-SM-T211	۹۳۰,۰۰۰
Galaxy Tab 3-SM-T211	۷۵۰,۰۰۰
Galaxy Note N8000	۱,۴۸۰,۰۰۰
Galaxy Note 10.1 N8000 16GB	۱,۳۵۵,۰۰۰
Galaxy Note 10.1 N8000 32GB	۱,۵۵۹,۰۰۰
Galaxy Note 10.1 N8000 64GB	۱,۷۰۰,۰۰۰
Galaxy Note 8 N5100	۱,۱۴۰,۰۰۰
Galaxy Note 8 N5110	۱,۰۴۰,۰۰۰
Galaxy Tab 3 P3200	۷۶۹,۰۰۰
Galaxy Tab 3 P3200	۹۰۰,۰۰۰
Galaxy Tab 3 P5200	۱,۱۵۰,۰۰۰
Galaxy Tab 2 P3100	۸۰۰,۰۰۰
Apple	
مدل تبلت	قیمت (تومان)
iPad mini 2 WiFi	۱,۳۲۰,۰۰۰
iPad mini 2 WiFi	۱,۵۲۰,۰۰۰
iPad mini 2 WiFi	۲,۱۲۰,۰۰۰
iPad mini 2 WiFi + 4G	۱,۷۴۰,۰۰۰
iPad mini 2 WiFi + 4G	۱,۹۹۰,۰۰۰
iPad mini 2 WiFi + 4G	۲,۲۷۰,۰۰۰
iPad Air + 4g	۱,۹۸۰,۰۰۰
iPad Air + 4g	۲,۳۵۰,۰۰۰
iPad Air + 4g	۳,۶۲۰,۰۰۰
iPad Air	۱,۵۷۰,۰۰۰
iPad Air	۱,۸۵۰,۰۰۰
iPad Air	۲,۱۵۰,۰۰۰
iPad (4th Gen.) Wi-Fi	۱,۵۵۰,۰۰۰
iPad (4th Gen.) Wi-Fi	۱,۷۸۰,۰۰۰
iPad (4th Gen.) Wi-Fi	۱,۹۹۰,۰۰۰
iPad (4th Gen.) Wi-Fi	۲,۶۵۰,۰۰۰
iPad (4th Gen.) Wi-Fi + 4G	۱,۹۴۰,۰۰۰
iPad (4th Gen.) Wi-Fi + 4G	۲,۳۵۰,۰۰۰
iPad (4th Gen.) Wi-Fi + 4G	۲,۵۶۰,۰۰۰
iPad (4th Gen.) Wi-Fi + 4G	۲,۸۰۰,۰۰۰
iPad mini WiFi	۱,۰۲۰,۰۰۰
iPad mini WiFi	۱,۳۸۰,۰۰۰
iPad mini WiFi	۱,۵۸۰,۰۰۰
iPad mini WiFi + 4G	۱,۵۰۰,۰۰۰
iPad mini WiFi + 4G	۱,۸۴۰,۰۰۰
iPad mini WiFi + 4G	۲,۱۰۰,۰۰۰
Huawei	
مدل تبلت	قیمت (تومان)
MediaPad FHD WiFi + 3G	۱,۳۵۰,۰۰۰
MediaPad 10 FHD	۱,۰۵۰,۰۰۰
MediaPad 10 FHD	۱,۱۴۰,۰۰۰
MediaPad 7 Vogue 3G	۶۸۰,۰۰۰
Keyboard Dock	۲۷۵,۰۰۰
MediaPad 7 Lite	۵۵۵,۰۰۰
MediaPad 10 Link	۹۰۰,۰۰۰
MediaPad X1 7.0	۱,۰۲۰,۰۰۰
Lenovo	
مدل تبلت	قیمت (تومان)
Ideapad A1000-T	۴۲۰,۰۰۰
YOGA B6000	۹۵۵,۳۲۵
Ideapad A1	۷۵۰,۰۰۰
ideapad S5000	۷۰۹,۶۷۰
ideapad A3300	۴۵۸,۵۵۶
A3500	۶۰۵,۹۴۹
Ideapad A2107A	۵۵۰,۰۰۰
Tablet YOGA B8000	۱,۰۴۸,۱۲۸
ideapadA3000	۶۷۶,۹۱۶
ideapad S6000	۹۲۲,۵۷۱
Ideapad S2109A	۱,۰۰۰,۰۰۰
Acer	
مدل تبلت	قیمت (تومان)
Iconia Tab A200	۹۳۰,۰۰۰
Iconia Tab B1-A71	۶۳۹,۰۰۰
Iconia W510	۲,۵۰۰,۰۰۰
Iconia W510	۳,۶۰۰,۰۰۰
Iconia W700P	۳,۴۹۰,۰۰۰

# رقابت کمپانی‌های مشهور در CES 2017 داغ تر شد

## سبقت‌های پی‌درپی غول‌های فناوری در باند سرعت

دبیر شورای راهبری طرح جویشگر بومی خبرداد  
فارسی‌سازی ۶ میلیون تصویر  
در موتور جست‌وجوی ملی

دبیر شورای راهبری طرح جویشگر بومی از فارسی‌سازی ۶ میلیون تصویر برای شبکه تصویر موتور جست‌وجوی بومی و افزودن یک‌هزار تصویر بومی به این پلتفرم خبر داد.

علیرضا یاری در گفت‌وگو با مهر از راه‌اندازی شبکه مفهومی (فارسی نت) و شبکه تصویری (تصویر نت) برای ارتباط مفهومی و تصویری کلمات در موتور جست‌وجوی بومی خبر داد و اظهار داشت: برای برقراری ارتباط بین کلمات در شبکه‌های کامپیوتری و درک بهتر زبان فارسی توسط موتور جست‌وجو، شبکه مفهومی فارسی نت را راه‌اندازی کردیم تا ارتباط بین کلمات و جملات بدون ابهام صورت گیرد.

وی ادامه داد: نگاشت تصاویر در موتور جست‌وجوگر از دیگر لازمه‌های این طرح است تا امکان ارتباط بین شبکه تصاویر و درک بهتر اجزای تصویر در موتور جست‌وجو فراهم شود.

یاری برقراری ارتباط میان مفاهیم روی تصاویر را از جمله دلایل راه‌اندازی این دو شبکه روی موتور جست‌وجوی بومی عنوان کرد و ادامه داد: با راه‌اندازی این دو شبکه پردازش تصویر و یادگیری عمیق مفاهیم انجام می‌گیرد.

دبیر شورای راهبری طرح جویشگر بومی با اشاره به اینکه در تمامی موتورهای جست‌وجوی موفق دنیا تعداد زیادی کلمه و عکس به هم مرتبط هستند، خاطر نشان کرد: مجموعه وسیعی از الگوریتم‌ها باعث ایجاد یادگیری عمیق این موتورها می‌شود که در نهایت می‌تواند به کاربر مطابق با جمله و کلمه‌ای که جست‌وجو می‌کند، پاسخ دهد. وی با بیان اینکه یکی از این ابزارها شبکه پردازش تصویر (تصویر نت) است، گفت: این پروژه در مرکز تحقیقات مخابرات در حال انجام است و تاکنون موفق شده‌ایم در فاز نخست، ۶ میلیون تصویر را فارسی‌سازی کنیم.

رئیس پژوهشکده فناوری اطلاعات مرکز تحقیقات مخابرات ادامه داد: در فاز دوم این طرح، ۱۴ میلیون تصویر معادل‌سازی فارسی خواهد شد و در مرحله سوم تا چندین میلیون تصویر بومی به این تصاویر اضافه خواهیم کرد.

یاری با بیان اینکه هم‌اکنون فارسی‌سازی تصاویر موتور جست‌وجو بر مبنای پردازش تصاویر انگلیسی صورت می‌گیرد، خاطر نشان کرد: در فاز سوم این طرح، تصاویر بومی با توجه به فرهنگ و مذهب ما و نیز جنبه‌های محلی و تاریخی و گردشگری ایران که در نسخه انگلیسی وجود ندارد، به موتور جست‌وجو اضافه خواهد شد.

وی گفت: در این مرحله از میان پردازش ۶ میلیون تصویر، یک‌هزار تصویر بومی به این بستر اضافه شده است. نگاشت مفاهیم و تصاویر به صورت فارسی باعث استفاده بدون نقص داده و محتوا در موتور جست‌وجوی بومی خواهد شد.

### طراحی یک ابررایانه برای هدایت خودروهای خودران



جن سان هانگ، مدیرعامل شرکت ان ویدیا در سخنرانی خود در نمایشگاه سی‌ای‌اس ۲۰۱۷ ابررایانه‌ای به نام خاور را معرفی کرد که می‌تواند به‌عنوان مغزی برای خودروهای خودران عمل کند. به گزارش فارس، وی در این مورد گفت: ما دوست داریم هر خودرویی را به هوش مصنوعی مجهز کنیم و به این منظور به همکاری با شرکت آسودی پرداخته‌ایم و تا سال ۲۰۲۰ خودروهای خودران خود را عرضه خواهیم کرد.

خودروهایی که با همکاری این دو شرکت طراحی و ساخته می‌شوند، می‌توانند در شرایطی خاص مانند بزرگراه‌ها و خیابان‌های بزرگ بدون نیاز به راننده حرکت کنند.

یکی از اهداف اصلی شرکت‌های خودروساز از ساخت خودروهای خودران کاهش تصادفات رانندگی است که منجر به مرگ ۳۰ هزار نفر در سال در جاده‌های آمریکا و میلیون‌ها نفر دیگر در سراسر جهان می‌شود. کاهش ترافیک، کاهش مصرف سوخت و صرفه جویی در وقت از جمله دیگر مزایای استفاده از خودروهای خودران است.

همچنین این خودروها را می‌توان به راحتی به اشتراک گذاشت و شاید در آینده مردم بتوانند بدون صرف هزینه زیاد برای خرید یک خودرو از آنها استفاده کنند.

ان ویدیا از ۱۰ سال قبل در حال ابداع فناوری خاص خود برای ساخت و هدایت خودروهای خودران بوده و رایانه خاور به‌گونه‌ای طراحی شده که قادر به پردازش داده‌های دریافتی از حسگرهای مختلف، موقعیت‌یابی خودرو روی نقشه و تصمیم‌گیری برای هدایت خودرو است.

خاور مجهز به پردازنده هشت هسته‌ای ARM64 و پردازنده گرافیکی Volta است و می‌تواند ۳۰ هزار محاسبه را در ثانیه انجام دهد. هوش مصنوعی این ابررایانه در حدی است که دانش آن در مورد موانع محیطی را افزایش داده و می‌تواند به راننده در مورد خطرات احتمالی هشدار دهد. این ابررایانه با تقییب مسیر نگاه راننده می‌تواند در مورد خودرو دیگری که در مسیر حرکت وی قرار دارد هم هشدار دهد.

محصول جدید، تلاش می‌کند تا هر طور شده از رقبا سبقت گرفته و به میدان موفقیت برسد. با این وجود تعدادی از این محصولات نسبت به سایرین جذاب‌تر و البته متفاوت‌تر هستند:

شده دنیای فناوری از تعدادی محصول جدید رونمایی می‌کنند. در این میان، جریان رقابت بین تولیدکنندگان انواع نمایشگر، لپ‌تاپ و تلویزیون نیز بسیار داغ است. هر شرکت با رونمایی از یک

رویا پاک سرشت  
royapakseresh@gmail.com

این روزها که نمایشگاه CES لاس‌وگاس در حال برگزاری است، هر روز کمپانی‌های مشهور و شناخته

### لپ‌تاپ ویژه بازی



کمپانی fazer ضمن رونمایی از لپ‌تاپ جدید خود هدیه‌ای ویژه تقدیم گیمرهای حرفه‌ای کرد. این محصول جدید، از تکنولوژی three-screen concept بهره می‌برد و از این حیث در سطح جهان رکورددار است. اما مکانیزم این نمایشگر سه‌گانه دقیقاً چگونه است، دو صفحه نمایش اضافی موجود در این لپ‌تاپ یک کانون نمایش تشکیل می‌دهند که از نمایشگر مرکزی تبعیت می‌کند. هر سه صفحه نمایش به لحاظ اندازه به یک شکل هستند ۲۳cm برابر با ۱۷ اینچ. هر سه لپ‌تاپ نیز از ضخامت ۱.۵ اینچی برخوردارند و در مقایسه با بسیاری از لپ‌تاپ‌های موجود در بازار که برای بازی طراحی شده‌اند از کیفیتی به مراتب بالاتر برخوردار هستند. این سه لپ‌تاپ در قالب پروژه‌ای موسوم به «والری» طراحی شده‌اند. اما در خصوص قیمت و تاریخ رونمایی از این محصول اطلاعات دقیقی در دست نیست.

### لپ‌تاپی برای گیمرها



اگرچه در نمایشگاه امسال CES نام‌های بزرگی حضور دارند، اما بازار رقابت در محصولات ویژه گیمرها هم بسیار داغ است. یکی از محصولات شرکت ساسونگ که پیش‌بینی می‌شود بین بازیکنان حرفه‌ای به سرعت محبوب شود، لپ‌تاپ odyssey است.

کیفیت صفحه نمایش این محصول از نوع Full HD است و قرار است این محصول در دو اندازه ۱۵.۶ و ۱۷.۳ اینچی روانه بازار شود. پردازنده این لپ‌تاپ از نوع اینتل Core i7 است و براساس صفحه نمایش خود به ترتیب از حافظه‌های ۳۲ و ۶۴ گیگابایتی بهره می‌برند. هنوز اطلاعات دقیقی در خصوص قیمت این محصول منتشر نشده است.

### Acer Predator 17 X

به نظر می‌رسد نمایشگاه CES امسال تمرکز ویژه‌ای روی کاربرانی که به بازی علاقه‌مند هستند، دارد. تعدد بالای کالاهای مخصوص گیمرها نشان می‌دهد این موضوع تا چه حد به واقعیت نزدیک است. یکی از این محصولات لپ‌تاپ ویژه گیمرهای ایسر است. این محصول، به‌طور ویژه برای بازیکنانی طراحی شده که از هدست‌های واقعیت مجازی استفاده می‌کنند. حافظه داخلی در نظر گرفته شده برای این محصول ۶۴ است که البته قابل ارتقا هم است. نمایشگر این محصول از نوع ۱۷.۳ اینچی است و پردازنده آن Intel Core i7-7820HK است.



اگر چه هیچ اطلاعات روشنی در مورد قیمت این محصول منتشر نشده است، اما به نظر می‌رسد قیمت احتمالی این محصول بی‌شبهات به لپ‌تاپ‌های مشابه موجود در بازار مثل جی تی سی و ایو نیست. بنابراین قیمت تقریبی این محصول ۲۶۰۰ دلار خواهد بود.

### مانیتور 8k



یکی از هیجان‌انگیزترین محصولاتی که در جریان نمایشگاه CES رونمایی شد و دل بسیاری از کاربران را برد، مانیتور جدید شرکت Dell است.

این مانیتور که از نوع ۳۲ اینچی است با کیفیت شگفت‌انگیز 8k فصلی تازه در رقابت بین تولیدکنندگان مانیتور گشوده است. البته پیش از این نیز ال‌جی به تولید مانیتورهای 8k پرداخته بود. اما محصول Dell تفاوت‌هایی بنیادین با ال‌جی دارد. اما چرا کیفیت 8k تا این حد حائز اهمیت است؟ این سطح کیفیت تا ۱۶ برابر فراتر از کیفیت Full HD است.

رزولوشن این مانیتور ۴۳۲۰ در ۷۶۸۰ است و رکورد چشمگیر ۳۳.۲۰ پیکسل را به نام خود ثبت کرده است. این محصول که با ویدئو ۱۰ سازگار است، برای کاربرانی با اهداف متفاوت و گوناگون کاربرد دارد. قیمت اعلام شده برای این محصول از سوی کمپانی «دل» ۴۹۹۹ دلار است.

### یک 4K دیگر



سونی از دیگر شرکت‌هایی است که در جریان رونمایی از محصولات مختلف خود، از تلویزیون برابوا OLED جدید خود رونمایی کرد. تلویزیونی موسوم به مدل A1E که قرار است در سه اندازه متفاوت روانه بازار شود؛ ابعاد ۵۵، ۶۵ و ۷۷ اینچی. سازندگان این

محصول مدعی هستند که قدرت پردازش تصاویر این محصول تا ۴۰ درصد فراتر از مدل‌های پیشین است. یکی از مواردی که باعث می‌شود، کاربران این مدل از تلویزیون به کیفیت تصویر آن امید زیادی داشته باشند، سازگاری آن با فناوری HDR dolby vision است.

از دیگر مزیت‌های این نوع تلویزیون جدید می‌توان به سازگاری آن با سیستم‌عامل اندروید، دسترسی مستقیم به گوگل‌پلی و اسپیکرهای Google home اشاره کرد. از این محصول می‌توان به دو شکل رومیزی و دیواری استفاده کرد. هنوز قیمت دقیقی برای این تلویزیون اعلام نشده است.

### LG Signature OLEDG6P

شرکت ال‌جی که اخیراً تلاش‌های زیادی برای افزایش کیفیت تولیدات خود در عرصه نمایشگر و تلویزیون‌های هوشمند انجام داده است، از جدیدترین تلویزیون خود در دو



اندازه ۶۵ و ۷۷ اینچی رونمایی کرده است. اما وجه تمایز این تلویزیون با دیگر محصولات موجود در بازار به ضخامت بسیار پایین آن باز می‌گردد. این تلویزیون فوق باریک، از HDR 10 و Dolby vision پشتیبانی می‌کند و دارای کیفیت رنگ و وضوح فوق‌العاده‌ای است. از قابلیت‌های مهم این محصول می‌توان به زیبایی و هوشمندی در طراحی اشاره کرد. در واقع می‌توان این محصول را به کمک گیره‌های مخصوص در زمین قرار یا داخل دیوار جای داد. به عبارت دیگر کاربران برای این محصول فوق‌العاده زیبا، هیچ محدودیتی نخواهند داشت. هنوز اطلاعات دقیقی در خصوص زمان عرضه و قیمت این محصول منتشر نشده است اما برخی از اطلاعات غیررسمی، قیمت این محصول را ۶ هزار دلار تخمین زده‌اند.

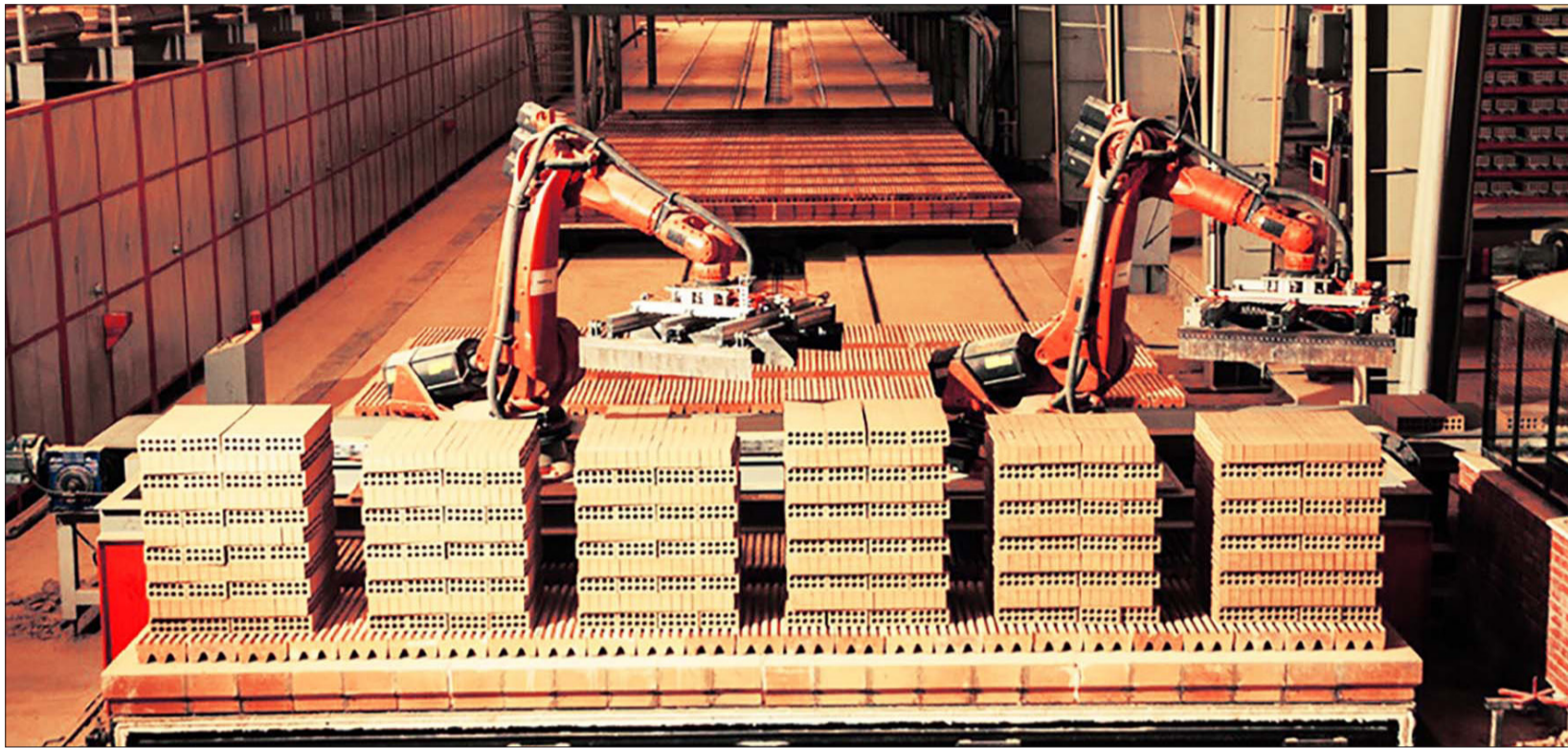
### شات



نام Oilly robot یک محصول هوشمند است که با سیستمی مشابه با آمازون اکو کار می‌کند. در واقع می‌توان از طریق این محصول تمامی دستگاه‌های هوشمند موجود در خانه را کنترل کرد. برای استفاده از این محصول می‌توان از دو روش فرمان صوتی یا فرمان بلوتوثی استفاده کرد. قیمت این محصول هنوز نامشخص است.

گزارش «فرصت امروز» از بازار آجر آجرپزان

# آجر روی آجر سرمایه گذاری بند نیست



داخل ایران وجود دارد و هم از خارج وارد می‌شود که تفاوت آنها مثل ماشین بنز و پراید ساخت داخل است. کیفیت ساخت دستگاه‌ها داخلی و وارداتی به لحاظ تولید محصول بسیار متفاوت است؛ به طور مثال دستگاه‌های هندله و بجنوانی که حدود ۳۰ سال است از خارج آمده هنوز هم کار می‌کنند اما عمر مفید دستگاه‌های ایرانی حداکثر سه تا چهار سال است. وی با بیان اینکه کشورهای مثل ایتالیا، آلمان، اسپانیا و انگلیس حرف اول را در ساخت ماشین‌های آجر و نما می‌زنند، می‌گوید: در حال حاضر کشورهای دیگری نظیر کشور ترکیه که تحت لیسانس این شرکت‌ها فعالیت می‌کنند در ساخت تجهیزات بسیار پیشرفت کرده‌اند. قیمت این دستگاه‌ها بالای ۲۰ میلیون دلار است. باید بگویم برای شروع کار داشتن یک فضای پنج تا ۱۰ هکتاری از ملزومات این صنعت محسوب می‌شود، در واقع تولید آجرهای ماشینی به فضای زیادی نیاز دارد. این مقام مسئول در رابطه با مواد اولیه مورد نیاز این صنعت می‌گوید: ماده اولیه سفال خاک رس است البته چند سالی است که در ساخت آجرهای ماشینی و نما از خاک شل هم استفاده می‌کنند. شل خاکی است که از مواد کوهی گرفته می‌شود؛ در واقع شل در پایه‌های کوه برداشت و آسیاب شده و زمانی که به خاک‌های ریزی مثل خاک رس تبدیل شد از آن سفال و آجر درست می‌کنند. مواد اولیه این صنعت تماما از داخل تامین می‌شود و ما وارداتی در این حوزه نداریم، وی ادامه می‌دهد: سنتی‌ها، پخت‌شان صنعتی است اما تولید خشت‌شان به اصطلاح کارگری است و با کار دست انجام می‌شود، آجرهای ماشینی نیز هم پخت و هم خشت‌شان به صورت صنعتی انجام می‌گیرد. منبع چی در رابطه با دریافت مجوز کسب و کار این صنعت می‌گوید: اگر شخصی بخواهد در رابطه با تالیس آجرپزی سنتی اقدام کند باید به اتحادیه فخران مراجعه کند اما برای تالیس کارخانه ماشینی و اخذ پروانه بهره‌برداری باید به وزارت صنایع مراجعه کرد.

آجرها می‌گوید: آجر به صورت تنی عرضه می‌شود که تقریبا هر تن شامل ۵۰۰ عدد آجر است و اگر به قیمت بخواهید حساب کنید هر آجر حدود ۱۱۰ تومان قیمت خواهد داشت. وی با بیان اینکه قیمت مصوب سال‌های گذشته تنی ۶۰ هزار تومان بوده است، ادامه می‌دهد: در حال حاضر بسیاری از کارخانه امورات حاضر هستند زیر ۲۰ تا ۲۵ درصد قیمت تولیدی آجرها را بفروشدند تا بتوانند امورات خود را بگذرانند. آجرهای نما به صورت دانه‌ای به فروش می‌رسند که قیمت آنها از ۵۰۰ تومان شروع می‌شود. دلیل گرانی این آجرها نیز صاف و یکدست بودن آنها است. از آنجا که این آجرها برای روی کار و نما مصرف می‌شوند قیمت بالایی هم دارند اما آجرهای سفالی که برای ساختمان‌سازی و دیوارچینی از آنها استفاده می‌شود بین ۲۰۰ تا ۳۰۰ تومان قیمت دارند. منبع چی در رابطه با دستمزد فخران می‌گوید: حقوق این کارگران مطابق مصوب شورای عالی کار است اما اگر به صورت کنتراستی کار کنند دیگر مزدی می‌شوند و کارمزد روزی ۸ ساعت آنها دو برابر کارگران عادی خواهد بود.

**به سرمایه‌های بالای ۸ میلیارد تومان نیاز داریم**

منبع چی با اشاره به اینکه در حال حاضر سرمایه‌گذاری در این بخش را توصیه نمی‌کنم، می‌افزاید: سرمایه‌گذاری در حوزه سنتی این صنف دیگر مقرون به صرفه نیست و ممکن است شخص تمام سرمایه خود را نیز از دست بدهد. البته ورود در شیوه‌های نوین تولید و کار روی آجرهای نما ممکن است قابل قبول باشد اما برای شروع این کار به سرمایه‌های هنگفتی نیاز است. وی در پاسخ به این سوال که برای شروع کار در بخش آجرهای نما و سرمایه‌های بالای ۸ میلیارد تومان است، می‌گوید: در این بخش حداقل سرمایه اولیه بالای ۸ میلیارد تومان است. دستگاه‌ها و ماشین‌آلات این صنعت هم

طالب نان سنتی هستند. به هیچ وجه و هیچ زمانی آجر سنتی حذف نخواهد شد. هنوز هم برای بسیاری از افراد بودن در یک خانه قدیمی آجری لذت‌بخش‌تر از بودن در یک خانه سراسر گرانیت است. نظر من این است که این شغل باید تا حدودی حالت سنتی آن حفظ شود و باقی صنعت به تکنولوژی‌های روز تجهیز شوند؛ کمترین که در حال حاضر سبک جدیدی از آجرهای نما وارد بازار شده است که از آن به عنوان نمای ساختمان استفاده می‌کنند. این نوع آجرها در رنگ‌های مختلف و سایزهای متفاوتی عرضه می‌شوند. وی

**آجر هیچ‌گاه از چرخه تولید حذف نمی‌شود**

منبع چی با اشاره به این موضوع که ما سعی کردیم تولید را به روش نوین پیش ببریم و از شیوه‌های سنتی پخت و کوره‌های آجرپزی فاصله بگیریم، می‌گوید: در دولت قبلی قرار شد بودجه‌ای را به منظور بهینه‌سازی مصرف سوخت و سیستم کار به تولیدکنندگان این بخش اختصاص دهند اما چون نتوانستند این بودجه را به این بخش تزریق کنند، تولید آجر به روش سنتی خود باقی ماند؛ حال آنکه سرنوشت آن بودجه‌ها نیز مشخص نشد. به هر حال دولت کاری را که باید برای این صنف انجام می‌داد، انجام نداد. شغل آجرپزی در معرض نابودی است، باید حمایت‌هایی از این بخش صورت گیرد تا این صنف بتواند سر پا بماند که متأسفانه دولت هیچ نگرش مثبتی به این صنف نداشته و ندارد. رئیس اتحادیه فخران در پاسخ به این سوال که آیا با رونق گرفتن دوباره صنعت ساختمان‌سازی این صنف هم رونق می‌گیرد، می‌گوید: هیچ چیز قدیمی در حال حاضر حذف نشده است. به طور مثال، آیا با آمدن تکنولوژی‌های جدید و به‌روز، نان سنتی حذف شده است؟ گرچه نان‌های ماشینی بسیار گسترش پیدا کردند و متنوع هم هستند اما مردم هنوز

شغل به طور مستقیم و غیرمستقیم با صنعت ساختمان‌سازی مرتبط هستند که یکی از آنها صنعت فخران است. با رکود این صنعت نیاز به آجر هم بسیار کاهش یافته است و این باعث شده بسیاری از کارخانه‌ها تعطیل شوند. وی در پاسخ به این سوال که بورس خریدوفروش آجر کجاست و خریداران باید برای خرید به کجا مراجعه کنند، می‌گوید: بسیاری از افراد معمولا برای خرید آجر، مستقیما به خود کارخانه‌های آجرپزی مراجعه می‌کنند اما اگر شخصی به کارخانه مراجعه نکرد می‌تواند با اتحادیه فخران تماس داشته باشد و ما اطلاعات لازم را در اختیار خریداران خواهیم گذاشت.

**آجر هیچ‌گاه از چرخه تولید حذف نمی‌شود**

منبع چی با اشاره به این موضوع که ما سعی کردیم تولید را به روش نوین پیش ببریم و از شیوه‌های سنتی پخت و کوره‌های آجرپزی فاصله بگیریم، می‌گوید: در دولت قبلی قرار شد بودجه‌ای را به منظور بهینه‌سازی مصرف سوخت و سیستم کار به تولیدکنندگان این بخش اختصاص دهند اما چون نتوانستند این بودجه را به این بخش تزریق کنند، تولید آجر به روش سنتی خود باقی ماند؛ حال آنکه سرنوشت آن بودجه‌ها نیز مشخص نشد. به هر حال دولت کاری را که باید برای این صنف انجام می‌داد، انجام نداد. شغل آجرپزی در معرض نابودی است، باید حمایت‌هایی از این بخش صورت گیرد تا این صنف بتواند سر پا بماند که متأسفانه دولت هیچ نگرش مثبتی به این صنف نداشته و ندارد. رئیس اتحادیه فخران در پاسخ به این سوال که آیا با رونق گرفتن دوباره صنعت ساختمان‌سازی این صنف هم رونق می‌گیرد، می‌گوید: هیچ چیز قدیمی در حال حاضر حذف نشده است. به طور مثال، آیا با آمدن تکنولوژی‌های جدید و به‌روز، نان سنتی حذف شده است؟ گرچه نان‌های ماشینی بسیار گسترش پیدا کردند و متنوع هم هستند اما مردم هنوز

**تعلیلی اکثر کارخانه‌ها به دلیل رکود رئیس اتحادیه فخران با بیان اینکه در استان تهران حدود ۳۶۰ کارخانه سنتی آجرپزی و حدود ۴۰ کارخانه آجر ماشینی وجود دارد، می‌گوید: از این تعداد تنها ۱۵۰ کارخانه آن هم با یک پنجم ظرفیت خود در حال فعالیت هستند و دیگر توانی برای ادامه این بخش‌ها نمانده است. رکود صنعت ساختمان‌سازی یکی از مهم‌ترین عوامل رکود بازار آجر محسوب می‌شود اما بحث دیگری که به رکود این صنعت دامن زده است بحث استفاده از بلوک‌های سیمانی به جای استفاده از سفال و آجر در ساختمان‌سازی است. عده‌ای بدون مطالعه آمده‌اند و می‌گویند با استفاده از بلوک‌های سیمانی به سبک‌سازی ساختمان کمک می‌کنند در حالی که عقیده آنها از نظر کارشناسی نادرست است. زیرا بلوک‌های سیمانی نیز تقریبا هم وزن آجرها هستند و محاسنی که استفاده از سفال و آجر در صنعت ساختمان‌سازی از نظر مقاومت و ضریب صدا دارد، بلوک‌های سیمانی ندارند. وی در ادامه می‌گوید: به‌صورت تقریبی ۴۰**

**لیلا شیرزاد**  
leilashirzad69@gmail.com

از گذشته‌های دور در اصطلاح، فخر به کسی گفته می‌شده که کار پخت سفال را انجام می‌داده است، از همین رو این اتحادیه به نام حرفه‌ای که افراد در آن فعالیت می‌کردند فخران نام‌گذاری شد. تالیس اتحادیه فخران به سال ۱۳۲۵ بازمی‌گردد و در واقع جزو نخستین اتحادیه‌های کشوری محسوب می‌شده، هرچند شاید گرد گذر زمان به این حرفه هم رسیده و این حرفه را نیز بسان قدمت خود پیر کرده است. دیگر رمقی برای ادامه حیات آجرپزان باقی نمانده است طوری که از ۳۶۰ کارخانه آجرپزی در تهران تنها ۱۵۰ کارخانه آن هم با یک پنجم ظرفیت خود کار می‌کنند. با رکود صنعت ساختمان‌سازی نان آجرپزان هم آجر شده است. برای بررسی بازار آجر «فرصت امروز» گفت‌وگویی را با مرتضی منبع چی، رئیس اتحادیه فخران داشته است که در ادامه می‌خوانید.

**صادرات**

در حوزه تجهیزات پزشکی، ایران درسال‌های اخیر عزم جدی خود را برای حضور بیشتر در خارج از مرزها جرم کرده است. در حال حاضر اولویت وزارت بهداشت و دولت حمایت از توسعه صادرات در بخش دارو و تجهیزات پزشکی است. تجهیزات پزشکی از بخش‌های مهم تولیدی - صادراتی کشور است. در حدود ۴۰۰ واحد کشور در این حوزه فعال هستند که گردش مالی سالانه حدود ۲ میلیارد دلار دارند. از این ۴۰۰ واحد، ۸۰ واحد صادرات تجهیزات پزشکی وجود دارند که ارزشی حدود ۳۰ میلیون دلار دارند که با توجه به ظرفیت‌های بالقوه موجود در کشور رقم ناچیزی است. میزان صادرات تجهیزات پزشکی در سه ماهه نخست سال ۱۳۹۵ با ۲.۲ میلیون دلار ارزش و وزن ۸۳ تن از رشد نسبتی به مدت مشابه سال قبل برخوردار بوده است و طبق برنامه‌ریزی‌های انجام شده توسط سازمان غذا و دارو، تا پایان سال ۹۵ افزایش ۲۵ درصدی صادرات در حوزه دارو و تجهیزات پزشکی انتظار می‌رود. کشورهای هدف به منظور صادرات بیشتر متعلق به کشورهای همسایه و خاورمیانه و سپس اروپاست.

**مسائب بازار صادرات**

از مشکلاتی که در مسیر افزایش میزان صادرات تجهیزات پزشکی وجود دارد می‌توان به هزینه‌بر بودن ثبت محصولات، ایجاد نمایندگی و مراکز خدمات پس از فروش در بازارها و زمان‌بر بودن فرآیند ثبت محصول در کشورهای هدف اشاره کرد. سهم هزینه‌های تحقیق و توسعه در جریان تولید محصولات و توسعه فناوری‌های نوین در این حوزه نیز قابل توجه است، بنابراین برای توسعه این بخش باید فعالان این حوزه مورد حمایت جدی قرار بگیرند. با توجه به ظرفیت‌های کشور در بخش تجهیزات پزشکی و نیروی انسانی متخصص، الزامات ضروری تأمین مالی و جذب فناوری‌های روز دنیا از مهم‌ترین عوامل مؤثر در جهش تولید و صادرات تجهیزات پزشکی است. به علت زیاد بودن تعداد و تنوع محصولات در زمینه تجهیزات پزشکی در بازار، ظرفیت‌های خالی بسیاری برای سرمایه‌گذاری وجود دارد. چنانچه در زمینه تولید مواد اولیه، تجهیزات جانبی دندانپزشکی، رادیوگرافی، رادیولوژی و ساکنش امکان سرمایه‌گذاری وجود دارد. با توجه به بازار بزرگی که برای تجهیزات پزشکی فراهم است، بنابراین سرمایه‌گذاری اصولی در این زمینه‌ها توجیه اقتصادی دارد. با توجه به نیاز جامعه و خواست دولت مبنی بر کاهش واردات، توسعه بازار داخلی در زمینه تجهیزات پزشکی و دارویی، کاهش هزینه‌های القایی و کنترل هزینه‌های مردم می‌توان این صنعت را از صنایع با چشم‌انداز روشن در اقتصاد نامید.

## دیدگاه

### چشم‌انداز صنعت تجهیزات پزشکی

مریم راضی



صنعت تجهیزات پزشکی از جمله صنایعی است که با پیشرفت علوم پزشکی بیش از پیش مورد توجه کشورها قرار گرفته است. در ایران نیز همانند بسیاری از کشورهای این صنعت با توجه به رابطه تنگاتنگ با سلامت جامعه مورد توجه ویژه قرار دارد. اگرچه در سال‌های گذشته این صنعت نیز همانند سایر صنایع از وضعیت کلی اقتصاد و رکود حاکم بر آن متأثر شده، اما با این حال نسبت به سایر صنایع وضعیت بهتری داشته است. در این گفتار سعی خواهد شد شمایی کلی از این صنعت ارائه شود.

#### نیاز داخل (تولید و واردات)

۳۰ الی ۵۰ درصد از هزینه‌های بیمارستانی مربوط به دارو و تجهیزات پزشکی است، از این رو صنایع تجهیزات پزشکی نقش اساسی در اقتصاد بیمارستانی دارد. ۳۰ تا ۴۰ درصد تجهیزات پزشکی کشور توسط تولیدکنندگان داخلی تأمین می‌شود، که ارزش این میزان تجهیزات تولید شده ۴۰۰ میلیون دلار است و در مقابل ۶۰ تا ۷۰ درصد تجهیزات پزشکی وارداتی است. در ایران نیز شرکت‌های تولیدکننده زیادی در این حوزه وجود دارند و در چند سال اخیر نیز شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه فعال شده‌اند. سال گذشته، ۸۷۹ میلیون دلار واردات تجهیزات پزشکی داشته‌ایم که این میزان نسبت به سال ۹۳ که ۱.۲ میلیارد دلار بوده، کاهش چشمگیری نشان می‌دهد، اما در عین حال کشور وابستگی زیادی به واردات تجهیزات پزشکی دارد. با توجه به راه‌اندازی پایگاه اینترنتی برای ثبت کالاهای وارداتی و ملزم کردن همه واردکنندگان تجهیزات به ثبت کالاهای وارداتی تا انتهای آذر ماه امسال، می‌توان گفت که قاچاق در زمینه تجهیزات پزشکی کاهش یافته و به علت وجود فضای رقابتی که بین واردکنندگان و تولیدکنندگان وجود دارد، قیمت‌ها در حالت متعادلی قرار گرفته‌اند.

## مجوز و ریسک‌ها



برای دریافت مجوز کسب و کار در این حوزه، اگر شخصی بخواهد در رابطه با تالیس آجرپزی سنتی اقدام کند باید به اتحادیه فخران مراجعه کند اما برای تالیس کارخانه آجر ماشینی و اخذ پروانه بهره‌برداری باید به وزارت صنایع مراجعه کرد. گفتنی است تا زمانی که صنعت ساختمان‌سازی با رکود مواجه است از رونق سرمایه‌گذاری در این صنعت است.

این صنف هم خبری نیست. به طور مثال کارخانه‌ای که ماهانه ۲ هزار تن تولید آجر داشت در حال حاضر ۴۰۰ تن هم نمی‌تواند تولید کند. چرخه تولید این صنف با رکود مواجه شده و در صورت از بین رفتن رکود این صنعت هم رونق خواهد یافت. همین بارقه‌امیدی برای سرمایه‌گذاری در این صنعت است.

## سرمایه اولیه



یک فضای پنج تا ۱۰ هکتاری ضروری به نظر می‌رسد برای کار در چنین حجمی شما به ۲۰۰ نیروی کار نیاز دارید که به هر کدام از آنها باید مطابق با قانون وزارت کار حقوق پرداخت کنید. شایان توجه است که ماده اولیه این صنعت از داخل تامین می‌شود و شما نیز به وارداتی در این حوزه نخواهید داشت.

برای ورود به این صنعت البته بخش ماشینی و نه سنتی آن شما به یک سرمایه‌های بالای ۸ میلیارد تومانی نیاز دارید. دستگاه‌ها و ماشین‌آلات این صنعت هم داخل ایران وجود دارد و هم از خارج وارد می‌شود که قیمت این دستگاه‌ها به بالای ۲۰ میلیون دلار هم می‌رسد. گفتنی است برای ورود به این صنعت داشتن

حقوق کسب و کار

قانون سرمایه‌گذاری خارجی

مجموعه قوانین و مقررات ناظر بر سرمایه‌گذاری خارجی در جمهوری اسلامی ایران شامل قانون تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری‌های خارجی و آیین‌نامه اجرایی آن و نیز قوانین ناظر بر راه‌اندازی و اداره فعالیت‌های اقتصادی در کشور است. در حالی که به سرمایه‌گذاران بالقوه توصیه می‌شود نسبت به قوانینی که مستقیماً به منافع آنان مربوط می‌شود آگاهی کامل داشته باشند. آشنایی با قوانین معینی نظیر قوانین مربوط به تشکیل و اداره شرکت‌ها (قانون تجارت) ثبت شرکت، شعب و نمایندگی‌های خارجی، مقررات صادرات و واردات، مالیات، حمایت از مالکیت معنوی و صنعتی، مقررات مربوط به اتباع خارجی (ورود، اقامت و پروانه کار)، بانکداری و بیمه، مقررات مناطق آزاد و ویژه اقتصادی که برای انجام امور روزمره شرکت ضروری است، نیز مورد تأیید قرار می‌گیرد.

**جایگاه قانون تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی** از سال ۱۳۳۲، چارچوب قانونی سرمایه‌گذاری خارجی در ایران قانون جلب و حمایت سرمایه‌های خارجی بوده است. در راستای انجام اصلاحات در ساختار اقتصادی کشور، مجلس ایران طرح قانون جدید سرمایه‌گذاری خارجی با عنوان قانون تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی را پیشنهاد کرد که در نهایت در سال (۱۳۸۱) به تصویب رسید. قانون تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی جانشین قانون جلب و حمایت سرمایه‌های خارجی، که از سال ۱۳۳۲ حاکم بود، شد.

برخی پیشرفت‌های حاصل از قانون جدید در حوزه سرمایه‌گذاری‌های خارجی عبارتند از گسترش حوزه فعالیت سرمایه‌گذاران خارجی از جمله امکان پذیر شدن مستقیم خارجی، نظیر تأمین مالی پروژه‌ها، (Project Financing) ترتیبات بیع متقابل (Buy Back) و انواع روش‌های ساخت، بهره‌برداری و واگذاری (BOT)، فرایند کوتاه و سریع درخواست پذیرش و تصویب سرمایه‌گذاری خارجی، ایجاد تشکیلات واحد با نام مرکز خدمات سرمایه‌گذاری خارجی در سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های اقتصادی و فنی ایران به منظور حمایت متمرکز و موثر از فعالیت‌های سرمایه‌گذاران خارجی در ایران، آزادسازی بیشتر سازوکارهای ارزی برای استفاده هرچه بیشتر توسط سرمایه‌گذاران خارجی، معرفی گزینه‌های حقوقی جدید ناظر بر رابطه میان دولت و سرمایه‌گذاران خارجی، مهم‌ترین نکات قانون تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی:

**۱- ویژگی‌های عمومی**

باید توجه داشت که در قانون تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی هیچ نوع محدودیت قانونی از حیث نوع، روش یا حجم سرمایه‌گذاری، سهم سرمایه، بازگشت سود و سرمایه یا روابط داخلی مالین شرکای یک طرح سرمایه‌گذاری وضع نشده است.

**۲- ریسک‌های تحت پوشش**

علاوه بر موارد فوق، قانون تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی حقوق سرمایه‌گذاران خارجی در مواردی که در نتیجه تصویب قانون یا تصمیم دولت، اجرای یک پروژه متوقف یا دچار وقفه شود به رسمیت شناخته است. در چنین مواردی، دولت مکلف به پرداخت تعهدات سرسپرده سرمایه‌گذار خارجی است.

**۳- تسهیلات فراهم شده**

از نظر قانون تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی، سرمایه‌گذاران خارجی از رفتار مشابه و برابر با سرمایه‌گذاران داخلی برخوردار خواهند شد. هیچ تبعیض نسبت به سرمایه‌گذاران خارجی وجود ندارد و کلیه تسهیلات، مزایا و معافیت‌ها به‌طور یکسان به سرمایه‌گذاران خارجی و داخلی تعلق خواهد گرفت. در هر حال یک رفتار کامله الوداد نیز برای سرمایه‌گذارانی که دولت ایران اقدام به عقد یک قرارداد دو جانبه سرمایه‌گذاری با دولت متبوعه آنان کرده است نیز قابل اعمال است که رفتار مطلوب‌تری را نسبت به رفتار یکسان برای آنان فراهم می‌سازد.

افزون بر موارد فوق، قانون تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی گزینه‌های قانونی جدیدی را در زمینه روابط میان دولت و سرمایه‌گذاران فراهم ساخته است که نمادی از رویکرد پذیرا و سازنده دولت ایران در جهت حراست از منافع سرمایه‌گذاران خارجی است. موارد متعددی در قانون تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی و همچنین آیین‌نامه اجرایی آن وجود دارد که بر آزادی سرمایه‌گذاری خارجی در انتخاب بهترین گزینه از میان گزینه‌های مختلف که با انتظارات وی سازگارتر است تأکید کرده است. در میان آنها می‌توان به انتخاب درصد سهم سرمایه، مدیریت، تقاضای غرامت ناشی از سلب مالکیت، درخواست پوشش حمایتی تکمیلی جهت دریافت غرامت ناشی از مداخله دولت، تأیید گسترده‌ای از گزینه‌های نقل و انتقال مشتمل بر دسترسی به سیستم بانکی و همچنین دسترسی به درآمدهای صادراتی و دیگر درآمدهای ارزی و موارد مشابه اشاره کرد.

**۴- افق دید وسیع**

قانون تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی امکان سرمایه‌گذاری در کلیه حوزه‌های فعالیت اقتصادی در ایران را فراهم می‌سازد. در حقیقت هیچ عرصه‌ای به‌جز حوزه‌های مربوط به تسلیحات، مهمات و امنیت ملی روی سرمایه‌گذاری خارجی وجود ندارد. طبق ماده (۳) قانون تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی، سرمایه‌گذاری خارجی به دو طریق زیر قابل انجام هستند: الف- سرمایه‌گذاری «غیرمستقیم» خارجی به شکل ترتیبات قراردادی که امکان انجام هر نوع سرمایه‌گذاری تعریف شده در قانون تشویق سرمایه‌گذاری خارجی، به‌جز سرمایه‌گذاری مستقیم را فراهم می‌سازد. گرچه ترتیباتی که در قانون تشویق و حمایت سرمایه‌گذاری خارجی به رسمیت شناخته شده‌اند محدود به ترتیبات مشارکت مدنی، بیع متقابل (Buy Back) و انواع روش‌های ساخت، بهره‌برداری و واگذاری (BOT) هستند اما هر یک از ترتیبات فوق خود به انواع مختلفی تقسیم‌بندی می‌شوند.

**منبع: سایت سازمان سرمایه‌گذاری و کمک‌های اقتصادی و فنی ایران**



امیررضا آیت‌اللهی  
مدیرمسئول کافه مدیترانه

در یادداشت قبل، ضمن ارائه تعاریف مرتبط و فرآیندهای مرتبط با شایسته‌سالاری، موانع تحقق شایسته‌سالاری در دوره اصلی:

- موانع برون‌سازمانی
- موانع درون‌سازمانی

مورد بررسی قرار گرفت که البته هر کدام از دو گروه موانع فوق، به تعدادی زیرمجموعه تقسیم می‌شود. در گام بعد به تشریح راهکارهای توسعه شایسته‌سالاری (به‌منظور غلبه یا کاهش اثرات موانع برون‌سازمانی و درون‌سازمانی) پرداخته می‌شود.

**الف: راهکارهای مربوط به عوامل برون‌سازمانی**

**۱- عوامل اجتماعی:** فرهنگی: ترویج آموزه‌های دینی و اخلاقی مرتبط با مدیریت، انتصاب و مقامات و کارگزاران در سازمان‌های دولتی، ترویج رعایت عدالت و انصاف توسط سازمان‌ها در برخورد با مردم از طریق شفاف‌سازی عملیات سازمان در ارائه خدمات، عدم توجه صرف به مدرک تحصیلی در هنگام جذب نیروی انسانی و استفاده از آزمون‌ها و تست‌های مناسب و سایر ابزارها و ساز و کارهای بررسی دانش و مهارت و رشد نامتوازن آموزش عالی و عدم ارتباط آن با دنیای کار و نیازهای کشور، نوعی بیگانگی میان دانشگاه و صنعت ایجاد کرده است و این موضوع بهره‌گیری مؤثر از شایسته‌گان را تحت‌الشعاع قرار داده است. اجرای برنامه‌ها و راهکارهای اجرایی و عملی برای آشتی دادن دانشگاه و صنایع و خدمات

**۲- عوامل اقتصادی:** توجه دادن به مقامات و دست‌اندرکاران اقتصادی و مالی کشور بر این موضوع که همواره سیاست‌ها، فعالیت‌ها و روندهای مالی و اقتصادی در عملکرد سازمان‌ها مؤثر است، توجه و حساسیت نسبت به هدایت و استفاده از منابع مالی بانک‌ها به سوی کارآفرینی، تولید، طرح‌های اشتغال‌زا و...

و محدود کردن دخلات بازی و فعالیت‌های خاص، توجه به این موضوع که توانایی اقتصادی کشور قدرت سازمان‌های دولتی را در جذب و جبران خدمات نیروهای شایسته و با کیفیت پایین می‌آورد و توجه دادن به این موضوع که عوامل اقتصادی از مهم‌ترین عوامل عمومی جابه‌جایی کاری شایسته‌گان به منظور پرکردن شکاف دستمزد پرداخت و بهره‌مندی از امکانات بخش خصوصی است.

**۳- عوامل سیاسی قانونی:**

به جهت پراکندگی زیاد و عدم انجام قوانین و مقررات مرتبط با شایسته‌سالاری و نیز مشخص نبودن متولی پیگیری این امر بایستی نزرخ بیکاری و عدم اشتغال در جامعه و تأثیر آن بر چهار حوزه نظام مدیریت مبنای انسانی یعنی استخدام، نگهداری، بهسازی و بازگویی مؤثر منابع انسانی.

**۴- بهره‌گیری از سیاست‌ها و خط‌مشی‌های منابع انسانی**

منعطف‌تر (برای نمونه بهره‌گیری از نیروهای زنده و بدون تعهد مادام‌العمر استخدامی)

راهکارهای توسعه شایسته‌سالاری



سازمان یا نهاد مذکور به طریق مقتضی اطلاع‌رسانی شود (از طریق رسانه‌ها یا...) و اصلاح یا تعدیل انتصابات مدیران براساس گزارش نهاد مذکور و تشویق سازمان‌های برتر

**ب- راهکارهای مربوط به عوامل درون‌سازمانی**

عمده موانع درون‌سازمانی، ریشه در موانع برون‌سازمانی دارد اما راهکارهای زیر جهت غلبه بر موانع درون‌سازمانی بسیار مفید است:

**۱- توجه، تأکید و تحلیل مستمر نزرخ بیکاری و عدم اشتغال در جامعه و تأثیر آن بر چهار حوزه نظام مدیریت مبنای انسانی یعنی استخدام، نگهداری، بهسازی و بازگویی مؤثر منابع انسانی.**

**۲- بهره‌گیری از سیاست‌ها و خط‌مشی‌های منابع انسانی**

منعطف‌تر (برای نمونه بهره‌گیری از نیروهای زنده و بدون تعهد مادام‌العمر استخدامی)

**۳- تطبیق شرایط و برنامه‌های مدیریت منابع انسانی**

برای شرایط اقتصادی کشور (برای نمونه آموزش و توسعه کارکنان در هنگام رونق اقتصادی و...) و نقش فعالانه در تحلیل وضعیت اقتصادی و تبدیل تهدیدات به فرصت‌ها (برای نمونه جذب افراد شایسته و کارآمد در زمان عرضه زیاد آنها در جامعه و...)

**۴- توجه به اثربخشی و کارایی افراد در سازمان**

توجه به اثربخشی و کارایی افراد در سازمان

**۵- توجه به کیفیت و پیاده کردن مدیریت کیفیت در سازمان**

اعمال مدیریت غیرمتمرکز ایجاد یک نظام ارزشیابی عملکرد سیستماتیک

**۶- تقویت روحیه کارکنان سازمان**

توسعه شایسته‌سالاری در سازمان است.

**۷- بهبودی است حتی اگر فرد یا افرادی شایسته به سازمان وارد شوند، به تنهایی نمی‌توانند برای سازمان نقشی مؤثر ایفا کنند، مگر اینکه سازمان شرایط لازم را برای تحقق فرهنگ شایسته‌سالاری فراهم سازد.**

**۸- ایجاد یک نظام ارزشیابی عملکرد سیستماتیک**

توسعه شایسته‌سالاری در سازمان است.

**۹- تقویت روحیه کارکنان سازمان**

توسعه شایسته‌سالاری در سازمان است.

**۱۰- توجه به کیفیت و پیاده کردن مدیریت کیفیت در سازمان**

اعمال مدیریت غیرمتمرکز ایجاد یک نظام ارزشیابی عملکرد سیستماتیک

**۱۱- بهبودی است حتی اگر فرد یا افرادی شایسته به سازمان وارد شوند، به تنهایی نمی‌توانند برای سازمان نقشی مؤثر ایفا کنند، مگر اینکه سازمان شرایط لازم را برای تحقق فرهنگ شایسته‌سالاری فراهم سازد.**

**۱۲- موظف کردن افراد به پژوهش و تحقیق**

توسعه شایسته‌سالاری در سازمان است.

۱۳- تغییر و تحول در ساختار و تشکیلات سازمان‌ها

۱۴- حرکت واقعی به سمت مدیریت نوین و مدیریت منابع انسانی

**ج: نتیجه‌گیری**

تا پیاپی‌سازی شایسته‌سالاری و غلبه اساسی بر موانع راه درازی در پیش است. در این یادداشت در حد امکان راهکارهای توسعه شایسته‌سالاری با توجه به دو گروه موانع درون و برون‌سازمانی ذکر شد. در بعد کلان نخستین قدم گسترش فرهنگ شایسته‌سالاری و انجام اقدامات و تنظیم سیاست‌ها به نحوی که افراد احساس کنند تنها در صورت شایسته بودن پیشرفت می‌کنند. مورد بعدی تشکیل نهادی متولی شایسته‌سالاری بود که با ارزیابی سازمان‌های مختلف و ارائه گزارش، به پایش مداوم این مهم بپردازد.

اگر ارتقای افراد در سازمان براساس لیاقت و شایستگی آنان صورت گیرد و ادامه خدمت فرد در سازمان به اثربخشی و لیاقت او بستگی داشته باشد، شایسته‌سالاری در سازمان توسعه و تقویت خواهد شد.

لزوم آموزش نیروی انسانی در هر سازمانی از لوازم توسعه شایسته‌سالاری و شایسته‌پروری در سازمان‌هاست. تحقق اهداف سازمان و کارایی و اثربخشی در سازمان منوط به آموزش مستمر نیروی انسانی است؛

استقرار روش‌های قانونمند در نظام استخدام، انتصاب و ارتقای رعایت کردن کامل قوانین و بخشنامه‌های موجود، فراهم بودن بستر مناسب برای پرورش افراد شایسته و پررنگ بودن فرهنگ شایسته‌سالاری در سازمان از مهم‌ترین عوامل توسعه شایسته‌سالاری در سازمان است.

بدیهی است حتی اگر فرد یا افرادی شایسته به سازمان وارد شوند، به تنهایی نمی‌توانند برای سازمان نقشی مؤثر ایفا کنند، مگر اینکه سازمان شرایط لازم را برای تحقق فرهنگ شایسته‌سالاری فراهم سازد.

۱۱- اعمال مدیریت مشارکتی  
۱۲- موظف کردن افراد به پژوهش و تحقیق

توسعه شایسته‌سالاری در سازمان است.

**اقتصاد جهان**

روندهای محتمل در اقتصاد جهان در سال ۲۰۱۷

یک یورو شود) بسیار زیاد است. بنابراین ضعف‌تر شدن یورو و قوی‌تر شدن دلار در سال ۲۰۱۷ از پیش بینی‌های قوی در سال ۲۰۱۷ است.

۷- نرخ ارز کشورهای G10 و اقتصادهای نوظهور در سال ۲۰۱۷ کماکان ضعیف خواهد بود. ضعف این ارزها عمدتاً از ناحیه قدرت‌گیری دلار است ولی در مجموع روند تغییرات این ارزها صعودی نخواهد بود.

۸- دلارهای کانادا، نیوزیلند و استرالیا کماکان همانند سال ۲۰۱۶ ضعیف باقی خواهند بود و دلیل اصلی ضعیف ماندن آنها هم احتمالاً عدم افزایش قیمت مواد اولیه است. این سه کشور هم چون عمدتاً صادرکننده مواد اولیه هستند، هر ضعیفی در قیمت مواد اولیه در بازارهای جهانی، خودش را در تضعیف نرخ برابری این ارزها با دلار آمریکا نشان می‌دهد.

۹- بازدهی اوراق قرضه ۱۰ساله خزانه داری آمریکا پیش‌بینی می‌شود به ۳ درصد برسد و براساس محاسباتی احتمال کاهش آن در انتهای سال تا ۲٫۶۵ می‌رود. روی‌هم رفته به دلیل بازدهی پایین اوراق قرضه قیمت اوراق در سال ۲۰۱۷ و سطح پایینی قرار خواهد داشت و جهت‌گیری سرمایه‌گذاران بیشتر

به سمت بازار بورس و خرید، سهام خواهد بود. در بازار سهام، بخش مالی financial sector پیش‌بینی می‌شود که دارای بیشترین بازدهی باشد.

۱۰- افزایش دلار آمریکا در نهایت نوظهور را در ضعف یوان نشان می‌دهد و احتمال اینکه نرخ برابری یوان در مقابل دلار از عدد روانی هفت عبور کند بسیار زیاد است. در سال ۲۰۱۷ احتمال دارد که چین مقدار بیشتری از ارز خود را روانه بازارهای مالی جهانی کند، که اگر این اتفاق بیفتد، احتمال کاهش بیشتر یوان در بازارهای جهانی بیشتر می‌شود.

۱۱- شاخص نوسان بازارهای مالی یا VIX مشخص شده و اندازه‌گیری می‌شود. پوند انگلستان که تحت تأثیر جدایی از اتحادیه اروپا به رقم باور نکردنی ۱٫۲۲ در برابر دلار آمریکا رسیده است در حد اندازه‌های اقتصاد انگلستان نیست و احتمال بسیار زیادی دارد که در سال ۲۰۱۷ هم

۱۲- پوند انگلستان که تحت تأثیر جدایی از اتحادیه اروپا به رقم باور نکردنی ۱٫۲۲ در برابر دلار آمریکا رسیده است در حد اندازه‌های اقتصاد انگلستان نیست و احتمال بسیار زیادی دارد که در سال ۲۰۱۷ هم

۱۳- در سال ۲۰۱۷ هم پیش‌بینی می‌شود که شاهد نرخ رشد محدود در اقتصاد جهان باشیم. کاهش نرخ رشد اقتصادی در جهان توسط طیف وسیعی

منابع انسانی

وظایف مدیریت منابع انسانی



رامبد باران دوست  
استاد دانشگاه واحد شهر ری

برای مدیران منابع انسانی، وظایف مختلفی شناسایی، دسته‌بندی و تعریف شده است. تعداد این دسته‌بندی‌ها را می‌توان بین ۳ تا ۱۶ مورد یافت، چرا که اساتید و متخصصان مختلف با توجه به نوع دیدگاهی که دارند به شیوه‌های متفاوتی به دسته‌بندی و تشریح وظایف مدیران منابع انسانی پرداخته‌اند که البته شما در انتخاب رویکرد خود در این وظایف، مختارید. اما نتایج معتقد است که به شکل خلاصه و کلی می‌توان این وظایف را در چهار گروه دسته‌بندی کرد که البته مدیران منابع انسانی نیز این وظایف را به صورت رسمی، برنامه‌ریزی شده و منظم یا حتی غیررسمی انجام می‌دهند:

**۱- جذب**

نخستین وظیفه مدیران منابع انسانی، وظیفه جذب است. کلیه فعالیت‌هایی که مدیران منابع انسانی انجام می‌دهند تا در نهایت فردی مناسب کمبودها یا نیازمندی‌های سازمان خود را انتخاب کنند، جذب می‌نامیم. این فعالیت‌ها را می‌توان به‌شرح زیر فهرست کرد: برنامه‌ریزی نیروی انسانی، آگهی استخدامی، مصاحبه، انتخاب و گزینش. مجموعه فعالیت‌های حوزه جذب، مهم‌ترین وظیفه مدیران منابع انسانی است که هرگونه بی‌توجهی یا کم‌توجهی به آن موجب بروز خسارات جبران‌ناپذیری به سازمان می‌شود. نگارنده بر حسب تجربه و دانش خود در این حوزه، عمیقاً و قویاً معتقد است که «جذب، آغاز پیشرفت یا نابودی شرکت است و می‌توان ریشه همه مشکلات سازمان را به جذب غلط یا مناسب مشاهده کرد». از این رو توصیه اکید به مدیران محترم عامل و منابع انسانی می‌کنم که اگر قرار است هزینه‌ای در سازمان انجام دهند، تلاش کنند تا هزینه‌های مربوط به فعالیت جذب موجب افزایش دقت‌های لازم برای شناسایی، گزینش و انتخاب شایسته‌ترین فرد در سازمان شود، چراکه بعد از ورود فرد نامناسب به سازمان، اصلاح آن همراه با هزینه‌های مالی سنگین و زمان جبران‌ناپذیر خواهد بود. برای بیان اهمیت این وظیفه، ذکر این نکته از مدیرعامل شرکت گوگل کافی است که «من ۳۰ درصد زمانم را صرف انتخاب همکارانم می‌کنم». به خاطر داشته باشیم که وقت مدیرعامل شرکت، گران‌قیمت‌ترین زمان در شرکت بوده و وقتی او با علم به بهای زمان خود، فرصتی مفصل را صرف جذب می‌کند، به یقین نشان از اهمیت چنین موضوعی در سازمانی پیشرو و پیشرفته همچون گوگل دارد.

**۲- به‌کارگیری**

مجموعه اقداماتی که مدیران منابع انسانی انجام می‌دهند تا وضعیت، شرایط کار و نوع همکاری فرد منتخب در مرحله جذب را به‌عنوان یک همکار جدید در سازمان مشخص کنند. به نظر وظیفه‌های ساده است اما ملول از ظرافت‌های دقیق حقوقی و مدیریتی است که می‌تواند زمینه‌ساز مشکلات یا رافع بسیاری از مسائل احتمالی آن باشد. اجرای صحیح این وظیفه، لازم است مدیران محترم منابع انسانی خود را به انواع دانش‌های حقوقی و انگیزشی تجهیز کرده و در صورت لزوم از مشاوران زنده نیز بهره‌گیرند. مجموعه اقداماتی که در این حوزه می‌توان نام برد عبارتند از: قرارداد کار، شرح وظایف، ساختار سازمانی، مهندسی شغل و...

**۳- آموزش و توسعه**

سرمایه‌گذاری انسانی سازمان‌ها هیچ‌گاه به‌نیاز از آموزش و توسعه توانمندی‌ها نیستند و مدیران محترم منابع انسانی هم به‌عنوان یکی از مهم‌ترین وظایف تأثیرگذار و آینده‌ساز سازمان، به خوبی با این وظیفه آشنایی داشته و بر آن به دقت و حساسیتی نظارت می‌کنند. تقریباً مدیران می‌دانند که آموزش سازمان کلید حل مشکلات آتی خواهد بود و اگر قصد پیشرفت در آینده را دارند باید بهترین نفرتا را برای سمت مدیریت و کارشناس آموزش شرکت انتخاب کرده و هزینه‌های سرمایه‌گذارانه به‌صرف دارند؛ هزینه‌هایی که امروز هزینه‌است اما در عمل سرمایه‌گذاری‌هایی هوشمندانه برای کسب منافع آتی است. وظایف آموزشی معمولاً در چهار بخش نیازسنجی آموزشی، برنامه‌ریزی آموزشی، اجرای آموزش و سنجش اثربخشی آموزش دسته‌بندی می‌شود. متأسفانه متعارف شده است که عبارت اشتباه «اثربخشی آموزش» را به‌جای عبارت صحیح «سنجش اثر بخشی آموزشی یا اثربخشی آموزشی» به‌کار می‌برند.

**۴- نگهداری**

نگهداری از افرادی که با حساسیت انتخاب شده، با ظرافت به همکاری با سازمان گماشته شده و آموزش‌های تخصصی متعدد را دریافت کرده و تبدیل به سرمایه‌های گران و ضروری برای سازمان شده‌اند، آخرین بخش از این مجموعه متعامل و در هم تنیده است. نگهداری از سرمایه‌های انسانی، وظیفه‌های خطیر و مهم است که اشتباه در آن می‌تواند منجر به ترک شغل افرادی شود که وجودشان برای سازمان حیاتی‌ترین است. به‌عنوان مثال برای افزایش ارزش افزوده در سازمان نداشته و نبودن‌شان بهتر از بودن‌شان است. کارکنان نمی‌توانند به جبر اتفاق افتد. اگر پرسنل مدعی یافتن کاری در سازمانی دیگر هستند که مزایایی بیش از قابلیت‌های سازمان شما دارد، یقیناً بهترین کار و تصمیم برای‌تان، خامنه دادن همکاری با آن فرد و آزاد گذاشتن برای جابجایی یا سازمان مذکور است تا مزایایی بیشتر را نصیب خود و خانواده‌اش کند.

## نمایشگاه خشکبار

نه طنز

بیخ تا بیخ نشستهایم و به بیانات نماینده یکی از کارگروپ‌های تحلیلی – پژوهشی گوش می‌دهیم: کارگروپ بررسی علل موفقیت و عدم موفقیت کشور در خشکاندن ریشه‌ها. نماینده کارگروپ برای صرفه‌جویی در وقت از روی نوشته می‌خواند. نه داوری هست که اختلالی را در گفتار سبب شود و نه مسابقه فوتبالی که حواس اعضا را پرت کند. ایشان می‌فرماید: حتما کسانی به دنبال خشک کردن ریشه‌های روانشناسی و علی‌الخصوص روانشناسی ورزش بوده‌اند که این‌طور موضوعی به صفحات تابان لپ‌تاب‌ها و گوشی‌های هوشمند راه پیدا کرد. کلا موضوع خشک کردن یک چیزی یا خشک کردن ریشه‌های یک چیزی از این مملکت سابقه دارد. بعضی نمونه‌های این فعالیت جمعی ما هم موفق بوده از جمله بسیاری از رودها، دریاچه‌ها و جنگل‌ها که با موفقیت عیبی ریشه‌اش را خشکاندیم، طوری که هم خودمان تعجب کردیم و هم موجبات تعجب و تحسین دوست و دشمن خارجی را هم فراهم آوردیم. بعضی موارد هم بوده که تا دم خشکانده شدن کامل رفته‌ام ولی عزم و اراده و همت کم آورده‌ایم. مثلا خشکاندن کامل صادرات نفت، خشکاندن کامل خزانه و خشکاندن کامل رقابت آزاد در صحنه تجارت و تولید. اصلا رفته بودیم که ریشه پروازهای هوایی ایران‌های داخلی را خشک کنیم و این فعالیت پرزحمت و پرمسئولیت را ببندازیم گردن ممالک دوست و برادر و امثالهم. اما ناغافل بشریت تصمیمش عوض شد و آنچه ماند بهت و حیرت بود برای متولیان دایره خشکاندن همه چیز. اما به هر حال ناامید نتوان بود، چرا که این دولت حاضر هم توانسته با روشی بسیار پیچیده و خلاق با بستن قرارداد با شرکت‌های بزرگ هواپیماساز موجبات خشکاندن ریشه‌های امید را فراهم آورد، آن‌هم حداقل به مدت ۱۰سال و عرصه‌های جدیدی برای وطن‌دوستی و وطن‌پرستی و وطن‌گرایی فراهم کرده‌است و ...

راستش مطمئن نیستم منظور گوینده آخرش چه بود. الان امید را باید بخشانیم؟ نباید بخشانیم؟ همه چیز خشکانده‌اش خوب است یا نه، یک چیزهایی را تازه مصرف کنیم؟ داورخان نیامده، دستور می‌دهیم جلسه را تمام کنند. مغزمان نمی‌کشد. از طرف من بنده

## آغاز صادرات کوبا به آمریکا پس از ۵ دهه

ترجمه: گلنوش محب‌علی
منبع:فشارو



کوبا پس از ۵۰ سال، برای نخستین بار صادرات محصول خود به آمریکا را آغاز کرد. قرار است نخستین مرسوله صادراتی کوبا حامل ۴۰ تن زغال پس از ۵۰ سال قطع رابطه در تاریخ ۱۸ ژانویه به آمریکا ارسال شود؛ اقدامی که در جهت عادی‌سازی روابط این دو کشور قدم مهمی محسوب می‌شود. دو شرکت Cubaexport کوبایی و شرکت آمریکایی Coabana Trading، روز پنجشنبه ۵ ژانویه بر سر صادرات زغال کوبا به آمریکا به توافق رسیدند و قرارداد صادراتی را برای نخستین بار از سال ۱۹۶۲ تاکنون امضا کردند.

### حجم صادراتی اندک اما اقدامی نمادین

باوجود اینکه کوبا تحت محاصره اقتصادی و اشنگتن قرار گرفته است، اما به آمریکا زغال سنگ صادر خواهد کرد. به گزارش رسانه‌های دولتی کوبا، طبق شرایط این قرارداد قرار است محموله ۲۰ تنی زغال، با منشا گیاهان افریقایی تا ۱۸ ژانویه، دو روز پیش از آغاز رسمی ریاست جمهوری دونالد ترامپ به آمریکا فرستاده شود. صادراتی که مبلغ آن ۴۲۰ دلار به ازای هر تن است، گرچه مبلغی ناچیز است اما این اقدام بی‌سابقه پس از ۵۰ سال قدم بزرگی در جهت آغاز فعالیت تجاری بین این دو کشور و برداشتن تحریم‌های سخت مالی و تجاری است. در حال حاضر، برخی محصولات تعاونی‌ها و شرکت‌های خصوصی مانند قهوه به کوبا وارد می‌شود. با این وجود، هنوز صادرات دخانیات، الکل و مواد معدنی که محصولات اصلی صادراتی این جزیره هستند، امکان‌پذیر نیست.

در این راستا، مدیر شرکت دولتی کوبا، ایزابل کانیا، خاطر‌نشان کرد: «این نخستین توافق ما است، اما امیدواریم که این روابط برای سال‌های بیشتری ادامه داشته باشد تا بتوانیم نه‌تنها زغال بلکه دیگر محصولات‌مان از جمله عسل و قهوه را نیز به آمریکا صادر کنیم.»

### ۷۱۰ میلیون دلار صادرات آمریکایی در سال ۲۰۰۸

رئیس شرکت مادر Coabana Trading LLC به رسانه‌های کوبایی گفته است «این یک توافق بزرگ برای بهبود روابط این دو کشور است. چیزی که بیشتر از همه اهمیت دارد این است که این قرارداد به منزله چیدن یک آجر اضافی برای ساخت پل میان آمریکا و کوبااست.»

در اوایل سالهای ۲۰۰۰، مصادف با اواخر دولت بیل کلینتون بود که صادرات محصولات غذایی ایالات متحده به کوبا مجاز بود، اجازه واردات هم به این کشور داده شد. طی این تصمیم، ۷۱۰ میلیون دلار محصولات آمریکایی در سال ۲۰۰۸ به کوبا صادر شد. پس از آن، با توجه به داده‌های رسمی کشور کوبا، به دلیل شرایط محدود پرداخت این مقدار در سال‌های ۲۰۱۴ و ۲۰۱۵ به ترتیب به ۲۹۰ میلیون و ۱۲۰ میلیون کاهش یافت.



## قاب

یک ماهی تن در ژاپن به قیمت ۶۲۲ هزار یورو به فروش رسید. اولین حراج فصل ماهی در بازار عمده فروشی تسوکیچی توکیو با فروش یک ماهی تن باله آبی به وزن ۲۱۲ کیلوگرم با قیمت بیش از ۷۴ میلیون ین معادل ۶۳۲ هزار دلار آغاز شد.



### دور دنیا

قوانین جدید مالیاتی چین

## مالیات برای توسعه و مقابله با آلودگی

در بخش‌های گسترده‌ای از شمال چین موجب شد مقامات به مدت شش روز در این مناطق وضعیت هشدار قرمز اعلام کنند. خبرگزاری شینهوا یکشنبه شب اعلام کرد قانون جدیدی که برای اعمال مالیات بر آلاینده‌ها در چین تصویب شده است از اول ژانویه ۲۰۱۸ به اجرا گذاشته خواهد شد. طبق این قانون به هر واحد گاز آلاینده ۲/۱ یوان معادل ۰/۱۶ یورو مالیات تعلق می‌گیرد.

با این حال دی‌اکسیدکربن که از نظر کارشناسان و دانشمندان اصلی‌ترین گاز گلخانه‌ای عامل گرمایش زمین است در فهرست آلاینده‌هایی که مالیات بر آنها اعمال می‌شود، وجود ندارد. در قانون جدید همچنین برای آلودگی آب‌ها (۱/۴ یوان) و همچنین برای آلودگی‌های صوتی (بین ۳۵۰ تا ۱۱۲۰۰ یوان در ماه بر حسب دسیبل) مالیات‌هایی تعیین شده است.

**مالیات بر زباله‌های جامد نیز از ۵ تا یک هزار یوان در هر تن متغیر است**
طبق اعلام خبرگزاری شینهوا، دولت چین این اجازه را به مقامات استانی داده است که برای حفاظت از محیط زیست ۱۰برابر این مالیات‌ها را اعمال کنند و در صورتی که میزان آلاینده‌ها در یک استان پایین‌تر از استانداردهای ملی است، می‌توانند مالیات‌های تعیین‌شده توسط دولت را کاهش دهند.

در این قانون مشخص نشده که برای ناقضان مقررات وضع شده در این زمینه چه جریمه‌هایی درنظر گرفته شده است. چین که ۲۵درصد انتشار جهانی گازهای گلخانه‌ای را به خود اختصاص داده است، بزرگ‌ترین آلاینده در کره زمین محسوب می‌شود.

خبرگزاری رسمی چین همچنین افزود: مالیاتی که از سال ۱۹۷۹ بر آلاینده‌ها وضع شده است، در سال گذشته میلادی ۶۵ درصد کاهش دهد.

## سبک زندگی

راهکارهایی برای مدیریت بهتر زمان

## در جست‌وجوی زمان از دست رفته

**۲- «نه» گفتن را تمرین کنید**
پایبند بودن به زمان به شما کمک خواهد کرد بتوانید درک درستی از زمان در دسترس خود داشته باشید و این ویژگی ارزشمندی است که هر فرد می‌تواند با اندکی تلاش در خود ایجاد کند. شما می‌توانید متفاوت از سایرین باشید. باید یاد بگیرید که به بسیاری از فرصت‌ها «نه» بگویید. به یاد داشته باشید هرگاه زمان کافی برای انجام کاری داشتید، آن را قبول کنید چراکه درغیراین‌صورت ممکن است نتوانید آن کار را به موقع انجام دهید.

### ۳- متمرکز کار کنید

هرچقدر تمرکز شما در انجام کار بیشتر باشد، سرعت شما بیشتر است و در نتیجه می‌توانید زمان بیشتری را ذخیره کنید. در یک جای آرام و خلوت و بدون توجه به گوشی موبایل خود کار را به اتمام برسانید و از مدت زمان اضافه آمده در انجام کارهای مهم‌تر استفاده کنید.

### ۴- عادت‌های بد را ترک کنید

یکی از بدترین عادت‌ها، هدر دادن زمان

## مدیریت

### دو روش برای محافظت از برند در اینترنت

ترجمه: معراج آگاهی
منبع: www.entrepreneur.com

ساختن یک برند فوق‌العاده و موفق به هیچ وجه کار ساده‌ای نیست و ممکن است ماه‌ها و حتی سال‌ها به طول بینجامد، اما زمانی که مشتریان و مخاطبانی وفادار داشته باشید که از مشارکت در امور مربوط به برنداتان اجتناب نمی‌کنند در آن صورت خواهید دید زحماتی که برای برنداتان متحمل شده‌اید ارزشش را داشته است، چرا که محبوبیت شما به قدری افزایش می‌یابد که مشتریان‌تان از شما و ارزش‌های برنداتان در مقابل همه‌های ایجاد شده دفاع خواهند کرد.

با این حال به یاد داشته باشید که یک برند همانند شخصیت یک فرد بوده و بسیار شکننده است. می‌تواند به سرعت و به واسطه انتشار شایعات تخریب شده یا در نظر سایرین تخریب شود این موضوع می‌تواند در فضای اینترنت با سرعت و شدت بسیار زیادی اتفاق بیفتد.

بر ادامه دو روش برای محافظت از برند در اینترنت را معرفی کرده و به بررسی آنها می‌پردازیم:

**۱- به اتهامات و شایعات منفی سرعاً پاسخ دهید**
بازخوردها و نقدها فارغ از آنکه شرکت شما یک خرده‌فروشی آنلاین است یا یک شرکت تجاری که با دیگر شرکت‌های تجاری به تجارت می‌پردازد از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است، چرا که این نقدها و بازخوردها می‌تواند زمینه‌ساز موفقیت یا شکست شما شود. به‌عنوان مثال چنانچه شما فرآیند برندینگ خود را به تازگی آغاز کرده‌اید ممکن است یک نقد منفی تمامی تلاش‌های شما به منظور ایجاد یک چهره مثبت از کسب‌وکارتان را از بین ببرد. اما نگران نباشید نقدهای منفی و بد می‌توانند به موقعیتی بسیار مناسب و عالی برای بهبود چهره برند شما بدل شوند. چگونه؟ به این نقدها پاسخ دهید.

پاسخ سریع شما به شایعات و نقدهای منفی به این معنی است که برند شما حضور فعالی در اینترنت داشته و به تمامی مطالب مطرح شده اشراف دارد. تأکید روی پاسخ‌گویی به نقدهای منفی به معنی بی‌تفاوتی در مقابل نقدها و بازخوردهای مثبت نبوده و پاسخگویی به این دست نظرات و نقدها نیز از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است.

### ۲- به یک رهبر قدرتمند بدل شوید

تولید مستمر و مداوم محتواهای مناسب و مثبت سبب می‌شود تا اشتباهات کوچک رخ داده در مجموعه تحت مدیریت شما اثر چندان جدی روی فعالیت‌های تجاری‌تان نداشته باشند. استراتژی مثبتی بر تولید محتوای شما نه‌تنها از جهت جذب مشتریان و مخاطبان جدید اهمیت دارد، بلکه نمونه‌ای است از تخصص و حرفه‌ای‌گری شما برای آن دسته از مشتریان و مخاطبانی که قصد دارند بعد از این از محصولات و خدمات‌تان استفاده کنند. به یاد داشته باشید که با تبدیل شدن به یک منبع تأمین محصول و خدمات قابل اعتماد می‌توانید به میزان قابل توجهی بر فروش خود افزوده و برای مدت بسیار طولانی در بازار باقی بمانید. این ثبات و پایداری به برنداتان کمک خواهد کرد تا چهره‌ای محبوب و باثبات از خود به دیگران ارائه کرده و دانما بر تعداد مخاطبان و مشتریان بیفزاید.

## کیوسک

دولت هند ارائه هر گونه مشوق مالیاتی به اپل را رد کرد

احتمالاً شرکت آمریکایی اپل یکی از محبوب‌ترین و دوست‌داشتنی‌ترین برندهای جهان باشد اما به نظر می‌رسد این چهره محبوب و جذاب چندان تأثیری در تصمیمات اتخاذ شده از سوی مقامات هندی نداشته است. برخلاف وعده مدیران ارشد اپل برای تولید محصولات خود در هند و افتتاح فروشگاه‌های زنجیره‌ای در شهرهای مختلف این کشور، مقامات هندی اعلام کردند که اپل نیز باید از قوانین وضع شده برای سرمایه‌گذاری شرکت‌های خارجی پیروی کرده و دولت مرکزی هند برای فعالیت‌های تجاری این برند مشهور آمریکایی در این کشور هیچ‌گونه استثنایی قائل نخواهد شد.

به گزارش خبرگزاری رویترز، شرکت اپل ماه نوامبر سال گذشته میلادی با تکرار مواضع خود در رابطه با تولید محصولاتش در هند از دولت این کشور تقاضا کرد تا مشوق‌های مالیاتی را برای این برند محبوب در نظر بگیرد اما به نظر می‌رسد که تلاش‌های این برند آمریکایی برای کسب امتیاز از مقام‌های ارشد هندی به جایی نرسیده است. Nirmala Sitharaman، وزیر تجارت هند در رابطه با تقاضای شرکت اپل به منظور دریافت برخی امتیازات و مشوق‌های مالیاتی به رسانه‌ها گفت: «هرگونه مشوق و امتیازی که از سوی دولت هند در نظر گرفته شود برای تمامی شرکت‌های تولیدکننده گوشی‌های هوشمند خواهد بود و تنها به شرکت اپل اختصاص نخواهد داشت.»

در سال ۲۰۱۶ میلادی شرکت اپل از مقامات هندی درخواست کرد تا برخی قوانین موجود برای سرمایه‌گذاران خارجی را نادیده گرفته و به این شرکت آمریکایی اجازه دهد برای تأمین قطعات موردنیاز خود از منابع غیرهندی استفاده کند. این درخواست اپل چندین مورد توجه هندی‌ها قرار نگرفته است چراکه برای تمامی شرکت‌های خارجی که قصد سرمایه‌گذاری در هند را داشته تا محصولات خود را در بازار بزرگ این کشور به فروش برسانند، رعایت قانون یادشده الزامی است. با این حال و پس از رد درخواست اپل، دولت هند قانون فوق را به مدت سه سال و برای سرمایه‌گذاری‌های موردی و خاص به حال تعلیق درآورد.