

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

کافه مدیران

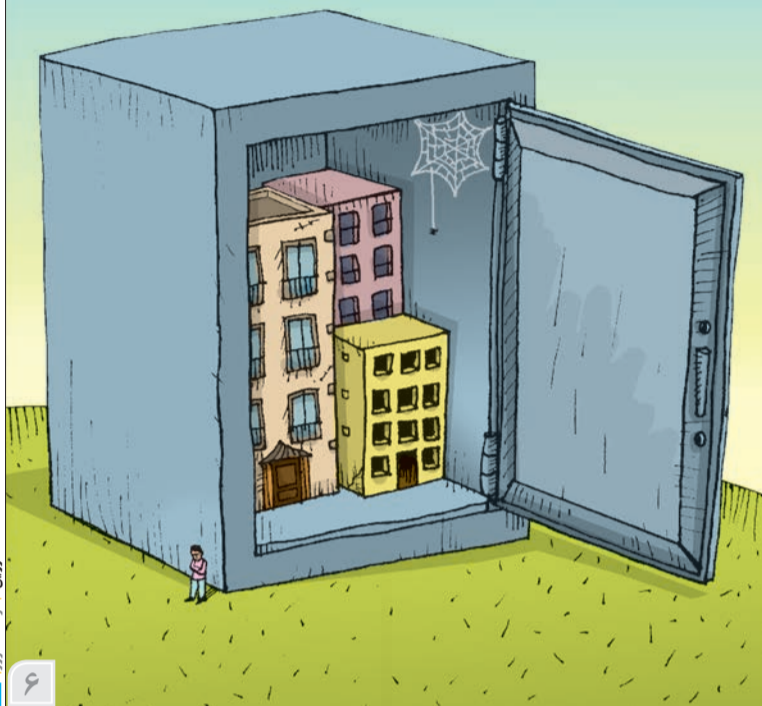
بررسی پویایی روابط درون سازمانی
با استفاده از رویکرد مدل سازی مخزن و جریان

پیروزی‌های هر چه بیشتر برای پیروزمندان

سیستم مجموعه‌ای از اجزاست که همه آنها به هم پیوسته و با یکدیگر در ارتباطند و به صورت متقابل از هم تأثیر می‌پذیرند...



وقتی مسکن ناجی بانک و بورس می‌شود دست‌های خالی اقتصاد برای حمایت از مسکن



آرمان | فرصت امروز



یادداشت

**بررسی جزئیات همکاری مشروط
به تشکیل کمیسیون مشترک**

هوشنگ فلاحتیان

معاون وزیر نیرو در امور برق

۲

هیات آلمانی در نخستین حضور خود پس از اعمال تحریم علیه ایران، یک بازدید کلی...



سرمقاله

**بدعتی به نام
تعویق مجمع بانکها**

مهدی خاکی فیروز

دبیر تحریریه

۱

برگزاری مجمع سالانه بانکها به منظور ارائه گزارش به سهامداران و تقسیم سود...

بررسی دستاوردهای کنفرانس ایران و اتحادیه اروپا

بار دیگر وین؛ این بار اقتصاد

و تبادل نظر مقامات، سیاست‌گذاران و مسئولان ایرانی و اروپایی تبدیل شده است. وزیر صنعت، معدن و تجارت ایران به همراه هیاتی با حضور فعالان اقتصادی، مالی، بانکی، نفت و گاز، پتروشیمی، صنعت و تجارت خارجی با مجریان

شرکت‌های خصوصی و دولتی ایرانی و اروپایی همایش بین‌المللی همکاری‌های ایران و اتحادیه اروپا پس از دوران تحریم را در وین برگزار کردند. این گردهمایی که با حضور و استقبال تجار، سرمایه‌گذاران و صاحبان بنگاه‌های اقتصادی روبرو شده، به محل تحلیل

وین که بعد از امضای توافق هسته‌ای در تاریخ ایران ماندگار شد این بار میزبان اجلاسی شد که می‌تواند اقتصاد ایران را متحول کند. با لغو تحریم‌ها و باز شدن فضای همکاری‌های بین‌المللی، ایران به‌عنوان یک تغییردهنده تعاملات اقتصادی شناخته شد. از این رو



برای سرمایه‌گذاران



تحلیل رفتار حقوقی‌ها در گفت‌وگو با مدیر عامل گروه مالی نور انوار

حقوقی‌ها دنبال سود هستند نه چیز دیگری

۱۳

زیان ۲ درصدی سهامداران پس از توافق

۱۲



برای مدیران



بررسی روند اجرای مسئولیت اجتماعی برندها در کمپین‌های اجرا شده در ماه رمضان

تقلای برندها برای سودجویی در پوسته کمپین‌های اجتماعی

۱۰

قطره قطره جمع گردد...

۹

روزنامه اسپانیایی: یونان را فراموش کنید ایران بازار را تکان خواهد داد

این گزارش ادامه داد: این کلمات، معنای بیشتری از آنچه تقریباً هر سرمایه‌گذار بین‌المللی می‌تواند تصور کند، دارد. هنگامی که ایران شاه را سرنگون کرد، ایران یک اقتصاد حامی غرب در توسعه سریع بود. از سه دهه‌ای که از آن زمان گذشته، ایران زمینه‌های بسیاری را از دست داده است. بیره‌های اقتصادی شرق آسیا نظیر تایوان یا کره جنوبی که در سال‌های ۷۰ میلادی هم‌دریف با ایران بودند، از این کشور سبقت بسیاری گرفتند. این رسانه تصریح کرد که ایران در منطقه خود شاهد بوده که چگونه کشورهای کوچک حوزه خلیج فارس نظیر دبی و قطر، این کشور را پشت سر گذاشته‌اند. حتی عربستان سعودی فوق ارتجاعی که با اکراه بازار بورس خود را به روی سرمایه خارجی باز می‌کند، بیشتر از ایران ترقی کرده است اما تهران تمام این مدت را تقریباً بدون حرکت ماند.

ال‌اکونومیستا اشاره کرد: ایران با ۴۳۷ میلیارد دلار سرمایه، بیست و هفتمین اقتصاد بزرگ جهان است و با وجود تحریم‌ها، کم و بیش مانند آرژانتین، تایوان و در جلوی اتریش یا تایلند قرار دارد. هر وقت که تحریم‌ها لغو شوند، ایران باید بسیار سریع‌تر رشد کند و ۱۰۰ میلیارد دلار پول این کشور که در خارج به دلیل تحریم‌ها بلوکه شده، با دیگر در دسترس کشور خواهند بود، مبلغی که حتی کشوری نظیر ایران را تغییر خواهد داد. صادرات نفت می‌تواند با گشایش بازارهای جدید (هرچند نفت همانند دو سال قبل آنقدر باارزش نیست اما هنوز بخش بزرگی است) با سرعت بیشتری دو برابر شود. رسانه افزود: ایران با یک نرخ رشد سالانه ۷ تا ۷ درصد، تقویت‌شده در برابر رشد اندازه اقتصادی خود را دارد و می‌تواند در زمان بسیار کوتاهی به آن دست یابد.

ایران دارای یک موقعیت جغرافیایی بسیار عالی بین اروپا، روسیه و بازارهای رو به رشد خلیج فارس است و برای تجارت به بخش بزرگی از آسیا نزدیک است. سطح آموزشی آن مناسب و معقول است، منابع انرژی کشور، آنقدر بزرگ هستند که می‌توانند اقتصاد آن را تغذیه کنند هرچند نسبت به جمعیت خود آنقدر کافی نیست که بتواند به یک دولت نفتی همانند عربستان سعودی تبدیل شود.

ال‌اکونومیستا با طرح این سؤال که آیا ایران از فرصت استفاده خواهد کرد پاسخ داد که هنوز برای پاسخ دادن به این پرسش زود است. بدون شک مسیر دشواری پیش‌رو ایران است، به نوسانات ناگهانی بازارهای ترکیه و تنش‌های منطقه‌ای باید توجه کرد. اگر تهران، درگیر تنش با داعش شود یا وارد جنگ در سوریه شود، رشد این کشور از خط خارج خواهد شد.

این روزنامه در پایان افزود: اقتصادهای جدید همانند ایران رشد را تسهیل خواهند کرد به همین دلیل، توافق حاصل شده در وین، بسیار مهم‌تر از پروکسل است.

روزنامه «ال‌اکونومیستا» در گزارشی نوشت: کارشناسان اقتصادی معتقدند کشورهایی که قابلیت تجارت داشته باشند بازارها را به حرکت درخواهند آورد و در این راستا یونان برای سرمایه‌گذاران گزینه مناسبی نیست. به گزارش ایرنا، ال‌اکونومیستا تصریح کرد: دو توافق با نتیجه متفاوت در وین و بروکسل صورت گرفت. در بروکسل، اتحادیه اروپا و دولت «ال‌اکسیس چیپراس» رئیس‌جمهوری یونان پس از چند روز کشمکش، سرانجام به یک توافق رسیدند که این توافق هرچند یونان را در حوزه پورو حفظ می‌کند، اما این کشور را به یک افسردگی دائمی محکوم خواهد کرد.

همزمان در وین نیز توافقی در مورد برنامه هسته‌ای ایران به‌دست آمد که باید راه را برای لغو تحریم‌ها هموار کند و حتی می‌تواند عامل الحاق دوباره ایران به این رسانه خاطرنشان ساخت: از میان این دو، توافق ایران برای سرمایه‌گذاران بسیار مهم و حائز اهمیت است. با وجود همه چیزهایی که در مورد پول، سیاست‌های مالیاتی و کاهش مالیات‌ها شنیده شده، این کشور بازارها را به حرکت در می‌آورد.

ایران برخلاف یونان، پتانسیل تبدیل شدن به یک اقتصاد مهم را دارد و این امر در درازمدت بیشتر خود را نشان می‌دهد اما یونان همچنان در یک رابطه ناسالم با بقیه اروپا گرفتار است. همانند یک زوجی که خوشبخت نیستند، هیچ‌کس نمی‌داند چگونه می‌شود موفق شد که اقتصاد یونان در داخل پول واحد فعال شود و هیچ‌کدام از طرفین نیز شجاعت رفتن را ندارند.

درواقع، یونان چند سالی همچنان به تقلا ادامه خواهد داد و به لطف کمک‌های مالی برلین و بروکسل زنده خواهد ماند درحالی که اقتصادش هر روز بیشتر در ناامیدی غرق می‌شود و بعید است که بازارهای جهانی به این کشور توجه زیادی کنند. هشدارهای خروج قریب‌الوقوع یونان از یورو آنقدر بوده که دیگر کسی نمی‌داند که باید چه کند. ایران اکنون به نظر می‌رسد که مسیر دیگری را انتخاب کرده و می‌خواهد به برقراری روابط با خارج بپردازد. مهم‌ترین این روابط، رابطه تجاری و سرمایه‌گذاری است و بانک‌ها و مشاوران سرمایه‌گذاری از اکنون به این مزایا اشاره می‌کنند. «چارلز رابرتسون» از بانک سرمایه‌گذاری «سناس کاپیتال»، یک سال پیش در یادداشتی در مورد ایران گفته بود: ایران همانند ترکیه است اما ۹۰ درصد منابع نفت جهان را داراست.

ساخت و تولید قطعات مختلف با توجه به استانداردهای جهانی یک بخش کلیدی از هدف‌های ما را تشکیل می‌دهند. وی افزود: تا سال ۲۰۲۵ می‌خواهیم ۳ میلیون خودرو تولید کنیم که یک‌سوم آن صادر شود. نعمت‌زاده تأکید کرد: می‌خواهیم خودرویی تولید کنیم که تحت برندهای جهانی باشند و در این زمینه به دنبال سرمایه‌گذاری مشترک با قطعه‌سازان هستیم.

وزیر صنعت، معدن و تجارت افزود: گام‌های بلندی در R & D بخش‌های متعدد فناوری برداشته‌ایم و به دنبال سرمایه‌گذاری مشترک در بخش‌هایی مانند نانو تکنولوژی، صنعتی بهداشتی، تجهیزات پزشکی و مخابراتی هستیم. نعمت‌زاده گفت: در مجموع، برنامه‌ریزی استراتژیک صنعتی ما با هدف قراردادن ایران در میان اقتصادهای در حال ظهور بر پایه منابع طبیعی‌مان، نیروی انسانی تحصیل‌کرده و جوان، دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی مشهور و بازارهای داخلی و منطقه‌ای است.

وی گفت: پیشنهاد می‌کنم که شرکت‌های اروپایی به‌عنوان یک فرصت مهم به این موضوع نگاه کرده و با نگاهی استراتژیک و بلندمدت به اشکال مختلف همکاری و اتحاد دولتی است؟ نعمت‌زاده افزود: صنایع معدنی به‌ویژه در فلزات مانند فولاد، مس، کروم، طلا، نقره و دیگر فلزات در میان اولویت‌های ما هستند. وزیر صنعت، معدن و تجارت در ادامه گفت: در صنعت خودرو به دو اتومبیل‌های سواری و وسایل نقلیه تجاری و طراحی

وزیر صنعت، معدن و تجارت در کنفرانس وین: بازار ایران همان بازار یک دهه پیش نیست



وی گفت: اقتصاد ایران و بخش تولید بهبود یافته و در سال گذشته ششمی شاهد ۶.۷ درصد رشد در بخش صنعت و رشد ۹.۸ درصدی در بخش معدن بوده‌ایم. وزیر صنعت، معدن و تجارت همچنین گفت: به تازگی برنامه استراتژی ۱۰ ساله صنعت، معدن و تجارت که شامل اهداف، سیاست‌ها و اولویت‌هاست تدوین شد. وی گفت: در این استراتژی، توسعه بیشتر در صنایع مربوط به نفت و گاز، تولید برق و... فراهم می‌سازد. نعمت‌زاده تأکید کرد: قوانین و مقررات در مورد سرمایه‌گذاری خارجی و خصوص مالکیت توسط سرمایه‌گذاران خارجی اصلاح شده است.

وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت: در آموزش عالی پیشرفت زیادی داشتیم و در اموزش فارغ‌التحصیلان زیادی در حوزه فنی وجود دارد.

وزیر صنعت، معدن و تجارت افزود: تلاش زیادی برای خصوصی‌سازی در ایران انجام شد که تا حدودی به دلیل محدودیت‌های ناشی از تحریم آهسته‌تر شده است، اما هدف ما این است که به دور از مالکیت دولتی و کنترل در بسیاری از زمینه‌ها حرکت کنیم.

وی گفت: خصوصی‌سازی فرصت مناسبی برای سرمایه‌گذاران خارجی و بومی را جهت شرکت در زمینه‌هایی مانند خودرو، فولاد، تولید برق و... فراهم می‌سازد. نعمت‌زاده تأکید کرد: قوانین و مقررات در مورد سرمایه‌گذاری خارجی و خصوص مالکیت توسط سرمایه‌گذاران خارجی اصلاح شده است.

وزیر صنعت، معدن و تجارت گفت: در آموزش عالی پیشرفت زیادی داشتیم و در اموزش فارغ‌التحصیلان زیادی در حوزه فنی وجود دارد.

بدعتی به نام تعویق مجمع بانکها

تدابیر راهگشا، مطالبات معوق و مشکوک، به‌مراتب پایین‌تر است. آیا بانک‌هایی که با درایت مدیران‌شان موفق شده‌اند از توفشان رکود تورمی، با کمترین آسیب بیرون بیایند را باید با همان چوبی راند که سزاران بانک‌های ناکارآمد عمداً دولتی است؟ بانک مرکزی در هدایت و نظارت بر بازار غیرمشکله پولی به‌ویژه صندوق‌های قرض‌الحسنه به بهانه ضعف آیین‌نامه‌ها، از اجرای وظایف نظارتی خود شانه خالی کرده در مقابل، سختگیری‌های نامتعارفی را در حوزه بانکی اعمال می‌کند. این مسئله شاید از روحیه رییس کل کنونی این بانک نشأت می‌گیرد و به همین دلیل است که بانک مرکزی هزاران صندوق قرض‌الحسنه با هویت و رفتارهای پرریسک اقتصادی را به حال خود رها کرده و برای جبران مافات، به پروپای بانک‌ها می‌پیچد.

مرکزی به استناد همین تحلیل، خواهان مداخله در میزان سود قابل تقسیم بانک‌ها بین سهامداران است. مداخله‌جویان در روند برگزاری مجمع و تقسیم سود بانک‌ها، بر این باورند که بانک‌ها سود چندانی نداشته‌اند که بخوانند آن را تقسیم کنند و تقسیم سود اظهار شده غیرواقعی، تبعات منفی برای اقتصاد کشور خواهد داشت.

تراز مالی بانک‌ها تفاوت‌هایی چشمگیر دارند. در برخی بانک‌ها مانند بانک ملی به دلیل تأثیرپذیری بیشتر از مداخله‌های غیرحرفه‌ای از جمله تسهیلات تکلیفی و سهم مطالبات معوق از منابع بانک بسیار بالاست، عدم مطالبه سهامداران این قبیل بانک‌ها در خصوص رعایت اصول حرفه‌ای تخصیص منابع نیز مزید علت می‌شود. با این حال در برخی بانک‌ها به دلیل انضباط مالی و بهره‌گیری از

مرکز برای مجمع سالانه بانک‌ها به منظور ارائه گزارش به سهامداران و تقسیم سود، با تأخیری نامتعارف همراه شده است. بانک مرکزی می‌گوید در این قضیه نقشی ندارد، ولی همزمانی این تأخیر در همه بانک‌ها از یک‌سو و شنیده‌های غیررسمی از سوی دیگر، همگی بر مداخله بانک مرکزی در این مسئله دلالت می‌کنند. این مداخله در ادامه به تعیین دستوری محدود سود سهام بانک‌ها از سوی بانک مرکزی منجر شد.

پیش از این دکتر فرهاد نبلی، رییس پژوهشکده پولی و بانکی گفته بود بانک‌ها در فعالیت‌های بانکداری خود زیان‌ده هستند و از طریق بنگاهداری، این زیان را پوشش می‌دهند. شنیده‌ها حاکی از آن است که بانک

مهدی خاکی فیروز

نفت

حضور هیات‌های تجاری فرانسه و انگلیس در تهران

سفر مقامات صنعت نفت ایران به اتریش



مدیرعامل شرکت پتروشیمی بین‌الملل با بیان اینکه قرار است به‌زودی هیات‌هایی از فرانسه و انگلیس برای مذاکره به ایران بیایند؛ گفت: اروپایی‌ها به‌خصوص بعد از بحران اقتصادی به‌شدت به دنبال سرمایه‌گذاری‌های سودآور هستند و هیچ‌جا بهتر از ایران برای سرمایه‌گذاری آنها نیست.

به گزارش ایران، عیسی مشایخی از سفر خود به وین به دعوت اتاق مشترک ایران و اتریش برای رونمایی از فرصت‌های تجاری بخش پتروشیمی خبر داد و گفت: هم‌اکنون زود است که در مورد فرصت‌های تأمین مالی و حجم سرمایه‌گذاری‌ها صحبت شود، زیرا برای جذب منابع مالی تنها ارتباط دولت‌ها کافی نیست و الزامات دیگری نظیر ایجاد خط اعتباری Line Credit و افزایش اعتبار نزد موسسات بیمه صادراتی ECA's و... دخالت دارند.

مدیرعامل شرکت پتروشیمی بین‌الملل گفت: در مقطع فعلی هلدینگ خلیج فارس به ۶۶ میلیارد دلار سرمایه‌گذاری نیاز دارد، طبیعتاً این حجم سرمایه‌گذاری باید از طریق تأمین مالی بلندمدت دنبال شود که در فضای جدید که طی پنج یا شش ماه آتی ایجاد خواهد شد، قابل پیگیری است.

مشایخی درباره موانع پیش‌روی سرمایه‌گذاران خارجی برای ورود به بازار پتروشیمی ایران گفت: به‌عنوان مثال، برای جذب منابع مالی از بازارهای بین‌المللی به شکل بلندمدت (فاینانس) دارا بودن رتبه اعتباری نزد موسسات بیمه صادراتی کشورها مطابق مقررات سازمان توسعه همکاری‌های اقتصادی OECD لازم است؛ رتبه‌بندی موسسات بیمه صادراتی کشورها از یک تا هفت است و در مقطع فعلی رتبه ایران شش است که امید است در آینده بهبود یابد؛ این درحالی است که قبل از اعمال تحریم رتبه ایران چهارم بوده و دوران طلایی امکان تأمین منابع مالی در آن سال‌ها رقم خورد.

وی با تأکید بر اهمیت نقش بیمه‌های پوشش صادراتی افزود: همان‌گونه که آگاهی دارید در آلمان، مؤسسه بیمه صادراتی هرمس HERMES به‌عنوان مؤسسه بیمه صادراتی این کشور نقش و نظر مهمی در این بین دارد؛ آنچه مسلم است شرایط مساعدی است و از آنجا که تحریم‌ها یکی از عوامل مؤثر بر فعالیت سرمایه‌گذاران است، پس به یقین اثر خود را روی فضای سرمایه‌گذاری و تأمین مالی گذاشته است.

وی خاطر نشان کرد: تحریم‌ها نیز یک‌شبه وضع نشده به یک‌باره برداشته شود. این مسئله زمان‌بر خواهد بود و دست کم چهار تا پنج ماه زمان می‌برد که مقررات بانکی اعلام و رتبه اعتباری نیز بهبود یابد.

مدیرعامل شرکت پتروشیمی بین‌الملل درباره تأثیرپذیری فضای کسب و کار صنعت پتروشیمی از فضای سیاسی گفت: محیط سرمایه‌گذاری و تأمین منابع مالی تابع شرایط سیاسی است و آنچه که تحریم‌ها یکی از عوامل مؤثر بر فعالیت سرمایه‌گذاران است، پس اثر خود را روی فضای سرمایه‌گذاری می‌گذارد.

مشایخی با اشاره به سابقه حضور شرکت‌های آلمانی در پروژه‌های پتروشیمی ایران اظهار داشت: شرکت Linde پیش از این نیز در پتروشیمی و در واحد Recovery C۲ فضای سیاسی پارس و واحد الفین پتروشیمی امیرکبیر فعالیت داشته است، در هر صورت شرکت‌های خارجی چه در قالب اعطای لیسانس و چه در قالب پیمانکاری مثل EPC زمانی وارد بازار ایران می‌شوند که بحث مخاطره سرمایه‌گذاری در میان نباشد. به این معنا که حمایت موسسات صادراتی نظیر هرمس آلمان، کوفاس فرانسه، ECGD انگلیس و... داشته باشند.

وی در مورد اثرات فعلی اعلام توافق‌های میان ایران و ۵+۱ بر جذب سرمایه خارجی در صنعت پتروشیمی گفت: خوشبختانه توافق اولیه اقدام مشترک که در ژانویه ۲۰۱۴ اتفاق افتاد و اثر روانی بسیار خوبی را به جای گذاشت و با توافق جامع، فضای مثبت آغاز مجدد فعالیت‌های جدید کسب در ایران به‌طور کامل محسوس خواهد بود.

مدیرعامل شرکت پتروشیمی بین‌الملل گفت: اگر توافق‌های میان ایران و ۵+۱ انجام نمی‌شد، مشخص نبود قیمت دلار به چه میزان می‌رسید، هم‌اکنون تصویب توافق در شورای امنیت و اتحادیه اروپا به لحاظ روانی بسیار اثر مثبتی دارد.

مدیرعامل شرکت پتروشیمی بین‌الملل درباره وضع فعلی تبادلات پتروشیمی ایران با جهان اظهار داشت: هم‌اکنون ما در تماس روزمره با بانک‌های بین‌المللی برای بازپرداخت بدهی‌های خود هستیم اما توافقاتی برای فعالیت‌های جدید تأمین مالی تا زمان اعلام لایحه‌تستین بانکی انجام نمی‌شود.

لیلا مرگن

زیمنس یکی از شرکت‌هایی است که هفته گذشته با هیات بلند پایه آلمانی به ایران سفر کرد. این شرکت در راستای از سرگیری همکاری با شرکت‌های ایرانی در کشور حضور یافت و با وزیر نیرو دیدار کرد. اما فعالان بخش خصوصی تأکید می‌کنند که حضور آلمان در بازار برق ایران نباید به منظور فروش کالاهای آماده به بازار ایران باشد. بلکه شرکت‌های آلمانی باید زمینه انتقال تکنولوژی‌های جدید را به ایران فراهم کنند.

هنوز جوهر امضای توافقنامه هسته‌ای خشک نشده بود که هیات بلندپایه آلمانی راهی ایران شدند. این هیات ۲۹ تیرماه به ایران سفر کرد تا با مقامات بخش خصوصی و دولتی ایران دیدار و گفت‌وگو کنند. مذاکره با وزارت نیرو یکی از اهداف سفر هیات آلمانی بود. در نشست که در این وزارتخانه برگزار شد، شرکت‌های زیمنس و مینا به‌عنوان فعالان بخش خصوصی دو کشور حضور داشتند. اگرچه سایر فعالان بخش خصوصی در این جلسه، از محتویات مباحث مطرح شده اطلاع چندانی ندارند اما قضاوت کردن درباره حضور زیمنس در ایران را نیز زودهنگام توصیف می‌کنند اما در این میان، تجار هندی و چینی به‌شدت نگران و نگران هستند و تلاش می‌کنند مسئولان ایران یادآوری کنند که در ایام تحریم،

بین‌الملل

افزایش واردات نفت آمریکا همزمان با کاهش قیمت شاخص وست تگزاس اینترمدیت در معاملات آتی

قیمت معاملات آتی نفت‌خام و همزمان شدن آن با افزایش واردات این محصول و افزایش بیش از پیش ذخایر نفت، ذخیره کردن نفت مازاد موجود را بیش از هر زمان دیگری به یک اقدام سود آور بدل کرده است.

به گزارش رویترز، قیمت شاخص نفتی وست تگزاس اینترمدیت در معاملات آتی بیانگر این موضوع است که فعالان بازار در حال هزینه کردن ماهانه بیش از ۶۱سنت در هر بشکه به منظور پوشش هزینه‌های تأمین مالی و ذخیره کردن نفت در مرکز کوشینگ در سه ماهه چهارم سال ۲۰۱۵ میلادی هستند که این موضوع بیانگر سه برابر شدن هزینه‌هاست، در حالی که هزینه پوشش مالی و ذخیره نفت در انبارها از ابتدای ماه ژوئن سال جاری میلادی کمتر از ۲۰ سنت بوده است.

در همین راستا هزینه‌های مربوط به پوشش مالی و ذخیره شاخص نفتی برنت از ۳۷سنت به ۴۸سنت افزایش یافته که در مقایسه با قیمت خدمات مالی

همراه دولت و ملت ایران بوده‌اند. اخیراً نماینده ارشد شرکت سوزلان هند در گفت‌وگو با مهر آمادگی کشورش را برای نصب و راهاندازی نیروگاه‌های بادی در ایران اعلام کرده‌است. این در حالی است که شرکت زیمنس هم یکی از شرکت‌های ایران در دوره رقابت جدیدی بین شرکای تجاری ایران در دوره پساتحریم شکل گرفته‌است. اما باید دید همکاری با کدام کشورها، منافع ایران را در آینده بیشتر تأمین خواهد کرد.

مینا مخالف توسعه انرژی نو
هاشم اورنی، رییس انجمن علمی انرژی بادی ایران در گفت‌وگو با «فرصت‌امروز» در پاسخ به این پرسش که همکاری با هند یا آلمان بیشتر منافع ایران را تأمین خواهد کرد، دربار همکاری‌ها، باید به مسائلی مثل وضعیت انتقال تکنولوژی، قیمت و نحوه مشارکت در پروژه‌ها توجه کرد. پس از بررسی مسائل و در نظر گرفتن برآیند آنها، می‌توان به درستی نظر داد. وی بیان می‌کند: زیمنس در زمینه انرژی بادی بسیار پیشرفته بوده و کشوری مثل هند قطعا در سطح آلمان نیست. اما باید دید زیمنس به مفهوم واقعی در انتقال تکنولوژی به ایران کمک می‌کند یا خیر.

اورنی با اشاره به اینکه هنوز مذاکرات در سطوح اولیه

است، بر هنر مذاکره‌کنندگان ایرانی برای دریافت امتیازات بیشتر تأکید می‌کند. وی در پاسخ به این پرسش که آیا مینا به‌عنوان بخش خصوصی ایران، قادر به مذاکره خوب با زیمنس خواهد بود، عنوان می‌کند: شرکت مینا بعد از اعمال تحریم‌ها، بخش عمده سهام شرکت فورلاندر را خریداری کرد و بقیه سهام این شرکت به یک مجموعه اوکراینی منتقل شد. براساس اطلاعات نسبتاً موثقی که دارم، این شرکت ورشکست شده و مینا به دلیل عقبه کاری طولانی که با زیمنس در زمینه ایجاد نیروگاه‌های حرارتی دارد، همچنین ناامید شدن از به نتیجه رسیدن مسیر قبلی (یعنی خرید سهام یک شرکت آلمانی به منظور انتقال تکنولوژی)، مجدداً وارد مذاکره با این شرکت شده‌است.

رییس انجمن علمی انرژی بادی ایران می‌گوید: «نظر شخصی من این است که زیمنس تکنولوژی نیروگاه‌های بادی را به ایران نمی‌دهد یا این کار را با محتوای داخلی خیلی محدود انجام خواهد داد، ضمن آنکه مینا به دنبال ورود تکنولوژی جدید به کشور در زمینه انرژی بادی نیست.»

وی اضافه می‌کند: مدیران مینا در دولت قبلی اعلام کرده بودند، با توجه به وجود انرژی فسیلی، انرژی تجدیدپذیر در ایران صرفه اقتصادی ندارد. با روی کار آمدن دولت یازدهم، به دلیل اینکه مینا قصد دارد با دولت همسو باشد، تغییر موضعی مقطعی در

دیدگاه‌های خود ایجاد کرده است.

همکاری با هند و چین منتهی به لیست سیاه
ایران ترانسفو یکی از شرکت‌های است که ۱۵سال قبل تحت‌لیسانس زیمنس، ترانسفورماتور تولید کرده و به بازارهای خارجی و داخلی عرضه می‌کرد. امیر نجفی، مدیرعامل این شرکت در گفت‌وگو با «فرصت‌امروز» حضور کشوری مثل آلمان را فرصتی برای به‌روز کردن تکنولوژی در ایران می‌داند، مشروط بر اینکه برنامه‌ریزی مناسب در این باره انجام شود. وی اضافه می‌کند: زیمنس فناوری روز دنیا را در اختیار دارد و این اطمینان را به ما می‌دهد که از تکنولوژی نو استفاده می‌کنیم. اما هند و چین تکنولوژی درجه دو و سه دنیا را در اختیار دارند. مدیرعامل ایران ترانسفو در پاسخ به اظهارات کسانی که معتقدند زیمنس جدیدترین تکنولوژی‌هایش را به ایران عرضه نمی‌کند، می‌گوید: قطعاً این مسئله به نوع روابط با زیمنس مدیریت آن بستگی دارد. باید در توافقنامه‌های احتمالی هوشمندانه عمل کرده و بخواهیم تکنولوژی نو را دریافت کنیم. اگر از صاحب‌نظران استفاده کنیم،

سرمایه کلاه نمی‌رود. وی بر این باور است که اگر ایران ترانسفو به‌عنوان یک برند خوشنام ایرانی با یک برند معتبر اروپایی به صورت مشترک محصولی به دست آوریم، قطعاً به دلیل اینکه مینا قصد توسعه بازارهای بین‌المللی این شرکت کمک خواهد



زیمنس چگونه به ایران بیاید؟

شروط بخش خصوصی برای حضور آلمان در بازار برق ایران

شد. در صورتی که اگر ایران ترانسفو با برند مشترک هند یا چین محصولی را به بازارهای خارجی عرضه کند، کشورها قرار گیرند.

همکاری‌ها به ایجاد اشتغال منجر شود
صادق صیاد، دبیر کمیته حمایت از ساخت داخلی سندبیکای برق نیز در گفت‌وگو با «فرصت‌امروز» به این نکته تأکید می‌کند که زیمنس نباید کالای آماده به بازارهای ایران عرضه کند.

وی با اشاره به سابقه همکاری این شرکت آلمانی با صنعت برق و مخابرات ایران می‌گوید: اگر قرار است محصول ساخته شده وارد کشور شود، این وضعیت خوبی برای صنعتگران ما نیست. اما اگر در انتقال تکنولوژی یا سرمایه‌گذاری ثابت که به ایجاد اشتغال منجر می‌شود یا مالکیت همکاری کنیم، نتایج مثبت‌تری برای کشور خواهد داشت.

دبیر کمیته حمایت از ساخت داخلی سندبیکای برق بیان می‌کند: بزرگ‌ترین تهدید ما منابع انسانی و فارغ‌التحصیلان بیکار است. باید به نحوی از این فرصت لغو تحریم‌ها برای جذب و اشتغال نیروی انسانی استفاده کنیم.

وی در پاسخ به این پرسش که آیا ساخت محصول در ایران تحت لیسانس زیمنس بر رونق کسب‌وکار تأثیرگذار است یا خیر، می‌گوید: باید در مذاکرات اجازه صادرات به بازارهای دیگر به ایرانیان داده شود، نه اینکه هدف‌گذاری‌ها صرفاً برای بازار داخلی باشد.



افزایش واردات نفت آمریکا همزمان با کاهش قیمت شاخص وست تگزاس اینترمدیت در معاملات آتی

و رسیدن حجم نفت پالایش شده به روزانه ۱۶میلیون و ۸۰۰هزار بشکه، کاهش جدی را تجربه نکنند.

ذخایر نفت در مرکز کوشینگ اوکلاهما که محل تحویل قراردادهای آتی شاخص نفتی وست تگزاس اینترمدیت به‌شمار می‌رود به میزان تقریبی یک‌میلیون و ۷۰۰هزار بشکه افزایش یافته است. این در شرایطی است که ذخایر نفت خام این مرکز در طول هفته گذشته کاهش ۶میلیون بشکه‌ای را تجربه کرده است. گفتنی است سایر انبارهای ذخیره نفت در آمریکا در چهار هفته گذشته افزایش یک‌میلیون بشکه‌ای را تجربه کرده‌اند.

به عقیده کارشناسان و فعالان حوزه انرژی، بازار معاملات آتی خود را برای افزایش بیشتر ذخایر نفت خام در سه ماهه چهارم سال جاری میلادی آماده می‌کند.

ترجمه: معراج آگاهی منبع: رویترز

یادداشت

بررسی جزئیات همکاری مشروط به تشکیل کمیسیون مشترک

هوشنگ فلاحتیان

معاون وزیر نیرو در امور برق



هیات آلمانی در نخستین حضور خود پس از اعمال تحریم علیه ایران، یک بازدید کلی از شرایط ایران و زمینه همکاری‌های مشترک داشت. وزیر اقتصاد و انرژی آلمان به همراه هیاتی بلندپایه به ایران آمد تا مقدمات مذاکره درباره همکاری‌های دوجانبه را فراهم کند. به همین دلیل، این هیات با وزیر نیرو نیز دیداری انجام داد. در نشست وزارت نیرو در رابطه با جزئیات همکاری‌ها صحبتی مطرح نشد و فقط چارچوب همکاری‌ها مشخص شد. اگر جلسات دیگری بین دو کشور برگزار شود، به‌طور قطع در آن جلسات وارد جزئیات برنامه‌ها می‌شویم. قرار است تا پایان سال جاری، کمیسیون مشترک ایران و آلمان تشکیل شود تا امکان بررسی بیشتر جزئیات برای طرفین فراهم شود. قبل از اعمال تحریم‌ها کمیسیون اقتصادی مشترک دو کشور، جلسات منظمی برگزار می‌کردند. به همین دلیل تلاش می‌کنیم این نشست‌های منظم را همچون سابق برگزار کنیم. با تشکیل این کارگروه، دو طرف برنامه‌ریزی لازم را برای مشخص شدن جزئیات همکاری‌ها انجام خواهند داد. وزارت نیرو نیز به محض تشکیل این کارگروه در حوزه انرژی مذاکرات مفصلی را با بخش خصوصی آلمان آغاز خواهد کرد. رویکرد وزارت نیرو در این مذاکرات مبتنی بر حمایت از ساخت داخلی، انتقال تکنولوژی و فناوری‌های جدید به کشور خواهد بود. البته در نخستین جلسه با طرف آلمانی، این کشور آمادگی خود را برای همکاری در همه عرصه‌های روال گذشته اعلام کرده‌است.

در مذاکرات آتی نیز به مسائل مختلفی از جمله امکان عرضه محصولات ایرانی تحت لیسانس شرکت زیمنس توجه خواهیم کرد. به این ترتیب، تولید داخلی پس از ارتقای کیفیت با فناوری‌های آلمان، شرایط جدیدی را برای عرضه به بازارهای منطقه خواهد داشت. البته ممکن است از توانمندی این شرکت آلمانی در حوزه نیروگاهی برای کاهش تلفات انرژی، افزایش بهره‌وری، هوشمندسازی شبکه و سایر عرصه‌های مرتبط با فعالیت‌های وزارت نیرو نیز استفاده شود. تمام این مسائل موکول به رخداد‌های ماه‌های آتی و تشکیل جلسات منظم بین دو کشور خواهد بود. طبیعتاً هر جلسه مشترکی با زیمنس برگزار شود، منابعی در آن لحاظ خواهد شد. براساس تصمیمات گرفته شده، قرار شد ایران و آلمان تلاش کنند تا پایان سال جاری جلسات مشترک بین دو کشور را سازماندهی کرده و مثل سایرالیان گذشته، سالانه چند بار جلسه مشترک بین دو کشور برگزار شود.

نفت



برای تأیید و تصویب نهایی

مدل قرارداد IPC به‌زودی در اختیار هیات وزیران قرار می‌گیرد



مدل جدید قراردادهای نفتی (IPC) به‌زودی برای تصویب و تأیید نهایی در اختیار هیات وزیران قرار می‌گیرد.

به گزارش ایلنا، مدل جدید قراردادهای نفتی که مراحل نهایی خود را می‌گذراند، به‌زودی برای تأیید و تصویب نهایی به هیات دولت ارسال می‌شود. در مدل تازه قراردادهای نفتی ایران (IPC) قرار براین است که حلقه‌های مختلف صنعت نفت (اکتشاف، توسعه و تولید) به‌صورت یکپارچه واگذار شود تا شرکت‌های خارجی با چنین قراردادی، انگیزه‌ای برای حضور در صنعت نفت ایران داشته باشند.

در این قرارداد، مالکیت مخزن قابل انتقال نیست و مالکیت واگذار نمی‌شود و تولید صیانتی از مخزن، یکی از مهم‌ترین مباحث در این قراردادهاست. در این مدل از قرارداد، عملیات اکتشاف به پیمانکار واگذار و باید سعی شود شرکت‌های خارجی به مناطق پر ریسک صنعت نفت وارد شوند زیرا قاعده در دنیا این است که هزینه سنگین اکتشاف را شرکت‌های خارجی تأمین کنند و نباید هزینه‌های ملی صرف مخارج اکتشاف شود.

انتقال فناوری و شفافیت مالی یکی از مهم‌ترین مباحث قراردادهای تازه (IPC) است که براساس آن قرار است در قراردادهای تازه، کارشناسان ایرانی در کنار شرکت‌های سرمایه‌گذار خارجی قرار گیرند تا با آخرین فناوری‌های روز دنیا آشنا شوند. ضمن اینکه باید خود نیز در این انتقال و دریافت فناوری بهتر عمل کنند. همچنین افزایش ضرب زیاده‌فایده مخازن یکی از مهم‌ترین اهداف این قرارداد است که با توجه به اینکه نیمی از میدان‌های کشور در نیمه دوم عمر خود قرار دارند، هر یک درصد افزایش ضرب، معادل ۵۰۰ میلیارد دلار افزایش ثروت ملی است.

با توافق ایران و ۵+۱ و علاقه شرکت‌های خارجی به حضور در صنعت نفت ایران، قرارداد IPC در آینده نزدیک در کنفرانسی در لندن به همراه توسعه برخی از پروژه‌ها به سرمایه‌گذاران خارجی معرفی خواهد شد.

اشتغال

معاون وزیر کار مطرح کرد
جریان هفت گانه برای تحول
در بخش اشتغال

معاون وزیر کار مطرح کرد
کار و رفاه اجتماعی گفت: هفت جریان برای تحول
اشتغال وجود دارد که اگر دست به دست هم بدهند
مشکلات اشتغال رفع خواهد شد.

به گزارش ایسنا، حسن طایبی در پنجمین جلسه
شورای هماهنگی تعاون، کار و رفاه اجتماعی
مازندران نخستین جریان را آموزش و تخصص و
داناتی دانست و گفت: این جریان باید متناسب با
بازار کار به وجود بیاید و اداره بشود؛ جریان دیگر
سرمایه‌گذاری و رشد تولید است که تا جریان‌های
اعتباری به نفع بخش‌های تولیدی نشود مشکل
اشتغال درست نخواهد شد. طایبی بهبود محیط
کسب‌وکار و محیط امن برای سرمایه‌گذاری را نیز از
دیگر عوامل دانست و گفت: بهبود محیط کسب‌وکار
به محیط‌های غیرمادی جریان کار مربوط بوده و
محیط سرمایه‌گذاری به زیرساخت‌ها شامل آب،
برق، بندر، فرودگاه و... نیاز است.

وی ادامه داد: از دیگر جریان‌های متحول‌کننده
اشتغال بازرگانی و تجارت است، بازاریابی و فروش
بسیار مهم است و باید خدمات و محصولات تولید
شده در استان به‌راحتی به دست مشتریان خود در
دیگر استان‌ها و دیگر کشورها برسد.

این مسئول فرهنگ کار و کارآفرینی و داشتن
روحیه مسئول و ریسک‌پذیری را از عناصر مهم
برشمرد و گفت: این موضوع با آموزش و ایجاد
تخصص مرتبط است. می‌توان کارجو یا کارآفرین
ترتیب کرد. معاون وزیر کار با انتقاد از وضعیت
کارآفرینی در استان ادامه داد: وضعیت کارآفرینی
در استان چندان مطلوب نیست و باید بهبود یابد؛
استانی پیشرفته‌تر و دارای پتانسیل قوی‌تر از
استان مازندران نداریم، ولی این قوه به فعل تبدیل
نشده است. وی افزود: تحریم‌ها با همه
جوانب بدی که داشتند به
نیروی انسانی داخلی این
فرصت را داد تا خود را محک
بزنند به‌گونه‌ای که امروز
می‌بینیم حداقل در بخش
تعمیرات دستگاه‌های مختلف
کامپیوتری پیشرفت‌های
زیادی داشته‌ایم که می‌تواند
پشتوانه خوبی برای تولید
دستگاه‌هایی با برند ایرانی
باشد.

معاون وزیر کار اظهار کرد: امروز وزارت تعاون، کار
و رفاه اجتماعی به مثابه یک دولت کوچک است.
وی افزود: زنجیره‌های بسیار مهم شامل
توانمندسازی، اشتغال‌پذیری، جامع‌پذیری،
اشتغال‌زایی، یادگیری، نئاورری، کارآفرینی،
بهره‌وری و ایجاد فرصت شغلی مولد باید به‌صورت
ویژه‌ای توسط همه مسئولان در سطح کشور به
خصوص در استان‌ها مورد توجه قرار گیرد.
معاون توسعه کارآفرینی و اشتغال وزارت تعاون،
کار و رفاه اجتماعی با اشاره به اهمیت روابط بین
دستگاهی خاطر‌نشان کرد: همه مسئولان باید به
دنبال ایجاد فرصت شغلی مولد باشند و برای تحقق
این مهم نیز دستگاه‌ها باید روابط در هم تنیده‌ای
داشته باشند.

معادن

ایمیدرو فقط ۳۲ درصد از خوراک
صنعت روی را تأمین می‌کند

مدیرعامل هلدینگ توسعه معادن روی گفت:
از سه میلیون تن خوراک مورد نیاز صنعت روی،
ایمیدرو فقط ۳۲ درصد از این تقاضا را تأمین
می‌کند که از دولت می‌خواهیم در کمترین زمان
معادن مهدی‌آباد را فعال کند و برای این امر از
تجربه سنگان بهره ببرد، چرا که سال‌های بحرانی
را در پیش داریم.

مهدی کوهی در گفت‌وگو با ایسنا، با اشاره به
اینکه در صنعت روی ۸۱ واحد فعال هستند، اظهار
کرد: برای تولید به میزان ظرفیت اسمی نیازمند
۳ میلیون تن خوراک هستیم.
وی با بیان اینکه معادن مهدی‌آباد جایگزین خوبی
برای معادن انگوران است، یادآور شد: با توجه به
اینکه فعال شدن این معدن حداقل سه سال زمان
می‌برد، سال‌های آتی سال‌های بحران‌آفرین برای
صنعت سرب و روی خواهد بود.

مدیرعامل هلدینگ توسعه معادن روی افزود:
باتوجه به میزان کم تأمین خوراک برای صنایع روی
باید سراغ استان مرکزی، یزد، اصفهان، سمنان و...
برویم و از معادن کم‌عیار استفاده کنیم و آنها را
تجمع سازیم یا اینکه واردات داشته باشیم.
کوهی اظهار کرد: با توجه به قیمت بالای واردات
این امر توجیه اقتصادی ندارد لذا راهی نیست جز
توسعه معادن داخلی.

وی با اشاره به اینکه صنایع بزرگ الزامات
زیست‌محیطی را جزو تعهدات خود می‌دانند، به مسئله
سرب اشاره کرد و گفت: کارخانه سرب و روی زنجان
که به‌عنوان نخستین کارخانه تولید سرب فعال بوده به
خاطر کاهش حاصل معدن انگوران و منابع سولفور از
تولید محروم شده و به دلایل محیط‌زیستی می‌بینیم
که سرب مورد کم‌لطفی قرار گرفته است. وی با تأکید
بر اینکه با در نظر گرفتن هزینه‌های متعددی که در
صنعت سرب و روی صرف شده از دولت توقع داریم
نسبت به صنایع ما الزامات قابل قبول‌تری را ایجاد کند
تا بتوانیم فعال‌تر باشیم.

مدیرعامل هلدینگ توسعه معادن روی با بیان
اینکه کارخانه سرب و روی زنجان تمام اقدامات لازم
را برای باز شدن انجام داده و مسائل زیست محیطی
را رعایت کرده است، گفت: ایمیدوریم به‌زودی این
کارخانه سرب بازگشایی شود. وی با پیشنهاد به
ایمیدرو برای فعال کردن معدن مهدی‌آباد مانند
سنگان که صنایع مختلف را به مشارکت می‌گیرد،
گفت: از ایمیدرو درخواست داریم معدن مهدی‌آباد
را در اختیار یک گروه خاص نگذاریم.



کارشناسان آی تی در گفت‌وگو با «فرصت امروز»:

لغو تحریم‌ها، کیفیت
محصولات داخلی را بهبود می‌بخشد

حاضر در بخش‌های تبلت،
تلفن همراه، لوازم جانبی و
دستگاه‌های مخابراتی تولیدات
ایرانی دیده می‌شوند که گرچه
اکثر آنها مونتاژ شده هستند اما
می‌توان با سیاست‌های مناسب
بخش‌هایی است که واردات
غیرقانونی در آن بسیار بالاست
اظهار کرد: شاید هیچ پدیده‌ای
مثل محصولات قاچاق تأثیر
مخربی روی تولیدات ایرانی
نداشته باشد که متأسفانه
فرصت را داد تا خود را محک
بزنند به‌گونه‌ای که امروز
می‌بینیم حداقل در بخش
تعمیرات دستگاه‌های مختلف
کامپیوتری پیشرفت‌های
زیادی داشته‌ایم که می‌تواند
پشتوانه خوبی برای تولید
دستگاه‌هایی با برند ایرانی
باشد.

این کارشناس در پایان اظهار
کرد: امیدوارم با لغو تحریم‌ها
هم مردم و هم تولیدکنندگان
وابسته به محصولات خارجی
نشوند و کم‌کم به دستگاه‌های
ساخت ایران روی آورده و با
این کار از بخش تولید حمایت
کنند که اگر این اتفاق رخ دهد
مشکلات بیکاری و اقتصادی
کشور تا حد قابل توجهی بهبود
می‌یابد.

واردکنندگان از این وضعیت
سوءاستفاده کردند و با واردات
غیرقانونی آسیب‌های زیادی را
به بخش تولید وارد کرده‌اند.
فرخی با اشاره به اینکه
حوزه آی‌تی یکی از
بخش‌هایی است که واردات
غیرقانونی در آن بسیار بالاست
اظهار کرد: شاید هیچ پدیده‌ای
مثل محصولات قاچاق تأثیر
مخربی روی تولیدات ایرانی
نداشته باشد که متأسفانه
فرصت را داد تا خود را محک
بزنند به‌گونه‌ای که امروز
می‌بینیم حداقل در بخش
تعمیرات دستگاه‌های مختلف
کامپیوتری پیشرفت‌های
زیادی داشته‌ایم که می‌تواند
پشتوانه خوبی برای تولید
دستگاه‌هایی با برند ایرانی
باشد.

وی افزود: تحریم‌ها با همه
جوانب بدی که داشتند به
نیروی انسانی داخلی این
فرصت را داد تا خود را محک
بزنند به‌گونه‌ای که امروز
می‌بینیم حداقل در بخش
تعمیرات دستگاه‌های مختلف
کامپیوتری پیشرفت‌های
زیادی داشته‌ایم که می‌تواند
پشتوانه خوبی برای تولید
دستگاه‌هایی با برند ایرانی
باشد.

در ایران محصولات خود را با
همان کیفیت اولیه وارد بازار
می‌کنند که تحت لیسانس
برندی خارجی باشند و در
این حالت نیز افزایش زیاد
قیمت محصول نهایی را به
دنبال دارند.
خلیلی با بیان اینکه لغو
تحریم‌ها کیفیت محصولات
تولیدی را بالا خواهد برد اظهار
کرد: در این مدت تجربیات
زیادی عاید بخش تولید
شده است و به نظر می‌رسد
با برداشته شدن تحریم‌ها
تولیدکنندگان سعی کنند تا
جای ممکن وابستگی خود را
به خارجی‌ها کمتر کنند.

وی افزود: امیدواریم با
حمايت و سرمایه‌گذاری روی
قطعات پایه، مثل پردازشگرها
نیاز خود را از خارجی‌ها تا جایی
ممکن کم کنیم.
میلاذ فرخی، کارشناس
فناوری اطلاعات درباره
وضعیت تولید محصولات
ایرانی به «فرصت امروز» گفت:
درحال حاضر تولیدکنندگان
زیادی هم از نظر کیفیت و هم
از نظر تأمین مواد اولیه داریم
و باید راه چاره‌های برای آن
اندیشید.
فرخی گفت: درحال

و جالب اینکه این تأثیرات،
کیفیت تولیدات و برندهای
محصولات داخلی را نیز
دستخوش تغییرات قرار داد و
حتی قیمت آنها را نیز پایه‌ای
کشورمان هستند؛ تحریم‌های
که گرچه توانست در برخی
حوزه‌ها تا حدودی خودکفایی
را به جامعه بیاورد اما از سوی
دیگر بسیاری از کارخانه‌ها
را ورشکست کرده و آنهایی
هم که توانستند کمر خود
را در مقابل مشکلات راست
نگه دارند، دچار افت کیفیت
محصولات شدند.

محمد ممتازپور
نزدیک به دو سال است که
افراد زیادی در انتظار به ثمر
نشستن توافقات هسته‌ای و در
نتیجه آن لغو تحریم‌ها علیه
کشورمان هستند؛ تحریم‌های
که گرچه توانست در برخی
حوزه‌ها تا حدودی خودکفایی
را به جامعه بیاورد اما از سوی
دیگر بسیاری از کارخانه‌ها
را ورشکست کرده و آنهایی
هم که توانستند کمر خود
را در مقابل مشکلات راست
نگه دارند، دچار افت کیفیت
محصولات شدند.

حالا با بالا رفتن امید به لغو
تحریم‌ها، همه تولیدکنندگان
کشور برنامه‌هایی را برای
می‌برد و به همین جهت قیمت
محصول تولیدی نیز به مراتب
پایاتر می‌رفت.
این تولیدکننده در پاسخ
به این سوال که آیا تحریم‌ها
بر کیفیت محصولات داخلی
اثر گذاشته یا خیر؟ گفت:
متأسفانه این امر روزه‌روز
کیفیت محصولات را کاهش
داد، چون تولیدکنندگان
چاره‌ای جز تأمین نیاز
محصولات خود از کشورهایی
هستند که کره نداشتند.
وی افزود: تنها برندهایی

نزدیک به دو سال است که
افراد زیادی در انتظار به ثمر
نشستن توافقات هسته‌ای و در
نتیجه آن لغو تحریم‌ها علیه
کشورمان هستند؛ تحریم‌های
که گرچه توانست در برخی
حوزه‌ها تا حدودی خودکفایی
را به جامعه بیاورد اما از سوی
دیگر بسیاری از کارخانه‌ها
را ورشکست کرده و آنهایی
هم که توانستند کمر خود
را در مقابل مشکلات راست
نگه دارند، دچار افت کیفیت
محصولات شدند.

حالا با بالا رفتن امید به لغو
تحریم‌ها، همه تولیدکنندگان
کشور برنامه‌هایی را برای
می‌برد و به همین جهت قیمت
محصول تولیدی نیز به مراتب
پایاتر می‌رفت.
این تولیدکننده در پاسخ
به این سوال که آیا تحریم‌ها
بر کیفیت محصولات داخلی
اثر گذاشته یا خیر؟ گفت:
متأسفانه این امر روزه‌روز
کیفیت محصولات را کاهش
داد، چون تولیدکنندگان
چاره‌ای جز تأمین نیاز
محصولات خود از کشورهایی
هستند که کره نداشتند.
وی افزود: تنها برندهایی

حالا با بالا رفتن امید به لغو
تحریم‌ها، همه تولیدکنندگان
کشور برنامه‌هایی را برای
می‌برد و به همین جهت قیمت
محصول تولیدی نیز به مراتب
پایاتر می‌رفت.
این تولیدکننده در پاسخ
به این سوال که آیا تحریم‌ها
بر کیفیت محصولات داخلی
اثر گذاشته یا خیر؟ گفت:
متأسفانه این امر روزه‌روز
کیفیت محصولات را کاهش
داد، چون تولیدکنندگان
چاره‌ای جز تأمین نیاز
محصولات خود از کشورهایی
هستند که کره نداشتند.
وی افزود: تنها برندهایی

حالا با بالا رفتن امید به لغو
تحریم‌ها، همه تولیدکنندگان
کشور برنامه‌هایی را برای
می‌برد و به همین جهت قیمت
محصول تولیدی نیز به مراتب
پایاتر می‌رفت.
این تولیدکننده در پاسخ
به این سوال که آیا تحریم‌ها
بر کیفیت محصولات داخلی
اثر گذاشته یا خیر؟ گفت:
متأسفانه این امر روزه‌روز
کیفیت محصولات را کاهش
داد، چون تولیدکنندگان
چاره‌ای جز تأمین نیاز
محصولات خود از کشورهایی
هستند که کره نداشتند.
وی افزود: تنها برندهایی

حالا با بالا رفتن امید به لغو
تحریم‌ها، همه تولیدکنندگان
کشور برنامه‌هایی را برای
می‌برد و به همین جهت قیمت
محصول تولیدی نیز به مراتب
پایاتر می‌رفت.
این تولیدکننده در پاسخ
به این سوال که آیا تحریم‌ها
بر کیفیت محصولات داخلی
اثر گذاشته یا خیر؟ گفت:
متأسفانه این امر روزه‌روز
کیفیت محصولات را کاهش
داد، چون تولیدکنندگان
چاره‌ای جز تأمین نیاز
محصولات خود از کشورهایی
هستند که کره نداشتند.
وی افزود: تنها برندهایی

خبر

رأین خودرو از محصولات جدید خود رونمایی کرد

۲ خودروی تازه به بازار می‌آید



یکی از مهم‌ترین ویژگی و تمایز
ولکس C30 اتوماتیک با مدل
گیربکس دستی ۵، زیبایی در
طراحی داخلی خودرو یعنی
دانشپوردها، ارتقای امکانات
سیستم رادیو و پخش، طراحی
جلوی خودرو است.
طالبشیان در مورد دیگر
محصول رأین خودرو با نام
«راین» ۷۵ نیز که در مراسم
موردنظر رونمایی شد، اظهار
کرد: این خودرو به درد ساکنان
شهرهای پر ترافیک می‌خورد
و با توجه به امکانات ویژه‌اش،
قدرت رقابت با هم‌تایان خود را
خواهد داشت.
وی ادامه داد: رأین V5 حجم
موتوری حدوداً ۱۵۰۰سی‌سی
داشته و ۹۷ اسب‌بخار قدرت
تولید می‌کند و همچنین مصرف
سوخت آن در هر ۱۰۰ کیلومتر،
۶٫۱ لیتر است.
طالبشیان با اشاره به اینکه
در سال جاری محصولی دیگر
از رأین خودرو به بازار عرضه
خواهد شد، تصریح کرد:

یکی از مهم‌ترین ویژگی و تمایز
ولکس C30 اتوماتیک با مدل
گیربکس دستی ۵، زیبایی در
طراحی داخلی خودرو یعنی
دانشپوردها، ارتقای امکانات
سیستم رادیو و پخش، طراحی
جلوی خودرو است.
طالبشیان در مورد دیگر
محصول رأین خودرو با نام
«راین» ۷۵ نیز که در مراسم
موردنظر رونمایی شد، اظهار
کرد: این خودرو به درد ساکنان
شهرهای پر ترافیک می‌خورد
و با توجه به امکانات ویژه‌اش،
قدرت رقابت با هم‌تایان خود را
خواهد داشت.
وی ادامه داد: رأین V5 حجم
موتوری حدوداً ۱۵۰۰سی‌سی
داشته و ۹۷ اسب‌بخار قدرت
تولید می‌کند و همچنین مصرف
سوخت آن در هر ۱۰۰ کیلومتر،
۶٫۱ لیتر است.
طالبشیان با اشاره به اینکه
در سال جاری محصولی دیگر
از رأین خودرو به بازار عرضه
خواهد شد، تصریح کرد:

یکی از مهم‌ترین ویژگی و تمایز
ولکس C30 اتوماتیک با مدل
گیربکس دستی ۵، زیبایی در
طراحی داخلی خودرو یعنی
دانشپوردها، ارتقای امکانات
سیستم رادیو و پخش، طراحی
جلوی خودرو است.
طالبشیان در مورد دیگر
محصول رأین خودرو با نام
«راین» ۷۵ نیز که در مراسم
موردنظر رونمایی شد، اظهار
کرد: این خودرو به درد ساکنان
شهرهای پر ترافیک می‌خورد
و با توجه به امکانات ویژه‌اش،
قدرت رقابت با هم‌تایان خود را
خواهد داشت.
وی ادامه داد: رأین V5 حجم
موتوری حدوداً ۱۵۰۰سی‌سی
داشته و ۹۷ اسب‌بخار قدرت
تولید می‌کند و همچنین مصرف
سوخت آن در هر ۱۰۰ کیلومتر،
۶٫۱ لیتر است.
طالبشیان با اشاره به اینکه
در سال جاری محصولی دیگر
از رأین خودرو به بازار عرضه
خواهد شد، تصریح کرد:

یکی از مهم‌ترین ویژگی و تمایز
ولکس C30 اتوماتیک با مدل
گیربکس دستی ۵، زیبایی در
طراحی داخلی خودرو یعنی
دانشپوردها، ارتقای امکانات
سیستم رادیو و پخش، طراحی
جلوی خودرو است.
طالبشیان در مورد دیگر
محصول رأین خودرو با نام
«راین» ۷۵ نیز که در مراسم
موردنظر رونمایی شد، اظهار
کرد: این خودرو به درد ساکنان
شهرهای پر ترافیک می‌خورد
و با توجه به امکانات ویژه‌اش،
قدرت رقابت با هم‌تایان خود را
خواهد داشت.
وی ادامه داد: رأین V5 حجم
موتوری حدوداً ۱۵۰۰سی‌سی
داشته و ۹۷ اسب‌بخار قدرت
تولید می‌کند و همچنین مصرف
سوخت آن در هر ۱۰۰ کیلومتر،
۶٫۱ لیتر است.
طالبشیان با اشاره به اینکه
در سال جاری محصولی دیگر
از رأین خودرو به بازار عرضه
خواهد شد، تصریح کرد:

یکی از مهم‌ترین ویژگی و تمایز
ولکس C30 اتوماتیک با مدل
گیربکس دستی ۵، زیبایی در
طراحی داخلی خودرو یعنی
دانشپوردها، ارتقای امکانات
سیستم رادیو و پخش، طراحی
جلوی خودرو است.
طالبشیان در مورد دیگر
محصول رأین خودرو با نام
«راین» ۷۵ نیز که در مراسم
موردنظر رونمایی شد، اظهار
کرد: این خودرو به درد ساکنان
شهرهای پر ترافیک می‌خورد
و با توجه به امکانات ویژه‌اش،
قدرت رقابت با هم‌تایان خود را
خواهد داشت.
وی ادامه داد: رأین V5 حجم
موتوری حدوداً ۱۵۰۰سی‌سی
داشته و ۹۷ اسب‌بخار قدرت
تولید می‌کند و همچنین مصرف
سوخت آن در هر ۱۰۰ کیلومتر،
۶٫۱ لیتر است.
طالبشیان با اشاره به اینکه
در سال جاری محصولی دیگر
از رأین خودرو به بازار عرضه
خواهد شد، تصریح کرد:

یکی از مهم‌ترین ویژگی و تمایز
ولکس C30 اتوماتیک با مدل
گیربکس دستی ۵، زیبایی در
طراحی داخلی خودرو یعنی
دانشپوردها، ارتقای امکانات
سیستم رادیو و پخش، طراحی
جلوی خودرو است.
طالبشیان در مورد دیگر
محصول رأین خودرو با نام
«راین» ۷۵ نیز که در مراسم
موردنظر رونمایی شد، اظهار
کرد: این خودرو به درد ساکنان
شهرهای پر ترافیک می‌خورد
و با توجه به امکانات ویژه‌اش،
قدرت رقابت با هم‌تایان خود را
خواهد داشت.
وی ادامه داد: رأین V5 حجم
موتوری حدوداً ۱۵۰۰سی‌سی
داشته و ۹۷ اسب‌بخار قدرت
تولید می‌کند و همچنین مصرف
سوخت آن در هر ۱۰۰ کیلومتر،
۶٫۱ لیتر است.
طالبشیان با اشاره به اینکه
در سال جاری محصولی دیگر
از رأین خودرو به بازار عرضه
خواهد شد، تصریح کرد:

خودرو

طرح موتورسیکلت‌های برقی
شکست خورد

رییس سندیکای تولیدکنندگان موتورسیکلت
طرح موتورهای برقی را در ایران کاملاً شکست‌خورده
دانست و دلیل آن را ورود افراد خارج از این صنعت
به این مسئله عنوان کرد.

ابوالفضل حجازی در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان
اینکه طرح موتورهای برقی در ایران کارشناسی
نشده پیش رفت، گفت: تا زمانی که ما بخواهیم
بنزین را با لیتری ۱۰۰۰ تومان در کشور عرضه
کنیم انگیزه‌ای برای خریدار، برای تهیه موتور برقی
ایجاد نمی‌شود.

وی با بیان اینکه قیمت یک موتورسیکلت بنزینی
در حال حاضر ۲ تا ۵ میلیون تومان است، اظهار
کرد: سرعت و شتاب موتورسیکلت‌های بنزینی
بیشتر و استهلاک آنها کمتر است، بنابراین ما باید
انگیزه‌ای برای خریدن موتور برقی بین مردم ایجاد
می‌کردیم.

رییس سندیکای تولیدکنندگان موتورسیکلت
قیمت واقعی موتورسیکلت‌های برقی را بین ۴۰۰
تا ۵۰۰ دلار دانست و گفت: با توجه به صفر
بودن تعرفه گمرکی واردات این نوع موتورسیکلت
نباید قیمت آنها به بیش از ۲ میلیون می‌رسید،
درحالی‌که عده‌ای سودجو قیمتی حدود ۸ تا ۱۰
میلیون تومان روی این موتورسیکلت‌ها گذاشتند،
بنابراین انگیزه‌ای برای خرید موتور برقی به وجود
نمی‌آید.

حجازی طرح موتورهای برقی را در کشورمان
شکست‌خورده دانست و عنوان کرد: دو کارخانه
در کیش و قم با قیمت‌های بسیار مناسب اقدام
به تولید این موتورهای می‌کردند که استقبال نشد
و تعطیل شدند، چرا که اگر قرار بود این کار به
درستی انجام شود باید اجازه می‌دادند سندیکای
موتورسیکلت در این زمینه وارد کار شود.

به گفته رییس سندیکای تولیدکنندگان
موتورسیکلت، عده‌ای از افراد تنها تسهیلات
ارزان‌قیمت برای واردات این موتورها را بانک‌ها
گرفتند و به جای آن کالاهای دیگر وارد کردند.
وی با بیان اینکه این افراد تولیدکننده نبودند،
اظهار کرد: افرادی بودند که می‌خواستند از آب
گل آلود ماهی بگیرند و این کار را نیز انجام دادند.
حجازی ادامه داد: زمانی که شرکت تولیدکننده
قیمت مناسب روی کالای خود می‌گذارد دولت باید
به‌عنوان نخستین حمایت‌کننده وارد شده و اقدام
به خرید کند، برای مثال شهرداری‌ها می‌توانستند
روی بافتن و به جای آن کالاهای دیگر وارد کردند.

به گفته رییس سندیکای تولیدکنندگان
موتورسیکلت، عده‌ای از افراد تنها تسهیلات
ارزان‌قیمت برای واردات این موتورها را بانک‌ها
گرفتند و به جای آن کالاهای دیگر وارد کردند.
وی با بیان اینکه این افراد تولیدکننده نبودند،
اظهار کرد: افرادی بودند که می‌خواستند از آب
گل آلود ماهی بگیرند و این کار را نیز انجام دادند.
حجازی ادامه داد: زمانی که شرکت تولیدکننده
قیمت مناسب روی کالای خود می‌گذارد دولت باید
به‌عنوان نخستین حمایت‌کننده وارد شده و اقدام
به خرید کند، برای مثال شهرداری‌ها می‌توانستند
روی بافتن و به جای آن کالاهای دیگر وارد کردند.

به گفته رییس سندیکای تولیدکنندگان
موتورسیکلت، عده‌ای از افراد تنها تسهیلات
ارزان‌قیمت برای واردات این موتورها را بانک‌ها
گرفتند و به جای آن کالاهای دیگر وارد کردند.
وی با بیان اینکه این افراد تولیدکننده نبودند،
اظهار کرد: افرادی بودند که می‌خواستند از آب
گل آلود ماهی بگیرند و این کار را نیز انجام دادند.
حجازی ادامه داد: زمانی که شرکت تولیدکننده
قیمت مناسب روی کالای خود می‌گذارد دولت باید
به‌عنوان نخستین حمایت‌کننده وارد شده و اقدام
به خرید کند، برای مثال شهرداری‌ها می‌توانستند
روی بافتن و به جای آن کالاهای دیگر وارد کردند.

به گفته رییس سندیکای تولیدکنندگان
موتورسیکلت، عده‌ای از افراد تنها تسهیلات
ارزان‌قیمت برای واردات این موتورها را بانک‌ها
گرفتند و به جای آن کالاهای دیگر وارد کردند.
وی با بیان اینکه این افراد تولیدکننده نبودند،
اظهار کرد: افرادی بودند که می‌خواستند از آب
گل آلود ماهی بگیرند و این کار را نیز انجام دادند.
حجازی ادامه داد: زمانی که شرکت تولیدکننده
قیمت مناسب روی کالای خود می‌گذارد دولت باید
به‌عنوان نخستین حمایت‌کننده وارد شده و اقدام
به خرید کند، برای مثال شهرداری‌ها می‌توانستند
روی بافتن و به جای آن کالاهای دیگر وارد کردند.

به گفته رییس سندیکای تولیدکنندگان
موتورسیکلت، عده‌ای از افراد تنها تسهیلات
ارزان‌قیمت برای واردات این موتورها را بانک‌ها
گرفتند و به جای آن کالاهای دیگر وارد کردند.
وی با بیان اینکه این افراد تولیدکننده نبودند،
اظهار کرد: افرادی بودند که می‌خواستند از آب
گل آلود ماهی بگیرند و این کار را نیز انجام دادند.
حجازی ادامه داد: زمانی که شرکت تولیدکننده
قیمت مناسب روی کالای خود می‌گذارد دولت باید
به‌عنوان نخستین حمایت‌کننده وارد شده و اقدام
به خرید کند، برای مثال شهرداری‌ها می‌توانستند
روی بافتن و به جای آن کالاهای دیگر وارد کردند.

به گفته رییس سندیکای تولیدکنندگان
موتورسیکلت، عده‌ای از افراد تنها تسهیلات
ارزان‌قیمت برای واردات این موتورها را بانک‌ها
گرفتند و به جای آن کالاهای دیگر وارد کردند.
وی با بیان اینکه این افراد تولیدکننده نبودند،
اظهار کرد: افرادی بودند که می‌خواستند از آب
گل آلود ماهی بگیرند و این کار را نیز انجام دادند.
حجازی ادامه داد: زمانی که شرکت تولیدکننده
قیمت مناسب روی کالای خود می‌گذارد دولت باید
به‌عنوان نخستین حمایت‌کننده وارد شده و اقدام
به خرید کند، برای مثال شهرداری‌ها می‌توانستند
روی بافتن و به جای آن کالاهای دیگر وارد کردند.

به گفته رییس سندیکای تولیدکنندگان
موتورسیکلت، عده‌ای از افراد تنها تسهیلات
ارزان‌قیمت برای واردات این موتورها را بانک‌ها
گرفتند و به جای آن کالاهای دیگر وارد کردند.
وی با بیان اینکه این افراد تولیدکننده نبودند،
اظهار کرد: افرادی بودند که می‌خواستند از آب
گل آلود ماهی بگیرند و این کار را نیز انجام دادند.
حجازی ادامه داد: زمانی که شرکت تولیدکننده
قیمت مناسب روی کالای خود می‌گذارد دولت باید
به‌عنوان نخستین حمایت‌کننده وارد شده و اقدام
به خرید کند، برای مثال شهرداری‌ها می‌توانستند
روی بافتن و به جای آن کالاهای دیگر وارد کردند.

به گفته رییس سندیکای تولیدکنندگان
موتورسیکلت، عده‌ای از افراد تنها تسهیلات
ارزان‌قیمت برای واردات این موتورها را بانک‌ها
گرفتند و به جای آن کالاهای دیگر وارد کردند.
وی با بیان اینکه این افراد تولیدکننده نبودند،
اظهار کرد: افرادی بودند که می‌خواستند از آب
گل آلود ماهی بگیرند و این کار را نیز انجام دادند.
حجازی ادامه داد: زمانی که شرکت تولیدکننده
قیمت مناسب روی کالای خود می‌گذارد دولت باید
به‌عنوان نخستین حمایت‌کننده وارد شده و اقدام
به خرید کند، برای مثال شهرداری‌ها می‌توانستند
روی بافتن و به جای آن کالاهای دیگر وارد کردند.

به گفته رییس سندیکای تولیدکنندگان
موتورسیکلت، عده‌ای از افراد تنها تسهیلات
ارزان‌قیمت برای واردات این موتورها را بانک‌ها
گرفتند و به جای آن کالاهای دیگر وارد کردند.
وی با بیان اینکه این افراد تولیدکننده نبودند،
اظهار کرد: افرادی بودند که می‌خواستند از آب
گل آلود ماهی بگیرند و این کار را نیز انجام دادند.
حجازی ادامه داد: زمانی که شرکت تولیدکننده
قیمت مناسب روی کالای خود می‌گذارد دولت باید
به‌عنوان نخستین حمایت‌کننده وارد شده و اقدام
به خرید کند، برای مثال شهرداری‌ها می‌توانستند
روی بافتن و به جای آن کالاهای دیگر وارد کردند.

به گفته رییس سندیکای تولیدکنندگان
موتورسیکلت، عده‌ای از افراد تنها تسهیلات
ارزان‌قیمت برای واردات این موتورها را بانک‌ها
گرفتند و به جای آن کالاهای دیگر وارد کردند.
وی با بیان اینکه این افراد تولیدکننده نبودند،
اظهار کرد: افرادی بودند که می‌خواستند از آب
گل آلود ماهی بگیرند و این کار را نیز انجام دادند.
حجازی ادامه داد: زمانی که شرکت تولیدکننده
قیمت مناسب روی کالای خود می‌گذارد دولت باید
به‌عنوان نخستین حمایت‌کننده وارد شده و اقدام
به خرید کند، برای مثال شهرداری‌ها می‌توانستند
روی بافتن و به جای آن کالاهای دیگر وارد کردند.

به گفته رییس سندیکای تولیدکنندگان
موتورسیکلت، عده‌ای از افراد تنها تسهیلات
ارزان‌قیمت برای واردات این موتورها را بانک‌ها
گرفتند و به جای آن کالاهای دیگر وارد کردند.
وی با بیان اینکه این افراد تولیدکننده نبودند،
اظهار کرد: افرادی بودند که می‌خواستند از آب
گل آلود ماهی بگیرند و این کار را نیز انجام دادند.
حجازی ادامه داد: زمانی که شرکت تولیدکننده
قیمت مناسب روی کالای خود می‌گذارد دولت باید
به‌عنوان نخستین حمایت‌کننده وارد شده و اقدام
به خرید کند، برای مثال شهرداری‌ها می‌توانستند
روی بافتن و به جای آن کالاهای دیگر وارد کردند.

واردات

آسیا در انتظار ورود به بازار ایران



توافق جامع هسته‌ای ایران و گروه ۵+۱ یک فصل جدید در روابط ایران و سایر نقاط جهان گشوده شده و اندونزی قطعا سیاست افزایش روابط تجاری با ایران را دنبال می‌کند.

به گزارش ایرنا، تارنمای «صدای جهانی اندونزی» دیروز در گزارشی با عنوان «ثمرات توافق هسته‌ای ایران برای اندونزی» ضمن اعلام این مطلب، نوشت: اندونزی قطعا افزایش روابط تجاری با ایران را هدف قرار داده است و یک هیات تجاری اندونزی اخیرا برای شرکت در کمیسیون مشترک اقتصادی دو کشور به تهران سفر کرد.

این تارنما نوشت: محمود واعظی، وزیر ارتباطات ایران و صوفیان جلیل، وزیر هماهنگی امور اقتصادی اندونزی در این سفر تفاهم‌نامه‌ای با هدف افزایش حجم مبادلات از ۵۰۰ میلیون دلار کنونی به ۲ میلیارد دلار امضا کردند.

«این یادداشت تفاهم زمینه‌های مختلف از جمله صنعت، سرمایه‌گذاری، سلامت، تجارت، نفت، گاز، بانکداری، انرژی، پتروشیمی، معدن، محیط‌زیست، ورزش و حمل‌ونقل را در برمی‌گیرد».

«صدای جهانی اندونزی» در ادامه تاکید کرد که لغو تحریم‌های ایران پس از توافق جامع هسته‌ای ویسن منجر به افزایش مبادلات و همکاری‌های اقتصادی ایران و اندونزی می‌شود.

به نوشته این تارنما، توافق جامع هسته‌ای فصل جدیدی در روابط بین ایران و سایر نقاط جهان باز کرده است. باوجود اظهارات برخی منتقدان، با اجرای توافق خوش‌بینی برای همه چیز وجود دارد و فرصت زیادی برای بسیاری از کشورها از جمله اندونزی به منظور توسعه مناسبات با ایران فراهم شده است.

این تارنما همچنین با تشریح گذشته مذاکرات و بخشی از توافق و تعهدات دو طرف، نوشت: حال، کشورهایی مختلف به سرعت به دنبال سود حاصل از اثرات این توافق هستند. هنگامی که تحریم‌ها به طور رسمی برداشته شود، ۸۱ میلیون جمعیت ایران ظرفیتی بالایی برای تبدیل شدن به یک بازار بزرگ بیکر را دارد. «صدای جهانی اندونزی» با اشاره به سفر هیات بلندپایه اقتصادی آلمان به ایران، نوشت: وزیر آلمانی بلافاصله پس از توافق با یک هیات اقتصادی به تهران سفر کرد و کشورهای دیگر از جمله کشورهای آسیایی در انتظار ورود به بازار ایران هستند.

این تارنما با اشاره به ظرفیت جنوب شرق آسیا برای همکاری با ایران به بیانیه دولت سنگاپور و اندونزی پس از توافق جامع هسته‌ای اشاره کرد و نوشت: وزارت امور خارجه این دو کشور نگاه مثبت خود را نسبت به توافق جامع هسته‌ای ابراز داشته‌اند.

صوفیان جلیل، وزیر ارشد هماهنگ‌کننده امور اقتصادی اندونزی نیز روز گذشته با تاکید بر تغییر شرایط اقتصادی ایران پس از توافق جامع هسته‌ای با گروه ۵+۱، خواستار همکاری بیشتر دو کشور و صادرات تولیدات اندونزی به ایران شد.

وی گفت: دولت اندونزی در حال حاضر در تلاش برای احیای همکاری‌های اقتصادی با ایران است و این کشور می‌تواند یکی از مقاصد اصلی صادرات اندونزی در کنار کشورهای همچون آمریکا، چین و ژاپن باشد که به طور سنتی بازار صادرات اندونزی بودند.

کنفرانس تجارت و سرمایه‌گذاری ایران و اتحادیه اروپا در وین برگزار شد و هیاتی صنعتی و تجاری از ایران به همراه محمدرضا نعمت‌زاده، وزیر صنعت، معدن و تجارت راهی این کنفرانس شدند. در این کنفرانس دو روزه که ۲۳ و ۲۴ جولای ۲۰۱۵ همزمان با یکم و دوم مرداد ماه در وین برگزار شد تجار، صنعتگران و مقاماتی از اتریش، فرانسه، انگلستان، آلمان و سایر کشورها در این رخداد حضور داشتند.

به گزارش صدای اقتصاد در این سفر، تیمی از بخش‌های اقتصادی، مالی، بانکی و سرمایه‌گذاری خارجی همچنین افرادی از صنایع نفت، گاز، پتروشیمی، معدن، خودرو و سایر صنایع حضور دارند. از جمله اهداف این کنفرانس، رسیدن به درک گسترده بین ایران و جهان و بررسی افق‌های جدید برای همکاری بیشتر در زمینه‌های اقتصادی و تولیدی عنوان شده است. نخستین خبرها در مورد این کنفرانس امضای قرارداد تولید موتور نسل جدید همسو با محیط‌زیست بود. مشاور معاون علمی و فناوری رییس‌جمهوری گفت: همزمان با سفر دکتر سورنا ستاری، معاون علمی و فناوری رییس‌جمهوری به اتریش، قرارداد «تولید موتور نسل جدید» و قرارداد «انتقال تکنولوژی و طراحی یک مرکز پیشرفته تست الاینده‌ها در سطح ملی» امضا شد. به این ترتیب، دو قرارداد برای انتقال فناوری‌های پیشرفته بین ایران و اتحادیه اروپا در محل اتاق بازرگانی اتریش و با شرکت آلمانی - اتریشی AVL امضا شد. از جمله مفاد این قرارداد می‌توان به تولید موتور با فناوری روز که از الیئیدگی و مصرف سوخت کمتر متناسب با استانداردهای روز اروپا و انتقال فناوری، طراحی و مالکیت همزمان به ایران به صورت رسمی صورت می‌گیرد، اشاره کرد. این پروژه از طریق یک کنسرسیوم متشکل از معاونت علمی، دو شرکت دانش‌بنیان داخلی و دو شرکت آلمانی و اتریشی انجام می‌شود. ۶۰ درصد از سهام این کنسرسیوم متعلق به ایران و ۴۰ درصد از آن نیز متعلق به شرکت‌های اروپایی خواهد بود. به گفته پرویز کریمی، مشاور معاون علمی و فناوری رییس‌جمهوری، این موتور خودرو، سه سلیندر و هزارسی‌سی است که از خانواده ۸۰ تا ۱۲۰ اسب‌بخار را شامل می‌شود و قابل نصب روی تمام خودروهای تولیدی در ایران است. توجه به این نکته ضروری است که این موتور همزمان با طراحی بر مبنای نیاز داخل، امکان تغییر، توسعه و روزآمدی را دارد که می‌تواند با توجه به نیازهای آینده و توسعه‌ای که مدنظر کشور ایران است روزآمد شود. مشاور رییس بنیاد ملی نخبگان با بیان اینکه این پروژه از یک سال پیش با حمایت معاونت علمی آغاز شده است گفت: نسل اول این موتور توسط یکی از کاربرهای شرکت سایپا در ماه‌های اخیر روی خودروی تیبا نصب شده است. با توجه به اینکه این موتور دارای قدرت بالایی است گیربکس انتقال‌دهنده نیرومحرکه همزمان مدرن‌سازی و روزآمد می‌شود و گیربکس اتوماتیک آن با مالکیت و برند ایران عرضه خواهد شد. براساس صحبت‌های کریمی، آغازکننده

و حمایت‌کننده این کنسرسیوم، ستاد توسعه فناوری و صنایع دانش‌بنیان هوایی و هوانوردی معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری بوده است و با پشتیبانی وزارت صنعت و شرکت سایپاموتور از ایران هماهنگی‌های آن صورت گرفته است که در نهایت مالکیت انتقال طراحی، ساخت و برند ایرانی به ایران تعلق خواهد گرفت. این موتورها از قابلیت‌های بالای فناوری روزآمد برخوردار است و فرآیند عملیاتی آن نیز توسط دو شرکت مطرح خارجی و دو شرکت دانش‌بنیان داخلی و ستاد توسعه فناوری هوایی معاونت علمی تبدیل به یک خط تولید بزرگ برای خودروهای کشور می‌شود که یک تحول تکنولوژیک ویژه در این حوزه به وجود می‌آید. همچنین برای انجام این پروژه مهم ملی، از اعتبارات صندوق توسعه ملی و صندوق نوآوری و شکوفایی استفاده شده است. دومین امضا هم متعلق به قرارداد مرکز پیشرفته تست الاینده‌ها در سطح ملی مربوط به همزمان با حضور دکتر ستاری در وین، قرارداد انتقال تکنولوژی و طراحی یک مرکز پیشرفته تست الاینده‌ها در سطح ملی توسط معاونت علمی امضا شد که کاربرد آن در سطح ملی سازمان حفاظت از محیط‌زیست ایران، مراکز تحقیقاتی و شرکت‌های دانش‌بنیان خصوصی هستند. علاوه بر قراردادهای معاون علمی و فناوری رییس‌جمهوری اسلامی ایران در این سفر دو روزه و در حاشیه حضور در کنفرانس ایران و اروپا، دیدارها و برنامه‌های متعددی را با رییس‌جمهوری اتریش و سایر مسئولان این کشور داشت. نعمت‌زاده، وزیر صنعت هم که در این کنفرانس حضور داشت، گفت: این کنفرانس بیشتر در جهت توسعه مناسبات ایران و کشورهای اروپایی و بالخصوص کشور اتریش است. به گفته او، ما امروز یک دیپلماسی اقتصادی داریم و از کشورهای مختلف اروپا برای شرکت در این کنفرانس دو روزه به وین آمده‌اند. کریستف لایتل، رییس اتاق اقتصاد اتریش هم با بیان اینکه ما همیشه ارتباط بسیار خوبی با جمهوری اسلامی ایران داشته‌ایم، گفت: تنها در سال جاری هفت نشست مشترک با ایران برگزار کرده‌ایم و این نشانگر تداوم ارتباطات بسیار خوب ایران و اتریش است. اتریش خواهان آن است که این ارتباطات خوب در بخش‌های اقتصادی با ایران ادامه پیدا کند و این برای ملت‌های دو کشور بسیار خوب و مفید است. در این کنفرانس مقامات



برگزاری کنفرانس تجارت و سرمایه‌گذاری ایران و اتحادیه اروپا در وین
دستاوردهای کنفرانس ایران و اتحادیه اروپا چه خواهد بود؟

از زمینه‌ها حرکت کنیم. خصوصی‌سازی فرصت مناسبی برای سرمایه‌گذاران خارجی و بومی را جهت شرکت در زمینه‌هایی مانند خودرو، فولاد، تولید برق و بسیاری دیگر فراهم می‌سازد. قوانین و مقررات در مورد سرمایه‌گذاری خارجی و درخصوص مالکیت توسط سرمایه‌گذاران خارجی اصلاح شده است.

نعمت‌زاده در ادامه به اعلام آمراهایی از ایران پرداخت. براساس گفته‌های او، ایران در آموزش عالی پیشرفت زیادی داشته و در ایران فارغ‌التحصیلان زیادی در حوزه فنی وجود دارد. اقتصاد ایران و بخش تولید بهبود یافته و در سال گذشته شمس ۶.۷ درصد رشد در بخش صنعت و رشد ۹.۸ درصدی در بخش معدن اتفاق افتاده است. همچنین به‌تازگی برنامه استراتژی ۱۰ ساله صنعت، معدن و تجارت که شامل اهداف، سیاست‌ها و اولویت‌هاست تدوین شده است. در این استراتژی، توسعه بیشتر در صنایع مربوط به نفت و گاز، تولید کالاهای مختلف، طراحی و ساخت ماشین‌آلات و تجهیزات مورد نیاز دیده شده است. نعمت‌زاده در ادامه همچنین گفت: صنایع معدنی به‌ویژه در فلزات مانند فولاد، مس، کروم، طلا، نقره و دیگر فلزات در میان اولویت‌های ما هستند. در صنعت خودرو هر دو اتومبیل‌های سواری و وسایل نقلیه تجاری، طراحی و تولید قطعات مختلف با توجه به استانداردهای جهانی یک بخش کلیدی از هدف‌های ما را تشکیل می‌دهند. به‌طوری‌که تا سال ۲۰۲۵ می‌خواهیم ۳ میلیون خودرو تولید کنیم که یک‌سوم آن صادر شود.

مهندس نعمت‌زاده تاکید کرد: می‌خواهیم خودروسازی تولید کنیم که تحت برندهای جهانی باشد و در این زمینه به دنبال سرمایه‌گذاری مشترک با قطعه‌سازان هستیم. او همین‌طور ادامه داد: گام‌های بلندی در R&D بخش‌ها متعدد فناوری برداشت‌ایم و به دنبال سرمایه‌گذاری مشترک در بخش‌هایی مانند نانو تکنولوژی، صنعتی بهداشتی، تجهیزات پزشکی و مختاراتی هستیم. در مجموع، برنامه‌ریزی استراتژیک صنعتی ما با هدف قراردادن ایران در میان اقتصادهای در حال ظهور بر پایه منابع طبیعی‌مان، نیروی انسانی تحصیل‌کرده و جوان، دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی مشهور و بازارهای داخلی و منطقه‌ای است.

نعمت‌زاده پیشنهاد کرد که شرکت‌های اروپایی به‌عنوان یک فرصت مهم به این موضوع نگاه کرده و با نگاهی استراتژیک و بلندمدت به اشکال مختلف همکاری و اتحاد در این تلاش مشارکت کنند. وزیر صنعت، معدن و تجارت تاکید کرد: ایران خود را برای پیوستن به سازمان تجارت جهانی آماده می‌کند و علاقه‌مند به مذاکره و انعقاد موافقتنامه‌های تجاری با اتحادیه اروپا و دیگر کشورهاست.

عالی‌رتبه اقتصادی و تجاری جمهوری اسلامی ایران، اتریش و بیش از ۱۵۰ شرکت از بخش‌های خصوصی کشورهای اروپایی حضور دارند. همچنین در ادامه این کنفرانس، نعمت‌زاده اعلام کرد: جمهوری اسلامی ایران به دنبال یک تجارت دوطرفه و همچنین همکاری در طراحی، مهندسی و سرمایه‌گذاری مشترک برای تولید و صادرات است. به گفته نعمت‌زاده، بازار ایران همان بازار یک دهه پیش نیست و به علت پیشرفت در توانایی‌های فنی، ما دیگر علاقه‌مند به واردات یک‌طرفه کالا و ماشین‌آلات از اروپا نیستیم. او گفت: سرمایه‌گذاری مشترک نه‌تنها بر بازار ایران که دارای ۸۰ میلیون نفر جمعیت است بلکه بر بازار ۲۰۰ میلیونی کشورهای همسایه می‌تواند حساب باز کند.

مهندس نعمت‌زاده ادامه داد: شرکت‌های ایرانی قادر به گسترش فعالیت‌های خود در بسیاری از این کشورها هستند. بنابراین، ایران نه‌تنها به‌عنوان یک بازار، بلکه به‌عنوان یک پلتفرم منطقه‌ای برای تولید مشترک و همکاری فنی برای کشورهای همسایه و کشورهای مستقل مشترک‌المنافع عمل می‌کند. به اعتقاد وزیر صنعت، با حل و فصل ناپایداری سیاسی، این منطقه به‌طرح‌های اقتصادی بزرگی نیاز دارد بنابراین ما از شما جهت مشارکت در این تلاش و استفاده از فرصت‌های سرمایه‌گذاری دعوت می‌کنیم. مهندس نعمت‌زاده گفت: وجود مشکلات مختلف به‌خصوص در زمینه‌های فنی، ما را مجبور ساخت تا بر کاستی‌ها از طریق تلاش‌های خودمان غلبه کنیم در نتیجه، ما توانستیم در بسیاری از زمینه‌های علمی و فنی فقط با همکاری و مساعدت بسیار محدود خارجی، گام‌های بلندی برداریم. وزیر صنعت، معدن و تجارت افزود: تلاش زیادی برای خصوصی‌سازی در ایران انجام شد که تا حدودی به دلیل محدودیت‌های ناشی از تحریم آهسته‌تر شده، اما هدف ما این است که به دور از مالکیت دولتی و کنترل در بسیاری

تجارت



نماینده جترو در اتاق ایران مطرح کرد
تدوین برنامه‌های ژاپن برای حضور در بازار ایران

علی‌اصغر فرشچی، مدیرکل آسیا و اقیانوسیه امور بین‌الملل اتاق ایران در دیدار با سینیو تاکامورا و یوشینتاکا تویوناگا، نمایندگان سازمان تجارت خارجی ژاپن بر حمایت اتاق ایران از هرگونه همکاری‌های اقتصادی کشورهای جهان با بخش خصوصی ایران تاکید کرد.

به گزارش روابط عمومی اتاق بازرگانی ایران، فرشچی از پیشینه خوب روابط دو کشور یاد کرد و گفت: قبل از افزایش تحریم‌ها سازمان‌های ژاپنی با انجام تحقیقات میدانی در خصوص بازار اقتصاد ایران سعی داشتند مناسبات اقتصادی را توسعه دهند اما شرایط تغییر کرد و کشورهای دیگر سهم خود را در ایران افزایش دادند و در حال حاضر رقابت برای کنار زدن دیگر رقیبان سخت‌تر شده است. فرشچی گفت: اکنون زمان تحقیق و بررسی بازار نیست بلکه باید از فرصت‌های تجاری امکانات ایران جهت توسعه مناسبات و عقد قرارداد با شرکت‌های ایرانی استفاده کرد. زمینه‌هایی مانند معدن، خودروسازی، نفت و گاز می‌توانند به‌عنوان بسترهای مناسبی برای همکاری‌های مشترک مدنظر قرار گیرند. وی افزود: مناطق آزاد و تجاری در سرتاسر کشور آماده حضور بیشتر سرمایه‌گذاران خارجی و همکاری با تولیدکنندگان داخلی در راستای افزایش ظرفیت‌های تولیدی یا به روزرسانی تکنولوژی هستند.

در ادامه یوشینتاکا تویوناگا، نماینده جترو در تهران از فعالیت‌های مثبت و قابل توجه این سازمان در رسانه‌های جمعی ژاپن برای تغییر نوع نگرش جامعه درخصوص سطح زندگی مردم ایران خبر داد.

رونق در تولید و صادرات با رفع تحریم از بانک مرکزی

ابوالفضل رونقی، عضو هیات نمایندگان اتاق بازرگانی، صنایع و کشاورزی ایران، رفع تحریم از سوی بانک مرکزی را مهم‌ترین عامل در رونق تولید و صادرات عنوان کرد.

رونقی در گفت‌وگو با ایرنا، افزود: رفع تحریم از سوی بانک مرکزی نقل و انتقال منابع مالی را آسان‌تر کرده و در نتیجه با انتقال این منابع به داخل و هدایت آن به سمت تولید کالاها، صادرات نیز رونق خواهد گرفت. وی با تاکید بر اینکه درخصوص اثرات رفع تحریم‌ها بر کشور نباید دچار شسوک‌های احساسی شد، گفت: باید با منطق و برنامه‌ریزی اصولی با این موضوع روبرو شد. رونقی رفع تحریم‌های ظالمانه از کشور را خواسته همه ارکان نظام و مردم دانست و در عین حال تصریح کرد: رفع تحریم‌ها به‌طور مشخص همه مشکلات کشور را برطرف نخواهد کرد.

رییس سندبناکی کاغذ و مقوای ایران گفت: رفع تحریم‌ها، بدون داشتن برنامه‌ریزی مناسب و انجام یکسری اصلاحات ضروری در کشور ممکن است به تولید داخلی آسیب جدی وارد سازد. وی اصلاح نرخ ارز را با هدف جلوگیری از آسیب دیدن صنعت در دوران پس‌تحریم بسیار با اهمیت توصیف کرد و افزود: باید برای بهسازی و نوسازی زیرساخت‌های مورد نیاز برای صادرات گام‌های جدی برداشت.

آگهی مناقصه عمومی یک مرحله‌ای
به شماره ۹۲/۷۵/۹۴



سازمان راهداری و حمل و نقل جاده ای در نظر دارد مناقصه عمومی یک مرحله ای با موضوع ارائه خدمات پاسخگویی تلفنی به صورت شبانه روزی از طریق سامانه ۱۴۱ به تماس گیرندگان را با شماره ۰۰۰۰۰۰۰۱۲۰۰۹۴۳۰۲۰۰۰ را از طریق سامانه تدارکات الکترونیکی دولت برگزار نماید. کلیه مراحل برگزاری مناقصه از دریافت و تحویل پاکات مناقصه از طریق درگاه سامانه تدارکات الکترونیکی دولت (ستاد) به آدرس www.setadiran.ir انجام خواهد شد و لازم است مناقصه گران در صورت عدم عضویت قبلی، مراحل ثبت نام در سایت مذکور و دریافت گواهی امضای الکترونیکی را جهت شرکت در مناقصه محقق سازند. تاریخ انتشار در سامانه تاریخ ۹۴/۵/۴ می باشد.

- مهلت دریافت اسناد مناقصه از طریق درگاه سامانه: ساعت ۱۶ روز یکشنبه تاریخ ۹۴/۵/۱۱
 - مهلت ارسال پاکات از طریق درگاه سامانه: ساعت ۱۶ روز پنجشنبه تاریخ ۹۴/۵/۲۲
 - تاریخ بازگشایی پیشنهادات به ساعت ۱۴ روز یکشنبه مورخ ۹۴/۵/۲۵
 - مهلت ارسال پاکات الف (ضمانت نامه) به صورت دستی تا ساعت ۱۳ مورخ ۹۴/۵/۲۵
- به دبیرخانه مرکزی سازمان واقع در طبقه همکف آدرس مناقصه گزار در قبال اخذ رسید می باشد.

- اطلاعات تماس دستگاه مناقصه گزار: آدرس خ ولیعصر - نرسیده به میدان ولیعصر - خ دمشق - شماره ۱۷ و تلفن ۸۴۴۹۱۱۹۸
- اطلاعات تماس سامانه ستاد جهت انجام مراحل عضویت در سامانه: با مرکز تماس ۲۷۳۱۳۱۳۱ دفتر ثبت نام ۸۸۹۶۹۷۳۷ و ۸۵۱۹۳۷۶۸
- اطلاعات تکمیلی در اسناد مناقصه می باشد.
- جهت کسب اطلاعات می توانید به سایت <http://iets.mporg.ir> رجوع نمایید.

فراخوان آگهی ارزیابی کیفی
(۷۲-۹۴)



شرکت گاز استان کرمان در نظر دارد مناقصه ای را، با شرایط ذیل برگزار نماید. داوطلبان واجد شرایط دارای شناسه ملی اشخاص حقوقی ایرانی می توانند از زمان درج اولین نوبت آگهی با ارائه معرفی نامه کتبی در ساعات اداری (شنبه تا سه شنبه ۷-۱۶ و چهارشنبه ها ۷-۱۵) به دفتر امور قراردادهای واقع در کرمان- بلوار ۲۲ بهمن- حدفاصل سه راه ادیب با چهار راه شعبانیه- شرکت گاز استان کرمان جهت اعلام آمادگی مراجعه و اسناد ارزیابی کیفی را دریافت و با توجه به مفاد آن مدارک مورد نیاز را تهیه، تنظیم و تکمیل و حداکثر تا ۱۴ روز تقویمی پس از تاریخ چاپ آخرین نوبت آگهی به دبیرخانه کمیته فنی و بازرگانی/ هیئت انتخاب مشاور (اتاق ۱۰۵) تسلیم نمایند. بدیهی است توزیع اسناد مناقصه منوط به ارزیابی کیفی مناقصه گران توسط کمیته فنی و بازرگانی می باشد. (نوع تضمین شرکت در مناقصه: ضمانت نامه بانکی/رسید بانکی) متقاضیان می بایست جهت کسب اطلاعات بیشتر به سایت www.nigc-kerman.ir و پایگاه اطلاع رسانی مناقصات <http://iets.mporg.ir> مراجعه و نسبت به ثبت نام در سایت پایگاه اطلاع رسانی مناقصات اقدام نمایند.

ردیف	گد فراخوان	موضوع	تعداد مرحله	تعداد نوبت	شماره مناقصه	مدت زمان اجرا (روز)	مبلغ تضمین (ریال)
۱	۱/۴۰۹۸۵۳	تهیه مصالح و اجرای حدود ۱۰ کیلومتر خط تغذیه ۶ اینچ و حدود ۳۹ کیلومتر شبکه گازرسانی به فاز سوم محور کوهساران (دو راهی چنارویه- حر جند)	یک	دو	۲۲-۹۴	۳۶۵ روز	۹۷/۰۰۰/۰۰۰/۰۰۰

خبر

قیمت مواد غذایی

افزایشی نداشته است



رییس اتحادیه بنکداران مواد غذایی ضمن تأکید بر اینکه بازار مواد غذایی کشتش افزایش دوباره قیمت‌ها را ندارد، گفت: افزایش قیمتی در روزها و هفته‌های اخیر نداشته‌یم و قیمت‌ها تغییری نکرده است. محمد اقاظهر در گفت‌وگو با ایسنا، درباره تغییر قیمت ۱۸ قلم ماده غذایی اظهار کرد: در بحث تعیین قیمت کالاها باید قانون عرضه و تقاضا رعایت شود، چون در اقتصاد آزاد موضوع عرضه و تقاضاست که قیمت کالاها را مشخص می‌کند و این موضوعی است که باید به آن رسیدگی شود و راهکاری برای آن اندیشید در حالی که به دلیل سوءاستفاده برخی افراد با بازاری روبه‌رو هستیم که اختلاف قیمت فاحشی بین اقلام مشابه در واحدهای مختلف وجود دارد. وی در بخشی از سخنان خود درباره دلایل اختلاف قیمت برخی اقلام مشابه در بنکداری‌های مختلف نیز توضیح داد: برخی بنکداران اقلام خود را با حجم بالا خریداری می‌کنند و طبیعی است که قیمت آنها با بنکدارانی که با حجم کمتری می‌خرند متفاوت بوده و قیمت پایین‌تری دارد یا برخی بنکداران که خرید نقدی می‌کنند و به دلیل داشتن انبارهای بزرگ می‌توانند کالاها را ذخیره می‌کنند، قیمت‌فروش آنها از قیمت بنکداران کمتر می‌شود. اقاظهر همچنین از افتتاح تعاونی برای بنکداران مواد غذایی خبر داد و گفت: بنا داریم توسط این تعاونی خریدهای عمده را برای بنکداران مواد غذایی انجام دهیم تا تعاونی مسئولیت توزیع اقلام را بین بنکداران انجام دهد که دیگر اختلاف قیمت بین بنکداران وجود نداشته باشد. وی ادامه داد: مراحل قانونی این تعاونی در حال انجام است و به‌زودی فعالیت خود را آغاز می‌کند.

مجوزی برای افزایش قیمت روغن نادریم



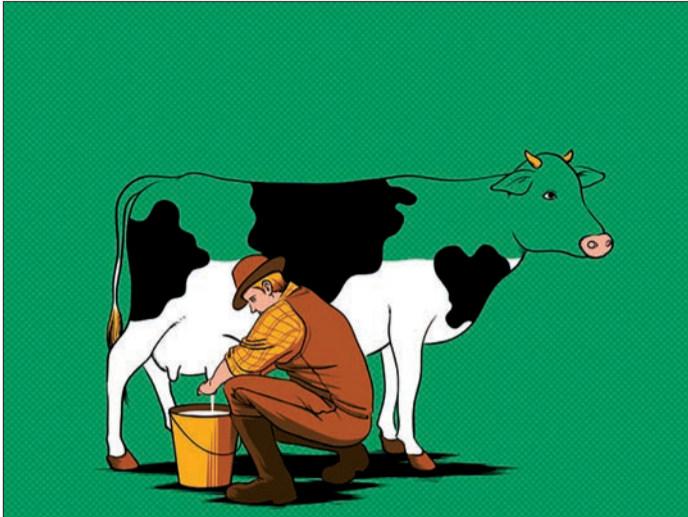
دبیر انجمن صنفی صنایع روغن نباتی گفت: به‌رغم ارائه درخواست و توافق مسئولان برای افزایش ۶درصدی قیمت روغن نباتی، هنوز هیچ مجوزی برای تغییر نرخ به صنایع روغن‌نباتی داده نشده است. محمد قیله در گفت‌وگو با ایسنا، اظهار کرد: از اواخر فروردین امسال صنایع روغن‌نباتی درخواست خود را برای افزایش قیمت روغن‌نباتی به دولت ارائه داده‌اند اما به‌رغم ابلاغ بخشنامه افزایش قیمت ۱۸ قلم ماده غذایی که روغن‌نباتی را هم شامل می‌شد، تاکنون هیچ مجوزی برای افزایش قیمت روغن‌نباتی داده نشده است. وی افزود: روغن‌نباتی در دو سال گذشته هیچ افزایش قیمتی نداشته و امسال با توجه به هزینه‌های افزایش یافته تولید این محصول، از دولت درخواست کرده‌ایم مجوز افزایش قیمت را صادر کند. در توافق با مسئولان برای افزایش ۵ تا ۶درصدی قیمت روغن‌نباتی اما تاکنون هیچ مجوزی به صنایع روغن‌نباتی داده نشده است. گفتنی است محمد رضا نعمت‌زاده، وزیر صنعت، معدن و تجارت ۲۱ تیرماه از ابلاغ بخشنامه افزایش قیمت ۱۸ قلم ماده غذایی تا سقف ۶درصد به سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان خبر داد و اعلام کرد که بر این اساس سازمان حمایت درخواست‌های واسله صنایع مربوطه را بررسی می‌کند.

افزایش قیمت مرغ در گرو تصمیم سازمان حمایت

مدیرعامل اتحادیه سراسری مرغداران گاوشتی با اشاره به درخواست مرغداران مبنی بر افزایش قیمت مرغ در اوایل سال جاری اعلام کرد: سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان برای سال جدید قیمت مرغ را اعلام کرده که درخواست تولیدکنندگان افزایش قیمت با توجه به افزایش هزینه‌هاست. عظیم حجت در گفت‌وگو با ایسنا، با بیان اینکه درخواست افزایش قیمت مرتبط با افزایش ۲۰درصدی هزینه‌های کارگری و انرژی است، گفت: براساس هزینه‌های افزایش یافته، بررسی کارشناسی افزایش هزینه‌ها و تأثیر آن در قیمت مرغ از سازمان حمایت درخواست شده است. به گفته وی از بهار امسال تاکنون سازمان حمایت مصرف‌کنندگان و تولیدکنندگان پاسخی به این درخواست نداده است. مدیرعامل اتحادیه سراسری مرغداران گاوشتی با توضیح اینکه قیمت مرغ برپایه هزینه تمام شده‌ای است که به مرغدار در پروسه تولید تحمیل می‌شود، گفت: اگر هزینه‌های تمام شده در زمان فروش مرغ لحاظ نشود و مرغدار یک دوره یا دو دوره زیان پشت سر هم داشته باشد، خواه‌ناخواه به‌خاطر اینکه توان مالی ادامه تولید را ندارد از چرخه تولید خارج می‌شود یا اینکه توان تولیدش کاهش پیدا می‌کند. وی با تأکید تأثیرگذار بودن خبر انفلوآنزای طیور بر میزان مصرف مرغ درباره میزان تقاضای کنونی مرغ گفت: اطلاع‌رسانی‌های بعدی در این زمینه صورت گرفت و مردم مطمئن شدند مرغی که به‌صورت بسته‌بندی از طریق کشتارگاه‌ها و تحت نظارت سازمان دامپزشکی در فروشگاه‌ها عرضه می‌شود، کلا سالم و بهداشتی است. بنابراین اکنون روند مصرف معمول به جامعه برگشته است.

بازار ملتهب شیر و لبنیات منتظر تحقق وعده‌های دولت

سهام لبنیات در بازار داخل از دست رفت



مولود غلامی

بازار لبنیات در سال‌های اخیر با افت‌وخیزهای فراوانی همراه شده است. گاهی دامداران برای تأمین نهاده‌های تولید در مضیقه هستند و گاهی نیز برای فروش شیر خام به قیمت مصوب با کارخانه‌های لبنی دچار مشکل می‌شوند. در سوی دیگر صنایع لبنی نیز از وضعیت بازار مصرف ابراز نارضایتی می‌کنند. به‌ویژه پس از اجرای طرح هدفمندسازی یارانه‌ها که قدرت خرید مردم کاهش یافته و قیمت شیر و لبنیات روند افزایشی داشته است.

در حال حاضر شیر و لبنیات مانند ریسمانی شده که یک سر آن در دست دامدار و سر دیگر در دست کارخانه‌هاست و هر کدام برای افزایش و کاهش قیمت تلاش می‌کنند. دامداران دلایل افزایش قیمت شیر خام را گرانی نهاده‌ها و علوفه دامی اعلام می‌کنند و کارخانه‌ها که خواستار ثبات قیمت‌های فعلی و حتی کاهش آن هستند، می‌گویند مصرف‌کننده بیش از این توان خرید ندارد. اگر در جایگاه هر یک از آنها قرار بگیریم، شاید دلایل شان درست و منطقی به نظر آید اما باید دید که چگونه می‌توان این گره را باز کرد.

دامداران و صنایع لبنی ناراضی هستند

تولید و تأمین محصولات غذایی و دسترسی تمامی مردم به غذای سالم از وظایف اصلی دولت‌هاست. این وظایف در تمامی کشورهای غنی و فقیر، پیشرفته و عقب مانده تفاوتی ندارد و دولت‌ها مکلف به اجرای آن هستند. شیر نیز یکی از محصولات غذایی است که نقش اساسی در تأمین سلامت جامعه دارد بنابراین دولت‌ها باید راهکارهایی بیندیشند و تمهیداتی بگزینند تا این ماده حیاتی در سبد غذایی خانوارها به میزان لازم قرار گیرد.

تا پیش از اجرای مرحله نخست قانون هدفمندسازی یارانه‌ها، دولت به شیر یارانه پرداخت می‌کرد اما از سال ۱۸۹۰ این یارانه قطع شد و آزادسازی شیر و لبنیات در دستور کار قرار گرفت. حالا پس از گذشت نزدیک به پنج سال از حذف یارانه‌ها، نه تنها مصرف شیر و لبنیات در کشور کم شده بلکه دامداران و صنایع لبنی نیز از این وضعیت نابسامان رنج می‌برند و ناراضی هستند.

آغاز افزایش ۱۰ درصدی لبنیات در ایهام

اوج این نابسامانی در ماه‌ها و هفته‌های اخیر بود و دامداران به نشانه اعتراض، تحصن‌هایی را به راه انداختند تا کارخانه‌های لبنی را مجاب کنند که شیر خام را به قیمت مصوب ۱۴۴۰ تومان خریداری کنند. در مقابل کارخانه‌های لبنی کاهش توان خرید مردم را دلیلی بر اجراء نکردن این مصوبه می‌دانند و همچنان از خرید شیر خام به قیمت مصوب سر باز می‌زنند.

در بیست‌وپنجم تیرماه گذشته زمانی که محمدرضا نعمت‌زاده در نشست خبری افزایش ۶درصدی قیمت برخی اقلام اساسی را اعلام کرد، تولیدکنندگان لبنیات آن را مجوزی برای افزایش قیمت محصولات خود دانستند. تا جایی که علی رجیبی، مدیرعامل اتحادیه فروشندگان لبنیات در گفت‌وگو با یکی از خبرگزاری‌ها گفت: افزایش ۱۰درصدی قیمت فرآورده‌های لبنی بیشتر برندها اعمال شده و وزیر صنعت نیز بر آن صحنه گذاشته است. این افزایش قیمت در برخی از برندهای

صنایع لبنی معلق مانده است. وی می‌افزاید: با توجه به لزوم افزایش ۱۹۰ تومانی قیمت شیر خام به‌منظور جلوگیری از ضرر و زیان دامداران، بهتر بود که دولت این مابه‌التفاوت را در قالب یارانه شیر به دامداران پرداخت می‌کرد تا از افزایش فرآورده‌های لبنی در جامعه جلوگیری می‌شد. مدیرعامل اتحادیه فروشندگان لبنیات، با بیان اینکه افزایش قیمت سالانه لبنیات مصرف شیر را در جامعه کاهش داده است، می‌گوید: در صورتی که مابه‌التفاوت نرخ شیر خام دامداران به طرق مختلف مانند اعطای علوفه تأمین شود از کاهش سرانه مصرف لبنیات جلوگیری می‌شود.

مصوبه افزایش ۱۰ درصدی نادریم

درحالی‌که اتحادیه فروشندگان لبنیات خبر از افزایش ۱۰ درصدی این محصولات می‌دهد اما سازمان حمایت آن را به‌شدت تکذیب می‌کند. غلامرضا کاوه، سخنگوی سازمان حمایت، در گفت‌وگو با «فرصت امروز»، داده است.

حسین نعمتی، رییس

توقع دامداران بجاست

سناد تنظیم بازار است تا رهنمود نهایی را از آنجا دریافت کند و اقدامات بعدی در این زمینه انجام شود.

معاون وزیر جهادکشاورزی درباره ادامه عملیاتی شدن مصوبه خرید شیر خام به قیمت ۱۴۴۰ تومان توسط کارخانه‌های لبنی هستند و این توقع کاملاً بجاست. دامداران توقع جدیدی در این زمینه ندارند. حسن رکنی در گفت‌وگو با مهر با اشاره به مصوبه سال گذشته دولت مبنی بر خرید شیر خام به قیمت ۱۴۴۰ تومان از دامداران توسط کارخانجات صنایع لبنی، اظهارداشت: سازمان حمایت یک جمع‌بندی از این مصوبه آماده کرده و در حال منعکس کردن آن به

معاون تولیدات امور دام وزارت جهادکشاورزی گفت: دامداران خواستار عملیاتی شدن مصوبه خرید شیر خام به قیمت ۱۴۴۰ تومان توسط کارخانه‌های لبنی هستند و این توقع کاملاً بجاست. دامداران توقع جدیدی در این زمینه ندارند. حسن رکنی در گفت‌وگو با مهر با اشاره به مصوبه سال گذشته دولت مبنی بر خرید شیر خام به قیمت ۱۴۴۰ تومان از دامداران توسط کارخانجات صنایع لبنی، اظهارداشت: سازمان حمایت یک جمع‌بندی از این مصوبه آماده کرده و در حال منعکس کردن آن به

هیات‌مدیره اتحادیه مرکزی دامداران، در همین خصوص به «فرصت امروز» می‌گوید: کارخانه‌های لبنی نه تنها از خرید شیر خام به قیمت مصوب ۱۴۴۰ تومانی سر باز می‌زنند بلکه مدت پرداخت بهای شیر خام به قیمت ۱۲۰۰ تومان به دامداران را نیز طولانی‌تر کرده‌اند. پیش از این زمان پرداخت بهای شیر خامی که کارخانه‌ها از دامداران می‌خریدند تا ۴۵ روز بود اما اکنون به دو تا سه ماه رسیده است.

خرید تضمینی سلاحی ناکارآمد

دولت برای کمک به دامداران و حمایت از تولید باز هم از سلاح ناکارآمد خرید تضمینی استفاده کرد و از زمستان پارسل خرید تضمینی شیر خام را در دستور کار خود قرار داد. با توجه به پیشینه نچندان موفق دولت در زمینه خرید تضمینی محصولات و هشدارهای برخی کارشناسان صنایع شیر مانند حسین چمنی که در روزنامه «فرصت امروز» به چاپ رسید، گویا این بار هم این طرح موفق به تأمین اهداف نشده است.

دامداران استان قزوین که نخستین گام را برای خرید تضمینی شیر خام برداشته بودند، پس از خلف وعده‌های دولت در پرداخت بهای شیر یا نهاده‌های دامی به آنها از ادامه همکاری در خرید تضمینی شیر انصراف داده‌اند.

دامداران مطمئن نیستند

نعمتی اظهار می‌کند: در خرید تضمینی شیر خام دولت در ازای شیر دریافتی کلزا و ذرت تعضه‌ای به دامداران می‌داد و گویا انبارها خالی شده است. همچنین منابع نقدینگی دولت نیز کم است و قدرت پرداخت هم ندارد. دامداران نیز مطمئن ندارند که می‌توانند پول محصول خود را زمان نزدیک دریافت کنند. بنابراین خرید تضمینی شیر خام در استان قزوین که روزانه ۱۵۰ تن شیر خام گذشته قطع شد.

رییس هیات‌مدیره اتحادیه مرکزی دامداران، با بیان اینکه وضعیت دامداران بدتر شده است، می‌افزاید: اگر دولت حمایت نکند، صنعت دامداری کشور نابود می‌شود. تنها امید ما به افزایش قیمت‌هاست که دولت وعده داده بود پس از ماه رمضان انجام شود.

توافق جدید فائو برای ارتقای کشاورزی ایران

اهمیت اطمینان یافتن از تأمین غذای کافی برای جمعیت رو به رشد جهانی به بخش کشاورزی از توسعه کشاورزی از طریق سرمایه‌گذاری بیشتر در کشورهای در حال توسعه، گسترش و تعمیق سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی کشورهای خارج از اتحادیه اروپا همچون ایران خبر داد. به گزارش ایلنا از دفتر نمایندگی فائو در ایران، این دو سازمان با امضای یادداشت تفاهمی پنج‌ساله با تأکید بر توسعه فعالیت‌های سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی، ارتقای بخش خصوصی و زنجیره‌های ارزش، این موارد را با اولویت‌های بانک سرمایه‌گذاری و اهداف استراتژیک فائو همراستا ارزیابی کردند.

این توافقنامه که در پی برگزاری سومین کنفرانس بین‌المللی تأمین مالی برای توسعه طی هفته گذشته در شهر آدیس آبابا (پایتخت اتیوپی) به امضا رسید، نشان‌دهنده جلب مشارکت بانک سرمایه‌گذاری اروپایی به‌عنوان بزرگ‌ترین نهاد مالی چندملیتی جهان با فائو در بخش تجارت کشاورزی است.

خوزه گرازیانو داسیلوا، مدیر کل فائو، در این خصوص با اشاره به



خبر

خریداری ۱۵۰ هزار تن شکر از برزیل



معاون وزیر جهاد کشاورزی گفت: قبیل از توافق هسته‌ای ۱۵۰ هزار تن شکر خام از برزیل خریداری شده، ولی هنوز این مقدار شکر به کشور وارد نشده است. علی قنبری، مدیرعامل شرکت بازرگانی دولتی در گفت‌وگو با فارس، هدف از واردات این مقدار شکر را مصرف داخلی عنوان کرد و افزود: شکر خریداری شده پس از واردات برای تصفیه و فرآوری در اختیار کارخانجات داخلی قرار می‌گیرد و سپس به مصرف داخلی خواهد رسید. معاون وزیر جهاد کشاورزی در پاسخ به این پرسش که رویترز اعلام کرده که ایران از ابتدای امسال ۲۰ هزار تن شکر وارد کرده، گفت: شرکت بازرگانی دولتی از ابتدای امسال شکر وارد کشور نکرده، اما ممکن است بخش خصوصی اقدام به واردات شکر کرده باشد. قنبری در خصوص اقدام‌های انجام شده در مورد واردات شکر و صادرات مجدد آن، گفت: برای تأمین بخشی از شکر مورد نیاز عراق، قراردادی با این کشور بسته شده تا شکر مورد نیاز آنها را از کشورهای دیگر وارد کرده و پس از فرآوری و تصفیه آن را به عراق صادر کنیم.

وی افزود: شرکت بازرگانی دولتی است و اگر در زمینه خرید تضمینی محصولات و هشدارهای برخی کارشناسان صنایع شیر مانند حسین چمنی که در روزنامه «فرصت امروز» به چاپ رسید، گویا این بار هم این طرح موفق به تأمین اهداف نشده است.

کاهش شدید میوه‌های قاچاق در بازار



رییس اتحادیه فروشندگان میوه و تره‌بار گفت: با افزایش عرضه میوه‌های خارجی قاچاق، در میداین مرکزی میوه و تره‌بار به‌شدت کاهش یافته است و کمتر در این مکان مشاهده می‌شود.

حسین مهاجران در گفت‌وگو با تسنیم اعلام کرد: میزان انواع میوه، صیفی قیمت هندان به‌شدت کاهش یافته است، و به‌طوری‌که هر کیلوگرم از این محصول در میداین مرکزی میوه و تره‌بار ۲۰۰ تا ۶۰۰ تومان به فروش می‌رسد. وی خاطرنشان کرد: در حال حاضر هر کیلوگرم هندوانه در میداین مرکزی میوه و تره‌بار ۲۰۰ تا ۶۰۰ تومان، طالبی ۱۵۰۰ تا ۱۸۰۰ و خربزه هزار تا ۱۵۰۰ تومان به فروش می‌رسد. مهاجران اظهار داشت: به‌دلیل اینکه فصل برداشت نارگیل به پایان رسیده است، این محصول در میداین مرکزی میوه و تره‌بار عرضه نمی‌شود.

کوددهی قطره‌ای هم ابداع شد

مخترعان ایرانی موفق به ابداع سیستم کوددهی قطره‌ای به روشی مدرن شدند که این روش متناسب با هر نوع آب، هوا و اقلیمی است. به گزارش مهر، علی محمد طاووسی، ایده‌پرداز «سیستم تزریق کود متصل به لوله لاترال» با بیان اینکه اکنون کشاورزی مدرن یکی از مباحث پراهمیت در کل دنیااست، گفت: کوددهی هم از روش‌های کشاورزی به شمار می‌رود که برای پربار شدن محصول از این روش استفاده می‌شود.

وی با بیان اینکه در حال حاضر کوددهی در زمین‌های کشاورزی به روش سنتی انجام می‌شود، اظهار داشت: در برخی زمین‌ها و باغات کشاورزی از روش‌های مدرن همچون سیستم کنترل مرکزی برای کوددهی استفاده می‌شود که این روش گران‌قیمت است و تمایل کشاورزان را برای تهیه و استفاده از این روش، می‌کاهد. وی افزود: با توجه به موضوع گران‌قیمت بودن کوددهی به زمین‌ها و عدم تمایل کشاورزان به استفاده از این روش‌ها به فکر ابداع «سیستم تزریق کود متصل به لوله لاترال» افتادیم تا از این طریق هزینه کوددهی برای کشاورزان کمتر شود. به گفته وی، این روش می‌تواند به‌صورت قطره‌ای زمین‌های کشاورزی را کوددهی کند. وی با اشاره به مزایای این روش ادامه داد: با روش کوددهی متصل به لوله لاترال، درخت یا گیاه به مقدار نیاز کوددهی می‌شود و در تمامی زمین‌های کشاورزی، باغی و گلخانه‌ای قابل استفاده است. همچنین این روش مکانیزم ساده‌ای دارد و از مصرف انرژی می‌کاهد. طاووسی عنوان کرد: در تزریق کود با سیستم کنترل مرکزی که جدیدترین روش کوددهی است، نیاز به اسیدشویی و هزینه‌های جانبی نیست. وی با بیان اینکه این سیستم می‌تواند کار سیستم‌های مورد نیاز در بخش کوددهی قطره‌ای را انجام دهد، یادآور شد: میزان آبدهی قطره‌چکان آن چهار تا هشت لیتر در ساعت با فشار چهار تا پنج بار است.

این ایده‌پرداز با بیان اینکه رسوب قطره‌چکان در سیستم کوددهی متصل به لوله لاترال وجود ندارد، گفت: از این سیستم می‌توان در سال‌های متناهی استفاده کرد بدون اینکه آسیبی به دستگاه وارد شود. همچنین این سیستم در هرنوع آب‌وهوایی قابل کاربرد است. گفتنی است لوله لاترال با لوله فرعی، لوله‌ای است که آب‌رسانی به داخل مزرعه و جابه‌جایی آب در زمین را که از لوله اصلی به لوله نیمه‌اصلی منشعب می‌شوند صورت می‌دهد.

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
مدیر مسئول: محمدرضا قدیمی
شورای سردبیری: محمدرضا قدیمی، حمیدرضا اسلامی، شهریار شمس مستوفی
چاپ: شرکت رواق روشن مهر نوبخ، نشر گستر امروز

دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۴۳۳ (خط ویژه)
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۴۳۳
سامان آگهی ها: ۸۸۸۹۶۰۷۴ و ۸۸۸۹۵۴۳۳
سامانه پیامکی: ۵۰۰۰۱۳۴۳
آدرس: میرزای شیرازی، نیش چهارم بلاک ۶۸، طبقه سوم

سایت: WWW.FORSATNET.IR | ایمیل: INFO@FORSATNET.IR

جان کری در سنای آمریکا:

توافقی وجود ندارد که مستلزم تسلیم ایران باشد



جان کری، وزیر امور خارجه آمریکا برای توجیه سنای آمریکا و پاسخگویی به سوالات این مجلس در جلسه کمیته روابط خارج سنای آمریکا حضور پیدا کرد. وی در پاسخ به اعتراضات سنا گفت: پس از حدود دو سال گفت‌وگوهای بسیار فشرده، واقعیت‌ها با صراحت روشن شده است و آن اینکه، طرح اعلام شده در هفته گذشته در وین، واقعا همان توافقی است که سبب بسته شدن مسیرهای مذکور می‌شود و به ما تضمین‌هایی می‌دهد تا در کل حیات ان بی‌تی، بالاترین مشارکت ایران به‌وجود بیاید و ما بدانیم ایران چه کارهایی انجام می‌دهد. این توافق همان توافق خوبی است که به دنبال آن بودیم. براساس مفاد آن، ایران باید ۹۸ درصد از ذخایر اورانیوم غنی شده خودش، دو سوم از سانتریفیوژهای نصب شده و قلب راکتور آب سنگین خودش را کنار بگذارد. براساس این طرح، ایران از تولید اورانیوم غنی شده با خلوص بالا و پلوتونیوم قابل استفاده برای تسلیحات هسته‌ای به مدت ۱۵ سال بازداشته خواهد شد. ایران مشمول جامع‌ترین و گسترده‌ترین اقدامات راستی‌آزمایی و شفاف‌سازی خواهد شد که تا کنون از طریق مذاکره حاصل شده است. در نتیجه، اگر ایران تمهیداتش را انجام ندهد، ما به سرعت قادر خواهیم بود به این مسئله پی ببریم و پاسخ متناسب بدهیم. بسیاری از این اقدامات نه برای ۱۰ یا ۱۵ یا ۲۰ سال بلکه برای کل دوره زمانی برنامه هسته‌ای ایران به قوت خواهد داشت و ماند و در نتیجه ما را قادر خواهند ساخت تا به‌گونه‌ای قابل راستی‌آزمایی اطمینان حاصل کنیم که این برنامه ماهیت منحصرا صلح آمیز خواهد داشت.

جان کری، وزیر امور خارجه آمریکا برای توجیه سنای آمریکا و پاسخگویی به سوالات این مجلس در جلسه کمیته روابط خارج سنای آمریکا حضور پیدا کرد. وی در پاسخ به اعتراضات سنا گفت: پس از حدود دو سال گفت‌وگوهای بسیار فشرده، واقعیت‌ها با صراحت روشن شده است و آن اینکه، طرح اعلام شده در هفته گذشته در وین، واقعا همان توافقی است که سبب بسته شدن مسیرهای مذکور می‌شود و به ما تضمین‌هایی می‌دهد تا در کل حیات ان بی‌تی، بالاترین مشارکت ایران به‌وجود بیاید و ما بدانیم ایران چه کارهایی انجام می‌دهد. این توافق همان توافق خوبی است که به دنبال آن بودیم. براساس مفاد آن، ایران باید ۹۸ درصد از ذخایر اورانیوم غنی شده خودش، دو سوم از سانتریفیوژهای نصب شده و قلب راکتور آب سنگین خودش را کنار بگذارد. براساس این طرح، ایران از تولید اورانیوم غنی شده با خلوص بالا و پلوتونیوم قابل استفاده برای تسلیحات هسته‌ای به مدت ۱۵ سال بازداشته خواهد شد. ایران مشمول جامع‌ترین و گسترده‌ترین اقدامات راستی‌آزمایی و شفاف‌سازی خواهد شد که تا کنون از طریق مذاکره حاصل شده است. در نتیجه، اگر ایران تمهیداتش را انجام ندهد، ما به سرعت قادر خواهیم بود به این مسئله پی ببریم و پاسخ متناسب بدهیم. بسیاری از این اقدامات نه برای ۱۰ یا ۱۵ یا ۲۰ سال بلکه برای کل دوره زمانی برنامه هسته‌ای ایران به قوت خواهد داشت و ماند و در نتیجه ما را قادر خواهند ساخت تا به‌گونه‌ای قابل راستی‌آزمایی اطمینان حاصل کنیم که این برنامه ماهیت منحصرا صلح آمیز خواهد داشت.

دلواپسان واشنگتن شانه به شانه رژیم صهیونیستی علیه توافق



اما دلواپسان آمریکایی که تحت‌تأثیر سنای آمریکا حرکت می‌کنند در تجمعی علیه توافق با ایران تظاهرات کردند. شرکت‌کنندگان در این تظاهرات «ایران هسته‌ای» مخالفند و از کنگره آمریکا خواستند با متن توافق هسته‌ای ایران و گروه ۵+۱ مخالفت کند زیرا به گفته آنها این توافق، تهدید صریحی برای امنیت جهان و اسرائیل است. جفری وایسفییل، یکی از برگزارکنندگان این تجمع گفت که حدود ۱۰ هزار نفر در تایمز اسکور در محکومیت توافق هسته‌ای تجمع کردند. شمار زیادی از حامیان اسرائیل و تعدادی از اعضای جمهوری خواه کنگره آمریکا در این تجمع حضور داشتند. «جورج باتاکی» فرماندار سابق ایالت نیویورک در سخنرانی در این تجمع گفت:

حسن روحانی:

پیام «برجام»، ضرورت کنار گذاشتن خشونت، تهدید و تحریم است

پیام جدیدی را در منطقه و جهان طنین‌انداز کند؟ امروز همه نگاه‌ها به بندهای «برجام» و قطعنامه ۲۲۳۱ است، این خوب است اما اتفاق بسیار مهم‌تری رخ داده است و پیامی به جهان فرستاده شده است. روحانی در ادامه با اشاره به اینکه پیام ما به دنیا این بود که راه ما راه اعتدال، ادب، اخلاق، منطق، استدلال و علم توأم با شهامت و هنر است، گفت: دیپلمات‌های شما دانش کافی برای مذاکرات را داشتند که اگر نداشتند نمی‌توانستند این چنین مباحث حقوقی پیچیده مربوط به توافق را به پیش ببرند. ما برای مذاکرات به افراد عالم و دانشمند نیاز داشتیم و اگر بگویم در مسائل بین‌المللی و دیپلماسی یکی از افراد برتر و سرآمد و دانشمندان این علم در کشورمان و جهان، دکتر ظریف است و در مسائل هسته‌ای و

حسن روحانی، رئیس‌جمهوری در همایش سازمان‌های مردم‌نهاد در نظام سلامت، با تأکید بر اینکه «مردم راه را بهتر تشخیص می‌دهند و باید مجری خواست و اراده آنان باشیم» و ضمن یادآوری این جمله که «بگذاریم مردم سخن خود را بیان کرده و تصمیم بگیرند و ما به معنای واقعی مجری خاص مردم باشیم»، گفت: این سخن از ابتدای شروع به کار دولت ما بوده چرا که معتقدیم مردم خوب می‌فهمند که چه راهی را باید انتخاب کنند و مسئولیت آنرا در انتخاب چه مسیری است. اگر مردم ببینند که مسئولان واقعا مجری مطالبات آنها هستند و در برابر خواست آنها پاسخگو هستند، به صحنه می‌آیند. روحانی با اشاره به اینکه اگر ملتی به صحنه بیاید دیگر هیچ قدرتی نخواهد توانست در برابر یک ملت بزرگ و متمدن و با فرهنگ مثل ملت ایران ایستادگی کند، اضافه کرد: گروه هسته‌ای خطوط باز شد؟ چه کسی توانست

سیاست

دور بعدی مذاکرات کابل - طالبان هشتم مرداد در چین

چین و آمریکا بر آن نظارت داشتند. این نشست پس از تماس‌های غیررسمی از زمان روی کار آمدن اشرف غنی، رئیس‌جمهوری افغانستان در سال گذشته میلادی برگزار شد. اشرف غنی مذاکرات صلح با طالبان را جزو اولویت‌های دولت خود قرار داده بود. ظفر هاشمی، سخنگوی رییس‌جمهوری افغانستان جزئیات دور بعدی مذاکرات را تأیید نکرد، اما گفت که اشرف غنی می‌خواهد اطمینان حاصل کند که افراد شرکت‌کننده از طرف کابل شامل تمام بخش‌های جامعه از جمله زنان، جامعه مدنی، فعالان صلح و نیز رهبران جهادی که علیه حمله شوروی و رژیم طالبان از ۱۹۹۶ تا ۲۰۰۱ می‌جنگیدند، می‌شوند.



رسانه‌های داخلی ترکیه خبر دادند که پلیس و نیروهای امنیتی این کشور عملیات گسترده‌ای را برای «مبارزه با تروریسم» آغاز کرده‌اند

تیتراخبار

اشتون کارتر، وزیر دفاع آمریکا که به منطقه سفر کرده در دیداری از پیش اعلام نشده وارد اربیل شد تا با مقامات این منطقه خودمختار در شمال عراق گفت‌وگو کند. منابع آمریکایی فاش کردند که رژیم صهیونیستی ۱۶ فروند هلی‌کوپتر کبیری را که قابلیت گریز از حملات موشک‌های زمین به هوا را دارند در اختیار اردن قرار داده است.

جمعه

انتقام‌گیری فامیلی در شبکه‌های اجتماعی

۲۴ ساعت شناسایی و دستگیر کنند. سرهنگ مرتضوی با بیان اینکه در بررسی‌های صورت گرفته مشخص شد متهم پسر دایی شاکي است، افزود: متهم پس از دستگیری به بزه انتسابی اقرار و انگیزه خود از ارتکاب این عمل را اختلاف و انتقامجویی از شاکي عنوان کرد. او با هشدار به تمام افرادی که قصد سوءاستفاده از طریق فضای مجازی را دارند، گفت: افرادی که اقدام به انتشار تصاویر و اطلاعات شخصی و خصوصی افراد بدون اجازه آنها در سایت‌ها و شبکه‌های اجتماعی مجازی کنند برابر قانون دستگیر و متحمل مجازات خواهند شد.



احدوظیفه، مدیرکل پیش‌بینی و هشدار سازمان هواشناسی، گفت: آسمان تهران روز شنبه کمی ابری، در شهرهای شمالی افزایش ابر و بارش پراکنده و گاهی وزش باد پیش‌بینی می‌شود

تیتراخبار

همین مسئله درگیر بود. بنابراین، این سوال درست نیست که بگوییم هرچه ایران می‌خواست به آن داده ایم. مسوول مطرح این است که چگونه برنامه هسته‌ای ایران را به عقب می‌رانیم و چگونه برنامه تسلیحاتی آنها را برمی‌چیدیم و نه کل برنامه آنها. باید دانست چه چیزی روی میز است. ما قصد داشتیم توان ایران برای ساخت بمب اتمی را از بین ببریم و به این هدف دست یابیم. همه کسانی که در اینجا هستند می‌دانند گزینه‌های مطرح برای جلوگیری از این کار کدامند. این گزینه، اقدام نظامی نامیده می‌شود زیرا در غیراین صورت، ایران را به عقب می‌رانیم و نه کل برنامه آنها. باید دانست چه چیزی روی میز است. ما قصد داشتیم توان ایران برای ساخت بمب اتمی را از بین ببریم و به این هدف دست یابیم.

فرهنگ

حمله مسلحانه در یک سینما در آمریکا

به گزارش ایندیپندنت، سه گفته نیروهای پلیس، بعد از اینکه یک تیرانداز در سالن سینمایی در ایالت لوئیزیانا آتش گشود، سه نفر جان خود را از دست دادند و هفت نفر زخمی شدند. جیم کرت، رییس پلیس گفت این تیرانداز که به‌عنوان «یک مرد تنهای سفیدپوست» توصیف شده بود، چندین بار از سلاح خود داخل سالن سینمای گزند تئاتر شهر لافایت شلیک کرد و دو نفر را به قتل رساند و در نهایت به خود نیز شلیک کرد. این افسر گفت که پلیس از هویت تیرانداز آگاه است و وضعیت مجروحان این سانحه نیز از غیرمربط با بحرانی متغیر است. کول مایک ادمونسون از نیروی پلیس ایالتی لوئیزیانا گفت که در زمان تیراندازی حدود ۱۰۰ نفر در سالن سینما حضور داشتند. او می‌گوید پلیس بر این باور است که تیراندازی تنها داخل سالن سینما

تیتراخبار

صورت گرفته و فرد مسلح در جای دیگری تیراندازی نکرده است. او اضافه کرد: دلیلی برای اینکه بگوییم این فرد فراتر از این مکان عمل کرده، نداریم. کیتی دومینگ از شاهدان حاضر در صحنه به روزنامه دیلی ادورتایز گفت که حدود ۲۰ دقیقه بعد از آغاز نمایش فیلم «Trainwreck» «یک مرد تقریبا مسن سفیدپوست» از روی صندلی خود بلند شد و شروع به تیراندازی کرد. او گفت: صدای بلندی را شنیدیم که فکر کردیم ترقه است. او چیزی نمی‌گفت. من صدای جیغ زدن کسی را هم نشنیدم. سرویس آمبولانس منطقه نیز چندی بعد از طریق توئیتر اعلام کرد که هفت نفر دیگر نیز در حال منتقل شدن به بیمارستان‌های منطقه هستند. اسب‌های وارد شده به آنها از غیرکشنده تا بحرانی متغیر است.



آنجلینا جولای قرار است در فیلم جدید خود به داستان زندگی دختر بچه اهل کامبوج بپردازد که از اردوگاه کار تحت نظر نیروهای خمر سرخ نجات پیدا کرده است

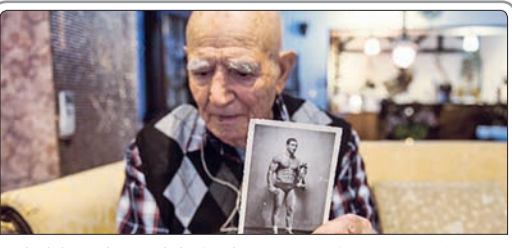
تیتراخبار

کتاب‌های در نشست تبارشناسی تئاتر دینی و مذهبی گفت که تئاتر دینی ما زبان سمبلیک و نمادین ندارد و تا وقتی به این زبان سمبلیک نرسیم، تئاتر آیینی نخواهیم داشت. اسمی پولر و ایک بارینپولز به جمع بازیگران کمدی جدید کمپانی بونیور سال می‌پیوندند.

ورزش

مخالفت نژادپرستانه مولر در برابر سیاست گوآردیولا

کسب عنوان قهرمانی باشیم. می‌خواهیم در فصل جدید بازی‌های درخشانی را به نمایش بگذاریم و در رقابت‌های مختلف به قهرمانی برسیم البته باید این را بگویم که در هر رقابتی شانس عامل بسیار تأثیرگذار است. مولر در پایان سخنان خود درباره شرایط خود هم گفت: بازیکنی هستم که مهارت و توانایی‌های بالایی دارم اما به اندازه مسی و نیمار مهارت و تکنیک ندارم. ما این حال اطمینان دارم که می‌توانم بازیکنی تأثیرگذار برای بایرن باشم و به تیم کمک کنم. نهایت تلاش خود را به کار می‌گیرم تا بهترین بازی‌ها را برای بایرن به نمایش بگذارم.



میر رسول ریسی، پیشکسوت وزنه‌برداری که از او به‌عنوان تنها بازمانده کاروان ورزش ایران در المپیک ۱۹۴۸ لندن یاد می‌شود، در ۹۱ سالگی درگذشت

تیتراخبار

مورل که یکی از بااستعدادترین بازیکنان حال حاضر فوتبال جهان به شمار می‌آید، بر این باور است که بایرن مونیخ باید ستاره‌های آلمانی خود را حفظ کند. او در گفت‌وگویی که با سایت گل داشت، گفت: بر این باور هستم که باید فونداسیون تیم ملی فوتبال آلمان از باشگاه بزرگ بایرن مونیخ باشد. نباید اجازه بدهیم که ستاره‌های آلمانی از بایرن جدا شوند. ما این حال بایرن همانند هر تیمی به بازیکنان با کیفیت دیگر کشورها نیاز دارد. خوشبختانه بایرن بازیکنان شاخص زیادی در اختیار دارد. ما یک تیم خوب و با کیفیت هستیم و این توانایی را داریم تا در رقابت‌های مختلف از شانس‌های اصلی

تیتراخبار

حمید بنی‌تیمیم دبیر فدراسیون کشتی می‌گوید اردوهای بسترسازی برای خردسالان و نونهالان برگزار می‌شود. اکبر احدی سرمربی بوکسورهای ایران در مسابقات APB می‌گوید از مبارزه سجاد محمدپور ناراضی نیست و اطمینان دارد که آینده درخشانی در انتظار اوست.

سبب به کشور بازگردند. شاید الان سخن گفتن درباره این مسئله راحت باشد ولی آن لحظات بسیار بر ما سخت گذشت و با توجه به مسئولیت سنگینی که بر عهده ما بود ساعت‌ها فکر می‌کردم. اینکه مذاکرات تا اینجا به خوبی پیش رفت به خاطر ایستادگی و مقاومت مردم بود. در سخنان خود پس از حصول توافق گفتم که تاریخ ورق خورد. شاید برخی فکر کنند که خطاب من به رخداد ۲۳ تیر ۹۴ بود اما معتقدم تاریخ در ۲۴ خرداد ۹۲ ورق خورد. مردم ما تصمیم بسیار مهمی اتخاذ کردند. توافق هسته‌ای این پیام را برای دنیا داشت که پیچیده‌ترین و مشکل‌ترین مسائل بین‌المللی از طریق گفت‌وگو و مفاهمه قابل حل و فصل است و باید به جای تقابل، تعامل را برگزینیم و البته آن پیام زیبا را هم به همراه خود داشت که «هرگز یک ایرانی را تهدید نکنید». اگر ملت در صحنه باشد در همه امور پوزیزم و اگر ملت به صحنه نیاید پیروزی در دسترس نخواهد بود.



استفاده تبلیغاتی اسپانسرهای نامرئی
ویمبلدون از چشم‌انداز دیجیتال

مرضیه فروتن



امروزه برندها در حالی به بخشی جدانشدنی از بافت مسابقات تیس ویمبلدون تبدیل شده‌اند که این بازی‌ها هنوز به زیبایی به سنت‌های خود پایبند هستند. آن دسته از برندهایی که به مدت طولانی در بافت این مسابقات جایگاه ثابتی را داشته‌اند، با استفاده هوشمندانه از چشم‌انداز دیجیتال کم‌کم خود را بروز می‌دهند.

کار کردن در چنین صنعتی به‌ظاهر جدید است. برای نیل به چنین هدفی ما نیازمند به‌کارگیری بخش‌های شگفت‌انگیزی از فناوری جدید هستیم. این پلتفرم اجتماعی جدید که کاربرانی پر انرژی دارد، یک تکنیک تحقیقاتی جدید است که به شما فرصت مشاهده اتفاقات در حال وقوع در ذهن افراد مختلف را می‌دهد. همه اینها ما را به این باور می‌رساند که جهان تغییر کرده است و قوانین قدیمی دیگر به کار نمی‌آید.

شاید همین موضوع مسابقات ویمبلدون را آنقدر خاص می‌کند. اسامال در یکصد و چهل و هشتمین دوره برگزاری بزرگ‌ترین بازی‌های تیس در دنیا و در حالی که جهان ورزش ارزش و اهمیت بیشتری یافته است، تیس در AllEngland Club به زیبایی پایبندی به سنت‌های خود را نشان داده است.

به‌ندرت می‌بینیم که بزرگ‌ترین بازیکنان در جهان همگی با لباس سفید بر تن با اسپانسرهای متعدد احاطه نشده باشند. محدودیت‌هایی در زمینه سباز و تعداد تقدیر و ستایش‌ها روی لباس بازیکنان وجود دارد. رفتارهای آنها نیز بیش از هر ورزش دیگری مورد توجه قرار می‌گیرد.



غیبت اسپانسرها و برندها تقریباً توی چشم می‌خورد اما با دقت بیشتر می‌توانید آنها را پیدا کنید. آنها شاید در پس زمینه وجود نداشته باشند اما جایی که واقعا مفید است اشاره به نام‌شان به‌عنوان تهیه‌کننده فراتر از آن دسته از حامیان مالی از کارافتاده‌ای است که فقط سروصدا به پا می‌کنند.

ویمبلدون بعضی از طولانی‌ترین روابط با برندها در جهان را به خود اختصاص داده است. رابطه با یک تولیدکننده محصولات ورزشی به‌خصوص تیس، هاک و کریکت به نام Slazenger و Rolex به‌عنوان زمان‌سنج رسمی مسابقات ۲۰ سال سابقه دارند اما حتی با وجود این دوره طولانی ارائه خدمات، هیچ نوع منافع معمولی ناشی از اسپانسر در ابعاد چشم‌پزنگ نصب‌شان نشده است.

مشابه این اتفاق برای IBM و حک شدن لوگوی آن روی اسکووربوردها رخ داد که منافع چندان زیادی را نصیب این برند نکرد.



رویدادی مهم به‌عنوان بخشی از تابستان بریتانیا

مسابقات ویمبلدون یکی از معدود رویدادهای مهم ورزشی است که هنوز در کانال‌های تلویزیونی رایگان کاملاً پایه و اساس فصل تابستان در بریتانیا را تشکیل می‌دهد.

شما به تحسین ویمبلدون برای پایبندی به اصول خود می‌پردازید و این نکته بازی‌های فوق را به چنین دارایی ارزشمندی تبدیل می‌کند. در راستای استفاده از چشم‌انداز دیجیتال، با افراد مشهور و متعدد بازدیدکننده‌ای از این مسابقات پرداخت. تجربه feelwimbledon# جگوار به مردم اجازه می‌دهد تا غلیان احساسات در این تورنمنت را درک کنند.

این طیف از ایده‌های گوناگون از محدودیت‌های سخت‌گذاشته شده پیش پای اسپانسرها سرچشمه گرفته است و منجر به انجام کارهای زیادی می‌شود که از هزینه‌های متداول اسپانسر فراتر می‌رود. کار در فضایی سخت منافع زیادی را به بار می‌آورد. تمرکز ذهنی حاصل از انجام این کار می‌تواند منجر به ابداع راه‌های خلاقانه جدید برای گشودن قفل یک مشکل شود.

www.marketingmagazine.co.uk

فرصت امروز

دوم

www.forsatnet.ir

مدیریت تبلیغات

شماره ۲۷۸

شنبه ۳۰ مرداد ماه ۱۳۹۴ | ۸ شوال ۱۴۲۶ | سال دوم ه Sat. 25 July 2015

بررسی کمپین اجتماعی برنامه خندوانه در گفت‌وگو با دکتر حمیدرضا قاضی مقدم

قطره قطره جمع گردد...

حامی مالی برنامه خندوانه استفاده کنند که در زمینه بانکداری الکترونیکی فعالیت دارد. در ادامه به منظور بررسی این کمپین سراغ دکتر حمیدرضا قاضی مقدم، مشاور و مدرس حوزه بازاریابی و تبلیغات رفته‌ایم.

دیگر را طی کرده است، برندهایی که بیش از دغدغه جامعه، دغدغه ارتقای محبوبیت برند خود را دارند، به نظر تان برگزاری این کمپین‌ها به چشم و هم‌چشمی تبدیل شده است؟

با نظر شما در این خصوص موافقم. در واقع اغلب برندها در طراحی و اجرای کمپین‌های اجتماعی این چنینی، به نحو بارز و مشخصی بیش از اینکه دغدغه انتقال یک پیام اجتماعی را داشته باشند، دغدغه ارتقای سطح آگاهی نسبت به برند و دغدغه افزایش جایگاه برند خود را در نزد مخاطبان دارند و قطعاً مخاطب آگاه امروزی هم این موضوع را احساس خواهد کرد. در واقع و براساس تجربه، آن چیزی که سبب محبوبیت یک کمپین و موفقیت نهایی آن کمپین خواهد شد، تعهد حقیقی شرکت‌ها به عمل به مسئولیت‌های اجتماعی است و بر همین مبنای بسیاری از برندهای مطرح جهان، هر ساله بخشی از بودجه‌های خود را صرف

بر همین مبنای بسیاری از برندهای مطرح جهان، هر ساله بخشی از بودجه‌های خود را صرف کرده‌اند. به عنوان مثال، شرکت‌های خودداری از تلاش برای دستیابی به اهداف آبی در حوزه تبلیغات کمپین و انتخاب راه‌ها و سازوکارهای مناسب و متناسب با هر گروه از مخاطبان کمپین؛ ۲. اتکا و بهره‌گیری از سبدهای رسانه‌ها که جای اتکای صرف به یک رسانه خاص و تلاش برای انتشار هرچه گسترده‌تر پیام کمپین به مخاطبان بالقوه؛ ۴. ایجاد محتواهای به دور از لحن خشک و رسمی رایج تبلیغات فعلی کشور و تلاش برای برقراری ارتباطی نزدیک‌تر و صمیمی‌تر با مخاطب؛ ۵. ایجاد جذابیت‌های ضمنی در محتوای کمپین‌ها به‌گونه‌ای که همین محتواها نیز بتوانند به موضوع گفت‌وگو میانه افراد مختلف بدل شده و حتی آنان را به بازنشر پیام کمپین وادار سازند؛ ۶. حداقل امکان انتخاب موضوع اجتماعی متناسب با حوزه فعالیت کسب‌وکار، به‌گونه‌ای که برقراری ارتباط بین موضوع کمپین و شرکت حامی مالی و معنوی کمپین از سوی مخاطب ساده‌تر شود؛ ۷. درصد مستمر کنش‌ها و واکنش‌های ناشی از اجرای کمپین (براساس معیارهایی نظیر میزان موفقیت کمپین در آگاه‌سازی افراد، میزان موفقیت کمپین در ترغیب افراد به انجام واکنش موردنظر و مطلوب، میزان موفقیت کمپین در ارتقای جایگاه برند و نام تجاری در اذهان مشتریان و...) طی دوره اجرای کمپین و به‌کارگیری و اهرم‌ها و شوک‌های مقطعی و هدفمند برای تحریک مجدد مخاطبان به موضوع کمپین. در نظر گرفتن موارد فوق

به جایگاه برتر در بازار این اقدامات را در پیش می‌گیرند. اشاره به این نکته هم البته بسیاری ضروری است که بسیاری از شرکت‌های ایرانی به سختی حاضر به پذیرش هزینه‌های اجرای اقدامات این چنینی می‌شوند و عمده تصور بسیاری از دست‌اندرکاران این شرکت‌ها بر این است که حال که بابت اجرای کمپینی در این راستا هزینه نسبتاً زیادی را متحمل خواهیم شد، بهتر است «سیاست یک تیر و چند نشان» را در پیش بگیریم و با گنجاندن محتوای تبلیغاتی مستقیم و غیرمستقیم در کمپین، حداکثر بازده تبلیغاتی مورد نظر را نیز از کمپین کسب کنیم (به نظر می‌رسد ستاره هف هشتاد مربع نیز به‌عنوان حامی مالی برنامه خندوانه تاحدودی در

اجرای این مسئولیت‌های اجتماعی می‌کنند. در حالی که بسیاری از برندهای داخلی در ظاهر امر با هدف نمایش مسئولیت‌پذیری و در واقع، با هدف دستیابی

به جایگاه برتر در بازار این اقدامات را در پیش می‌گیرند. اشاره به این نکته هم البته بسیاری ضروری است که بسیاری از شرکت‌های ایرانی به سختی حاضر به پذیرش هزینه‌های اجرای اقدامات این چنینی می‌شوند و عمده تصور بسیاری از دست‌اندرکاران این شرکت‌ها بر این است که حال که بابت اجرای کمپینی در این راستا هزینه نسبتاً زیادی را متحمل خواهیم شد، بهتر است «سیاست یک تیر و چند نشان» را در پیش بگیریم و با گنجاندن محتوای تبلیغاتی مستقیم و غیرمستقیم در کمپین، حداکثر بازده تبلیغاتی مورد نظر را نیز از کمپین کسب کنیم (به نظر می‌رسد ستاره هف هشتاد مربع نیز به‌عنوان حامی مالی برنامه خندوانه تاحدودی در

اقدام به راه‌اندازی کمپینی در جهت ترغیب مردم به صرفه‌جویی در مصرف آب کرده‌است. این کمپین «قطره قطره» نام دارد که مخاطبان به منظور عضویت در این کمپین باید از سامانه «ستاره هف هشتاد مربع»

جذابیتی مثل خندوانه و حضور مجری توانمندی مثل آقای جوان، البته می‌توان انتظار داشت این کمپین به‌واسطه پتانسیل‌ها و ظرفیت‌های برنامه و شخص آقای جوان مدتی در اذهان افراد جای گرفته و تأثیراتی را نیز بر الگوی مصرف به همراه داشته باشد، کما اینکه مدتی بعد از اطلاع‌رسانی، ثبت‌نام در سامانه خاصی مثل #۷۸۰۰، آن هم با اهداف تجاری و تبلیغاتی نیست. شاید یک راه بهتر می‌توانست طرح این کمپین به‌عنوان یک حرکت فی‌المنه مثبت و مطلوب نزد مخاطبان باشد و در کنار آن، سامانه «ستاره هف هشتاد مربع» به‌عنوان حامی معنوی این کمپین، بخشی از بار اطلاع‌رسانی و هزینه‌های رسانه‌ای این کمپین را به عهده داشته باشد و مثلاً لوگوی کوچکی از این سامانه در طرح‌ها و تصاویر گرافیکی دعوت به این کمپین به کار گرفته شود. طبعاً با گسترش روزبه‌روز دامنه نفوذ رسانه‌های اجتماعی و نرم‌افزارهای مختلف ارتباطی و پیام‌رسان، این حرکت نیز می‌توانست بعد خبری و اطلاع‌رسانی گسترده‌ای را تجربه کرده و به اهداف



دیگر کمپین‌های ناموفق داخلی دچار خواهد شد. بعددوم کمپین قطر قطره، همان بعد تبلیغاتی کمپین برای خدمات حامی مالی برنامه خندوانه (سامانه هف هشتاد) است که ناظر به بعد اطلاع‌رسانی و تبلیغاتی این سامانه و فراهم‌سازی فرصت استفاده هرچه بیشتر مخاطبان این برنامه از خدمات سامانه هف هشتاد و ترغیب این مخاطبان به استفاده از دیگر خدمات این سامانه است. اگر بخشی از اهداف این کمپین را تنها آگاه‌سازی مردم نسبت به برند و خدمات ارائه شده توسط سامانه هف هشتاد تلقی کنیم تا حدود زیادی به‌واسطه گستره بالای مخاطبان این برنامه می‌توان این بعد از کمپین را موفق دانست. به نظر می‌رسد این کمپین نیز روند برندهای

بخت تفکیک زیاده هستیم. به نوعی اکثر برندهای ایرانی یکبار هم که شده این شیوه مسئولیت اجتماعی را در جهت تبلیغات خود به‌کار برده‌اند. حال این بار رامبد جوان از طریق برنامه پر مخاطب این روزها یعنی خندوانه

خواهد ساخت. در واقع در ارتباط با کمپین «قطره قطره» نیز آنچه در وهله نخست از ذهن مخاطب می‌گذرد، مثبت‌بودن نفیس عمل صرفه‌جویی در مصرف آب است و برای اقدام مثبتی مثل صرفه‌جویی در مصرف آب هم اصولاً نیازی به ثبت‌نام در سامانه خاصی مثل #۷۸۰۰، آن هم با اهداف تجاری و تبلیغاتی نیست. شاید یک راه بهتر می‌توانست طرح این کمپین به‌عنوان یک حرکت فی‌المنه مثبت و مطلوب نزد مخاطبان باشد و در کنار آن، سامانه «ستاره هف هشتاد مربع» به‌عنوان حامی معنوی این کمپین، بخشی از بار اطلاع‌رسانی و هزینه‌های رسانه‌ای این کمپین را به عهده داشته باشد و مثلاً لوگوی کوچکی از این سامانه در طرح‌ها و تصاویر گرافیکی دعوت به این کمپین به کار گرفته شود. طبعاً با گسترش روزبه‌روز دامنه نفوذ رسانه‌های اجتماعی و نرم‌افزارهای مختلف ارتباطی و پیام‌رسان، این حرکت نیز می‌توانست بعد خبری و اطلاع‌رسانی گسترده‌ای را تجربه کرده و به اهداف

طی چندین سال اخیر، همه راه‌های ممکن برای ترغیب شهروندان به صرفه‌جویی در مصرف آب مورد آزمون قرار گرفته و انواع و اقسام فعالیت‌ها و پیام‌های اقناعی و ترغیبی برای گروه‌های سنتی و بخش‌های مختلفی از مخاطبان هدف طراحی شده که متناسب با فاکتور هرگونه تأثیری بوده‌اند یا آنچه که باید و شاید نتوانسته‌اند مخاطبان را به واکنش وادارند و بر تغییر و اصلاح الگوی رفتاری یا مصرفی آنها تأثیر گذار باشند. اینجاست که گزینه طرح موضوع در قالب ترکیبی از شوخی و جدی، به‌گونه‌ای که نه مخاطب احساس کند به‌طور مستقیم در معرض نصیحت و سرزنش قرار گرفته و نه احساس کند موضوع مورد نظر طنز و غیرجدی است، می‌تواند رویکرد دیگری برای حل مسئله بحران آب محسوب شود و خوشبختانه از این منظر، برنامه خندوانه به‌واسطه جذب تعداد زیادی از مخاطبان و نیز شیوه بیان موضوع، سکو و ابزار مناسبی برای انتقال این پیام محسوب می‌شود و از این نظر، استفاده از ظرفیت‌های این برنامه و امید جوان در راه‌اندازی «کمپین قطره قطره» تصمیمی هوشمندانه است، اما لزوماً بدین معنا نیست که اجرای هر کمپینی با هر ویژگی و خصوصیتی، صرف طرح در برنامه‌های مخاطب و محسوب نظیر خندوانه یقیناً با موفقیت همراه خواهد بود. بی‌شک موفقیت هر اقدام این چنینی نیازمند رعایت و توجه به ملاحظات و ظرفیت‌های دیگری نیز هست که شاید در اجرای کمپین قطره قطره چندان مورد توجه قرار نگرفته‌اند یا می‌توانستند به شیوه‌ای دیگر مطرح شوند. البته به سبب سابقه بسیار اندک اجرای کمپین‌های این چنینی در کشور، شاید نتوان چندان بر طراحان این کمپین خرده گرفت.

برای این کمپین یک سامانه نیز به راه افتاده که برای عضویت آن باید چندین مرحله دشوار طی کنید. آیا این شیوه به‌رومی در دنیا است یا اینکه این نحوه عضویت دیگری نیز

دستاوردی از برندهای ایرانی است؟ این موضوع یکی از نقاط ضعفی است که در تدوین و اجرای کمپین «قطره قطره» به چشم می‌خورد. در واقع مینا و بستر اغلب کمپین‌های موفق، راه‌اندازی و گسترش یک حرکت اجتماعی و همه‌گیر مثبت و مطلوب بوده و در بسیاری از این موارد، هدف دستیابی به نفع مالی و غیرمالی خاصی برای شخص یا سازمان خاصی در بین نیست، یکی از عوامل اثرگذار در موفقیت کمپین‌های اجتماعی، آقای این حسن در مخاطب

است که هر مخاطبی در هر جایگاه، منطقه و... می‌تواند بنا به توان خود در تحقق هدف کمپین نقش داشته باشد و این حرکت، اقدامی همه‌گیر است که در نهایت فراتر از اقل تحقق هدف منتفع خواهد ساخت اما این موضوع که طراحی کمپین‌های اجتماعی این چنینی به‌نحوی صورت گیرد که حامی مالی خاصی برای اجرای آن در نظر گرفته شده باشد و آن هم تا این حد گل درشت که مخاطب را به انجام اقدامی داوطلبانه از طریق حرکتی تجاری و تبلیغاتی برای شرکت و مجموعه‌ای خاص وادار کند، قطعاً مخاطب را در همراهی در کمپین دچار تردید و دودلی

برندسازی و بازاریابی این مجموعه هم کمک کند، بدون آنکه به کلیت کمپین و نیز واکنش مخاطبان نسبت به کمپین لطمه خاصی وارد سازد.

به نظر تان کمپین قطره قطره رامبد جوان راه به جای خواهد برد یا اینکه مانند مابقی موقتی خواهد بود؟

در ارتباط با موفق یا ناموفق عمل کردن این کمپین دو بعد را باید مدنظر داشت، بعد محوری می‌باشد اصلی، همان فراخوانی مخاطبان جهت عمل به مسئولیت اجتماعی کمپین و ترغیب مخاطبان به اصلاح الگوی مصرف آب بوده که البته گذشت زمان نتایج آن را در قالب آمار و ارقام نشان خواهد داد. هر چند متناسبانه در کشور ما به دلیل عدم دسترسی به داده‌های دقیق و مناسب، امکان زیادی برای پایش و ماینیور کردن نتایج کمپین‌های این چنینی وجود ندارد. در خصوص تأثیر طرح این موضوع در برنامه پر مخاطب و

ایستگاه تبلیغات



رابطه بیشتر با موبایل
رابطه کمتر با اعضای خانواده



Shiyang، یک دیزاینر موفق در دفتر آژانس تبلیغاتی «Ogilvy» در بیجینگ، یک‌سری آگهی تبلیغاتی را برای مرکز «Shenyang» در راستای انجام یک تحقیق در زمینه روانشناسی ساخته است که آثار زبان‌بار احتمالی گوشه‌های هوشمند روی روابط انسانی را برجسته می‌کند.

دو آگهی تبلیغاتی زیر ضمن نشان دادن محیط خانه، با یک گوشی هوشمند در ابعاد بزرگ در وسط، امکان هرگونه گفت‌وگو میان دو نفر در تصویر را از بین می‌برد.

در سراسر دنیا افراد دیگری نیز هستند که مانند Siyang دربار آمار رو به رشد اعتیاد به گوشی هوشمند نگران هستند.

در عنوان زیر این تصاویر می‌خوانیم: «هر چه بیشتر با گوشی هوشمند ارتباط برقرار کنید، از میزان ارتباط با اعضای خانواده کاسته می‌شود»، آیا شما هم با این موضوع موافقت می‌کنید؟

www.boredpanda.com

تبلیغات خلاق



آگهی: خودروی Audi - آژانس تبلیغاتی: Ogilvy & Mather، کیپ تاون، آفریقای جنوبی

ایده‌های طلایی

ایده‌های بزرگ برای برند آفرینی (۷)

یک موزه تاسیس کنید

منتزح: معراج آگاهی

برندهایی که از یک تاریخ مشخص و جذاب برخوردارند به واسطه تاسیس یک موزه و به نمایش گذاردن برخی از وسایل و تجهیزات قدیمی و تاریخی در موزه خود، می‌توانند نسبت به برندهایی که از روش‌های سنتی استفاده می‌کنند متمایز جلوه کنند. درحالی‌که ممکن است در تمامی سازمان‌ها و فروشگاه‌ها فضای کافی جهت نمایش آرشيو آنها وجود نداشته باشد، انتخاب دقیق اشیای جذاب و جالب و نمایش آنها در یک قفسه یا کمد راه جدیدی برای برقراری ارتباط میان مشتریان و کارمندان با نشان و نام تجاری است.

در بعضی کشورها به اشیای قدیمی و عتیقه‌ها تنها به‌عنوان کالاهای دست‌دومی نگریسته می‌شود که بیشتر مناسب افرادی است که توانایی خرید محصولات و کالاهای نو و جدید را ندارند. بازار هدف‌تان را بشناسید، بازار هدف جایی است که محصولات جدید و سنتی از ارزش بالایی برخوردارند، ارائه یک نمایش موفق از محصولات جدیدتان زمینه افزایش اعتبار برند شما در نظر مشتریان را فراهم خواهد کرد.

ایده

برند Smythson در خیابان Bond Street لندن بنا به دلایل بسیاری یک نام تجاری بزرگ و معتبر است. تخصص این شرکت تولید نوشت‌افزار بوده و فروشگاه آن از سال ۱۸۸۷ میلادی در محله وست‌اند لندن بوده است. ازجمله مشتریان این برند می‌توان به ملکه بریتانیا و تعداد قابل توجهی از اشراف انگلستان اشاره کرد. اگرچه برند Smythson دیگر یک کسب‌وکار خانوادگی نیست اما همچنان در خیابان Bond Street حضور داشته و مشتریان می‌توانند با گردش در فروشگاه این برند مشهور از موزه کوچک آن که لوازم‌التحریر تولید شده برای افراد مشهور را طی سالیان طولانی که از فعالیت این برند می‌گذرد به نمایش گذاشته، بازدید کنند.

اخیرا این شرکت در کانالوگ‌های چاپ شده از آرشيو عکس‌های مربوط به جعبه جواهرات، دفاتر کار سیار، کیف‌های دستی و محصولات چرمی مربوط به نخستین سال‌های فعالیت این برند استفاده کرده است.

این موضوع بدون هیچ‌گونه اشاره به رقابت این برند با سایر شرکت‌های فعال در این حوزه بیانگر اعتبار این نام تجاری بوده و به خودی خود موجب کنار رفتن رقبای مدرن و تازه‌کار این برند شده است.



آنچه باید در عمل انجام دهید

* قفسه‌ها و جعبه‌های قدیمی را جست‌وجو کنید، سوابق و آرشيو‌تان را بررسی کنید. به دنبال داستانی باشید تا آن از طریق بتوانید در مورد ریشه و سابقه خود و همچنین مشتریانی که در گذشته داشته‌اید توضیح دهید.

* نشان دهید که تشکیلات تجاری شما چگونه در عین حفظ ارزش‌ها و اصول خود، در گذر زمان تغییر کرده است.

* مشتریان را که اطلاعاتی در مورد پیشینه شما ندارند از طریق ارائه اطلاعاتی به صورت‌های مختلف نظیر به نمایش گذاشتن اقلام و کالاهای تاریخی و قدیمی در یک موزه کوچک یا انتشار یک بروشور غافلگیر کنید.

آیامی‌دانستید

فرهنگ مشتری محوری

آیا می‌دانستید برای اینکه شبیه مشتریان خود فکر کنید، باید یک فرهنگ مشتری‌محور در کل سازمان، به وجود بیاورید؟ تصمیم‌گیری‌های‌تان باید با مکاتبه‌ی انجام شود که تمام داده‌های حاصل از تحلیل اطلاعات مشتریان را لحاظ کند. قبل از هر تصمیمی در طراحی و فروش خدمات، مطمئن شوید که تمام اطلاعات قابل جمع‌آوری از مشتریان را به دست آورده‌اید و تحلیل و ترکیب کرده‌اید.

اما این اطلاعات از کجا به دست می‌آیند؟ چند منبع در ادامه آمده است:

شکایات مشتریان؛ تمام شکایات‌هایی را که در طول چند ماه اخیر از طرف مشتریان مطرح شده است، فهرست کنید. آیا تیم مدیریتی شرکت شما به‌طور جدی علل این ناراضی‌ها را بررسی می‌کند؟ آیا راه‌حل‌های کاهش این شکایات‌ها را کشف کرده‌اید؟

منبع دیگر نظرسنجی از مشتریان است. این روش قدیمی همچنان یکی از مؤثرترین روش‌های جمع‌آوری اطلاعات قابل اعتماد و عینی در مورد مشتریان است. گرایش‌ات صنعت یک منبع دیگر است. الگوهای کاری شرکت‌های گوناگون را مشاهده و بررسی کنید. نشریات تخصصی را بخوانید و با روش‌های مشتری‌مداری آشنا شوید.

بررسی روند اجرای مسئولیت اجتماعی برندها در کمپین‌های اجرا شده در ماه رمضان

تقلای برندها برای سودجویی در پوسته کمپین‌های اجتماعی



هدی رضایی

ماه رمضان، ماه برکت و مهربانی است. بسیاری از مردم در این ماه عرفانی به کمک مهنوعان خود می‌شتابند و در تمامی روزهای ماه رمضان از خیریه‌های مختلف گرفته تا مراکز اهدای خون پذیرای مردم نودوسستی‌اند که درصدد گرفتن دست نیازمندان و کمک‌های

خیرخواهانه هستند. امسال هم به رسم هر سال، شرکت‌ها و برندهای ایرانی سعی کردند در کنار مردم در این امور خیریه شرکت کرده و با آنها شریک و همگام باشند. آنها در ماه رمضان امسال کمپین‌هایی را در جهت مسئولیت اجتماعی شان نسبت به جامعه و مردم کشور اجرا کردند. کمپین‌هایی چون «بِه رنگ مهربانی، بشقاب آرزوها و یک مهربانی بیشتر»

از جمله کمپین‌هایی بودند که شرکت‌های بزرگ ایرانی در کنار بازاریابی محصولات خود، به کمک آنها سعی در اجرای هر چه تمام‌تر وظیفه خطیر مسئولیت اجتماعی‌شان داشتند. برای اینکه بدانیم آنها تا چه حد در انجام این وظیفه موفق بوده‌اند با امیر یوسفی، کارشناس مدیریتی و مجری‌های ترتیب دادیم تا از نظرات کارشناسی او آگاه شویم.

استفاده متفاوت از مناسبت ماه رمضان و گسترش اعمال خیرخواهانه در این ماه خود را نسبت به اجتمعات مسئول نشان دهد. اما مشتریان این برند شاید سوالی که در ذهن داشته باشند این باشد که مگر خودشان نمی‌توانند به‌طور مستقیم به خیریه‌ها کمک کنند؟ و چرا باید این کار از طریق گراد و به خیریه‌ای خاص صورت گیرد؟ جایی که شاید واژه اعتماد به برند با این کار کم‌رنگ شده و به ضد تبلیغ برای این برند تبدیل شود. در بحث تبلیغات برند پریل باید اذعان داشت باز هم همراهی در بحث سفارح افطار شاید منجر به‌نوعی تجمل‌گرایی از سمت مخاطب تلقی شود. مخاطب هدف این تبلیغ دقیقاً کیست؟ آیا کودکان با دیدن سفره افطار شاد می‌شوند؟ اینها سوالاتی است که باید جواب آن را در اجرای این کمپین و بازخورد صورت گرفته جست‌وجو کرد. جایی که با هزینه بسیار زیاد اجرای کمپین و حتی کمک گرفتن از شخصیت طنز سریال‌های تلویزیونی (امیرحسین رستمی) باز هم با استقبال خوبی مواجه نشده است. مصداق عینی آن هم سایت این برند و استقبال تنها ۶ - ۷ هزار نفر از این کمپین است. شاید برای سال آینده سلیقه این برند در اجرای مسئولیت اجتماعی‌اش کمی تغییر کند.

در بحث دیجی کالا مشاهده می‌شود که این برند با استفاده از خلاقیت مخاطب را به همکاری با خود تشویق کرده است. کمپینی که سعی کرده مسئولیت اجتماعی‌اش به معیشت مردم و آموزش آنها کمک کرده و البته برند خود را هم در کنار این رفتار خیرخواهانه به نمایش بگذارد و البته با زرنگی خاص سعی کند تبلیغات چریکی خودش را در پس این کمپین مخفی کند. مصداق آن هم استفاده از هشتگ دیجی‌کالا در اینستاگرام و توییت است که خود سهم قابل توجهی از تبلیغات اینترنتی را به

در کشور ما توجه چندانی به مقوله بازاریابی سبز و بازاریابی اجتماعی نمی‌شود. اگر هنگام طراحی این گونه کمپین‌ها واکاوی بیشتری روی مخاطبان هدف صورت پذیرد و اگر برندها مخاطبان خود را همه مصرف‌کنندگان محصول و خدمات در نظر نگیرند، می‌توان به عناصر بسیار خلاقانه در اجرای کمپین‌های اجتماعی رسید

گروه و با تلفیق درست عنصر خلاقیت و نوآوری، سعی در ایجاد المان‌های بدیع و کمک‌کننده به رفع معضلات داشته باشیم. آنگاه می‌توان انتظار اجرایی متفاوت و البته بازخوردی عالی را در پس این کمپین‌ها داشت.

برای تکمیل بحث، لطفا نظر کارشناسی خود را در هر مورد شیوه اجرایی کمپین‌های مطرح اجرا شده در ماه رمضان در راستای مسئولیت اجتماعی بفرمایید:

با تخفیف ۳۰ درصدی برای کمک به خیریه، پریل و بشقاب آرزوها، دیجی کالا و فراخوان به رنگ مهربانی، همراه اول با جشنواره عکس سفره ایرانی و ایرانسل با مسابقه عکس و فیلم #یک مهربانی_ بیشتر.

در مورد گراد باید گفت این برند سعی کرده با

این ماه توسط خودشان را به مخاطبان القا کنند. در این بین برخی از برندها بودند که با آمیختن عنصر خلاقیت سعی در هر چه بهتر انجام دادن رسالت اجتماعی داشتند، اما چیزی که بیش از همه به چشم آمد تقلای اجتماعی برندها برای بازاریابی تجاری در پوسته مسئولیت اجتماعی بود که به نظر من رفتار مخاطب در برابر این تبلیغ کمترین اثربخشی را داشته و مخاطب به آنها با همان چشمی نگرست که به تبلیغات بازگانی در ماه‌های دیگر می‌نگرد!

پس به نظر شما عملکرد برندها در این راستا چگونه می‌تواند به شیوه مناسب‌تری اجرایی شود تا مخاطب تصور نکند که هدف این شرکت‌ها تنها سودآوری است؟

آنچه در بازاریابی اجتماعی مهم است توجه برند به تغییر مثبت مخاطب در نوع نگرش و رفتار است. ما در ایران مخاطبان بسیار باهوشی داریم و اگر استفاده تبلیغاتی از مناسبت‌های خاص همچون ماه مبارک رمضان با هدف سودآوری و سواستفاده از مناسبت باشد

توجه برند به تغییر مثبت مخاطب در نوع نگرش و رفتار است. ما در ایران مخاطبان بسیار باهوشی داریم و اگر استفاده تبلیغاتی از مناسبت‌های خاص همچون ماه مبارک رمضان با هدف سودآوری و جذب تبلیغات اجتماعی درصدد تغییر ذهنیت مخاطبان برآمده باشند و هدف آنها صرفاً سودآوری و جذب مخاطب بیشتر نباشد، در پایان به نتیجه خوبی هم رسیده باشند. نتایجی چون آگاهی و ارتقای جایگاه برند در ذهن مخاطبان و رضایت مصرف‌کننده از انتخاب برندی که ماهی یک بار در سال تبلیغاتش اثر مستقیمی روی مخاطب دارد و نه فروش بیشتر در مارتن ماه رمضان.

بنابراین، چه پیشنهادها و راهکارهایی برای اجرای خلاقانه‌تر این رویکرد دارید؟

در کشور ما توجه چندانی به مقوله بازاریابی سبز و بازاریابی اجتماعی نمی‌شود. اگر هنگام طراحی این گونه کمپین‌ها واکاوی بیشتری

همراه خواهد داشت آن هم مجانی و با هزینه مخاطب! چه چیزی خلاقانه‌تر و هوشمندانه‌تر از این؟ طراحی خودرو این شرکت مشاهده کنند. مهمان به کار می‌گیرد برای رسیدن به اهدافی که برای خود طراحی کرده، این شرکت دقیقاً می‌داند که چه می‌خواهد و همواره به دنبال راه‌هایی برای رسیدن به اهداف خود است. این شرکت در تلاش برای ارتباط با مشتریان بالقوه یا افرادی با ایده‌های عالی در جهت رفع نیازهای مصرف‌کنندگان

بازدیدکنندگان توپوتا اجازه دارند در هر مدت زمانی که مایل هستند، طراحی وسایل نقلیه خود را روی صفحه نمایش تلویزیون یا کامپیوتر در استودیو طراحی خودرو این شرکت مشاهده کنند. مهمان می‌تواند در طول طراحی خودروی موردنظر، افکار خود را در خصوص نحوه و چگونگی ساخت خودرو با توپوتا در میان بگذارد، در آن لحظه کارکنان شرکت از ایده‌های مشتریان یادداشت‌برداری می‌کنند و نسخه‌ها را به مدیریت ارجاع می‌دهند.

مشتریان بالقوه می‌توانند از افکار خود در چگونگی ساخت وسیله نقلیه مورد نظر استفاده کنند. در بازاریابی سازمان، تمرکز بر مشتری واقعی نیاز به همکاری بالاترین تا پایین‌ترین پست آن سازمان دارد و تمامی نیروی کار باید این امر را بپذیرند. این باور در سطح سازمان تضمین می‌کند که حفظ مشتریان تبدیل به یک اولویت شده و همه کارکنان به ایجاد روابط پایدار با مشتری متعهد می‌شوند. برای رسیدن به اجرای موفقیت‌آمیز مفهوم بازاریابی از سازمان باید از مسیریابی نظیر دانش، درک، انگیزه، الهام و تخیل همه کارکنان برای ارائه محصولات و خدمات مورد نیاز مشتری بهترین استفاده را کرد.

بسیاری از شرکت‌های ایرانی مدعی هستند که از بهترین روش‌های بازاریابی استفاده می‌کنند اما این ادعا قابل قبول نیست، مدیران بازاریابی باید در نظر داشته باشند اجرای برنامه‌های بازاریابی و تحقیقات بازاریابی بدان معنا نیست که آنها بر بازار متمرکز شده و شرکت‌های مشتری‌محوری هستند. سوال این است که آیا آنها به خوبی به نیازهای در حال تغییر مشتری و از استراتژی‌های پیچیده شرکت‌های رقیب آگاهی دارند؟ شرکت‌های بزرگ غربی مانند: فیلیپس، جنرال موتورز، آی‌بی‌ام و جنرال الکتریک سهم قابل توجهی از بازار را از دست داده‌اند زیرا آنها موفق به تنظیم استراتژی‌های بازاریابی خود در بازار در حال تغییر نشده‌اند. سال‌ها کار سخت نیاز است که یک شرکت فروش‌محور به یک کسب‌وکار بازاریابی‌محور تبدیل شود.

ایجاد روابط با مشتری، هدف تمامی شرکت‌ها است. بازاریابان باید توجه داشته باشند رضایت مشتری دیگر یک مد روزگذر نیست، باتوجه به تحلیل‌های بازاریابان حرفه‌ای، بازاریابی تبدیل شده است به نوعی روش زندگی و در فرهنگ لغت شرکت‌های بزرگ به‌عنوان فناوری اطلاعات و برنامه‌ریزی استراتژیک شناخته شده است. با این حال، مفهوم بازاریابی به این معنا نیست که یک شرکت باید سعی کند تمامی نیازهای مصرف‌کنندگان را فراهم سازد.

یکی از بزرگان بازاریابی اظهار می‌کند: «هدف از بازاریابی به حداکثر رساندن رضایت مشتری نیست بلکه کوتاه‌ترین تعریفی که می‌توان برای آن در نظر گرفت ایجاد و فراهم‌سازی نیازهای سودآور است.» بازاریابان باید تعادلی بین رضایت‌مندی مشتری در برابر کسب سود ایجاد کنند.

کافه بازاریابی

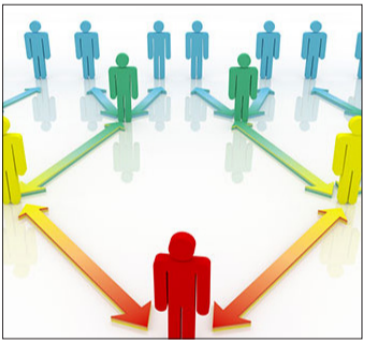
مسلم نوری

مفهوم بازاریابی نشان می‌دهد که دستیابی به اهداف سازمان با تعیین نیازها و خواسته‌های بازار هدف و ارائه محصولات کارآمدتر نسبت به کالاهای مشابه میسر می‌شود و این مفهوم فلسفه جدید کسب‌وکار است. معمولاً بیشتر کسب‌وکارها تصور اشتباهی در مفاهیم فروش و بازاریابی دارند. چشم‌انداز مفهوم فروش در داخل و خارج از کارخانه، با تمرکز روی محصولات موجود شرکت، ارتباط‌گیری با مشتری در سطح وسیع و بالا بردن فروش‌های سودآور است، این تمرکز بر فتح مشتری با فروش کوتاه‌مدت با کمی نگرانی در خصوص اقدام خرید او شکل می‌گیرد. در مقابل، مفهوم بازاریابی با یک نوع چشم‌انداز در خارج از شرکت شروع می‌شود و بر یک بازار کاملاً تعریف شده، با تمرکز بر نیازهای مشتری و هماهنگی تمامی فعالیت‌های بازاریابی موثر بر مشتریان با ایجاد روابط مشتری بلندمدت و براساس ارزش و رضایت‌مندی مشتری سود می‌سازد.

براساس چارچوب مفهوم بازاریابی، شرکت‌های تولیدی در جلب رضایت و برآورده‌سازی آنچه مصرف‌کنندگان می‌خواهند، سودآوری می‌کنند. بسیاری از شرکت‌های موفق و شناخته شده درجهان، بازاریابی را براساس دیدگاه‌های مارکس و اسپنسر، پراکتر و گمبل، ماریوت، نوردستروم و مک‌دونالد تعریف و نمادسازی کرده‌اند.

توپوتا، تولیدکننده بسیار موفق خودرو در ژاپن و همچنین نمونه برجسته‌ای از یک کسب‌وکار است که به‌شدت مشتری‌مدار و بازاریابی‌محور است. توپوتا، تمامی روش‌هایی که یک شرکت می‌تواند به وسیله آنها قلب و ذهن مشتری را تصاحب کند، به کار می‌گیرد برای رسیدن به اهدافی که برای خود طراحی کرده، این شرکت دقیقاً می‌داند که چه می‌خواهد و همواره به دنبال راه‌هایی برای رسیدن به اهداف خود است. این شرکت در تلاش برای ارتباط با مشتریان بالقوه یا افرادی با ایده‌های عالی در جهت رفع نیازهای مصرف‌کنندگان

است. بازدیدکنندگان توپوتا اجازه دارند در هر مدت زمانی که مایل هستند، طراحی وسایل نقلیه خود را روی صفحه نمایش تلویزیون یا کامپیوتر در استودیو طراحی خودرو این شرکت مشاهده کنند. مهمان می‌تواند در طول طراحی خودروی موردنظر، افکار خود را در خصوص نحوه و چگونگی ساخت خودرو با توپوتا در میان بگذارد، در آن لحظه کارکنان شرکت از ایده‌های مشتریان یادداشت‌برداری می‌کنند و نسخه‌ها را به مدیریت ارجاع می‌دهند.



مشتریان بالقوه می‌توانند از افکار خود در چگونگی ساخت وسیله نقلیه مورد نظر استفاده کنند. در بازاریابی سازمان، تمرکز بر مشتری واقعی نیاز به همکاری بالاترین تا پایین‌ترین پست آن سازمان دارد و تمامی نیروی کار باید این امر را بپذیرند. این باور در سطح سازمان تضمین می‌کند که حفظ مشتریان تبدیل به یک اولویت شده و همه کارکنان به ایجاد روابط پایدار با مشتری متعهد می‌شوند. برای رسیدن به اجرای موفقیت‌آمیز مفهوم بازاریابی از سازمان باید از مسیریابی نظیر دانش، درک، انگیزه، الهام و تخیل همه کارکنان برای ارائه محصولات و خدمات مورد نیاز مشتری بهترین استفاده را کرد.

بسیاری از شرکت‌های ایرانی مدعی هستند که از بهترین روش‌های بازاریابی استفاده می‌کنند اما این ادعا قابل قبول نیست، مدیران بازاریابی باید در نظر داشته باشند اجرای برنامه‌های بازاریابی و تحقیقات بازاریابی بدان معنا نیست که آنها بر بازار متمرکز شده و شرکت‌های مشتری‌محوری هستند. سوال این است که آیا آنها به خوبی به نیازهای در حال تغییر مشتری و از استراتژی‌های پیچیده شرکت‌های رقیب آگاهی دارند؟ شرکت‌های بزرگ غربی مانند: فیلیپس، جنرال موتورز، آی‌بی‌ام و جنرال الکتریک سهم قابل توجهی از بازار را از دست داده‌اند زیرا آنها موفق به تنظیم استراتژی‌های بازاریابی خود در بازار در حال تغییر نشده‌اند. سال‌ها کار سخت نیاز است که یک شرکت فروش‌محور به یک کسب‌وکار بازاریابی‌محور تبدیل شود.

ایجاد روابط با مشتری، هدف تمامی شرکت‌ها است. بازاریابان باید توجه داشته باشند رضایت مشتری دیگر یک مد روزگذر نیست، باتوجه به تحلیل‌های بازاریابان حرفه‌ای، بازاریابی تبدیل شده است به نوعی روش زندگی و در فرهنگ لغت شرکت‌های بزرگ به‌عنوان فناوری اطلاعات و برنامه‌ریزی استراتژیک شناخته شده است. با این حال، مفهوم بازاریابی به این معنا نیست که یک شرکت باید سعی کند تمامی نیازهای مصرف‌کنندگان را فراهم سازد.

یکی از بزرگان بازاریابی اظهار می‌کند: «هدف از بازاریابی به حداکثر رساندن رضایت مشتری نیست بلکه کوتاه‌ترین تعریفی که می‌توان برای آن در نظر گرفت ایجاد و فراهم‌سازی نیازهای سودآور است.» بازاریابان باید تعادلی بین رضایت‌مندی مشتری در برابر کسب سود ایجاد کنند.

مدیران ماندگار

مارک کیوبن، میلیاردر ورزشی

مونا اشرف زاده

ماجراجویی اش در کسب‌وکار را زمانی آغاز کرد که در کودکی کسبه‌های زبانه را به در منزل می‌برد و می‌فروخت. مارک کیوبن تاجر، سرمایه‌گذار، تهیه‌کننده فیلم و صاحب تیم بسکتبال دالاس مائوریکس (Dallas Mavericks)، رییس شرکت HDNET و چند شرکت معتبر دیگر است. کیوبن مدرکش را از دانشگاه ایندیانا و در رشته مدیریت تجارت گرفت، سپس در ملون بانک (Mellon Bank) به عنوان فروشنده سیستم‌های کامپیوتری مشغول به کار شد و تجربه کسب کرد. این میلیاردر موفق بخش عمده‌ای از ثروتش را از broadcast.com به دست آورد؛ کمپانی که تاسیس کرد و بعد از آن فروخت. در زندگی مارک کیوبن درس‌هایی وجود دارد برای مدیرانی که به دنبال موفقیت هستند.

کنترل زندگی و کارتان را در دست بگیرید
موفق‌ترین مدیران کسانی نیستند که می‌نشینند و منتظرند تا اتفاق خاصی برای‌شان بیفتد، آنها مدیران فعالی هستند که کنترل زندگی و کسب‌وکارشان را در دست می‌گیرند. این مسئله همان کاری است که مارک کیوبن انجام می‌دهد، میلیاردری که به دنبال خواسته‌هایش می‌رود. وقتی که کوچک بود، پدرش او را تشویق می‌کرد که در زندگی به دنبال چیزهایی که می‌خواهد برود و کنترل سرنوشتش را در دست بگیرد. این نصیحتی بود که به خاطر سپرد و براساس آن دستاوردها و موفقیت‌های فراوانی کسب کرد.

برای سهامداران ارزش قائل باشید
امروزه شرکت‌های بزرگ نسبت به افزایش سود سهامداران حساسیت زیادی دارند. یک کمپانی نمی‌تواند در تجارت باقی بماند مگر اینکه سوددهی داشته باشد، اما در عین حال باید به کارکنانش حقوق منصفانه‌ای پرداخت کند، با مشتریانش هم به خوبی رفتار کند و برای پول مشتری ارزش قائل باشد. مارک کیوبن به عنوان صاحب تیم بسکتبال دالاس مائوریکس سعی کرده نیازهای سهامداران بزرگ را مدیریت کند و مشتری‌ها را هم مورد توجه قرار دهد. مدیران بزرگ اهمیت سهامداران را می‌دانند و سعی می‌کنند راه‌هایی پیدا کنند که هر کدام از آنها این احساس ارزشمند بودن را درک کنند.

از وضع موجود پیروی نکنید

مارک کیوبن از قوانین و روش‌های موجود پیروی نمی‌کند، او همیشه کارهای غیرقابل پیش‌بینی انجام می‌دهد. زمانی که تیم بسکتبال دالاس مائوریکس را خرید، هنگام بازی‌ها در جایگاه ویژه و مخصوص رییس نشست و به جای آن به طرفداران تیش ملحق شد و خودش را کاملاً در تجربه غوطه‌ور ساخت. سپس طبق آنچه که از این تجربیات کسب کرده بود عمل کرد و تغییرات لازم را انجام داد. مدیران موفق خودشان را در اتاق‌شان حبس نمی‌کنند، با دیگران ارتباط برقرار می‌کنند تا بفهمند که چه اتفاقی در حال رخ دادن است تا بتوانند تغییرات مناسب و خوشایندی را انجام دهند. در نهایت، این مدیران با دیگران ارتباط برقرار می‌کنند تا بهتر مدیریت کنند.

مجبور به انجام کاری نباشید

آیا کسی مارک کیوبن را مجبور کرده که در کسب‌وکارهای مختلف سرمایه‌گذاری کند؟ نه، مدیران بزرگ هرگز مجبور به انجام دادن کاری نیستند، آنها کاری را که دوست دارند انجام می‌دهند و همه تلاش‌شان را می‌کنند تا به نتیجه برسند. وقتی نسبت به انجام کاری اشتیاق داشته باشید، صد درصدی زمان و تلاش‌تان را برایش صرف می‌کنید. اگر احساس می‌کنید که مجبور به انجام کاری هستید، پس این کاری نیست که دوست داشته باشید، انجام دهید. مدیران موفق برای رسیدن به رویاهای ایده‌های‌شان هر کاری می‌کنند. آنها حتی برای لحظه‌ای احساس بی‌حوصلگی یا اجبار نمی‌کنند.

برنامه‌های غیرواقعی نداشته باشید

مدیران بزرگ انتخاب نامعقول و غیرمنطقی نمی‌کنند. آنها همیشه برنامه‌پشتیبانی دارند و هر قدمی که برمی‌دارند حساب‌شده است. مارک کیوبن یکی از کسب‌وکارهایش را با نگرش سرمایه‌گذاری جدیدی را انجام دهد، او همه برنامه‌هایش را مدیریت کرد تا زمان مناسب برای سرمایه‌گذاری در علاقه جدیدش فرا برسد. در واقع باید در هر کاری که انجام می‌دهید، به دنبال فرصت‌ها باشید. به ایده‌های واقعی و خلاقانه بیندیشید. بدانید که چه زمانی یک ایده بد است و برای‌تان کاربرد نخواهد داشت؛ این کاری است که مدیران موفق انجام می‌دهند.

خودتان را در جای مشتریان‌تان بگذارید

اگر بدانید چگونه خود را جای کسی که با او سروکار دارید قرار دهید، می‌توانید آدم موفق باشید. برای انجام چنین کاری باید بتوانید به سرعت نیازها و خواسته‌های مشتریان‌تان را بشناسید. هر شخص و هر کمپانی با هم تفاوت دارند. برای رسیدن به چنین هدفی لازم است زمان زیادی برای شناختن صنایع مختلف، کسب‌وکارها و وظایف آنها صرف کنید.

همیشه انتظار غیرمنطرح‌ها را داشته باشید

باید آمادگی مقابله با اتفاقاتی را که هرگز متوجه آمدنش نمی‌شوید، داشته باشید. با این آمادگی از ضربی‌ای که از اتفاقی غیرمنتظره می‌خورید، جلوگیری می‌کنید و سپس از فرصتی که دیگران نسبت به آن بی‌توجهی می‌توانید نهایت استفاده را ببرید. کیوبن معتقد است: «زیبایی موفقیت مانند یافتن فرد مورده‌علاقه‌تان در زندگی، شغل مناسب یا سرمایه‌گذاری موفق است، مهم نیست چند بار شکست می‌خورید، مهم این است که دوباره بلند شوید.»

کلینیک کسب‌وکار

برای مطالعه ۲۵۹ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می‌توانید به سایت forsatnet.ir مراجعه و روی همین بخش کلیک کنید.

ناکامی کمپین‌های اجتماعی

پاسخ کارشناس؛ دکتر حمیدرضا قاضی مقدم:
موضوع صرفاً بی‌تفاوت شدن مردم ما نسبت به کمپین‌های این چنینی نیست و حتی تجربه چند وقت اخیر نشان داده هر زمان که ابعاد کمپینی به درستی تدوین شده و مخاطب احساس بازچرخه شدن نمی‌کند و به نحوی می‌تواند در یک همکاری صادقانه به تحقق هدفی خاص کمک کند، حضور داشته و گوشه‌ای از کار را گرفته و حتی بدون چشمداشت و پاهای بسیاری از

مخاطبان کمپین‌های جهانی، حضور فعالی از خود نشان داده است. مشکل دقیقاً جایی بروز می‌کند که متولی یا حامی کمپین به جای ایفای نقش تسهیل‌گر و حمایت‌جینی، بخشی از اهداف خود را روی تبلیغ برند خود متمرکز می‌کند و اینجاست که مخاطب احساس می‌کند کمپین مورد نظر نه با هدف حل مشکل و معضلی خاص که با هدف دستیابی به اهداف تبلیغاتی شرکت حامی به اجرا درآمده است. از سوی دیگر تاکید روی این موضوع نیز بسیار حائز اهمیت است که نقطه قوت و مانور بسیاری از کمپین‌های موفق، طرح و انتقال

اگر شما هم در کسب‌وکار خود با چالش‌های روبه‌رو هستید، در صورت تمایل مشکل خود را از طریق ایمیل business@forsatnet.ir با ما در میان بگذارید و پاسخ خود را در همین بخش پیگیری کنید.

گزارش «فرصت امروز» از چگونگی مدیریت شغل موکت فروشی

برد در ورود به بازارهای جدید است



وارد آن شود، پس در این بین چه چیزی وجود دارد که افراد سختی این سفر شهری را به جای می‌خرند و به جای سفارش سرامیک سراغ خرید موکت می‌روند؟ در سال‌های نه‌چندان دور حدود یک دهه گذشته همه خانه‌ها پوشیده از موکت بود اما با ورود سرامیک و پارکت و همچنین کفپوش‌های دیگر موکت به حاشیه رفت اما توانست دوباره به بازار این حوزه بازگردد. دلیل این امر تغییر تولیدات کارخانه‌های موکت بود که توانستند با طرح‌های جدید بازار این بخش را حفظ کنند. برخی از افراد ارزان بودن این محصول را دلیل محکمی برای انتخاب آن بیان می‌کنند و برخی دیگر تنوع محصولات را علت این موضوع می‌دانند. شما به‌عنوان یک مدیر در مجموعه عرضه موکت باید توجه داشته باشید که کارتان شاید در ابتدا دشوار به نظر برسد، اما در نهایت کسب‌وکار کم دردرستی را انتخاب کرده‌اید. برای فعالیت در این شغل در فضای که رقبا بسیار زیاد هستند باید به چند نکته اساسی توجه ویژه کنید.

غزال بابایی

کفپوش به‌عنوان یکی از عناصر مهم زیبایی بخشی به خانه و محل کار محسوب می‌شود؛ نمایی به ظاهر ساده که بسیار در دیدگان بیننده تأثیر می‌گذارد. بسیاری از ما وقتی وارد یک خانه می‌شویم ابتدا چشم‌مان به کف آن می‌افتد و گاه اگر هزار تغییر در خانه انجام شده باشد، کفپوش تغییری نکرده باشد تغییرات حاصل شده به چشم‌مان نمی‌آید اما بالعکس اگر تنها کفپوش همان منزل بدون تغییرات جانبی رنگ دیگری به خود گرفته باشد، به سرعت واکنش نشان می‌دهیم و تیرمیک می‌گوییم. حال می‌خواهیم از این منظر به این قضیه نگاه کنیم که اگر ما عرضه‌کننده یک نوع کفپوش باشیم چگونه می‌توانیم امرامعاش کنیم و از این راه پولدار شویم. اگر شما نیز در این حوزه فعالیت دارید بد نیست نگاهی به این گزارش بیندازید تا راه‌های کسب درآمد بیشتر را فراگیرید.

کسب‌وکار همچنان پررونق

برخی از افراد تصور می‌کنند با ورود سرامیک و کفپوش‌هایی مانند لمینت، موکت فروشی‌ها دیگر از دور خارج شده‌اند اما واقعیت این است که این شغل همچنان برای بسیاری از افراد در کشور نان آور است. بورس اصلی این شغل در نزدیکی‌های خیابان مولوی قرار دارد؛ خیابانی شلوغ با حداقل جای پارک و البته وجود طرح ترافیک شهری که هر خودرویی نمی‌تواند

خرید به‌راحتی نمی‌تواند انتخاب راحتی داشته باشد و مشتری به همین خاطر ممکن است به مغازه‌های دیگر حتی با قیمت بالاتر مراجعه کند. پس در رعایت این نکته بسیار کوشا باشید. همچنین در زمانی که مشتری وارد مغازه می‌شود او از استقبال کنید و در این روزهای گرم تابستانی با یک شربت خنک از آنها پذیرایی کنید تا به قول معروف رنگ‌ها را در ذهنشان نگه‌دارند. حتماً با یک چای گرم از آنها پذیرایی کنید.

در خانه نمایان می‌شود. اما کاری که شما باید انجام دهید این است که علاوه بر آگاهی از فنون بازار، با دیگر قبای خود در جذب مشتری و رعایت کرامت آنها تفاوت داشته باشید. این تفاوت در نحوه برخورد شما نیست بلکه در نوع ارائه خدمات است.

استخدام تمام وقت طرح
برای اینکه بتوانید مشتری را بهتر جذب کنید از یک طرح به‌صورت دائم کمک بگیرید و او را استخدام مغازه کنید. این کار در صنف موکت فروشان بی‌سابقه است و می‌تواند با این کار توجه مشتریان زیادی را جذب مغازه خود کنید. متدین نقشه خانه و قرار دادن طرح موکت در قالب یک طرح سه‌بعدی منزل شما را نسبت به سایر رقبا متمایز می‌کند. در این مورد حتماً وسایل داخل خانه را از مشتری سوال کنید و آنها را در طراحی خود بگنجانید. در این صورت ممکن است مشتری زمان بیشتری را برای انتخاب منتظر بماند اما از خریدی که انجام می‌دهد بسیار راضی خواهد بود.

در سال‌های نه‌چندان دور حدود یک دهه گذشته همه خانه‌ها پوشیده از موکت بود اما با ورود سرامیک و پارکت و همچنین کفپوش‌های دیگر موکت به حاشیه رفت اما توانست دوباره به بازار این حوزه بازگردد. دلیل این امر تغییر تولیدات کارخانه‌های موکت بود که توانستند با طرح‌های جدید بازار این بخش را حفظ کنند

تمایز بودن، شرط جذب مشتری
افرادی که برای خرید مراجعه می‌کنند حتماً علاقه دارند به همه مغازه‌ها سر بزنند تا هم مدل‌های مختلف را مشاهده کنند و هم قیمت بگیرند. قیمت دادن یک اصل مهم در این شغل محسوب می‌شود. اینکه یک طرح موکت در دو مغازه دو قیمت متفاوت داشته باشد قطعاً مشتری به سمت فروشگاهی خواهد رفت که قیمت پایین‌تری دارد. همچنین خریداران در زمان خرید نمی‌توانند تصور کنند که طرح برگزیده شده که در مغازه شما خودنمایی می‌کند، چگونه

تلاش مایکروسافت برای جبران اشتباهات «استیو بالمر»

نوکیا، همچنان تاوان اشتباهات مدیرعامل قبلی خود را می‌دهد.» او در ادامه توضیح داد: «یک بررسی کوچک در نحوه فعالیت مایکروسافت نشان می‌دهد مدیرعامل کنونی شرکت پس از گذشت یک‌سال از حضور خود در این موقعیت همچنان تلاش می‌کند اشتباهات مدیرعامل قبلی را جبران کند و تمرکز بیشتر بر خدمات ابری و سازمانی داشته باشند تا از گروه رقابت خارج نشوند.» این اقدام آخرین تغییراتی به حساب می‌آید که «ساتیا نادلا» مدیرعامل مایکروسافت لحاظ کرده و در آخرین سخنرانی خود اعلام کرده است که استراتژی

با گذشت دو سال پس از خرید نوکیا توسط مایکروسافت، غول نرم‌افزاری جهان تلاش می‌کند ساختار کلی این شرکت فنلاندی را تغییر دهد تا بتواند از آن در راستای فعالیت‌های خود استفاده کند. ریچ تولو مدیر تحقیقات مرکز Fried & Company در این زمینه وضعیت مایکروسافت را با شرکت سوئید مقایسه کرد، او گفت: «سوئیڈ طی چند سال گذشته چند شرکت کوچک‌تر را خریداری کرد و توانست از آنها استفاده قابل ملاحظه‌ای کند. مایکروسافت هم‌اکنون در شرایط مشابه به سر می‌برد و حتی برای خرید شرکت بزرگی چون

چرکنویس‌های یک مدیر اینجایی

ناخوشایندی مدیریت

علی معروفی



اگر می‌شد یک‌جوری بشود که آدم هم مدیر خوبی باشد و کارهای خودش و گروهش را پیش ببرد و هم آدم مهربان و مطبوعی باقی بماند خیلی خوب می‌شد. اما متأسفانه در عمل این دو مقوله بی‌ارتباط و متناظر و حتی گاهی متضاد هستند. یعنی یک مدیر حتماً یک جاهایی باید آدم ناخوشایند و مزخرفی به نظر برسد تا کارش را به سامان برساند. این قضیه حداقل یک بار به طور کامل بر سر حقیر آمده است، از این قرار:

بعد از مدت زمانی طولانی بی‌سروسامانی و بی‌درکجایی، بالاخره شرکت طی یک تصمیم از نوع کبری مقرر گردانید که گروه‌های تخصصی، مثل گروه متبوع اینجانب، به داشتن منشی گروه مزین شوند. از همین رو تعدادی خانم جوان که از چند خان صاحب و گزینش بخش اداری شرکت عبور کرده‌اند در گروه‌ها مشغول شده و برای مدت یک ماه به صورت آزمایشی مشغول به کار می‌شوند تا پس از طی دوره در صورتی که گروه از آنها راضی بود و آنها از گروه راضی بودند، قرار دادهای آنان تمدید شود و به صورت دائم مشغول به کار شوند. حالا طی این مدت چه خاله‌زنگ‌بازی‌ها و جلافت‌ها که از ریز و درشت گروه‌ها سر نمی‌زند و چه اصطلاحات و تکیه‌کلام‌های مضحک که سر این ماجرا تولید نمی‌شود، بماند. القصه، یک ماه می‌گذرد و بدبختانه گروه بنده یکی از گروه‌هایی است که به اصطلاح ششیمی گروه با منشی جور در نمی‌آید. رای قاطبه اعضای گروه تعویض منشی است. بنابراین بنده سریعاً دست به قلم شده و نامه‌ای حرفه‌ای و ماهرانه و مشحون از عبارات پیچیده و معانی ثقیل نوشته و به شکلی زیرکانه بدون آنکه خدای ناکرده عیب و ایرادی روی خانم منشی بگذارم، عذر ایشان را می‌خواهم. نامه به رییس می‌رسد و به طرف‌العین منشی ایشان وارد تماس تلفنی با بنده شده و متذکر می‌شود که این نامه قبول نیست و باید دلایل درخواست عوض شدن منشی را در نامه اعلام کنم. دوباره اسباب تحریر چیده و دست به کار می‌شوم. این بار مشابه همان نامه قبلی و با انشایی ادیبانه و فاخر و با ذکر پاراها دلایل یکی از این‌طرف و یکی از آن طرف (که یعنی همه‌اش هم تقصیر این کس نبوده و کلاً هیچ‌کس این وسط مقصر نیست و این دست روزگار است که دارد باعث و بانی جدایی این خانم از گروه ما می‌شود) تهیه کرده و ارسال می‌کنم. این بار نامه از دفتر رییس گذشته و به دفتر رییس می‌رسد و این بار منشی رییس تماس تلفنی حاصل کرده و گوشزد می‌کند که این ایرادات همگی قابل‌رفع است و باید دلایل محکمه‌پسندتری ارائه شود.

این جای ماجرا همان بزنگاهی است که دوگانگی و تناقض بی‌رحمانه زندگی روی خود را به بنده نشان می‌دهد. ظاهراً همه ارکان شرکت دست به دست هم داده‌اند تا اینجانب را مجبور سازند که به رغم سرشت مهربان و مؤدب خود دست به بدگویی و ایرادگیری بی‌برده و مستقیم و ناخوشایندی بزنم که به گمان خودم ناراحتی و آزار بی‌دلیل شخصی دیگر را موجب خواهد شد. از طرفی نمی‌شود که بعد از ارسال دو نامه و کلی صحبت با چهره‌های گروه از تصمیم خود بر گردم. از طرف دیگر، در این شرایط گفت‌وگوی شفاهی هم قابل‌قبول نیست و لازم است حتماً این ایرادگیری و پرده‌برداری بی‌شرانه به شکل سندی مکتوب در آید. نمی‌شود مثل دایلم نخواهد؟ به هر حال به یک دلیلی با هم کنار نیامده‌ایم دیگر، حتماً باید چشم توی چشم همدیگر بشویم و حال یکدیگر را بگیریم؟ ظاهراً چاره‌ای نیست. باید تن داد.

آیامی دانستید

حل خلاق مسائل



آیامی دانستید نخستین مرحله تفکر خلاق فائق آمدن بر انسدادهای ادراکی است؟ این مرحله به طور ساده تشخیص این نکته است که حل خلاق مشکل مهارتی است که می‌تواند پرورش یابد. به کارگیری خلاقیت در حل مسئله کیفیتی نیست که گروهی دارای آن و گروهی فاقد آن باشند. همان گونه که «دانو» خاطر‌نشان کرده است: «نتایج پژوهش‌ها نشان می‌دهد که پرورش خلاقیت مسئله افزایش توانایی فرد در آوردن امتیاز بالا در آزمون ضرب هوشی (IQ) نیست، بلکه موضوع بهبود نگرش‌های ذهنی فرد و عادات و پرورش مهارت‌های خلاق است که از زمان بچگی به‌صورت غیرفعال در گوشه‌ای پنهان شده است.»

نماگر فرابورس

کاهش حجم و ارزش معاملات فرابورس

نگاهی به معاملات هفته پایانی تیرماه بیانگر این است که در این هفته با توجه به وجود سه روز معاملاتی، کاهش حجم و ارزش معاملات را شاهد بودیم و در مجموع ۸۵۸ میلیون ورقه بهادار در ۳۱ هزار دونه به ارزش ۳ هزار و ۸۹۹ میلیارد ریال دادوستد شد. علاوه بر این، شاخص کل با یک درصد و ارزش بازار فرابورس با ۳ درصد افت همراه شد اما در بازار ابزارهای نوین مالی به عنوان تنها بازار مثبت در هفته هجدهم امسال، ۱۶ میلیون ورقه بهادار به ارزش ۲ هزار و ۴۰۷ میلیارد ریال معامله شد.

شاخص کل	بازار نقدی فرابورس در یک نگاه
۸۰۳,۲۰	
میزان تغییر	(۲,۳۰)
ارزش بازار	۶۰۴,۴۲۷,۳۶۱ B
ارزش معاملات	۱,۶۴۱,۴۸۲ B
حجم معاملات	۶۳,۱۳۱ M

نماد	قیمت پایانی	تاثیر
پتروشیمی مارون	۳۵,۶۲۳	۰,۸۸
هلدینگ خاورمیانه	۳,۱۵۰	(۰,۸۲)
بانک گردشگری	۱,۵۳۴	(۰,۵۷)
پتروشیمی س. ایرانیان	۱,۷۴۲	(۰,۵۶)
س. میراث فرهنگی	۶,۶۰۳	(۰,۲۶)

نام کامل شرکت	خرید	ارزش
بانک گردشگری	۱,۵۲۶	۱,۵۲۶ B
فولاد هرمزگان جنوب	۱,۴۰۰	۱,۰۵۰ B
برق عسلویه مینا	۱۱,۶۰۰	۹۵۳,۴۹۷ M
شهرسازی باغمیشه	۲,۴۳۰	۸۵۰,۵۰۰ M
کشتیرانی خزر	۸,۰۰۰	۴۴۴,۰۰۰ M

نام کامل شرکت	فروش	ارزش
پالایش نفت لاوان	۱۰,۶۸۲	۹۴۰,۱۰۱ M
هلدینگ خاورمیانه	۳,۱۶۰	۶۰۰,۴۰۰ M
پتروشیمی خراسان	۶,۲۳۸	۳۹۳,۳۳۱ M
بانک دی	۲,۱۶۹	۳۲۵,۳۵۰ M
بیمه پاسارگاد	۵,۱۰۰	۲۵۵,۰۰۰ M

نام کامل شرکت	قیمت	درصد
زرین معدن آسیا	۲,۷۴۹	۴,۸۸
مهندسی روان فن آور	۸,۶۰۰	۴,۶۹
فولاد آلیازی یزد	۲,۱۹۴	۴,۱۸
معدنی شمال شاهرود	۶,۹۵۲	۴,۰۶
بیمه مهن	۲,۲۲۸	۳,۷۷

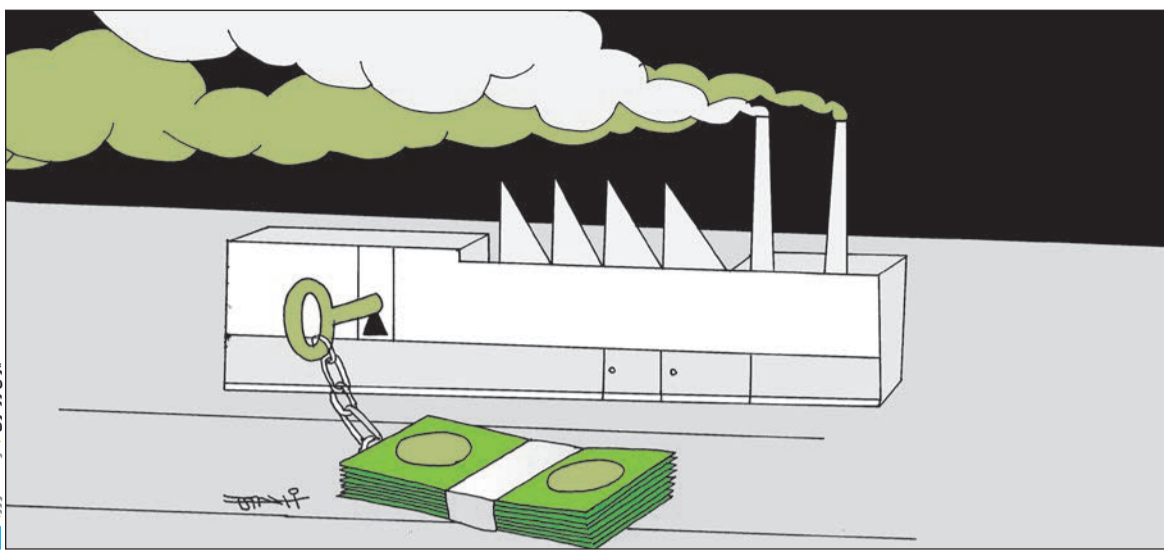
نام کامل شرکت	قیمت	درصد
سرمایه گذاری ایرانیان	۱,۰۱۶	(۶,۶۲)
تولیدی مرجان کار	۵,۲۴۳	(۴,۷۱)
بانک گردشگری	۱,۵۳۴	(۴,۴۲)
افرا نت	۳,۸۵۳	(۴,۲۷)
س. میراث فرهنگی	۶,۶۰۳	(۳,۵۵)

نام کامل شرکت	حجم	ارزش
پتروشیمی ایرانیان	۱۵,۳۰۳ M	۲۶,۹۵۸ B
بانک گردشگری	۱۱,۵۵۴ M	۱۷,۷۲۷ B
زغال سنگ طیس	۸,۹۸۰ M	۵۶,۰۹۱ B
فولاد آلیازی یزد	۲,۴۸۵ M	۵,۴۲۲ B
س. مسکن تهران	۱,۹۳۹ M	۳,۴۹۶ B

نام کامل شرکت	حجم	ارزش
زغال سنگ طیس	۸,۹۸۰ M	۵۶,۰۹۱ B
پتروشیمی ایرانیان	۱۵,۳۰۳ M	۲۶,۹۵۸ B
بانک گردشگری	۱۱,۵۵۴ M	۱۷,۷۲۷ B
قاسم ایران	۱,۳۷۸ M	۹,۰۲۴ B
برق عسلویه مینا	۷۳۶,۲۹۸	۸,۵۸۸ B

نام کامل شرکت	حجم	ارزش
پتروشیمی مارون	۱۴۲,۴۹۲,۰۰۰ B	۶۶,۰۰۰ B
پتروشیمی زاگرس	۳۵,۱۴۵,۶۰۰ B	۱۷,۲۰۰ B
همکاران سیستم	۲,۰۵۳,۸۰۰ B	۶۰,۰۰۰ B
پتروشیمی جم	۷۰,۸۸۶,۴۰۰ B	۴۸,۰۰۰ B
زغال سنگ طیس	۱,۱۲۴,۲۸۰ B	۳۶,۹۰۰ B

نام کامل شرکت	حجم	ارزش
سیجان دارو	۲,۶۸۲,۰۰۰ B	۲۰,۰۰۰ M
بیمه پاسارگاد	۵,۳۲۶,۳۹۸ B	۳,۴۰۲ B
روان فن آور	۸۶,۰۰۰ B	۳,۸۵۰ B
فولاد آلیازی یزد	۱۷۹,۹۰۸ B	۷,۲۱۶ B
فناوری خوارزمی	۷۲۹,۱۲۰ B	۱۹,۰۴۰ B



فراهم شدن زمینه رشد بازار با رفع ابهام در گروه بانک و پتروشیمی

زیان ۲ درصدی سهامداران پس از توافق هسته‌ای

سپری شد اما در نخستین ماه تابستان روند مثبتی بر بازار حاکم شد تا پس از مدت‌ها، سوددهی سرمایه‌گذاری در بازار سهام از بازار پول نیز پیشی بگیرد.

پیش افتادن بازار سهام از بازار پول

طبق آمارهای بورس، در تیرماه بازدی ۶۰۱ درصدی در بورس رقم خورد تا از نرخ سود بانکی نیز بازدی بیشتری به سهامداران هدیه کرده باشد. بر این اساس هر ۱۰ میلیون تومان سرمایه‌گذاری در بورس به‌طور میانگین بازدی ۶۱۰ هزار تومان سود طی یک ماه به دست آورده است. این بازدی بازار سهام در شرایطی اتفاق افتاده است که بسیاری از سهامداران نگران آینده این بازار با توجه به افت در دوران پساتحریم هستند. این نگرانی از آنجا تشدید شده است که در هفته گذشته ارزش و حجم معاملات نیز بیانگر روند بی‌رسم و نگران در بازار سهام بود به‌طوری که در معاملات این هفته ارزش و حجم معاملات به ترتیب ۴۲ و ۲۷ درصد افت کرد و در مجموع ۴ هزار و ۳۳ میلیون سهم به ارزش ۶ هزار و ۸۹۹ میلیارد ریال دادوستد شد. همچنین در هفته گذشته دفعات معاملات ۷۳ درصدی را تجربه کرد و تعداد خریداران نیز با ریزش ۷۳ درصدی به ۳۰ هزار نفر رسید. وضعیت صنایع در دوران پساتحریم نشان‌دهنده این مسئله است که بسیاری از صنایع همچون پتروشیمی‌ها همچنان با ریسک‌های اقتصادی از جمله نرخ خوراک و افت قیمت‌های جهانی مواجه هستند اما بسیاری از صنایع نیز پس از رفع مهم‌ترین ریسک سیاسی بازار سهام یعنی مذاکرات هسته‌ای، می‌توانند چشم‌انداز مثبتی در میان مدت داشته باشند. چنان‌که گروه‌هایی مانند خودرو، بانک و حمل‌ونقل از این پتانسیل برخوردارند.

رشد ۸,۳ درصدی ارزش بازار و ۱۴,۲ درصدی شاخص فرابورس در تیرماه در تیرماه امسال، ارزش

از نگاه کارشناسان

سهامداران دچار شک و تردید شده‌اند

در این دوره نیز افزایش پیدا کند. موضوع دیگر این است که زمانی که بازار گمانه‌زنی‌ها داغ بود، خرید سهام رونق داشت، اما بعد از انتشار خبر قطعی، عرضه سهم افزایش پیدا کرد. این در حالی است که نباید انتظار رشد سریع بازار را داشته باشیم، بلکه باید دید در سیاست داخلی چه تصمیماتی اتخاذ می‌شود. در حال حاضر روند بازار سرمایه مشکوک بوده و سهامداران نباید انتظار رشد در این شرایط را داشته باشند زیرا در حال حاضر موضوع ورود نقدینگی در بازار خود را بغروشنند. علاوه بر این بازی‌های سیاسی جناح رقیب که هنوز در بازار فعال بوده و ۳۰ تا ۴۰ درصد بازار را تشکیل می‌دهند قصد دارند بازار را منفی کنند تا اثرات مثبت توافق را کاهش دهند.

در پیچه

چشم‌انداز مثبت بورس در دوران پساتحریم

به خود گرفته است. مهم‌ترین عامل این اتفاقات بروز رفتارهای هیجانی از جانب سرمایه‌گذاران است و اصلی‌ترین عامل بروز این رفتارهای هیجانی، روند نزولی یک سال و نیم گذشته در بازار است که بسیاری از فعالان بازار سهام که سرمایه خود را دچار زیان در مدت گذشته دیده‌اند، روند صعودی و مداوم بازار را هنوز باور نکرده‌اند و با افزایش مقطعی که ایجاد شد، اقدام به خارج شدن از بازار و فروش سهم خود کرده‌اند. ستاک، توصیه‌ای در هم به سهامداران داشت و در این زمینه بیان کرد: پیش‌بینی درباره بازار سهام و آینده آن از آنجا که با عوامل بسیاری مرتبط است، با احتمال خطای بالایی بوده و بارها دیده شده است که تمام پیش‌بینی‌ها در عرض چند ساعت شکل دیگری به خود گرفته است اما با توجه به داده‌های اطلاعاتی آن بوده است می‌رسد که داشتن سهام برای

خبر

افزایش EPS بانک‌ها در بورس سال ۹۵

امیر افسر کارشناس و کارشناس ارشد بازار سهام

ایرنا - با انجام توافقات هسته‌ای انتظار می‌رود بودجه شرکت‌های پتروشیمی متاثر از افزایش صادرات یا رشد قیمت‌های جهانی بهبود یابد، اما سود سال ۹۴ بانک‌ها تحت تأثیر قابل توجه این تغییرات قرار نمی‌گیرد. اعمال تحریم‌ها و فشارهای اقتصادی در حوزه پتروشیمی دارای آثار مثبت و منفی متعددی بوده است. آثار مثبت رفع تحریم‌ها به این دلیل است که شرکت‌های پتروشیمی بهتر می‌توانند صادرات انجام داده و هزینه نقل و انتقال پول‌شان به‌شدت کاهش می‌یابد. با توجه به اینکه دولت طی روزها و ماه‌های آینده حجم زیادی از ذخایر ارزی را به دست خواهد آورد، لذا انتظار نمی‌رود که افزایش نرخ ارز با شیب تند را در سال جاری و سال ۹۵ شاهد باشیم، بلکه فقط نوساناتی در حد قیمت‌های فعلی پیش‌بینی می‌شود. بر این اساس، بودجه شرکت‌های پتروشیمی به دلیل افزایش نرخ ارز وضعیت بهتری نمی‌یابد، بلکه متاثر از افزایش صادرات یا رشد قیمت‌های جهانی می‌تواند بهبود یابد و انتظارها نیز بر همین است. در حوزه بانک و با نگاه دولت مبنی بر کاهش نرخ سود بانکی در سال‌های ۹۴ و ۹۵، تا زمانی که تحریم‌های مالی و بانکی به‌طور کامل برداشته نشود (که حداقل تا قبل از زمستان ۹۴ محقق نخواهد شد)، انتظار نمی‌رود که سود سال ۹۴ بانک‌ها تحت تأثیر قابل توجهی قرار بگیرد. اما در سال ۹۵ با توجه به اینکه دولت ذخایر ارزی را کسب خواهد کرد، بخشی از بدهی‌های بانکی و بخشی از بدهی‌هایش به پیمانکاران سایر حوزه‌ها را پرداخت خواهد کرد، لذا فعالیت‌های پولی و بانکی در سال ۹۵ میزان قابل توجهی رشد خواهد داشت و در آن صورت، بانک‌ها بهره‌نخواهند ماندن و EPS (سود تقسیمی هر سهم) بانک‌ها در سال ۹۵ به شرط برداشتن تحریم‌ها افزایش خواهد داشت.

بورس کالا

رشد ۴۳ درصدی حجم معاملات فولاد در بورس کالای ایران

در هفته منتهی به اول مرداد، در حالی افزون بر ۲۹۶ هزار تن انواع کالا به ارزش بیش از ۳ هزار و ۹۸۰ میلیارد ریال در بازارهای فیزیکی و فرعی بورس کالای ایران مورد دادوستد قرار گرفت که به لحاظ حجم و ارزش به ترتیب رشد ۳۶ و ۴۳ درصدی برای گروه فولاد ثبت شد. در هفته‌ای که گذشت تالار محصولات صنعتی و معدنی و در دو بخش داخلی و صادراتی، ۲۰۴ هزار تن انواع کالا به ارزش بیش از ۲ هزار و ۵۰۵ میلیارد ریال از جانب مشتریان، دادوستد شد و بدین ترتیب رشد ۶۴ درصدی حجم و ۵ درصدی ارزش را برای این تالار ثبت کرد. در تالار محصولات صنعتی و معدنی افزون بر ۱۵۰ هزار تن انواع فولاد، ۵۰ هزار تن سنگ آهن دانه‌بندی صادراتی، ۳ هزار و ۴۵۰ تن انواع مس، ۱۰۰ تن سولفور مولیبدن و ۲۰۰ تن تک متالورژی به فروش رفت.

بورس بین‌الملل

نگاهی به آخرین آمار شاخص سهام در بورس‌های آسیا

بورس‌های آسیایی روز گذشته سیر نزولی داشتند. شاخص سهام نیکی در بورس توکیو با شصت و هفت صدم درصد کاهش معادل یکصد و سی و نه ممیز چهل و دو صدم واحد کاهش به بیست‌هزار و پانصد و چهل و چهار ممیز پنجاه و سه صدم رسید. شاخص سهام هنگ‌کنگ در بورس هنگ‌کنگ با نود و نه صدم درصد کاهش معادل دویست و پنجاه و یک ممیز چهل و پنج صدم واحد کاهش به بیست و پنج‌هزار و یکصد و چهل و هفت ممیز چهل و یک صدم رسید. بورس استرالیا وضعی همانند هنگ‌کنگ داشت به‌طوری که شاخص سهام آن‌اندی دویست در بورس سیدنی با چهل و سه صدم درصد کاهش معادل بیست و سه ممیز نوزده صدم واحد کاهش به پنج‌هزار و پانصد و شصت و شش ممیز ده صدم واحد رسید. شاخص سهام کاسیو در بورس کره جنوبی با نود و سه صدم درصد کاهش معادل نوزده ممیز یازده صدم واحد به دوهزار و چهل و پنج ممیز نود و شش صدم واحد رسید.

افت بورس انگلیس و آلمان

در بازارهای اروپا دیروز (جمعه) شاخص سهام FTSE 100 که بخشی از بازار بورس لندن (LSE) است، با افت ۰,۱۸ درصدی به ۶۶۵۵۰,۱۰۱ رسید. شاخص سهام یورو استاکس ۵۰ که متعلق به شرکت‌های مستقر در منطقه یورو است و توسط شرکت استاکس (Stoxx Ltd) طراحی شده، با افت ۰,۰۳ درصدی به ۳۳۴۴,۶۴ واحد رسید. همچنین شاخص سهام داکس آلمان در بازار بورس فرانکفورت با کاهش ۰,۰۷ درصدی به ۱۱۵۱۲,۱۱ واحد رسید. از سوی دیگر، شاخص CAC 40 که مهم‌ترین شاخص سهام در فرانسه به شمار می‌رود، با افزایش ۰,۰۸ درصدی به ۵۰۸۶,۷۴ واحد رسید.

ارزش سهام آمازون ۱۵ درصد افزایش یافت

آمازون نیز همچون دیگر کمپانی‌های سهامی عام، گزارش عملکرد مالی خود را در سه‌ماهه دوم سال ۲۰۱۵ ارائه کرد و در آن از درآمد بسیار خوب ۲۳,۱۷ میلیارد دلاری خبر داد. این درآمد موجب شده تا آمازون ۹۲ میلیون دلار سود خالص داشته باشد. تحلیلگران پیش‌بینی کرده بودند که آمازون ۲۲,۳۹ میلیارد دلار درآمد کسب خواهد کرد و این درآمد نیز از هزینه‌های این‌خبرده فروشی آنلاین بیشتر خواهد شد.

سیدمحمد صدرالغروی

بورس اوراق بهادار تهران که مدت‌ها در مسیر افت قرار داشت انتظار می‌رفت با به نتیجه رسیدن مذاکرات هسته‌ای و انتشار خبر این توافق به مسیر رشد باز گردد اما با روند نزولی شدیدی مواجه شد. به این ترتیب و با افت شاخص کل، زیان سهامداران به ۲ درصد رسید. تقسیم سود اندک نمادهای بانکی در مجامع در کنار باقی ماندن ابهامات اقتصادی موجود در صنایع از جمله صنعت پتروشیمی از دلایلی است که به عنوان دلایل روند نزولی بورس ذکر می‌شود. شرایط فوق سبب شد در سه روز معاملاتی هفته گذشته شاخص کل بورس هزار و ۱۸۳ واحد افت داشته باشد و به کانال ۶۷ هزار واحد نزول کند. بورس تهران در حالی در هفته گذشته نزول ۱,۷ درصدی را تجربه کرده است که در این مدت کوتاه بازدی بازار سهام ۲ درصدی است. آن هم در شرایطی که ماه‌های ابتدایی سال برای فعالان بورسی همراه با رکود

عظیم ثابت

کارشناس بازار سهام

ایستنا - در حال حاضر سرمایه‌گذاران بازار سرمایه مردد هستند. بازار سرمایه منتظر تصمیمات چند روز آینده است و در حال حاضر منابع مالی که باید به سمت بازار سرمایه بیایند، وارد بازار نشده و از سوی دیگر برگزاری مجامع شرکت‌های بورسی در ۳۱ تیر ماه و نیز الزام بانک‌ها در تقسیم سود ۱۰ درصدی باعث شده است تا به ابهامات بازار اضافه شده و عده‌ای قبل از مجمع سهام

مهر

بورس ایران این روزها واکنش متفاوتی به نتیجه مذاکرات هسته‌ای نشان داده و با وجود اینکه به نظر می‌رسد بورس پس از اعلام نتایج مثبت شود و شاخص اصلی صعودی به خود بگیرد اما این اتفاق نیفتاد. چند روز پیش از اعلام نتایج شاخص مثبت بود و ارزش بازار سهام در پی افزایش روند معاملات بالا رفت اما در روزهای پس از اعلام نتایج شاخص منفی شد. فردین آقا بزرگی، کارشناس و تحلیلگر بورس در این زمینه گفت: پس از ابهامات اولیه درباره مسائل هسته‌ای و از ابتدای سال ۹۴ و پس از مذاکرات متعددی که صورت گرفت، گمانه‌زنی‌ها در مورد روند بورس مثبت شد و قیمت‌ها تحت تأثیر قرار گرفت و بالا رفت، به‌طوری که در مقطعی نرخ یازده بورس ۱۲ درصد افزایش یافت، اما

گزارش هفتگی

برگزاری مجامع و شفاف‌شدن وضعیت گروه‌های بورسی

علیرضا روحانی

کارشناس بازار سرمایه



دماسنج اقتصاد ایران دو هفته اخیر را با افت‌وخیز پشت سر گذاشت، به‌طوری‌که در ادامه روند صعودی خود که از ابتدای تیر ماه آغاز شده بود. از ابتدای هفته سوم این ماه نیز با ۲۶۷۲ واحد رشد طی چهار جلسه معاملات تا عدد ۶۹۴۳۳ افزایش پیدا کرد اما نتوانست کانال ۷۰ هزار واحدی را فتح کند و روند نزولی خود را آغاز کرد و با ۱۷۹۰ واحد نزول به عدد ۶۷۶۴۳ در آخرین جلسه معاملاتی تیر ماه رسید، هرچند بسیاری از کارشناسان این نزول را به‌عنوان اصلاح شاخص و شروع دوباره روند صعودی البته با قدرت بیشتری می‌دانند، البته پایان یافتن تقریبی فصل مجامع و شفاف‌تر شدن وضعیت شرکت‌ها و به خصوص لیدرها و بزرگان بازار روند تصمیم‌گیری را برای سهامداران به منظور چگونگی سرمایه‌گذاری در شرکت‌ها تسهیل خواهد کرد تا شاهد افزایش ارزش معاملات نیز باشیم که از ابتدای تیر ماه دارای روند صعودی بوده و از ابتدای هفته سوم تیرماه و عدد ۱۱۱ میلیارد تومان به عدد ۴۲۲ میلیارد تومان در روز ۲۹ تیرماه برسد، البته این مقدار در پایان روز چهارشنبه ۲۳ تیر به عدد ۱۸۶ میلیارد تومان کاهش یافت که این افت‌وخیزها دلایل مختلفی داشت، از جمله کاهش میزان ارزش معاملات از ۳۹۵ میلیارد تومان به ۲۱۰ میلیارد تومان کاهش می‌یابد که شاید بتوان دلیل آن را متوقف بودن نمادها برای برگزاری مجامع دانست از طرفی ۲۹ تیرماه نیز ارزش معاملات به عدد ۴۲۲ میلیارد تومان رسید که می‌توان مجدداً از توقف نمادها مخصوصاً بزرگان و لیدرهای بازار و مجامع و عدم تمایل سهامداران برای حضور در مجامع شرکت‌ها و افزایش عرضه سخن گفت به‌طوری‌که در سه روز پایانی تیرماه بیش از ۹۰ مجمع برگزار شد که باطلبع با بسته شدن نمادها، کاهش حجم و ارزش معاملات امری طبیعی به نظر می‌رسید که در این بین نکته جالب شاید بسته شدن اکثر قریب به اتفاق نمادها، بانکی برای برگزاری مجامع سالانه بود که در این بین بانک انصار با تقسیم ۳۸۰ سهام سود بالاترین میزان تقسیم سود را در این گروه به خود اختصاص داد و لیدرهای این گروه یعنی بانک‌های صادرات و ملت نیز هر کدام به ترتیب ۴۵ و ۷۵ ریال سود تقسیم کردند.

همچنین در این دو هفته گروه محصولات شیمیایی و مخصوصاً نماد فارس بیشترین تأثیر را در سیزپوش کردن شاخص اعمال کردند و گروه بانکی نیز بالاترین میزان تأثیرگذاری منفی را بر شاخص به خود اختصاص دادند. از اخبار مثبت گروه بانکی می‌توان به پیوستن بانک‌ها به سوبیتف اشاره کرد که پس از لغو تحریم‌ها صورت گرفته، همچنین برخی شرکت‌های گروه حمل‌ونقل نیز از لیست تحریم‌ها خارج شده‌اند که از این جمله می‌توان به نماد حتایا اشاره کرد که به‌صورت رسمی اعلام به عدم تغییر قیمت محصولات و مواد اولیه نیز تغییراتی در نرخ لحاظ خواهد شد و از مهم‌ترین آنها می‌توان به نرخ پتروشیمی اشاره کرد که طبق گفته یک مقام مسئول وزارت نفت قیمت پایه خوراک گاز پتروشیمی‌ها به ازای هر مترمکعب ۱۳ سنت خواهد بود، همچنین پیشنهاد افزایش ۱۵ درصدی قیمت شکر نیز ارائه خواهد شد تا از شهریور ماه محصولات این گروه با قیمت جدید عرضه شود.

البته قیمت محصولات لبنی نیز با افزایش ۱۰ درصدی روبرو خواهد شد. در حوزه سیاسی نیز یکی از بزرگ‌ترین اتفاقات سیاسی ایران اسلامی پس از انقلاب یعنی توافق ایران و شش کشور قدرتمند جهان روی داد که بیشترین تأثیرات را در حوزه اقتصادی خواهد داشت و البته شاید گزاف نگفته باشیم اگر بازار سرمایه را به‌عنوان یکی از ارکان اصلی اقتصاد، دارای بیشترین تأثیرپذیری از این اتفاق برشمیریم، به‌طوری‌که در نخستین روز کاری پس از این توافق هیأت آلمانی به سرپرستی وزیر اقتصاد این کشور به همراه یک هیأت ۰۰ نفره وارد کشور شدند که در این بین نمایندگانی از شرکت بنز نیز حضور داشتند، همچنین شنیده شده که یکی از مدیران شرکت زیمنس ابراز امیدواری کرده تا شرکت مینا بتواند دست راست این شرکت در منطقه و خاورمیانه باشد که در صورت تأیید می‌تواند خبر بسیار خوبی برای این شرکت خدمات مهندسی باشد البته در این زمینه نمی‌توان انتظار داشت که تأثیر لغو تحریم‌ها را بلافاصله روی سودآوری شرکت‌ها مشاهده کرد، زیرا به گفته اکثر کارشناسان اقتصادی و سیاسی اجرایی شدن لغو تحریم‌ها حداقل تا دی ماه به طول خواهد انجامید و می‌توان تأثیرات آغاز این همکاری‌ها را در صورت‌های سال آینده شرکت‌ها مشاهده کرد. درحالت کلی پس از برگزاری مجامع و باز شدن نمادها و همچنین انتشار گزارشات سه ماهه اکثر شرکت‌ها که باعث هرچه بیشتر شفاف شدن وضعیت شرکت‌ها برای سرمایه‌گذاران و سهامداران شده می‌توان انتظار این را داشت که سهامداران دید بهتری به سرمایه‌گذاری اقدام کرده و اینکه فلش نقدینگی به سمت کدام صنایع نشانه خواهد رفت نیز قابل پیش‌بینی خواهد بود.

تحلیل رفتار حقوقی‌ها در گفت‌وگوی «فرصت امروز» با دکتر حسین نصیری، مدیرعامل گروه مالی نور انوار

حقوقی‌ها به دنبال سود هستند نه چیز دیگری

مجامع بر خلاف گذشته سود اندکی را تقسیم کرده و همین موضوع باعث ریزش‌های شاخص این گروه شده است. با دکتر حسین نصیری، مدیرعامل گروه مالی نور انوار و عضو هیات‌مدیره کارگزاری آتل در این باره به گفت‌وگو نشستیم.

برخی معتقدند که تداوم بحث‌های مربوط به توافق هسته‌ای در داخل آمریکا و ایران و موضع‌گیری مخالفان موجب ریزش بازار شده است و از سوی دیگر برخی دیگر به وضعیت گروه‌های بورسی مانند گروه بانک اشاره می‌کنند. گروه بانک امسال در فصل

مهلا فراز مند

بازار سهام سرانجام پس از کش‌وقوس‌های فراوان به خط پایان مذاکرات هسته‌ای رسید، اما واکنش این بازار به این اتفاق تاریخی با سردرگمی فعالان بازار همراه بود. از سویی

توافق هسته‌ای در حالی به ثمر نشست که برخلاف تصور همه بازار سهام به آن واکنش منفی نشان داد. به نظر شما آیا بازار سهام منتظر قطعی شدن نتیجه مذاکرات است؟

آنچه در هفته قبل از توافق رخ داد، واکنش مثبت به بازار بود بنابراین شاهد رشد ۱۵ تا ۲۰ درصدی اکثر سهام بودیم، پس از توافق بسیاری زمان را برای نقد شدن سهام و انتفاع صورت گرفته مناسب می‌فروشد و حداقل سود در پرتفوی خود را با توجه به شوک حاصله و احتمال خریدار بودن سهام

به فروش رساندند علاوه بر این، این اتفاق پاسخی به انتظارات کوتاه‌مدت بود. آنچه مسلم است بسیاری در این کوتاه‌مدت شاید براساس این شوک با ۱۵ تا ۲۰ درصد کم شدن مجدداً فروشنده‌ها می‌خرند و از این نوسان مجدداً سود خواهند برد، از سوی دیگر، رشد واقعی

بازار و حجم معاملات زمانی رخ خواهد داد که این توافق رسمی و قانونی شود که این خود حداقل دوسه‌ماه زمان نیاز دارد و تأثیر آن در بخش واقعی اقتصاد دوسال زمان نیاز دارد بنابراین رشد واقعی بازار سرمایه زمان نیاز دارد مثل اکثر بخش‌های اقتصادی، ولی هنوز شرکت‌ها و صنایع خوبی در بازار است که سود میان‌مدت و بلندمدت خوبی دارند که لازمه دستیابی به آن صبر و حوصله است. اگر فردی حوصله و صبر ندارد، معمولاً در این تحولات بازار سود و زیان زیادی می‌کند، اما سود واقعی برای افرادی است که حوصله می‌کنند و نتایج بلندمدت را می‌بینند.

وضعیت گروه بانکی را چگونگی ارزیابی می‌کنید؟ بانک مرکزی منکر دخالت در کار بانک‌ها برای تقسیم سود است. این وجود چرا بانک‌ها سود کمی تقسیم می‌کنند؟

در حال حاضر، وقت مجامع بورسی است که بعضاً شرکتی

حقوقی‌ها رفتار اطمینان‌بخشی ندارند و در اغلب سهام‌ها فروشنده‌اند. این فروش به چه منعی است؟

بازار سرمایه یک وجهش تبدیل پس‌اندازها به سرمایه شرکت‌ها و رشد و توسعه و رونق شرکت‌هاست که در این زمینه هم کمتر از سوی نهادهای مالی و متولی بیان می‌شود و هم بازار مالی ما قدری ضعیف است و به توسعه نیاز دارد و هم رسانه‌ها در این بخش کوتاهی می‌کنند. گویی در بازار سرمایه تنها خریدوفروش سهام انجام می‌شود و انتظار این است هر که وارد شد با هر تخصصی از سود ناشی از اختلاف قیمت

منتفع شود (نه ناشی از سود سالانه)، لذا روی دیگر بازار، بازار واسطه‌گری و سفته‌بازی است که اولا حتماً باید باشد اما همه هدف و تأکید نباید این باشد. هر کسی اعم از حقوقی یا خصوصی در این بازار نگاه اقتصادی دارد، هیچ گره‌ای در راه رضای خدا موش نمی‌گیرد. حقوقی‌ها به دلیل جمع‌آوری نیروی انسانی متخصص و دارا بودن منابع مالی بعضاً بهتر از افراد حقیقی در بازار برای کسب سود و انتفاع عمل می‌کنند، شرکت‌های حقوقی نیز یک هفته قبل از توافق سهام‌های ارزنده را جمع کرده‌اند ۲۰ درصد از روز توافق یا ۲۰ درصد سود کسب کرده‌اند و پس از روز توافق یا ۲۰ درصد سود می‌فروشند. افراد ناامید پس از یک هفته منفی با

بده‌بستان برای طرفین منفعت است بنابراین، بودن توافق و ارتباط بین‌المللی و حذف تحریم‌ها باعث بهبود فضای کسب‌وکار و رونق اقتصادی و بازار سرمایه در بلندمدت خواهد شد. همان‌طور که گفتیم حقوقی‌ها و حرفه‌ای‌های بازار به دنبال سود و انتفاع هستند و بعضاً براساس انتظارات، جریان اطلاعات و مقاطع زمانی کار می‌کنند، اگر امروز سود در فروش باشد می‌فروشند و برعکس. این افراد از شرایط سود می‌خواهند و متولی ذوق‌زدگی، جلوگیری‌کنندگان حساب‌مالی، تعدیل‌بازار و هزاران توقع بی‌مورد اقتصادی نیستند، البته متأسفانه در فرهنگ غیررسمی بازار سرمایه گویی عرف شده است که همه می‌دانیم این اقدامات موقتی، کوتاه‌مدت و برای ذات بازار سرمایه مضر است.

برای بهبود بازار سرمایه و اقتصاد چه پیشنهادی دارید؟

پیشنهادهایی را در موارد پیش‌بینی‌البتنه متأسفانه در فرهنگ و تیر و اشاره می‌کنم. نظام دولت در ایران شدیداً متورم و غیر کاراست. امید است حقیقتاً به سمت کوچک شدن حرکت کند. دوم نظام مالیاتی ما کاملاً ناعادلانه و متنوع و فسادبرانگیز است و از هر دو طرف زیان و نارضایتی به دنبال دارد، فرار مالیاتی و دو دفترگی شدن از یک طرف، ناعادلانه بودن از سوی دیگر و جلوبی‌تولید را گرفتن از سوی دیگر، پیشنهاد بنده نظام تک‌مالیاتی و آن هم قوانین تجارت و کسب‌وکار و بازار سرمایه به بازنگری کلی نیاز دارد، پنجم قوانین کار باید حتماً اصلاح شود، ششم بانک‌ها و جایگاه اقتصادی آنها نیاز به بازنگری جدی دارد و... که به شرح مفصل نیاز است.



ریزش شاخص بورس به پایان راه رسیده است؟

تحلیل تکنیکال شاخص بورس

گفته شد که تحلیلگر بازار سرمایه، احتمالاً در هفته آینده حرکت اصلاحی منفی بورس به پایان می‌رسد و شاخص کل حرکت صعودی خود را آغاز می‌کند. به گزارش اقتصاد آنلاین، بهزاد صمدی، کارشناس بازار سرمایه درباره عکس‌العمل‌های عجیب بورس پس از توافق گفت: بازار سرمایه در حال تجربه شرایط سختی است. سهم‌هایی که قبل از توافق به مجمع رفته بودند، ۱۰ درصد بالاتر از قیمت قبلی بازگشایی شدند، اما سهم‌هایی که بعد از توافق از مجمع برگشتند، ۱۰ درصد منفی شدند. او افزود: دلایل متعددی برای عدم حصول انتظارات بازار سرمایه بعد از توافق وجود دارد. نخستین مورد می‌تواند ورود پول‌های سرگردان و بدون تحلیل قبل از توافق به این بازار باشد که پس از عدم برآورده شدن انتظارات خود از بازار و زمانی که بازار روند اصلاحی را آغاز کرد، عملی به نام ترس برای این پول‌ها ایجاد شد و به‌خاطر همین ترس، فشار فروش و عرضه بالا گرفت و به تبع آن مابقی بازار را با عرضه زیادی روبرو کرد. تحلیلگر کارگزاری اقتصادبیدار خاطرنشان کرد: دومین عامل می‌تواند خریدهای اعتباری بیش از حد باشد که به علت گسترش جو خوش‌بینی در بازار ایجاد شده و با مشاهده نشانه‌های عدم رضایت، افزایش فروش مواجه شد.



عمق بازار

احتمال قدرت گرفتن تقاضا در بازار

فرشید شجاع

کارشناس و تحلیلگر بازار

در جریان معاملات هفته گذشته که تنها سه روز کاری داشت، شاخص کل بازار بورس اوراق بهادار تهران کاهش حدود ۱۲۰۰ واحد را تجربه کرده و این هفته به‌عنوان منفی‌ترین هفته در دو ماه و نیم گذشته به ثبت رسید. بیشترین کاهش‌ها در روز ابتدایی و انتهای هفته به وقوع پیوست و در روز سه‌شنبه شاهد کاهش کمتری از ۱۰۰ واحد بودیم. بدین ترتیب شاخص کل به رقم ۶۷۶۴۳٫۹ واحد رسید و در نزدیکی حمایت‌های مهم خود قرار گرفت. شاخص کل بازار فرابورس ایران نیز با بیش از هفت‌واحد نزول به رقم ۸۰۲٫۲ واحد رسید تا در این نزول از شاخص کل بازار بورس عقب‌ماند. نکته بسیار مهم در مورد معاملات هفته گذشته آن است که این نزول نسبتاً سنگین زمانی اتفاق افتاد که بسیاری از نمادهای مهم و شاخص‌ساز به دلیل برگزاری مجامع بسته بودند. در این راستا می‌توان این سوال مهم را پرسید که «در صورت مجاز بودن این نمادها این نزول در چه اندازه‌ای بود؟» با توجه به گزارشات نه چندین قوی‌ای که از مجامع نمادهای مختلف به گوش می‌رسد و با نیم‌نگاهی به وضعیت کنونی بازار بورس، نمی‌توانیم انتظار بازگشایی قوی از این نمادها داشته باشیم، مگر آنکه معاملات در هفته پیش رو برهم‌خورد. از سوی دیگر، آقای جان کری در روز پنجشنبه برای ایراد پاره‌ای از توضیحات در مجلس سنای ایالات متحده حاضر شد که بازتاب‌های متفاوتی از این صحبت‌ها در فضای مجازی منعکس شد. در میان صحبت‌های وزیر امور خارجه ایالات متحده، چند جمله مهم و کلیدی به چشم می‌خورد. به گزارش خبرنگارهای آقای کری در جلسه کمیته روابط خارجی سنای آمریکا تصریح کرد: «هدف ما برچیدن کل برنامه هسته‌ای ایران نبوده است.» در ادامه، آقای وزیر به اهمیت تصویب شدن پروتکل الحاقی در مجلس شورای اسلامی ایران اشاره کرد و پس از آن در بخشی دیگر از صحبت‌های‌شان به تسلیم‌ناپذیری کشور ایران اذعان داشتند. ایشان در مورد بازسازی‌ها صراحتاً بیان کردند که هیچ‌گاه از عبارت «همه‌جا و همه‌وقت» استفاده نکرده‌اند. با توجه به توضیحات وزیر امور خارجه ایالات متحده در جلسه استماع کمیته روابط خارجی سنای این کشور می‌توان انتظار داشت تندروهای آمریکایی قدرت چندانی برای سنگین‌اندازی در ادامه مسیر توافق نداشته باشند. شرایط در داخل کشور نیز با آرایش دنبال‌شده و درین سوی میدان نیز تحرک خاصی از تندروها دیده نمی‌شود. با در نظر گرفتن این مسائل می‌توان انتظار داشت موج صعودی به وجود آمده در بازار که چهار روز کاری پیش پایان یافت، با در موج اول از موج تک سیکل جدید بازار باشد.

ریز بازار در هفته پیش رو روند صعودی خاصی را تجربه کند. در حقیقت، انتظار می‌رود بازار به اصلاح خود ادامه داده و به وجود آمده در بازار که چهار روز کاری پیش پایان یافت، با در موج اول از موج تک سیکل جدید بازار باشد. ریاز در نظر نخست تمام این موارد نمی‌توان انتظار داشت بازار در هفته پیش رو روند صعودی خاصی را تجربه کند. در حقیقت، انتظار می‌رود بازار به اصلاح خود ادامه داده و به وجود آمده در بازار که چهار روز کاری پیش پایان یافت، با در موج اول از موج تک سیکل جدید بازار باشد. ریاز در نظر نخست تمام این موارد نمی‌توان انتظار داشت بازار در هفته پیش رو روند صعودی خاصی را تجربه کند. در حقیقت، انتظار می‌رود بازار به اصلاح خود ادامه داده و به وجود آمده در بازار که چهار روز کاری پیش پایان یافت، با در موج اول از موج تک سیکل جدید بازار باشد. ریاز در نظر نخست تمام این موارد نمی‌توان انتظار داشت بازار در هفته پیش رو روند صعودی خاصی را تجربه کند. در حقیقت، انتظار می‌رود بازار به اصلاح خود ادامه داده و به وجود آمده در بازار که چهار روز کاری پیش پایان یافت، با در موج اول از موج تک سیکل جدید بازار باشد.

تحلیل تکنیکال

تحلیل تکنیکال شاخص بورس

هیچ نگرانی حداقل تا محدوده ۶۶ هزار و ۴۴۰ واحدی وجود ندارد. پیش از این اشاره شده بود که شاخص کل می‌تواند تا ۶۷ هزار واحد و در ادامه تا ۶۶ هزار و ۴۴۰ واحد، اصلاح حرکتی داشته باشد، به همین منظور سهامداران نباید نگران ریزش شاخص باشند، زیرا در واقع در حال حاضر شاخص در این زمان از آن محل متحمل تلفی در حدود ۴۵ دقیقه را تجربه خواهد کرد. در یک سوم نهایی بازار می‌توانیم شاهد تقاضا یا عرضه نسبی باشیم که با توجه به آنچه گفته شد، قدرت گرفتن تقاضا در این بازه زمانی بسیار محتمل به نظر می‌رسد.



یادداشت

ارتقای کیفیت تصمیم گیری به کمک توسعه هوش هیجانی

دکتر فاطمه امیرآبادی

روانشناس صنعتی

تصمیم گیری یکی از پیچیده ترین فرآیندهای ذهنی است که می تواند تأثیری ژرف بر زندگی افراد بگذارد و این فرآیند زمانی تأثیر بیشتری دارد که توسط یک مدیر انجام شود یا به عبارتی تصمیمی که مدیر یک سازمان می گیرد، نه تنها بر زندگی فردی او تأثیرگذار است، بلکه دارای تأثیر سازمانی نیز هست. آنچه مسلم است این که تصمیم گیری در سازمان ها به طور مستمر انجام می گیرد و به نظر می رسد آنچه مدیران در سطوح مختلف سازمان انجام می دهند و همواره در فضای آن حرکت می کنند، تصمیم گیری است. حتی برخی از نویسندگان تمام نگرش خود را درباره مدیریت بر پایه تحلیل چگونگی و زمان تصمیم گیری ها استوار کرده اند. شاید بتوان گفت یکی از حوزه های مهم مدیریتی که فرآیند تصمیم گیری بر آن تأثیرگذار است، تصمیم گیری مدیران در خصوص سرمایه گذاری است.

سبک تصمیم گیری هر فرد، رویکرد شخصیتی او در درک و واکنش به وظیفه تصمیم گیری خود است. در نتیجه علاوه بر عوامل سازمانی و محیطی اثرگذار بر سبک تصمیم گیری مدیران، تفاوت ویژگی های شخصیتی نیز باعث می شود که مدیران نسبت به موفقیت های تصمیم گیری به نحو متفاوت رفتار کنند و در نتیجه سبک تصمیم گیری آنها با یکدیگر متفاوت باشد.

پنج سبک تصمیم گیری زیر توسط اسکات و بروس به عنوان سبک های عمومی تصمیم گیری ارائه شده اند:

سبک تصمیم گیری عقلانی: این سبک بیانگر تمایل تصمیم گیرنده به شناسایی تمامی راهکارهای ممکن، ارزیابی نتایج هر راهکار از تمامی جنبه های مختلف و در نهایت انتخاب راهکار بهینه و مطلوب توسط تصمیم گیرنده در هنگام مواجهه با شرایط تصمیم گیری است.

سبک تصمیم گیری وابستگی: این سبک بیانگر عدم استقلال فکری و عملی تصمیم گیرنده و تکیه بر حمایت ها و راهنمایی های دیگران در اخذ تصمیم است. مدیرانی که از سبک تصمیم گیری وابستگی برخوردارند، در هنگام اخذ تصمیمات مهم به جای اینکه با دیگران مشورت کنند، کاملاً متکی و وابسته به دیدگاه سایر افراد عمل می کنند.

سبک تصمیم گیری آبی: سبک تصمیم گیری آبی بیانگر احساس اضطراب تصمیم گیرنده و تمایل وی به اخذ تصمیم نهایی در کوتاه ترین و سریع ترین زمان ممکن است.

سبک تصمیم گیری اجتنابی: سبک تصمیم گیری اجتنابی را می توان تلاش و تمایل فرد تصمیم گیرنده به اجتناب از انتخاب هر گونه تصمیم و تا حد امکان دوری از موقعیت های تصمیم گیری تعریف کرد.

سبک تصمیم گیری شهودی: فرآیندی ناخودآگاه است که در سایه تجربه های استنتاج شده به دست می آید. در این شیوه فرد تصمیم گیرنده روشنی در رابطه با درست بودن تصمیم خود ندارد، بلکه با تکیه بر بیشترین درونی خود آن چیزی را که فکر می کند درست است انجام می دهد.

هر مدیر در زمان هر تصمیم گیری از جمله تصمیم گیری در خصوص نحوه سرمایه گذاری و کاربرد منابع خود، باید علاوه بر اطلاعاتی که در اختیار او قرار می گیرد به نقش احساسات و هیجانات در فرآیند تصمیم گیری نیز توجه داشته باشد. این اهمیت به حدی است که روانشناسان اعتقاد دارند، عوامل دوگانه تصمیم گیری فکر و احساس هستند. در واقع نیروی محرکه و برانگیزاننده ذهن، احساس است. می توان گفت هوش هیجانی مهم ترین مولفه روانشناسی است که می تواند به افراد در پیش بینی پیامدهای یک تصمیم کمک کند. این مولفه می تواند به فرد در لحظه انتخاب کمک کند و از سوی دیگر سبب شود تا فرد کنترل موثرتری بر خود و تأثیر مضاعفی بر دیگران داشته باشد.

هوش هیجانی را بار-آین گونه تعریف کرده است: یک دسته از مهارت ها، استعدادها و توانایی های غیرشناختی که توانایی موفقیت فرد را در مقابله فشارها و اقتضای محیطی افزایش می دهد. در دیدگاه مایر و سالوی هوش هیجانی دربردارنده چهار شاخه اصلی است، شناخت اول خودگاهی بوده و به معنای احساس کردن هیجان های خود فرد است و شاخه دوم به معنای درونی سازی هیجان ها و توانایی تمایز بین هیجانات گوناگونی است که احساس می کند و شناخت آنهايي که تفکر او را تحت الشعاع قرار می دهند. شاخه سوم فهم هیجان است. بدین صورت که ما بتوانیم هیجانات پیچیده، مانند احساس یکباره دو هیجان و تبدلات هیجانی بین دو نفر را تشخیص دهیم و شاخه چهارم یعنی مدیریت هیجانات که به معنی توانایی برقراری ارتباط یا قطع ارتباط با یک هیجان براساس کاربرد آن در موقعیت معین است.

می توان بحث فوق را این گونه جمع بندی کرد، با توجه به تفاوت سبک افراد در تصمیم گیری به نظر می رسد که هوش هیجانی می تواند بر فرآیند تصمیم گیری افراد تأثیر متفاوتی داشته باشد. پژوهش ها نشان داده است که هوش هیجانی بر نحوه تصمیم گیری آبی، وابستگی و اجتنابی تأثیرگذار است. به مدیران پیشنهاد می شود در شرایطی که نیاز به تصمیم گیری آبی است از افرادی استفاده شود که هوش هیجانی بالایی دارند. از سوی دیگر با توجه به اجرای چهارگانه هوش هیجانی، به نظر می رسد خودگاهی فرد به او کمک می کند تا در زمان تصمیم گیری در خصوص اثرات هیجاناتش بر تصمیمات آگاه باشد و به کمک خودمدیریتی این هیجانات را در مسیر صحیح به کار برد. به مدیران پیشنهاد می شود با توجه به اینکه هوش هیجانی مهارتی قابل یادگیری است برای ارتقا کیفیت تصمیم گیری های خود به توسعه هوش هیجانی توجه ویژه ای داشته باشند.

مترجم: سارا گلچین

منبع: businessnewsdaily.com

برخی صنایع در سراسر دنیا قدمتی به میزان خود تجارت و کسب و کار دارند. صنایعی چون پوشاک و مبلمان از جمله صنایعی هستند که پیشینه



نام شرکت: Boll & Branch

زمینه فعالیت: پارچه

چه حسی بهتان دست می دهد اگر قصد خوردن یک ناهار کاری با اهالی یک کسب و کار را داشته باشید که با بازار آن کاملاً نا آشنا هستید؟ وقتی کارکنان شما از صنعت شما را از حضور در آن حوزه نهی می کنند، چه پاسخی برای شان دارید؟

این درست همان شرایطی است که بنیانگذاران شرکت Boll & Branch با آن روبه رو شدند. آنها اما کوتاه نیامدند و سرانجام نیز توانستند به هدف بلندشان برسند. مدیرعامل این شرکت آقای اسکات تاین و همسرش میسی، هیچ تجربه ای در کار پارچه نداشتند اما قصد و هدفشان راه اندازی یک کسب و کار پاکدست بود. آنها با قوانین غیرمصفانه علیه کارگران و بلاکسین پیوسته قیمت ها که در اکثر صنایع روایی مرسوم است، به شدت مخالف بودند. بنابراین با پرهیز از هزینه های سرسام آور مربوط به صادرکنندگان، واردکنندگان و گواهی های خاص توانستند محصولی با کیفیت تولید کرده و فروش خوبی را هم تجربه کنند. این زوج همزمان توانستند حقوق کافی و شرایط کاری مناسب برای کارکنان خود مهیا کنند. به گفته آقای تاین مهم ترین دستاورد شرکت او و همسرش این است که مشتری ها حس می کنند خود بخشی از این قصه هستند و ماموریت همه آنها ایجاد تغییر در این زمینه فعالیت است.



نام شرکت: Comite MD

زمینه فعالیت: دارو

به جز چکاپ های سالانه، بسیاری از مردم تنها هنگام بیماری به پزشک مراجعه می کنند. در آن سوی ماجرا هم اکثر پزشک ها تنها با استفاده از علائم و نشانه های بیماری اقدام به نوشتن دارو برای بیمار می کنند. در این میان اما پزشکانی هم وجود دارند که به دنبال تغییراتی در کسب و کار خویش هستند. این داروسازها نقش ژنتیک را در بیماری ها دست کم نگرفته و مدلی برای این کار طراحی کرده اند.

یکی از این پزشکان خانم دکتر فلورانس کمیت است که به جای درمان، بهتر دیده پیشگیری کند. او راه هایی را برای مراقبت فردی ارائه داده که کاملاً براساس ژن انسان ها است. در واقع او با این کار در صنعت خودش شرکتی پدید آورده که حرف نو برای گفتن دارد. این متخصص غدد نه با پول و سرمایه که با استفاده از ژن ها توانسته سرمایه گذاری کند و یک شرکت در حوزه تخصصی خود ایجاد کند. او باور دارد که تغییر طرز فکر دیگران در این باره بسیار سخت است اما امیدوار است که کم کم بتواند سرمایه تازه خود را به همه همکارانش بقبولاند تا همه پزشکان از این امکان استفاده کرده و به جای درمان به سراغ پیشگیری بروند.

سرمایه گذاری در استارت آپ ها تنها در حوزه تکنولوژی نیست

۵ استارت آپ برجسته صنعتی که آبروی صنعت شان را خریدند

بسیار طولانی دارند چون نیاز اساسی بشر به شمار می آیند.

برای شرکت های جدیدی که در حوزه این نوع صنایع راه می افتد دو راه بیشتر وجود ندارد: راه اول قدم گذاشتن در همان مسیری است که پیشینیان در آن صنعت خاص رفتند و راه دوم پذیرش ریسک نوآوری و

آزمایش کردن یک تجربه تازه.

آنچه پیش روی شماست، استارت آپ های صنعتی را در حوزه های گوناگون و کاملاً متفاوت معرفی می کند. این استارت آپ ها که از صنعت پارچه تا پزشکی در آنها پیدا می شود، حرف هایی تازه در صنایع کهنه دارند.



نام شرکت: لیزا

زمینه فعالیت: تولید تشک

تشک هایی که ما این روزها می شناسیم، سال ها است به همین شکل تولید و فروخته شده اند. در حالی که مواد تشکیل دهنده آنها در طول سال ها کم و بیش تغییر کرده اما اصل و بنیانش یکی بوده است. حالا ظهرو می شود که یک شرکت فعال در این حوزه می تواند بازار این صنعت را تکان دهد؟ شرکت لیزا برای این پرسش پاسخی دارد، پاسخی که حکایت از نقش بزرگ تجربه در این موفقیت دارد.

لیزا در ابتدا با ماموریت ساده تولید بهترین تشک های خواب برای مشتری هایش پا به عرصه گذاشت. بیشترین تمرکز این شرکت روی راحتی و مدل های عجیب و غریب بیشتر به ویتزین فروشگاه ها راه می یابند. زمان لباس یا کفش مجلسی باشد. زمان هر چه می گذرد تنوع مدل ها بیشتر شده و مدل های عجیب و غریب بیشتر به تشک بود و به همین دلیل با یک نوع خاص محصولاتش را تولید می کرد.

اما آنچه باعث تکان خوردن بازار این تشک ها شد، در پروسه تولید اتفاق نیفتاد، بلکه تولیدکنندگان این تشک در نحوه فروش آن تغییراتی عمده ایجاد کردند. آنها به جای اینکه از فروشندگی حرف می توانستند در مدح تفاوت تشکشان با دیگر محصولات بازار سخن بگویند، یک روش نو را برگزیدند. آنها فروش اینترنتی را برای مشتری ها راه انداختند و این امکان را به مشتریان دادند که ۱۰۰ روز از تشک استفاده کنند و اگر راضی نبودند آن را برگردانند. این قدرت از ریسک پذیری صاحبان این استارت آپ دیگر کمتر جای شک برای مصرف کنندگان باقی می گذارد.



نام شرکت: Jack Erwin

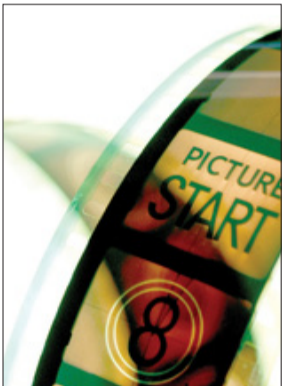
زمینه فعالیت: تولید کفش مردانه

دنیای مد و فشن تقریباً همیشه در حال تغییر است اما در طول سال ها همواره یک سری طرح های پایه وجود دارد که سایر طرح ها براساس آنها زده می شود، به ویژه اگر بحث در مورد لباس یا کفش مجلسی باشد. زمان هر چه می گذرد تنوع مدل ها بیشتر شده و مدل های عجیب و غریب بیشتر به ویتزین فروشگاه ها راه می یابند. زمان لباس یا کفش مجلسی باشد. زمان هر چه می گذرد تنوع مدل ها بیشتر شده و مدل های عجیب و غریب بیشتر به تشک بود و به همین دلیل با یک نوع خاص محصولاتش را تولید می کرد.

اما آنچه باعث تکان خوردن بازار این تشک ها شد، در پروسه تولید اتفاق نیفتاد، بلکه تولیدکنندگان این تشک در نحوه فروش آن تغییراتی عمده ایجاد کردند. آنها به جای اینکه از فروشندگی حرف می توانستند در مدح تفاوت تشکشان با دیگر محصولات بازار سخن بگویند، یک روش نو را برگزیدند. آنها فروش اینترنتی را برای مشتری ها راه انداختند و این امکان را به مشتریان دادند که ۱۰۰ روز از تشک استفاده کنند و اگر راضی نبودند آن را برگردانند. این قدرت از ریسک پذیری صاحبان این استارت آپ دیگر کمتر جای شک برای مصرف کنندگان باقی می گذارد.

جک اریون، به همراه همکارش لین گرسون تصمیم گرفتند تا آن مدل های قدیم را زنده کنند. آنها در استارت آپ خود دستی به سر و صورت مدل های قدیمی کشیدند اما اصل و بنیانش را حفظ کرده اند تا هم به کلاسیک ها وفادار بوده باشند و هم سلیقه امروزی را تأمین کنند.

گرسون اعتقاد دارد که چون او و همکارانش در این استارت آپ به طور مستقیم با مشتری سر و کار دارند می توانند ارتباط بهتری با آنها برقرار کرده و در نتیجه محصول بهتری بسازند.



نام شرکت: Fractured Atlas

زمینه فعالیت: خدمات هنری

فناوری در دو دهه اخیر زندگی مردم جهان را از این رو به آن رو کرده است. این تحول آنقدر بزرگ است که خیلی ها فکر می کنند همه استارت آپ ها صرفاً در حوزه تکنولوژی هستند، حال آنکه استارت آپ ها صنعتی هم می توانند باشند. اما حتی استارت آپ های صنعتی هم با تکنولوژی امروز گره خورده و از آن مدد گرفته اند. تکنولوژی توانسته از بهبود فرآیند کار تا نگه داشتن مشتری در یک کسب و کار مؤثر باشد.

در اوایل دهه ۲۰۰۰ میلادی یک شرکت تولیدکننده تاتوهای کوچک به این نتیجه رسید که می تواند تکنولوژی را وارد تاتو کند. مقامات این شرکت دریافتند که با استفاده از تکنولوژی هنرمندان می توانند کسب و کار خود را به صورت عملی بهتر یاد بگیرند و با یادگیری مهارت های تکنولوژیک به کارآفرینانی متفاوت تبدیل شوند. در واقع مهارت های تکنولوژی به آنها کمک می کرد تا دستشان آن هم در اوایل قرن ۲۱ پرتر از بقیه رقبا باشد و بهتر بتوانند هنر خود را به دیگران ارائه دهند.

به اعتقاد بنیانگذار و مدیر اجرایی این شرکت هنری نباید از تغییر ترسید، چون آنهايي که می ترسند دچار رخوت و بی مایگی شده و زندگی شان مختل می شود.

نتیجه اینکه...

هر یک از استارت آپ هایی که در بالا به آنها اشاره شد، نه از دنیای تکنولوژی هستند و نه آنچنان مشهور و نام آور که همه داستان شان را شنیده باشند. اما این شرکت های نوپا یا راهکارهای تازه باعث شده اند تا صنایع مربوط به آنها در گوشه ای از جهان بهتر تولید کنند، بهتر بفروشند و حال بهتری داشته باشند.

سرنخ

پخش کننده های کاربری



برخوردار در زمینه جاذبه های گردشگری دانست و یادآور شد: خوشبختانه روند سرمایه گذاری در بخش گردشگری این استان در حال رونق است و شاهد اجرای طرح های متنوع و جدیدی در بخش گردشگری هستیم. استان ایلام با برخورداری از یک هزار و ۵۰۰ جاذبه طبیعی، تاریخی و تفریحی ظرفیت بالایی برای جذب گردشگران داخلی و خارجی دارد.

کلاف دوم

تحقیقات نشان می دهد امروزه سهم ایران در صنعت گردشگری جهان با وجود بهره مندی از زیرساخت های متنوع در کشور، مطلوب نیست و برای بهبود این وضعیت بیش از پیش به سرمایه گذاری و توجه در اقصی نقاط کشور نیاز داریم. در این بین برخی از شهرها و استان های کشور پتانسیل های بالقوه بیشتری برای توسعه گردشگری در خود دارند، در این خصوص به تازگی رییس گروه برنامه ریزی و سرمایه گذاری میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری ایلام گفته است: لغو تحریم ها فرصت بسیار مناسبی برای رونق و توسعه صنعت گردشگری در مناطق مختلف کشور است. به گزارش ایرنا محمد نوراللهی اظهار کرد: ایران اسلامی و دیار کهن ایلام به لحاظ گردشگری ظرفیت های بالایی دارند که باید از این ظرفیت به نحو مطلوب در جهت جذب گردشگران استفاده شود.

رییس گروه برنامه ریزی و سرمایه گذاری میراث فرهنگی ایلام گفت: به طور قطع با رفع تحریم های بین المللی بستر مناسب برای ورود سرمایه گذاران خارجی فعال در بخش گردشگری مهیا خواهد شد و در این شرایط سرمایه گذاران داخلی نیز به اجرای طرح های گردشگری تمایل بیشتری پیدا می کنند. وی استان ایلام را یکی از استان های



دسته بندی هایی که در دستگاه صورت گرفته همان موسیقی یا حتی دقیقاً همان تراکی را که می خواهد پیدا کرده، گوش کند و همان چیزی را که می خواهد بخرد.

پیشنهاد امروز ما سرمایه گذاری در تولید این دستگاه پخش کننده است که به خوبی می تواند مورد توجه فروشگاه ها و فروشندگانی این کالا باشد.

کلاف اول

موسیقی به عنوان یکی از مهم ترین پارامترهای زندگی انسان امروز شناخته می شود که برای پاسخگویی به این نیاز بسیاری از فروشگاه ها و آلبوم های موسیقی راه اندازی شده اند که انواع موسیقی ها را در اشکال مختلف مانند سی دی، نوار کاست، فایل های کامپیوتری و... به فروش می رسانند.

اگر شما هم سری به این مغازه ها زده باشید و فضای دلنشین و گوش نواز آنها شما را جذب کرده باشد احتمالاً حداقل یکی از محصولات آن را خریداری کرده اید اما یکی از مشکلاتی که در اغلب این فروشگاه ها وجود دارد این است که خریدار تمایل دارد تا قبل از خرید سی دی مقداری از آن را گوش دهد تا با خواننده یا فضای آن آشنا شود، برخی از این فروشگاه ها سی دی را در کامپیوتر موجود در محل قرار می دهند و مقداری از آن را Play می کنند که مشکلات مربوط به شلوع شدن فروشگاه و کم حوصلگی فروشنده و غیره را به همراه دارد.

اما مدت کمی است که نوعی از پخش کننده های موسیقی در معدودی از فروشگاه های تهران استفاده می شوند که بدون نیاز به فروشنده فرد می تواند از این دستگاه استفاده کند و با استفاده از هدفون و

تجربه های کارآفرینان و سرمایه گذاران با سابقه و موفق همیشه می تواند چراغ روشنی برای شروع راه پرتلاطم سرمایه گذاری باشد، از این رو از کارآفرینان موفق دنیا این سوال مهم پرسیده شده: «آرزوی گردید قبل از شروع کسب و کارتان چه تجربه هایی کسب کرده بودید؟» در این بخش هر روز پاسخ یکی از این کارآفرینان را نقل می کنیم تا سرمشق راه تان قرار دهید...



در ۲۵ سالگی نگران هیچ چیزی نباشید. هر اشتباهی برای شما یک درآمد قابل توجه است.

چگی ما

ایمان آزمون

سیستم مجموعه‌ای از اجزاست که همه آنها به هم پیوسته و با یکدیگر در ارتباطند و به‌صورت متقابل از هم تأثیر می‌پذیرند و همه اجزا برای رسیدن به یک هدف مشخص تلاش می‌کنند. بر هر هم کنش این اجزا همواره با پیچیدگی‌هایی همراه است که به‌سادگی نمی‌توان آنها را شناسایی و مدیریت کرد چرا که تأخیر جزو جدانشدنی دنیای سیستم‌هاست. با توجه به این امر لزوم داشتن نگرش سیستمی به مسائل به‌عنوان یک نگاه جامع که تصویری کلی از سیستم مورد مطالعه را به دست می‌دهد حتمی است. یکی از کارآمدترین مدل‌های شبیه‌سازی در این حوزه، شبیه‌سازی پویایی سیستم است که این امکان را فراهم می‌آورد تا با استفاده از ابزارهای پویا، رفتار تکرار شونده سیستم‌های پیچیده در طول زمان مشخص شود. شبیه‌سازی پویایی سیستم بر پایه تفکر سیستمی بنا نهاده شده است که با استفاده از یک رویکرد علمی و کل‌نگر، ساختارهای ایجادکننده مسئله را شناسایی و مدیریت می‌کند.

سناریوی طرح شده

یک سازمان بزرگ تولیدی را در نظر بگیرید. مدیرعامل این سازمان فرد بسیار منطقی و مدیر بسیار لایقی است. معاونت‌های تولید و فروش در این شرکت، به‌صورت مستقیم تحت نظر مدیرعامل به فعالیت خود ادامه می‌دهند اما این دو معاونت در طول زمان با چالش‌هایی در برقراری ارتباط با یکدیگر مواجه هستند. شخصیت و رفتار هر یک از این دو نفر سبب شده است تا یک رابطه نامطلوب بین کارکنان این دو واحد به‌وجود آید. هر یک به‌طور مجزا آمار و اطلاعات مدیریتی را در اختیار مدیریت قرار می‌دهند و سعی دارند در طول زمان، خود را به‌عنوان معاونت برتر در نظر مدیرعامل برزنگ کنند و این‌گونه نشان دهند که موفقیت‌های شرکت به دلیل عملکرد معاونت تحت کنترل خود است نه معاونت‌های دیگر. به‌صورت خاص معاونت مقابله! همچنین آنها در مواجهه با یکدیگر آمار و اطلاعات واضح و غیرواقعی به یکدیگر می‌دهند تا معاونت دیگر را دچار اشتباه و خدعیت از سوی دیگر مدیرعامل که به هر دو مدیر فروش و تولید خود علاقه دارد، نمی‌خواهد هیچ یک از تحت فشار قرار دهد یا آنها را از دست بدهد و در این ترتیب او نیز با چالش سنگینی روبه‌رو است. مدیرعامل سعی داشت که به هر دو کارکنان واحد به‌صورت یکسان و متعادل فرصت رشد و ارتقا بدهد اما متعادل نبود. ارائه اطلاعات غیرواقعی توسط هر دو معاونت و صحبت‌های غیرواقعی اطرافیان و شواهد نامعتبر در طول زمان، مدل ذهنی واحد اساسی تأیید بیشتری از جانب مدیرعامل کند. بنابراین با انرژی بیشتر و روحیه بهتری نسبت به گذشته وظایف خود را انجام دهد و در نتیجه فرصت‌های بیشتری از طول زمان در اختیار او گذاشته شود. (تخصیص منابع محدود)

همچنین فرد دوم نیز احساس عدم امنیت شغلی کرده و این احساس روی میزان کارایی او اثر منفی زیادی گذاشته و در نتیجه امکان دستیابی به فرصت‌های موجود در نزد او کاهش یافت. بحث در سناریوی طرح شده شخصیت و رفتار هر یک از این دو مدیر سبب شده است در طول زمان در روابط درون سازمانی خود با چالش مواجه شوند. کارکنان این دو واحد یک رابطه دوستی-دشمنی را دنبال می‌کنند. یک روز از هفته با یکدیگر بسیار خوب برخورد می‌کنند اما روز دیگر با ارائه آمار غیرواقعی و صحبت‌های واضح و بی‌پایه در غیاب دیگری، او را فردی نالایق جلوه می‌دهند. کارکنان واحد فروش هنگامی که کارکنان واحد تولید ارتباط دوستانه برقرار می‌کنند که کارکنان واحد به‌طور مستقیم با کارکنان واحد تولید ارتباط داشته‌اند و در این هنگامی که تولید با فروش ارتباط مناسب برقرار می‌کند و درصود تبادل اطلاعات و آمار و ارقام روزانه بر می‌آید فروش مجدداً نام‌های کارکنان واحد تولید را بی‌پاسخ



بررسی پویایی روابط درون سازمانی با استفاده از رویکرد مدل‌سازی مخزن و جریان

پیروزی‌های هرچه بیشتر برای پیروزمندان

جلسات و نشست‌ها تعامل مثبت و مناسبی با کارکنان واحد فروش برقرار کنند. (به میزان یک واحد همکاری) اما کارکنان واحد فروش تمایل به همکاری سازنده نداشته باشند. (به میزان منفی یک واحد همکاری) نمودار ۲ روند تعاملی دو معاونت فروش و تولید را طی ۱۴ روز آینده نشان می‌دهد. با توجه به این نمودار مخزن‌ها به سمت مثبت بی‌نهایت و منفی بی‌نهایت واگرا می‌شوند. میل به همکاری تولید با فروش رشد نمایی می‌کند درحالی‌که میزان تمایل فروش برای همکاری با کارکنان واحد تولید تنزل نمایی می‌شود. همان‌گونه که در نمودار ۲ پیداست میل به همکاری و تعامل کارکنان واحد تولید با فروش تا ۷۵۰,۰۰۰ واحد همکاری طی دو هفته رشد می‌کند و به‌طور معکوس کارکنان واحد فروش ۷۵۰,۰۰۰ واحد همکاری است. **الگوی اساسی موفقیت هرچه بیشتر برای پیروزمندان** دو گروه، واحد یا فرد برای به‌دست آوردن منابع محدود با یکدیگر به رقابت می‌پردازند. هر یک از این دو که نسبت به دیگری از موفقیت بیشتری برخوردار شود، بخش بیشتری از منابع محدود موجود را به خود اختصاص خواهد داد و در نتیجه فعالیت دوم با کمبود منابع مواجه خواهد شد. بازخوردی که هنگام مواجهه با یک ساختار «موفقیت هر چه بیشتر برای پیروزمندان» موضوع دقیقاً در مورد شخصیت و رفتار عمومی فروش نیز صادق است. با توجه به این مفروضات مدل مخزن و جریان همکاری کارکنان واحد فروش و تولید در طرح نمودار ۱ رسم شده است: حال وضعیتی را تصور کنید که در آن کارکنان واحد تولید تمایل به همکاری دارند و سعی دارند در

شبهات این سناریو با الگوی اساسی موفقیت‌های هر چه بیشتر برای پیروزمندان این مسئله را هشدار می‌دهد که چگونه سیاست‌های تخصیص منابع می‌تواند باعث پیشداوری شود. همچنین آنها می‌توانند هر فرد تصمیم‌گیری را بر سر دو راهی انتخاب اصلح قرار دهند. یکی از فرضیات عملی ظریف این است که تقویت بسیاری از تصمیمات مدیریتی به‌طور ذهنی مربوط به «بقای شایسته‌ترین» است که در حقیقت نوعی از پویایی ارائه شده را به‌وسیله ساختار الگوی اساسی «موفقیت‌های هر چه بیشتر برای پیروزمندان» تقویت می‌کند. این الگوی اساسی به ما می‌گوید که خود را با نتایجی که کسب می‌کنیم متقاعد کنیم و از آنها راضی و خشنود باشیم، چرا که پیشاپیش اعتقاد داریم راهی که انتخاب کرده‌ایم بهترین نتیجه را دربر خواهد داشت.

فرو رفتن هرچه بیشتر در این الگوی اساسی، باعث زوال نوآوری و خلق ایده‌های نو و در نتیجه تغییرات مثبت خواهد شد. اینکه بگوییم «این کارکنان واحد بهترین عملکرد را دارد» یا «مجبور به کار با این شرایط هستیم»، تنها به این دلیل که بهترین عملکرد در این حالت است، تنها تا مدت کوتاهی

منتقل می‌شود. منابع در راستای کارکنان واحد تولید افزایش می‌یابد که به این ترتیب موفقیت کارکنان واحد تولید هم افزایش می‌یابد که این خود سبب تقویت مداوم یا حتی افزایش هر چه بیشتر تخصیص منابع به کارکنان واحد تولید خواهد شد. در همین زمان، توجه بیشتر به کارکنان واحد تولید در مقایسه با کارکنان واحد فروش باعث کاهش منابع برای کارکنان واحد فروش خواهد شد و سطح موفقیت آن کاهش می‌یابد یا حداقل نسبت به همتای خود افزایش نمی‌یابد که این همان حلقه تقویت مثبت راست است. این کاهش سطح موفقیت، توجه بیشتر به کارکنان واحد فروش را باعث کاهش منابع برای کارکنان واحد تولید می‌کند. (نمودار ۴)

برای مدیریت کردن این مسئله و برای برون رفت از چالش به‌وجود آمده در این سازمان، امکان دارد راهکارهای زیر پاسخگو باشد:

- تا جایی که امکان دارد از قضاوت‌های شهودی و تن دادن به مدل‌های ذهنی پرهیز شود.
- چگونگی ارائه تصمیمات جاری را در مورد چگونگی تخصیص منابع و نحوه تعامل با ذی‌نفعان درونی بررسی شود.

از بیابان‌های شگلی که بسیاری از سازمان‌ها با آن درگیر هستند، مشکل سلسله‌مراتب سازمان است که باعث می‌شود همیشه کارمندان رده‌پایین موظف به پاسخگویی یک‌طرفه در سازمان باشند، در واقع این ارتباط بی‌بستی دارد به نام ریاست. کارمندان صرفاً باید خدمات ارائه کنند و در صورت خطا به ریاست جوابگو باشند، اما ریاست نیازی به ارتباط با کارمندان رده‌پایین احساس نمی‌کند و ارتباط خود را با زیردستان محدود می‌کند و ارتباط خود را با زیردستان محدود می‌کند و ارتباط خود را با زیردستان محدود می‌کند و ارتباط خود را با زیردستان محدود می‌کند.

از روش‌های پیشنهادی آنان، پتانسیل‌های ناشناخته کارمندان نیز مشخص می‌شود. **کارشناسان چه می‌گویند؟**

- «لیندا هیل» که «والاس برت» از اساتید دانشگاه بازرگانی هاروارد، اخیراً مقاله‌ای ارائه کرده‌اند که به بررسی موفقیت رهبران سازمان‌ها در سایه ارتباطات درون‌سازمانی پرداخته است. در بخشی از این مقاله به نکته‌ای اشاره شده، «رهبران سازمانی، بهترین الگو برای الگوسازی روابط درون‌سازمانی هستند»، اما این عبارت به چه معناست؟ بر طبق نظر هیل و برت، اگر مدیریت یک مجموعه، الگوهای ارتباطی مؤثر با زیردستان و کارمندان را به‌درستی طراحی و اجرا کند، کل سازمان از روش او الگو می‌گیرند. بر این اساس، اغلب مشکلات ارتباطی هر سازمان به ضعف مهارت‌های ارتباط مؤثر مدیریت باز می‌گردد.

نظر دکتر استوارت، استاد دانشکده مدیریت وارتون و نویسنده کتاب «هبری مجموعه‌ها»، کمی متفاوت است و به عقیده وی، یک مدیر لزوماً نباید به‌طور مستقیم برای الگودهی به روابط درون سازمانی وارد عمل شود. او به تکنیک جالب و مؤثر اشاره می‌کند که همدلی و صمیمیت کارمندان را ابتدا خارج از ساعات کاری بلا می‌برد و سپس این همدلی را به فضای کاری تزریق می‌کند. تکنیکی ساده به نام «آموزش آزاد» بر این اساس، ابتدا طی فراخوانی از کارمندان خواسته می‌شود، اگر مهارت خاصی (خارج از مهارت‌های شغلی) دارند، اطلاع دهند، برای مثال طراحی مجسمه‌سازی، نوازندگی و... سپس از این کارمندان دعوت می‌شود تا در ساعات خارج از سازمان به سایر کارمندانی که به این مهارت‌ها علاقه دارند تدریس کنند. این روش در بسیاری از سازمان‌ها امتحان شده و نتایج جالبی به همراه داشته. فضایی صمیمی و شاد که در این کلاس‌ها ایجاد می‌شوند به‌طور مشخص، روابط کارمندان در سازمان را هم تحت تأثیر قرار می‌دهند.

روان‌شناسی صنعتی/سازمانی و روابط درون‌سازمانی سال‌هاست که در بسیاری از کشورها، روابط درون‌سازمانی، از طریق اصول روان‌شناسی صنعتی و حتی با نظرات یک کارشناس مسلط بر این رشته بهبود می‌یابد. گستره خدمات این رشته از بخش پیش از استخدام تا پس از بازنگشتگی افراد وسیع است. اما در بخش روابط درون‌سازمانی، برخی مولفه‌ها بارها و بارها در پژوهش‌ها و آزمایش‌های این رشته مورد بررسی قرار گرفته و تکرار شده‌اند، مهم‌ترین مولفه‌های مؤثر در روابط درون‌سازمانی از دید روانشناسان صنعتی/سازمانی عبارتند از:

- هوش هیجانی مدیریت و کارمندان (شاخصه‌های برقراری ارتباط مؤثر با دیگران)
- چگونگی ساختار سازمانی (سلسله مراتب سازمان)
- فرهنگ سازمانی (انواع فرهنگ‌های حاکم بر محیط سازمان)
- متغیرهایی چون: فرسودگی شغلی، تنیدگی شغلی، رضایت یا ناراضی شغلی.

آزموده

ورود به هزار توی روابط درون‌سازمانی

ترجمه و گردآوری: رویا پاک‌مهرشت

روابط درون‌سازمانی، یکی از مهم‌ترین فاکتورهای دستیابی به رضایت شغلی، افزایش تولید، خدمات و بهره‌وری در سازمان‌هاست. سازمان گالوپ در جدیدترین بررسی در زمینه رضایت شغلی به این یافته دست پیدا کرد که ارتقای روابط درون‌سازمانی، گسترش مهارت‌های ارتباطی بین کارمندان رده‌پایا، رده‌پایین، سرپرستان و رؤسا با شاخص رضایت شغلی و در نتیجه بهبود خدمات همبستگی مثبت دارد. مهم‌ترین یافته‌های این پژوهش بدین ترتیب هستند:

- مسائل مربوط به ارتباطات کلامی و غیرکلامی: فارغ از برخی کارخانه‌ها و کارگاه‌های تولیدی که به سبب حجم بالای آلودگی صوتی، باید با صدای بلند در محیطشان گفت‌وگو کرد، بلند صحبت کردن، نوعی توهین ارتباطی بین اعضای یک محیط کاری است. سرپرستی که عادت دارد با کارمندان بخش خود با صدای بلندتر از حد معمول صحبت کند، نه‌تنها به ارتباط خود و آنها خدشه وارد می‌کند، بلکه احترامی که باید از سوی کارمندان به دست آورد به مرور از دست خواهد داد. نکته جالب در این بررسی، اهمیت تماس غیرکلامی مؤثر است. مدیران و کارمندانی که عادت دارند در هنگام صحبت با یکدیگر لبخند بزنند، هنگام ورود به اداره یا خروج از آن با یکدیگر دست دهند و... از ارتباط غیرکلامی مفیدی استفاده می‌کنند که باعث بهبود کیفیت رضایت شغلی آنها می‌شود. این افراد اغلب در توصیف وضعیت شغلی خود از واژه‌های مثبتی بر رضایت استفاده می‌کنند.

• ارتباطات کور و یک‌طرفه: مشکلی که بسیاری از سازمان‌ها با آن درگیر هستند، مشکل سلسله‌مراتب سازمان است که باعث می‌شود همیشه کارمندان رده‌پایین موظف به پاسخگویی یک‌طرفه در سازمان باشند، در واقع این ارتباط بی‌بستی دارد به نام ریاست. کارمندان صرفاً باید خدمات ارائه کنند و در صورت خطا به ریاست جوابگو باشند، اما ریاست نیازی به ارتباط با کارمندان رده‌پایین احساس نمی‌کند و ارتباط خود را با زیردستان محدود می‌کند و ارتباط خود را با زیردستان محدود می‌کند و ارتباط خود را با زیردستان محدود می‌کند.

• ارتباطات کور و یک‌طرفه: مشکلی که بسیاری از سازمان‌ها با آن درگیر هستند، مشکل سلسله‌مراتب سازمان است که باعث می‌شود همیشه کارمندان رده‌پایین موظف به پاسخگویی یک‌طرفه در سازمان باشند، در واقع این ارتباط بی‌بستی دارد به نام ریاست. کارمندان صرفاً باید خدمات ارائه کنند و در صورت خطا به ریاست جوابگو باشند، اما ریاست نیازی به ارتباط با کارمندان رده‌پایین احساس نمی‌کند و ارتباط خود را با زیردستان محدود می‌کند و ارتباط خود را با زیردستان محدود می‌کند و ارتباط خود را با زیردستان محدود می‌کند.

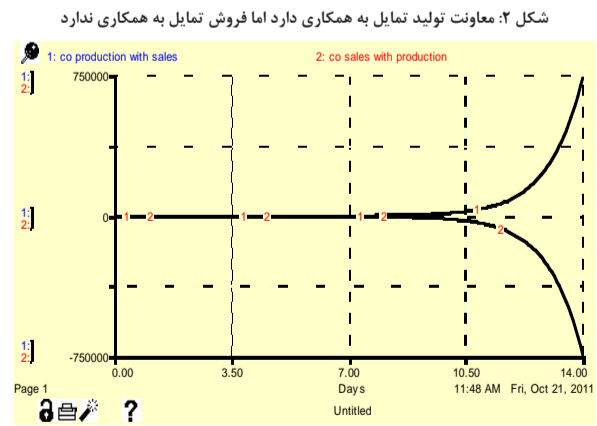
از روش‌های پیشنهادی آنان، پتانسیل‌های ناشناخته کارمندان نیز مشخص می‌شود. **کارشناسان چه می‌گویند؟**

- «لیندا هیل» که «والاس برت» از اساتید دانشگاه بازرگانی هاروارد، اخیراً مقاله‌ای ارائه کرده‌اند که به بررسی موفقیت رهبران سازمان‌ها در سایه ارتباطات درون‌سازمانی پرداخته است. در بخشی از این مقاله به نکته‌ای اشاره شده، «رهبران سازمانی، بهترین الگو برای الگوسازی روابط درون‌سازمانی هستند»، اما این عبارت به چه معناست؟ بر طبق نظر هیل و برت، اگر مدیریت یک مجموعه، الگوهای ارتباطی مؤثر با زیردستان و کارمندان را به‌درستی طراحی و اجرا کند، کل سازمان از روش او الگو می‌گیرند. بر این اساس، اغلب مشکلات ارتباطی هر سازمان به ضعف مهارت‌های ارتباط مؤثر مدیریت باز می‌گردد.

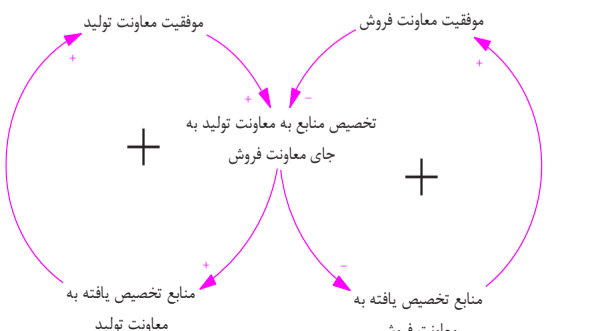
نظر دکتر استوارت، استاد دانشکده مدیریت وارتون و نویسنده کتاب «هبری مجموعه‌ها»، کمی متفاوت است و به عقیده وی، یک مدیر لزوماً نباید به‌طور مستقیم برای الگودهی به روابط درون سازمانی وارد عمل شود. او به تکنیک جالب و مؤثر اشاره می‌کند که همدلی و صمیمیت کارمندان را ابتدا خارج از ساعات کاری بلا می‌برد و سپس این همدلی را به فضای کاری تزریق می‌کند. تکنیکی ساده به نام «آموزش آزاد» بر این اساس، ابتدا طی فراخوانی از کارمندان خواسته می‌شود، اگر مهارت خاصی (خارج از مهارت‌های شغلی) دارند، اطلاع دهند، برای مثال طراحی مجسمه‌سازی، نوازندگی و... سپس از این کارمندان دعوت می‌شود تا در ساعات خارج از سازمان به سایر کارمندانی که به این مهارت‌ها علاقه دارند تدریس کنند. این روش در بسیاری از سازمان‌ها امتحان شده و نتایج جالبی به همراه داشته. فضایی صمیمی و شاد که در این کلاس‌ها ایجاد می‌شوند به‌طور مشخص، روابط کارمندان در سازمان را هم تحت تأثیر قرار می‌دهند.

روان‌شناسی صنعتی/سازمانی و روابط درون‌سازمانی سال‌هاست که در بسیاری از کشورها، روابط درون‌سازمانی، از طریق اصول روان‌شناسی صنعتی و حتی با نظرات یک کارشناس مسلط بر این رشته بهبود می‌یابد. گستره خدمات این رشته از بخش پیش از استخدام تا پس از بازنگشتگی افراد وسیع است. اما در بخش روابط درون‌سازمانی، برخی مولفه‌ها بارها و بارها در پژوهش‌ها و آزمایش‌های این رشته مورد بررسی قرار گرفته و تکرار شده‌اند، مهم‌ترین مولفه‌های مؤثر در روابط درون‌سازمانی از دید روانشناسان صنعتی/سازمانی عبارتند از:

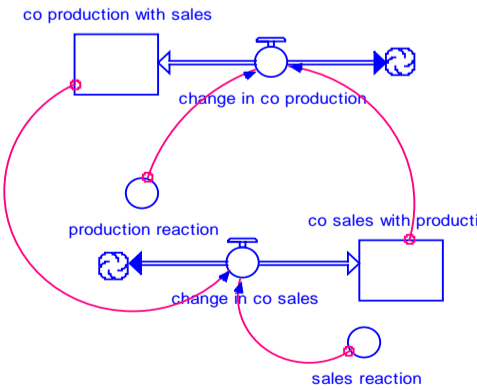
- هوش هیجانی مدیریت و کارمندان (شاخصه‌های برقراری ارتباط مؤثر با دیگران)
- چگونگی ساختار سازمانی (سلسله مراتب سازمان)
- فرهنگ سازمانی (انواع فرهنگ‌های حاکم بر محیط سازمان)
- متغیرهایی چون: فرسودگی شغلی، تنیدگی شغلی، رضایت یا ناراضی شغلی.



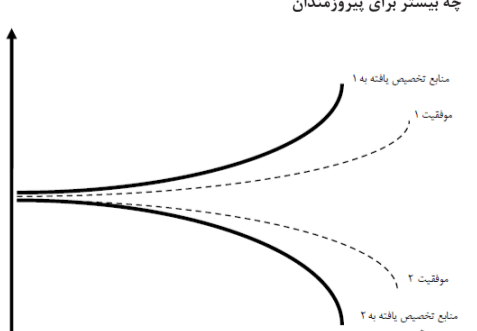
شکل ۴: ساختار الگوی اساسی موفقیت‌های هر چه بیشتر برای پیروزمندان



شکل ۱: مدل مخزن و جریان همکاری معاونت‌های فروش و تولید



شکل ۲: نمودار رفتار در طول زمان برای الگوی اساسی پیروزی‌های هر چه بیشتر برای پیروزمندان



مدیرعاملی که بیشترین دستمزد را در سال ۲۰۱۴ داشته از روال یک روز خود می گوید

نیک وودمن، مدیرعامل شرکت GoPro بالاترین میزان دستمزد را در بین مدیرعامل‌های آمریکا در سال ۲۰۱۴ طبق گفته وب‌سایت پلومبرگ داشته است. در ادامه او به‌طور مختصر در مورد روال روزهای کاری‌اش می‌گوید. شرکت GoPro در ابتدا کار خود را برای فروش بند دوربین با هشت کارمند آغاز کرد ولی در ادامه راه به تولید و فروش دوربین‌ها و پایه‌های دوربین خود پرداخت و حالا بیش از ۸۰۰ کارمند دارد.

وودمن، مدیرعامل این شرکت معتقد است که شرکت GoPro دیگر یک شرکت کوچک نیست. او می‌گوید:

GoPro جنبشی است که بیش از هر زمان دیگری در آن مردم سراسر دنیا تجربیات و اتفاقات زندگی خود را ثبت کرده و به اشتراک می‌گذارند.

همان‌طور که می‌دانید، ایجاد یک جنبش زحمت زیادی را می‌طلبد. وودمن که متاهل و صاحب دو فرزند است در مورد اینکه چطور تمام کارهای خود را مدیریت می‌کند، می‌گوید:

صبح‌ها پسرهایم من را از خواب بیدار می‌کنند تا بازی کنیم. من معمولاً تلاش می‌کنم تا صبح‌ها را به خانواده‌ام اختصاص دهم و هر زمان که بتوانم خودم فرزندانم را به مدرسه می‌برم. معمولاً تا دیر وقت سرکار هستم و خیلی سخت است که به‌موقع برای شام به خانه برسم.

در شرکت این شانس را دارم که روی چیزهایی تمرکز کنم که به آنها علاقه دارم؛ محصول، بازاریابی، استراتژی و ویژن تجاری. روزهای کاری من فوق‌العاده است؛ چرا که با افراد باهوش و مشتاقی نشست و برخاست دارم که این کار به ما کمک می‌کند تا ایده‌های خود را در مورد GoPro به واقعیت بدل کنیم.

به روزهایی که به‌عنوان روز محصول تعیین کرده‌ایم علاقه زیادی دارم. نشستن و تصویرسازی آینده با مهندسان و طراحانی که می‌توانند ایده‌ها را محقق سازند برای من مثل یک رؤیا است. در انتهای روز واقعاً خسته هستم. برای خواب به خانه می‌روم و دوباره صبح و تکرار این روال.

منبع: بیزنس اینسایدر

فرصت‌سوزی

ز رحمت گشودند در دیگری

احسان ابراهیمی

طنزنویس

اصولاً پس از روی کار آمدن حسن روحانی، یکی یکی تمام درهائی که دولت قبلی ز حکمت (!) به روی مردم بسته بود، توسط دولت جدید ز رحمت گشوده می‌شود. اصولاً هرکسی به شیوه خودش به مردم خدمت می‌کند. دولت قبلی هم خدمت می‌کرد، این دولت هم خدمت می‌کند، همه کلاه یکدیگر خدمت می‌کنند. حالا این وسط ممکن است برخی خدمات‌ها کمی درد داشته باشد، ولی چیزی نیست، همچون آمبول است، دردش چند ثانیه بیشتر نیست. اما به هر حال از دوره حکمت (!) به دوره رحمت رسیده‌ایم. البته در چند روز گذشته همان‌طور که شاهد بودید درها چهارطاق باز شده و هر کسی از راه می‌رسد می‌گوید ما می‌خواهیم برویم ایران. همین‌طور پیش برود و ترافیک سفر به ایران داشته باشیم، احتمالاً دولت برای مهمانان‌ش مشکل جای خواب پیدا می‌کند و امروز و فردا است که در خانه یکی از ما را بزنند و وقتی می‌رویم جلوی در ببینیم آقای تخت روانچی می‌گوید: «آقا ببخشید، ما همه اتاقمون پره، به اتاق داشتیم که فدریکا موگرینی اونجاست، خوبیت نداره لوران رو بفرستیم اونجا، اگه ممکنه دو شب این لوران فابیوس ما رو بهش جا بدید، فدریکا که رفت میام لوران رو می‌برم.»

خلاصه ازدحام و تردد مقام‌های خارجی این روزها ما مردم مهمان‌نواز ایران را هم کلافه کرده است. والا… همش مهمون مهمون… همش پیشور و بسابا! دولت هم اینقدر رفیق‌باز؟ هر روز با پای تلفن با نخست‌وزیر انگلیس حرف می‌زنند، یا آلمانی‌ها با فک و فامیل می‌آیند، یا فابیوس و موگرینی و فلان و بهمان می‌آیند…

ایین دولت، دولت زندگی نیست! دولت باید مثل دولت قبلی اهل زندگی باشد.

درهای خانه را ببندد، به خانواده‌اش برسد. منتها دولت قبلی هم کمی در رسیدن به خانواده تک‌بعدی عمل می‌کرد، چون شما بهتر از بنده می‌دانید که معنای رسیدن فقط توجه و مهرورزی به خانواده که نیست، خانواده آب و دانه هم می‌خواهد که زنده بماند. حالا بگذریم…

یه هر حال، هر چه که هست، گوش شیطان کبر، ز رحمت، ز تدبیر، ز تقدیر، ز هر چیزی که هست، درهای کشور کمی گشوده شده و بوی بهبودی ازوضاع جهان (غیر از یونان، عراق، سوریه، یمن، ترکیه، فلسطین مظلوم و چند جای دیگر) می‌شنویم.

مثلا حتما شما هم خبردار شده‌اید که هیاتی آلمانی به ایران آمدند؟ همه هم غول! مرسدس، فولکس، زمبسن، دایملر، پرویز، اقدس و دیگران. راجع به این ماجرا که هفته قبل با هم صحبت کردیم.

حتما خبردار شده‌اید که شرکت منحوس و التالقایی «مک‌دونالد» هم فرم درخواست نمایندگی برای ایران را روی سایش باز کرده؟ احتمالاً همین روزهاست که تالپولی «اغذیه‌فروشی مک‌دونالد نازی‌آباد، شعبه دیگری ندارد» را در خیابان‌های تهران ببینیم.

یک کشتی ایرانی با ۲ میلیون بشکه نفت هم که به سمت شرق جهان حرکت کرد الان احتمالاً به مقصد رسیده و دارند سوشی می‌خورند.

خبر هیجان‌انگیز بعدی هم این است که امکان تاسیس شعب بانک‌های خارجی در ایران و بانک‌های ایرانی در خارج فراهم شده است. در روزهای آتی در این باره بیشتر صحبت خواهیم کرد و مفصل به برخی از این موارد می‌پردازیم.

فعلاً خواستیم عرض کنیم که تا در «ز رحمت» دولت باز است، شما هم فیض ببرید. فعلاً خداینگهدار.

سودوکو

برآورد مصرف سرانه برنج در اتاق بازرگانی ایران که برآوردی ۱۲ساله را مورد ارزیابی قرار می‌دهد، سالانه نزدیک به ۴۰کیلوگرم است بنابراین با در نظر گرفتن جمعیت بالغ بر ۷۵میلیون نفری در کشور، میزان مصرف سالانه برنج بالای ۳میلیون تن خواهد بود.
با توجه به وضعیت تولیدات داخلی برنج در کشور، اکثریت کشاورزان به علت افزایش هزینه‌های کاشت، داشت، برداشت، با حداقل وسعت زیر کشت فعالیت می‌کنند و این سبب شده است هزینه تمام شده برنج در کشور بالا رود، لذا قیمت انواع برنج خارجی به طور میانگین بین ۳۰۰۰ تا ۴۰۰۰تومان و برنج ایرانی با توجه به نوع و مرغوبیت آن بین ۶۰۰۰ تا ۸۰۰۰تومان در بازار باشد. با وجود پایین بودن قیمت برنج وارداتی توجه به نکانی از جمله معضلات و آسیب‌های گوارشی که اخیراً در مورد این برنج‌ها اعلام شده است، سبب تمایل مردم به استفاده از برنج ایرانی شده است. نکته قابل تامل آنکه برنج جزو کالاهای اساسی مصرف جامعه محسوب شده و جلوگیری از واردات آن به هر طریقی موجبات افزایش قیمت محصول را در پی خواهد داشت. نکته آخر آنکه اتخاذ سیاست صحیح در جهت خودکفایی تولید این محصول و نیم‌نگاهی به بازار صادراتی مدت‌هاست دغدغه مسئولان در این زمینه بوده اما تاکنون منجر به نتیجه عملیاتی نشده است.

قاب

پورشه ۹۱۱ توربو S با تیونینگ تاپ‌کار (TopCar) حدود ۲۹۰،۰۰۰ یورو قیمت دارد و برخی از قسمت‌های آن از روکش طلا ساخته شده است.



۳۶۰

بازی وارسازی و نقش آن در کسب‌وکارهای امروز

آنتین مقصودی

کارشناس ارشد کسب‌وکار

بازی وارسازی (Gamification) که در فارسی به بازی‌سازی، بازی‌آفرینی و بازی‌گونه‌سازی نیز ترجمه شده است، به معنی استفاده از المان‌های بازی در فضاهایی است که ماهیت غیربازی دارند. هدف از این کار، جلب و جذب و درگیر کردن، آموزش دادن، سرگرم کردن و ارتقای سطح مشارکت مشتریان، مخاطبان، کارمندان یا رای‌دهندگان است. از بازی وارسازی می‌توان جهت ایجاد جذابیت فرآیندهای تکراری یا کارهای غیرجذاب برای مقاصد غیربازی‌گونه استفاده کرد. استقبال صاحبان کسب‌وکارهای امروزی به‌خصوص کسب‌وکارهای مبتنی بر وب (تجارت الکترونیک) نیز در استفاده از چنین ابزار توانمندی به طرز محسوسی رشد داشته است. دلیل اصلی چنین توجه و استقبالی نیز تبدیل فرآیند خرید مشتریان به نوعی تفریح و سرگرمی و ساختن یک تجربه خرید لذت‌بخش برای آنان و وفادار ساختن ایشان است. این مهم با کمک ابزار بازی وارسازی و به واسطه مشوق‌ها و انگیزنده‌های فراوان پنهان و پیدا در بدن بازی است.

نظر به جدید بودن نسبی مفهوم بازی وارسازی و حجم کم محتوی تولیدی به زبان فارسی در این حوزه، در این سری از مطالب قصد داریم به معرفی اجمالی این ابزار کارآمد و نحوه به‌کارگیری آن در کسب‌وکارها و انتفاع مطلوب متعاقب بپردازیم. دست شما خواننده گرمی را در همراهی، مشارکت و ارائه بازخورد، صمیمانه می‌فشاریم.

نظر به جدید بودن نسبی مفهوم بازی وارسازی و حجم کم محتوی تولیدی به زبان فارسی در این حوزه، در این سری از مطالب قصد داریم به معرفی اجمالی این ابزار کارآمد و نحوه به‌کارگیری آن در کسب‌وکارها و انتفاع مطلوب متعاقب بپردازیم. دست شما خواننده گرمی را در همراهی، مشارکت و ارائه بازخورد، صمیمانه می‌فشاریم.

نظر به جدید بودن نسبی مفهوم بازی وارسازی و حجم کم محتوی تولیدی به زبان فارسی در این حوزه، در این سری از مطالب قصد داریم به معرفی اجمالی این ابزار کارآمد و نحوه به‌کارگیری آن در کسب‌وکارها و انتفاع مطلوب متعاقب بپردازیم. دست شما خواننده گرمی را در همراهی، مشارکت و ارائه بازخورد، صمیمانه می‌فشاریم.

جنبه روانشناسانه بازی وارسازی
بازی وارسازی و روانشناسی به‌واسطه مفاهیم مرتبط با انگیزش، رفتار و شخصیت‌شناسی، ارتباط نزدیکی با هم دارند. شناخت این مفاهیم از آن جهت که کمک بزرگی برای پیاده‌سازی صحیح بازی وارسازی است، حائز اهمیت خواهد بود.

چنانکه می‌دانیم انگیزنده‌ها را به طور کلی در دو نوع درونی و بیرونی می‌شناسند. انگیزاننده درونی در فرآیند بازی، عامل لذت بردن بازیکن از آن بازی است. انگیزاننده‌های درونی با ایجاد بالاترین

۷۳۰

بازی وارسازی و نقش آن در کسب‌وکارهای امروز

سطح لذت، درگیرسازی و خلاقیت در انجام وظایف و یادگیری، بهترین نوع انگیزش در انتخاب راه می‌کنند. انگیزاننده‌های بیرونی نیز که ترغیب‌کننده شخص برای انجام کاری است تا پاداشی کسب یا از تنبیهی اجتناب کند، ممکن است محسوس (پول، جام، مدال، …) یا غیرقابل لمس (موقعیت اجتماعی، احترام، قدرانی،…)

باشند. یکی از دلایل جذابیت بازی‌ها برای انسان، فراهم آمدن امکان دریافت پاداش است. اخذ پاداش با فعال کردن مراکز خشنودی در مغز سبب ایجاد حس مثبت در انسان شده و این همان راز وفادار کردن مشتریان کسب‌وکار است.

انگیزاننده‌های بیرونی در ترغیب افراد به انجام وظایف غیرجذاب، تکراری و روتین موثرند. حال آنکه انگیزاننده‌های درونی، برای انجام فعالیت‌های غیرروتین توصیه می‌شوند. همچنین به زعم بسیاری، انگیزاننده‌های بیرونی می‌توانند انگیزاننده‌های درونی را تضعیف کنند. (مثلاً بازی را به یک کار روتین تبدیل کنند)

در ادامه این سری از مطالب به تشریح پاداش، ورود بازی به لایه‌های کسب‌وکارهای امروز، گام‌های اصلی در بازی وارسازی، انواع مشتریان و نحوه وفادارسازی ایشان خواهیم پرداخت.

پاداش

مکانیک اغلب بازی‌ها شامل جمع‌آوری امتیاز، مدال و… است که بازیکن درصد به‌دست آوردن آنها در طول بازی بوده و بعد از به‌دست آوردن هر کدام مترصد حفظ و نگهداری از آنها و البته افزودن بر آنهاست. آدمی دوست دارد بعد از انجام فعالیت خود پاداش گرفته و بر آن بیفزاید. اما با الهام گرفتن از گایه زبشرمن می‌توان انواع مختلف پاداش‌ها را شامل موارد زیر دانست:

• جایگاه (Status): موقعیت بازیکن در بین دیگر بازیکنان در جدول رده‌بندی
• دسترسی (Access): امکان دسترسی به اطلاعات، اشخاص یا اشیایی که دیگر بازیکنان به آنها دسترسی نداشته یا دسترسی محدود دارند. (مثلا امکان داشتن عکس یادگاری یا خواننده و امضای وی پس از اتمام کنسرت)
• قدرت (Power): توانایی اثرگذاری یا تسلط بر دیگر بازیکنان، اطلاعات، اشیا یا داشتن حق انتخابی که دیگران نداشته

جدول امروز

با ۱۵۰میلیون کجا می توان خانه خرید؟

آچه در زیر می آید جدول قیمت معاملات انجام شده آپارتمان‌هایی در مناطق مختلف شهری تهران است که می توان با ۱۵۰میلیون تومان خرید. لازم به ذکر است این ارقام مربوط به اعلام سامانه رسمی املاک است.

منطقه	متراژ بنا (مترمربع)	عمر بنا (سال)	قیمت هر مترمربع (تومان)	قیمت کل (تومان)
خانه-خ ابطحی	۵۹	۵	۲/۲۰۰/۰۰۰	۱۲۸/۰۰۰/۰۰۰
شهرک کاروان- روبروی پارک کوهسار	۵۶	نوساز	۲/۲۰۰/۰۰۰	۱۳۰/۰۰۰/۰۰۰
خ مالکاشتر بین کارون و قصرالدشت	۴۷	کلنگی	۲/۳۰۰/۰۰۰	۱۲۳/۰۰۰/۰۰۰
کن سولقان- محله پایین	۶۵	نوساز	۲/۲۰۰/۰۰۰	۱۴۳/۰۰۰/۰۰۰
فلاح- میدان جلیلی	۵۷	نوساز	۲/۴۰۰/۰۰۰	۱۳۶/۵۵۰/۰۰۰
امیریه- پل امیریهادر- خ شراره	۴۵	کلنگی	۲/۵۰۰/۰۰۰	۱۱۶/۰۰۰/۰۰۰

کیوسک

طراحی شهر اختصاصی برای خودروهای بدون راننده



کیوسک

طراحی شهر اختصاصی برای خودروهای بدون راننده



به تازگی بخش بزرگی از محوطه دانشگاه میشیگان در Ann Arbor به طراحی یک شهر شبیه‌سازی شده برای خودروهای هوشمند بدون سرنشین اختصاص یافته تا نقاط ضعف و قوت این خودروها مشخص شود.

خودروهای بدون سرنشین زیادی در خیابان‌های این شهر تردد می‌کنند تا معلوم شود بدون حضور عابران پیاده احتمال برخورد این اتومبیل‌ها با همدیگر چقدر است. در این شهر که Mcity نام دارد خودروها و ساختمان‌های خالی از سکنه جایگزین انسان‌ها شده‌اند تا بتوان نتیجه عملی استفاده از خودروهای هوشمند را بررسی کرد. Mcity یک شهر ۱۳ هکتاری است که در آن فضای شهری مدرن شبیه‌سازی شده و البته قرار است برای بررسی شرایط خودروهای هوشمند در آن از روش‌هایی مانند ایجاد ترافیک مصنوعی، عبور و مرور ناگهانی افراد پیاده و… استفاده شود.

در این شهر که با هزینه ۶.۵ میلیون دلاری احداث شده بیش از ۴۰ مجموعه ساختمانی، تقاطع‌های مختلف، جاده‌ها، تونل‌ها، راه‌های اصلی و فرعی، نقاط دید کور و… گنجانده شده تا عملکرد خودروهای بدون سرنشین بررسی شود. علاوه بر دانشگاهیان و مقامات دولتی شرکت‌های بزرگ خودروسازی مانند جنرال موتورز، فورد، تویوتا و نیسان هم در اجرای این طرح همکاری دارند. براساس بررسی‌ها تا پنج سال دیگر شاهد تردد خودروهای بدون نیاز به راننده در جهان خواهیم بود و ارزش این بازار تا سال ۲۰۲۵ به ۴۰ میلیارد یورو می‌رسد.

۲۰۱۴، گرم‌ترین سال سیاره زمین

اداره ملی اقیانوسی و جوی ایالات متحده آمریکا در

خبری اعلام کرد، گرما در سال گذشته یعنی سال ۲۰۱۴ میلادی در عمر زمین بی‌سابقه بوده و نه‌تنها می‌تواند رکورد جدیدی باشد بلکه از آن به‌عنوان گرم‌ترین سال ثبت شده سیاره زمین یاد می‌شود.

این گزارش دستاورد ۴۱۳ دانشمند از ۵۸ کشور جهان است. در این گزارش مهم‌ترین نشانه‌های تغییرات اقلیمی زمین مانند روند گرم شدن، افزایش دمای زمین و اقیانوس‌ها، میزان سطح آب دریا، گازهای گلخانه‌ای، میزان آب شدن یخ‌ها و… مورد بررسی قرار گرفته‌اند. این روند صعودی در طول تاریخ سیاره زمین یک رکورد به شمار می‌رود.

آموزش فرود بر سطح مریخ در ناسا

نخستین کارگاه آموزشی «مناطق کاوشگری و فرود

در سطح مریخ برای ماموریت‌های انسانی» توسط ناسا برگزار می‌شود. ناسا نخستین کارگاه آموزشی ماموریت‌های انسانی» را ۵ تا ۸ آبان ۱۳۹۴ در هوستون تگزاس برگزار می‌کند.

هدف از برگزاری این کارگاه آموزشی آن است که موقعیت‌های مناسب برای فرود، زندگی و کار در سطح مریخ شناسایی و بررسی شوند.

اداره ماموریت‌های عملیاتی و کاوشگری انسانی (HEOMD) و اداره ماموریت‌های علمی (SMD) ناسا از این مناطق برای پیشبرد اهدافی همچون تعیین نقاطی که بیشترین بهره‌وری علمی از ماموریت‌های اکتشافی انسانی را موجب شوند و تعیین نقاطی که امکان تامین منابع مورد نیاز انسانی را داشته باشند بهره‌برداری می‌کنند.

توسعه مفاهیم و سامانه‌های مهندسی لازم برای نیروهای انسانی که قرار است در این مناطق کار کنند و تعیین ویژگی‌های اصلی مناطق تعیین شده که با استفاده از داده‌های فعلی قابل ارزیابی نیستند و نیز تعیین ارزیابی‌هایی که لازم است پیش از ماموریت‌های انسانی انجام شوند از دیگر اهداف اجرای این کارگاه آموزشی است.