

با تثبیت قیمت خوراک مجتمع‌های پتروشیمی گازی

کاهش قدرت چانه‌زنی در فروش محصولات پتروشیمی



بین‌الملل

مدیرعامل شرکت هندی اوان.جی.سی ویدش:

طرح ۱۰میلیارددلاری توسعه میدان گازی فرزاد «بی» به ایران ارائه شد

دریافت قرارداد توسعه میدان گازی فرزاد«بی»هستند.

توافق جامع هسته‌ای ۱۴ ژوئیه (۲۳تیرماه)

تهران و کشورهای گروه ۵+۱ در وین

به گزارش روز چهارشنبه ایرنا از

شبکه اطلاع‌رسانی نفت و انرژی، ان

کی ورما، گفت: شرکت یاد شده شاخه

بین‌المللی و بخش سرمایه‌گذاری شرکت

دولتی اکتشاف نفت و گاز هند، یک

طرح پیشنهادی جامع ۱۰میلیارددلاری

برای توسعه میدان گازی فرزاد بی در

خلیج‌فارس و ارسال گاز آن به هند،

تحويل ایران داده است.

کنسرسیومی به رهبری شرکت

اوان.جی.سی ویدش، بخش سرمایه‌گذاری

خارجی شرکت ملی نفت و گاز هند

(اوان.جی.سی) در سال ۲۰۰۸ میلادی

میدان گازی فرزاد بی را در بلوک

فراساحلی فارسی (بینالود) در خلیج‌فارس

کشف کردند؛ این کنسرسیوم که

شرکت‌های اوپل ایندیا و ایندین اوپل نیز

در آن حضور داشتند، هم‌اکنون خواستار

◀ الهه ابراهیمی

ثابت ماندن قیمت خوراک پتروشیمی‌های گازی تاثیر منفی بر بازار سهام این‌صنعت داشت، همچنین با تصمیم دولت، روند توسعه و سرمایه‌گذاری نیز با اما و اگرهای بیشتری مواجه شده است تاثیرات منفی سیاست‌گذاری جدید دولت در پتروشیمی در بازار فروش نیز اثر منفی خواهد داشت، زیرا با کاهش حاشیه سود، قدرت چانه زنی نیز کاهش می‌یابد.

مدت زیادی از اعلام خبر ثابت ماندن قیمت ۱۳سنتی خوراک پتروشیمی‌ها نمی‌گذرد، اما در همین مدت کوتاه تاثیرات منفی آن در اقتصاد کشور ملاحظه شد. پیش‌بینی‌ها بر کاهش قیمت خوراک بود اما با سیاست‌گذاری دولت این پیش‌بینی محقق نشد. سرمایه‌گذاران داخلی و به‌خصوص سرمایه‌گذاران خارجی انتظار داشتند که دولت ایران نرخ خوراک پتروشیمی‌ها کمتر از ۱۳ سنت اعلام کند زیرا بهای نفت‌خام ۵۰درصد کاهش یافته است. بدون شک با کاهش قیمت نفت، مشتقات و محصولات تولید شده از آن نیز با کاهش قیمت مواجه شده‌اند. براساس آمارهای موجود محصولات پتروشیمی بین ۲۰ تا ۴۰درصد کاهش قیمت داشته‌اند. تولیدکنندگان محصولات پتروشیمی در داخل کشور با ثابت ماندن خوراک از سودآوری کمتری برخوردار خواهند بود، از این رو تخفیفاتی که برای فروش محصولات‌شان ارائه می‌داند، کاهش خواهد یافت.

آنچه امروز شاهد هستیم این است که فروش محصولات پتروشیمی با کندی مواجه شده است، بنابراین موجودی انبارهای پتروشیمی به‌شدت افزایش یافته است براساس آمارهای موجود از ابتدای امسال تا پایان مردادماه بیش از ۹،۶۹میلیون تن محصول پتروشیمی در مجتمع‌های موجود و واگذار شده صنعت پتروشیمی تولید شده است. همچنین پیش‌بینی می‌شود ارزش صادرات محصولات پتروشیمی ایران به حدود ۱۱میلیارد دلار و ارزش فروش داخلی آن نیز به ۳۳۴ هزارمیلیارد ریال برسد، از این‌رو، ارزش فروش کل محصولات پتروشیمی کشور به ۲۲،۶میلیارددلار خواهد رسید.

در شرایط کنونی وزارت نفت برای بهبود وضع صادرات پتروشیمی خود را آماده می‌سازد و در انتظار عملیاتی شدن توافق هسته‌ای با کشورهای گروه ۵+۱ است و بازگانان حداقل برای مدتی انتظار تغییر خاصی به دلیل ورود دوباره ایران به بازار جهانی تجارت پتروشیمی ندارند، با این وجود ثابت ماندن قیمت خوراک شوک دیگری بود که به پتروشیمی وارد شد.

شرایط بهتر رقبای محصولات پتروشیمی

مهدی شریفی نیک نفس، عضو اتاق تهران و فعال در حوزه پتروشیمی در این باره به «فرصت امروز» می‌گوید: «قیمت محصولات پتروشیمی در داخل و خارج تابع فرمولی یکسان است، از این رو بالا یا پایین آمدن خوراک پتروشیمی تاثیر مستقیمی روی بازار فروش محصولات پتروشیمی نخواهد داشت اما بدون شک نمی‌تواند بدون تاثیر نیز باشد.»

وی با اشاره به اینکه وضعیت کنونی قیمت خوراک بر قدرت چانه‌زنی فروش محصولات تاثیر دارد، می‌افزاید:

«مجتمع‌های پتروشیمی خوراک را با هر قیمتی که دریافت کنند باید به محصول تبدیل کنند، در شرایط کنونی با توجه به اینکه حاشیه سود محصولات کاهش می‌یابد، فرآیند فروش از همان ابتدا با حداقل تخفیفات خواهد بود. از این رو رقبای ما در بازارهای خارجی شرایط مناسب‌تری برای فروش محصولات خواهند داشت زیرا می‌توانند تخفیفات بیشتری به مشتری‌ها بدهند.»

شریفی نیک‌نفس با بیان اینکه حاشیه سود فروش محصولات در مقایسه با فرآیند تولید آن بالاتر است، می‌گوید: «در حال حاضر فضای انعطاف‌پذیری فروشنندگان محصولات پتروشیمی کاهش خواهد یافت.»

شرکت‌های بسیاری درفروش محصولات پتروشیمی فعال هستند و سود مناسبی نیز عاید آنها می‌شود. زیرا چشم‌انداز آینده اقتصاد جهان، نشانگر افزایش قابل توجه تقاضای انرژی است. از سویی ایران با دارا بودن بیش از ۱۵۱میلیارد بشکه ذخایر نفتی قابل استحصال و ۳۳ تریلیون مترمکعب ذخایر گازی، از نظر مجموع ذخایر هیدروکربوری جایگاه ممتازی را در بین دیگر کشورها دارد و می‌تواند تسلط بیشتری بر بازار داشته باشد.

توسعه فضای دلال بازی

سیدحمید حسینی عضواتحادیه صادرکنندگان فرآورده‌های نفتی و کارشناس حوزه پتروشیمی با بیان اینکه فروش محصولات تابع بازار است و تثبیت قیمت خوراک روی قیمت تمام شده تاثیرگذار است نه قیمت فروش، به «فرصت امروز» می‌گوید: «قیمت محصولات پتروشیمی فرمول جهانی دارد و تابع بازار داخلی ایران نیست. از این رو قیمت خوراک و تثبیت آن نمی‌تواند تاثیر چندانی بر بازار فروش داشته باشد اما این بدین معنا نیست که بازرگان این صنعت دچار هیچ آسیبی نشود.»

وی با اشاره به اینکه ایران تعیین‌کننده قیمت محصولات پتروشیمی نیست، می‌افزاید: «ثابت ماندن قیمت به مدیران فروش محصولات پتروشیمی فشارمی‌آورد تا بر فرآیند فروش دقت بیشتری داشته باشند و درصورت امکان هزینه‌های فروش را کاهش دهند. اما از آنجا که بسیاری از پتروشیمی‌ها مستهلک شده‌اند فضا برای صاحبان پتروشیمی سخت‌تر شده است و بر سود تمام شده کالاهای تولید تاثیر مستقیم خواهد داشت.»

این کارشناس معتقد است، فضای کنونی رقابت فروشنندگان ایرانی رامحدودتر خواهد کرد. از سویی ممکن است فضای دلال بازی را توسعه دهد زیرا مدیران به نقدینگی نیاز خواهند داشت و این فضا برای افراد دلال مناسب‌تر است، در حالی که خیلی‌هاانتظار دارند به دلیل کاهش حاشیه‌سود حضور دلالان کاهش یابد.

بدون شک با تکمیل ظرفیت تولید پالایشگاه‌های گازی فازهای ۱۵ تا ۱۸ پارس جنوبی در اواسط سال جاری و همچنین راه‌اندازی بخشی از فاز ۱۹ پارس جنوبی وضعیت مجتمع‌های پتروشیمی گازی بهتر از پارسال خواهد بود و می‌توانند خوراک بیشتری را دریافت کنند اما از آنجا که حاشیه سود محصولات تولیدی کاهش می‌یابد، از این رو فضای کار به جای شفاف شدن، مهم‌تر از همیشه خواهد بود.



در تولید و خدمات فنی است.

یک هیات هندی به سرپرستی راجیو

مهریشی معاون وزیر دارایی هند چندی

پیش به تهران سفر کردند، این هیات از

مقام‌های وزارتخانه‌های دارایی، نفت و بانک

مرکزی هند تشکیل شده بود.

وزارت نفت هند امیدوار است ایران را

متقاعد کند تا امتیاز توسعه میدان گازی

فرزاد بی را به شرکت هندی اوان.جی.سی

ودیش واگذار کند، این میدان، یکی از

بزرگ‌ترین میدان‌های گازی است که تاکنون

وی با اشاره به این کشور کشف کرده است.

با این حال، کنسرسیوم هندی پیش‌تر

۷میلیارد دلاری در این پروژه کناره‌گیری

کرد.

غلامرضا انصاری، سفیر جمهوری اسلامی

ایران در دلی نو ماه گذشته میلادی گفته

بود: هند اولویت نخست برای توسعه میدان

گازی فرزاد «بی» است، اما از آنجا که بازار

به سرعت در حال تحول است، هند باید

سریع‌تر حرکت کند.

اخبار



مدیرکل دفتر مدیریت به‌هم پیوسته

حوضه‌های آبریز دریای خزر و دریاچه ارومیه:

احیای دریاچه ارومیه هنوز به

بسیج همگانی منتهی نشده است



مدیرکل دفتر مدیریت به‌هم پیوسته حوضه‌های آبریز دریای خزر و دریاچه ارومیه گفت: اراده جدی برای مقابله با برداشت‌های غیرمجاز آب در حوضه دریاچه ارومیه وجود ندارد و این موضوع به یک بسیج همگانی و مشارکت مردمی منتهی نشده است.

به گزارش پاون، «سیدمرتضی موسوی» با بیان این مطلب اظهار کرد: تا قبل از سال آبی ۷۴-۷۳ متوسط سالانه بارش در حوضه آبریز دریاچه ارومیه، ۳۸۵ میلی‌متر بود، ولی پس از آن تا سال‌های اخیر، به طور میانگین، سالانه کمتر از ۳۱۷ میلی متر بارش را تجربه کردیم. این تغییر اقلیمی منجر شد تا یکمیلیارد و ۰۰۰میلیون مترمکعب پتانسیل آب تجدیدپذیر این حوضه کاهش یابد، با این حال مصارف همچنان رو به افزایش بود.

وی افزود: عوامل اصلی در خشک شدن دریاچه ارومیه را می‌توان تغییرات اقلیمی و تداوم خشکسالی‌ها، توسعه نادرست بخش کشاورزی و تغییر الگوی کشت از انگور به سیب و چغندر، شیوه‌های نادرست مصرف و نادیده گرفتن نیاز آبی دریاچه بوده است.

موسوی با اشاره به گسترش سطح زیرکشت در این دریاچه گفت: سطح زیرکشت کشاورزی آبی در حوضه دریاچه ارومیه در سال ۱۳۵۳ حدود ۳۳۰هزار هکتار بود و این رقم طی سال‌های بعد به‌ویژه با جهش خاصی از سال ۱۳۸۸به حدود ۵۰۰هزار هکتار افزایش یافت.

وی تصریح کرد: اگر خود را با شرایط هیدرولوژیکی حوضه آبریز تطبیق می‌دادیم و مصارف خود را با توجه به کاهش حجم آب حوضه متعادل می‌کردیم، دریاچه به این روز نمی‌افتاد.

موسوی با بیان اینکه هنوز هم احیای دریاچه ارومیه به یک مطالبه عمومی از طرف مردم سه استان مذکور تبدیل نشده است، گفت: در غیراین صورت شاهد همکاری گسترده مردم برای تنظیم مصرف آب در حوضه بودیم، حال آنکه شاهد اتفاقی معکوس هستیم؛ بدین معنا که استان آذربایجان‌شرقی ۴۰۰میلیون مترمکعب و استان آذربایجان غربی حدود یکمیلیارد مترمکعب بیش از سهم خود آب مصرف می‌کند و حقایه دریاچه نادیده گرفته شده است.

وی ادامه داد: هم‌اکنون در حوضه آبریز دریاچه ارومیه بیش از ۴میلیارد و ۰۰میلیون مترمکعب آب مصرف می‌شود، حدود ۵۳۴میلیون مترمکعب صرف حوزه شرب و صنعت و بقیه در بخش کشاورزی مصرف می‌شود. با این حال نباید همه مشکلات را به گردن کشاورز انداخت، بلکه زنجیره تامین و توزیع آب و سیستم‌های آبیاری باید اصلاح شود.

موسوی افزود: زیرساخت‌های بخش کشاورزی و ارتقای سیستم‌های آبیاری باعث تکمیل این زنجیره و در نتیجه کنترل و کاهش مصرف آب می‌شود، اگر تمام این حلقه‌ها اصلاح نشود، وضع به همین منوال است.

وی تصریح کرد: نباید اجازه دهیم افرادی از آسی که متعلق به همه و حقوق عامه تسسل فعلی و نسل‌های آینده است بدون داشتن پروانه بهره‌برداری و مجوز سواستفاده کنند.

موسوی با بیان اینکه متأسفانه هنوز به این باور نرسیده‌ایم که آب یک مقوله فرایضی است، گفت: همه مردم و دستگاه‌ها باید برای حل بحران آن بسیج شوند، مردم بومی و محلی، خود باید پیش‌قراول بوده و به میدان بیایند و در چارچوب قانون اجازه تخلف در محدوده خویش را به کسی ندهند.

وی افزود: سرزمین ما به خطر افتاده و مرگ خاموش، دشت‌ها، تالاب‌ها و دریاچه‌های کشور را فراگرفته است، اما هیچ نوع دلمشغولی و دغدغه‌ای وجود ندارد. اگر منابع طبیعی از جمله آب را یک گنجینه بین نسلی بدانیم، همگان وظیفه داریم برای نسل‌های بعدی این ثروت را حفظ کنیم.

وی با تاکید بر اینکه احیای دریاچه ارومیه با افزایش جریان‌های ورودی حاصل می‌شود، گفت: این موضوع مستلزم جلوگیری از برداشت‌های غیرمجاز از منابع آب اعم از سطحی و زیرزمینی و کاهش مصارف آب با همکاری تمام ذی‌نفعان و ذی‌مخلان اعم از دستگاه‌های دولتی، مقامات و مسئولان منطقه و به‌خصوص کشاورزان عزیز است.

موسوی یادآور شد: حوضه آبریز دریاچه ارومیه دارای ۱۷ رودخانه دائمی و ۱۲ رودخانه فصلی است که در این میان رودخانه‌های زرنه رود با ۴۱درصد، سیمینه رود ۱۱درصد و آچی چای با ۱۰درصد بیشترین حجم آب حوضه را تامین می‌کنند، رودخانه‌های گذارچای ۸درصد، باراندوز و نالزو چای ۶درصد، مهاباد چای ۵درصد و بقیه سهم کمتری در آبدهی دارند.

وی تصریح کرد: در صورت اعمال مدیریت درست در زمین‌های کشاورزی اطراف این رودخانه‌ها و رعایت سهم مصرف در هر استان، بسیاری از مشکلات کاهش می‌یابد. باید پذیریم ما دچار بی‌نضابلی در بهره‌برداری از منابع آبی هستیم و فقط با اعاده انضباط، دریاچه ارومیه احیا می‌شود.



یادداشت

نقش فعالیت نهادهای غیردولتی در حمایت از کار آفرینی زنان

میترا نصیری

کارشناس اقتصادی

موسسه جی اس جی Gaza Sky Geek با همکاری و کمک مالی گوجل برنامه‌ای تدارک دید تا همکاری زنان را در استارت‌آپ‌ها در غزه افزایش دهد. به‌رغم مشکلات اقتصادی غزه دست‌اندرکاران معتقدند فرصت‌های زیادی برای رشد سرمایه‌گذاری در غزه می‌توان یافت. نقش رهبری زنان در کارآفرینی حوزه فناوری یکی از این فرصت‌ها بوده است. به‌عنوان مثال در حالی که در سایر نقاط دنیا نرخ مشارکت زنان در رویدادهای آموزشی-تجربی تحت عنوان استارت‌آپ ویکند - که درسه روز متوالی (در انتهای هفته) برگزار می‌شود و در آن شرکت‌کنندگان گرد هم می‌آیند تا طی ۵۴ ساعت ایده‌های‌شان را مطرح کنند، گروه تشکیل بدهند و هر گروه ایده‌ای را اجرا کند - ۱۵درصد بوده این میزان در غزه برای زنان ۳۰درصد بوده است.

محاصره و بسته بودن این سرزمین آن را از بقیه دنیا منفک کرده و طبق گفته دست‌اندرکاران طرح جی اس جی آنها از این مسئله به‌عنوان یک فرصت استفاده کرده‌اند و در واقع این محدودیت باعث شده که آنچه به‌عنوان دست پایین نگه داشتن زنان مطرح است به غزه سرایت نکند. اما ریسک‌آری ۵۰ درصدی در غزه باعث شده که خانواده‌ها از کسب درآمد توسط هر عضو از خانواده استقبال کنند و حضور زنان در رویدادهای آخر هفته کاملاً مورد پذیرش خانواده‌هاست زیرا این برنامه در فضای زنانه برگزار می‌شود و این به خانواده‌ها اطمینان می‌دهد که آنها در امنیت قرار دارند.

اما از سوی دیگر فعالیت‌های این موسسه با چالش‌هایی نیز مواجه است از جمله آنها می‌توان نقش خانواده در تصمیم‌گیری برای زنان و این که شأن خانواده کاری را که از ابتدا ایجاد درآمد نکند پایین می‌داند و ترجیح می‌دهد که دختران با طی یک دوره مدرک بگیرند تا اینکه وقت خود را در یک فضای کاری بدون کسب درآمد آنی بگذرانند و دیگر آنکه خانواده‌ها با منابع محدودی که دارند دوست دارند یک حقوق ماهانه داشته باشند زیرا حتی هزینه رفت‌وآمد به محل کار بدون کسب درآمد فوری برای آنها سنگین است.

تمای این موانع باعث شده که این موسسه به راه‌حلهایی بیندیشد. در ابتدا این موسسه مبلغ کوچکی (معادل صد دلار در ماه) به کسانی که در برنامه مشارکت فعال دارند می‌پردازد هدف این کار آن است درآمدزا بودن این کار برای خانواده‌ها ملموس شود. دریافت همین مبلغ اندک هم باعث می‌شود که اعتماد خانواده‌ها به فعالیت زنان بیشتر شود و این موسسه با ارسال پیامک به پدران و همسران آنها را به‌طور مداوم از پیشرفت‌های شرکت کنندگان باخبر کرده و امیدوار می‌سازد. دست‌اندرکاران این برنامه دریافت‌اند تا وقتی که ایجاد یک استارت‌آپ در جامعه به‌عنوان ارزش شناخته نشود کارها پیشرفت چندانی نمی‌کند و تصمیم گرفته‌اند که روی این موضوع کار کنند لذا دست به ایجاد چنین جامعه‌ای زدند یعنی گروه‌هایی ایجاد کردند که شامل ۱۰ خواهر بزرگ که قبل کسب و کار خود را ایجاد کرده‌اند و ۱۰ خواهر کوچک که توانایی بالقوه این کار را بروز داده‌اند باشد. این فعالیت باعث شد که خواهران بزرگ برای اینکه الگو شوند بیشتر فعالیت کنند و نیز افراد جدیدی را به گروه اضافه کنند. هر کدام از خواهران بزرگ با استادکاران در خارج در تماس قرار داده شدند و این افراد پاسخگوی پرسش‌های آنها درباره چالش‌های کار هستند. دست‌اندرکاران این طرح موفق شدند با فراهم آوردن آموزش جامع‌تر و باکیفیت‌تر برای زنان در میان سه نفر از کارآفرینان خود دو زن کشته‌شدند.

با توجه به شور و شوق استارت‌آپی در ایران و مزیت این نوع فعالیت از آن جمله اینکه در این نوع کسب و کار نیاز به ثبت شرکت نیست و یک گروه موفق می‌تواند با آزمون و خطا راه‌های مختلفی را امتحان کند و بازخورد محصول خود را بسنجد در واقع در این روش کسب و کار افراد مدل تجاری خود را روی بوم کسب و کار می‌سنجند. این روش می‌تواند برای زنان که شاید صبر و حوصله بیشتری دارند جایگاه ویژه‌ای یابد لذا تشویق ایجاد این سبک کسب‌وکار می‌تواند در دستور کار موسسات غیردولتی فعال در امور زنان قرار گیرد.



خودرو

MG GS، رونمایی شد

روز گذشته از خودروی تازه MG رونمایی شد. به گزارش «فرصت امروز»، شرکت مدیا موتورز نمایندگی انحصاری برند MG محصول تازه این شرکت را برای بازار ایران رونمایی کرد. MG GS چهار سیلندر ۲۰۰۰ سی‌سی با قدرت موتور ۲۱۷ اسب بخار در دور ۵۰۰۰ و گشتاور ۲۵۰ نیوتن متر در دور ۴۰۰۰-۲۵۰۰ است. سیستم فرمان الکتریکی (EPS)، سیستم تعلیق جلو مک‌فرسون و عقب بازوهای چندگانه مستقل، سیستم ترمز جلو-عقب دیسکی و پدال تعویض دنده از پشت فرمان از ویژگی‌های این خودرو است که به‌زودی در بازار ایران ارائه خواهد شد. شرکت مدیا موتورز هنوز قیمت این مدل و زمان ارائه آن را مشخص نکرده است.

مسئولان دولتی از برنامه‌های دولت برای برقراری استانداردهای تازه و ارتقای جایگاه خدمات پس از فروش، در صنعت خودرو خبر می‌دهند. محمد شریعتمداری، معاون اجرایی رئیس‌جمهور از بومی‌سازی استاندارد پیورو آن کپ در صنعت خودروی ایران خبر داد و رئیس سازمان گسترش و توسعه نوآوری ایران می‌گوید که وزارت صنعت به دنبال بهبود وضعیت خدمات پس از فروش است. به گزارش خبرنگار «فرصت امروز»، شریعتمداری در مراسم افتتاح خط تولید وانت دو کابینه ايسوزو، درباره استاندارد پیورو آن کپ اظهار کرد: استاندارد پیورو آن کپ که استاندارد فعلی تولید خودرو در اروپاست توسط سازمان ملی استاندارد ایران بومی‌سازی شده و تحت عنوان استاندارد ایران آن کپ در صنعت خودرو اجرایی خواهد شد. خودروسازان با اجرای استاندارد ایران آن کپ کیفیت محصولات خود را ارتقا خواهند داد.

او ادامه داد: در آینده نزدیک با توافق صورت گرفته با خودروسازان داخلی کنترل کاملی روی کیفیت همه قطعات خودرویی و در نتیجه خودروی تولید شده در کشور صورت خواهد گرفت. شریعتمداری با بیان اینکه از مدتی پیش شرکت‌های مختلف اروپایی با حضور در ایران تلاش می‌کنند از بازار بزرگ ایران استفاده کنند، گفت: به همین خاطر دولت در شرایط پسانتحریم و در چارچوب سیاست‌های اقتصاد مقاومتی ابلاغی از سوی مقام معظم رهبری برنامه‌ای تهیه کرده که تحت نظارت معاون اول رئیس‌جمهوری اجرا خواهد شد.

معاون اجرایی رئیس‌جمهور با تأکید بر اینکه برنامه اقتصاد مقاومتی موجب جلوگیری از قرار دادن بازار ایران در اختیار کالاهای آماده خارجی خواهد شد، تصریح کرد: فروشندگان خارجی کالا باید بدانند که زمان نگاه به ایران به‌عنوان بازاری برای فروش کالا به پایان رسیده و این دولت اجازه نخواهد داد ایران به بازاری برای فروش کالاهای خارجی و بعضاً مانند برخی دوره‌ها کالاهای بی‌کیفیت خارجی تبدیل شود.

شریعتمداری با بیان اینکه تولیدکنندگان خارجی باید با تولیدکنندگان داخلی شرکت مشترک تأسیس کنند، تصریح کرد: تولیدکنندگان خارجی باید به تولید مشترک در ایران پرداخته و بازار ۲۵۰ میلیون نفری اطراف ایران را طرف صادرات خود قرار دهند. او افزود: ما دیگر سرمایه‌گذاری مانند سرمایه‌گذاری تالپوت در ایران که به‌وسیله آن تولید پیکان از سال ۴۶ تا انتها با یک شکل و فقط با تغییر مدل چراغ‌ها صورت گیرد نخواهیم داشت بلکه باید جدیدترین مدل‌های خودروهای خارجی در ایران تولید شود. گذشت آن ایامی که ایران هر روز خودروی پیکان سال ۴۶ را به‌عنوان قرص آسپهرین تولید کند و در اختیار مردم بگذارد بلکه باید برای سلاقی گوناگون خودروهای مختلف با قیمت‌ها و امکانات متفاوت تولید کنیم.

معاون اجرایی رئیس‌جمهور با تأکید بر اینکه باید از نشاط ایجاد شده با روی کار آمدن دولت تدبیر و امید مراقبت کنیم تا

به دلیل برخی مشکلات فضای کسب‌وکار تولیدکنندگان دچار یأس نگردد و روند رشد صنعتی کند نشود، اظهار کرد: در این زمینه اگر وزیر صنعت، معدن و تجارت یا رئیس سازمان گسترش و توسعه نوآوری ایران در حمایت از تولید داخلی مخصوصاً صنعت خودرو که البته انتقاداتی به آن وارد است، با جدیت و احساسات وارد گفت‌وگوی رسانه‌ای شدند، علت آن حمایت از اشتغال داخلی، حمایت از ایجاد درآمد برای خانواده‌های ایرانی و حمایت از شور و تلاش جوانان ایرانی است.

نمی‌توان به سادگی از صنعت خودرو گذشت

در ادامه این مراسم، رضا نوروززاده، رئیس سازمان گسترش و توسعه نوآوری ایران گفت: صنعت خودرو ۲۲ هزار میلیارد تومان انواع قطعه را در داخل کشور تهیه می‌کند، بنگاه‌های عظیم تولیدی به صنعت خودرو متصل هستند و نمی‌توان به سادگی از این بازار بزرگ گذشت.

او با بیان اینکه در حال حاضر حساسیت بر صنعت خودرو زیاد شده است، تصریح کرد: البته بخشی از منتقدان، مخالفان دولت هستند که باید به آنها گفت آنهايي که باید به نفع ما شهادت بدهند خود اکنون مدعی شده‌اند. خودرو کالای مورد نیاز مردم است و اگر آن را تولید نکنیم باید میلیاردها دلار صرف واردات کنیم که منطقی نیست.

معاون وزیر صنعت، معدن و تجارت ادامه داد: برخی اقدامات گذشته هزینه‌های سنگین مالی به خودروسازان تحمیل کرد و نتیجه‌اش افت شدید تولید بود که البته از سال گذشته تولید مجدداً صعودی شد. با آن اقلیت کاری ندارم اما به اکثریت جامعه عرض می‌کنم که انتقاد حق ملت است. اگر انتقاد نباشد اصلاحی نیز صورت نمی‌گیرد.

نوروززاده با تأکید بر اینکه وزارت صنعت به دنبال ارتقای وضعیت خدمات پس از فروش خودرو است، توضیح داد: ۴۱ شرکت تولیدکننده و واردکننده خودرو داریم که البته خدمات پس از فروش نیز جزو لاینفک فرایند فروش خودرو است. وزارت صنعت، معدن و تجارت به دنبال این است که شرکت‌های خدمات پس از فروش جایگاه خود را ارتقا دهند. هم‌اکنون فقط سه شرکت مزدا یدک، پارس‌خودرو و ایساکو در رتبه یک قرار دارند، بنابراین از بقیه شرکت‌ها می‌خواهیم براساس سیاست‌های ابلاغ شده وزارت صنعت، معدن و تجارت سطح خدمات خود را ارتقا دهند.

رئیس سازمان گسترش و توسعه نوآوری ایران تصریح کرد: طبق آماری که اخیراً منتشر شده ایران بازار دهم جهان از نظر میزان مصرف است، بنابراین در فضای ایجاد شده در سایه درایت دولت تدبیر و امید که گروه‌های مختلف تولیدکننده و تجار خارجی در راه ایران هستند، ضمن خوشامدگویی به آنها باید متذکر شد تولیدکنندگان خارجی نباید نگاه‌شان فقط فروش محصول در ایران باشد بلکه باید ایران را به پایگاه تولید محصول تبدیل و از بازار ۳۰۰ میلیونی منطقه استفاده کنند.

مسئولان دولت اعلام کردند

برنامه‌های تازه برای بهبود کیفیت خودرو



صنعت

مدیرعامل شرکت لوله‌سازی اعلام کرد

کمبود نقدینگی از مشکلات لوله‌سازی اهواز



فولاد خوزستان بدهی بانک‌های ملی، تجارت، صادرات و توسعه صادرات را پرداخت کرده‌است

خط تولید بود که با درآمدزایی از آن مشکلات پرسنلی و شرکت حل شد. وی خاطرنشان کرد: در سال‌های گذشته شرکت لوله‌سازی اهواز به علت توقف پروژه‌های ملی دچار رکود شد که خوشبختانه طی سه سال اخیر با همکاری همه بخش‌های شرکت، پروژه‌های عمرانی ملی گرفتیم و میزان تولید را افزایش دادیم به‌طوری‌که تولید سال ۹۲ را نسبت به ۹۱، ۸۳ درصد افزایش و تولید سال ۹۳، ۱۳۹ درصد افزایش داشته است و با برنامه‌ریزی‌های انجام شده برنامه داریم که

دیگر با شرکت مناطق نفت‌خیز جنوب جهت تولید لوله‌های ۲۰ و ۳۰ اینچ منعقد شد که این قرارداد و تولید این نوع لوله‌ها موجب شد از واردات به خوزستان ممانعت شود.

شرکت لوله‌سازی اهواز گفت: با افزایش درآمد‌های شرکت خیلی از مشکلات را حل کردیم به‌گونه‌ای که بدهکاری به بانک‌های ملی، تجارت، صادرات و توسعه صادرات را رفع کردیم و همچنین با پروژه‌های ملی که در دست داریم در کوتاه‌مدت بسیاری از مشکلات دیگر را حل خواهیم کرد.

وی تصریح کرد: قرارداد با شرکت توسعه ملی گاز از دیگر پروژه‌های ملی است که در قالب آن ۱۱۵ هزار تن لوله برای این شرکت

تولید خواهیم کرد و این لوله‌ها برای خط انتقال و صادرات گاز به یک کشور همسایه به کار می‌رود.

بساق‌زاده افزود: از دیگر مشکلات، مبلغ پیش پرداخت تولیدات است. شرکت‌های متقاضی فقط ۲۵ درصد مبلغ تولید لوله‌ها را پرداخت می‌کنند درحالی‌که هزینه مواد اولیه تولید، بیش از ۷۰ درصد مبلغ کل است و بنابراین از متقاضیان می‌خواهیم که حداقل ۵۰ درصد مبلغ را پیش پرداخت کنند.

وی تصریح کرد: در حال حاضر دو تفاهم‌نامه داریم که به قرارداد منتج شده است؛ یکی تفاهم‌نامه سه جانبه با شرکت فولاد اسکین و شرکت ملی مناطق نفت‌خیز جنوب است که در قالب آن تولید لوله‌های ۴۲ و ۴۸ اینچ را برعهده داریم.

تفاهم‌نامه دیگر با یک شرکت خارجی برای تولید لوله‌های ۲۲ اینچ است که طول لوله‌های درخواستی ۱۲۶ کیلومتر است. هم‌اکنون کارهای مقدماتی تولید این لوله‌ها آغاز شده و به‌زودی تحویل داده می‌شود.

نشست تجار ایران و عراق برای تقویت تجارت



هیات تجاری ۳۰ نفره از سلیمانیه عراق با فعالان اقتصادی استان کرمانشاه گفت‌وگو کردند.

به گزارش ایسنا، کیوان کاشفی، رئیس اتاق بازرگانی کرمانشاه در ابتدای این دیدار که دیروز (چهارشنبه) در اتاق بازرگانی کرمانشاه برگزار شد، ابزار امیدواری کرد این دیدار زمینه‌ساز تقویت فضای اقتصادی دو کشور و استان کرمانشاه و سلیمانیه شود.

وی با اشاره به نیازهای بازار دو کشور ادامه داد: روابط اقتصادی و تجاری ایران و عراق از کرمانشاه و سلیمانیه آغاز می‌شود.

کاشفی از سابقه طولانی تعامل تجاری کرمانشاه و سلیمانیه یاد کرد و افزود: اتاق بازرگانی کرمانشاه و سلیمانیه از چند سال قبل کار خود را آغاز کرد و نقش بسزایی در حل مشکلات تجاری و اقتصادی دو طرف داشته است.

وی معتقد است: در برخی موارد سطح روابط دو استان از مبادلات اقتصادی بالاتر رفته و به تعاملات فرهنگی تبدیل شده که این امر خود پشتیبانه تعاملات اقتصادی بیشتر است.

عضو هیأت‌رئیس‌ه اتاق ایران خاطرنشان کرد: به علاوه در گذشته هر سال یا هر دو سال یکبار شاهد برگزاری نمایشگاه توانمندی‌های ایران در سلیمانیه بودیم که در سال‌های اخیر به دلیل برخی مشکلات اقتصادی از جمله بالا رفتن نرخ ارز، برگزاری این نمایشگاه به تأخیر افتاد.

به گفته کاشفی هم‌اکنون برنامه‌ریزی برای برگزاری مجدد این نمایشگاه در عراق که همواره جزو بهترین نمایشگاه‌ها هم هست، در دست انجام است.

رئیس اتاق بازرگانی کرمانشاه به سفر هیأت تجاری سلیمانیه عراق نیز اشاره و تأکید کرد: این هیأت در سفر دو روزه خود به کرمانشاه از واحدهای صنعتی و تولیدی استان بازدید خواهند داشت تا قابلیت‌های استان را در بخش‌های مختلف تجاری، کشاورزی، صنعتی، پزشکی و گردشگری بشناسند و در پایان نیز جمع‌بندی این سفر در دیدار با استاندار کرمانشاه مطرح خواهد شد.

وی ابزار امیدواری کرد در پایان این سفر تعاملات دو طرف خصوصا در بعد گردشگری و درمان بیشتر و مشکلات دو طرف در حوزه‌های مختلف نیز مرتفع شود.

رئیس اتاق کرمانشاه تردد و صدور ویزا را از مهم‌ترین این مشکلات برشمرد و اظهار کرد: امیدواریم با حل این مشکل شاهد سهولت در تردد و ارتباطات بیشتر دو طرف باشیم.

پس از این نشست سه پل تخصصی در بخش‌های موادغذایی، نفت و پتروشیمی و لوازم ساختمانی و وسایل وابسته برگزار شد.

سهم بیمه‌های زندگی از صنعت بیمه بسیار اندک است

وزیر امور اقتصادی و دارایی با اشاره به توسعه‌یافتگی بخشی از صنعت بیمه گفت: سهم بیمه‌های زندگی از پرتفوی صنعت بیمه بسیار اندک است و کشور ما در مقایسه با سایر کشورها در این زمینه رشد چندانی نکرده است. به‌رغم اینکه بخشی از صنعت بیمه از حوزه بیمه‌های بازرگانی خارج شده اما ضرب نفوذ بیمه افزایش پیدا کرده است.

به گزارش ایسنا، علی طیب‌نیا گفت: با توجه به اینکه ذات صنعت بیمه امیدبخشی است، انتظار می‌رود که شرکت‌های بیمه از امن‌ترین فضاها باشد.

وی با اشاره به اینکه در سالیان اخیر مشکلات عدیده‌ای در بخشی از نظام بانکی و صنعت بیمه وجود داشت، گفت: این مشکلات به دلایل عدم توانگری شرکت‌ها و عدم نظارت صحیح بر آنها ایجاد شد و کل بازارهای مالی را با خطر مواجه کرده است.

طیب‌نیا در بخش دیگری از سخنانش تصریح کرد: صنعت بیمه با عمر نسبتاً طولانی خود در جامعه گسترش پیدا نکرده و اگر اطلاعات دیگری بر این صنعت وارد شود نمی‌تواند به جایگاه اصلی خودش برسد.

رئیس مجمع بیمه مرکزی با تأکید بر افزایش توانگری شرکت‌های بیمه گفت: در این مسیر باید موضوع افزایش سرمایه شرکت‌ها را جدی بگیریم و وضعیت مالی و حرفه‌ای متقاضیان شرکت‌های جدید نیز باید مورد تأیید بیمه مرکزی باشد. وزیر امور اقتصادی و دارایی گفت: قرار نیست بیمه مرکزی به‌عنوان رقیب شرکت‌های بیمه عمل کند و خوشبختانه سیاست‌های صحیح بیمه مرکزی باعث شده که بیمه‌های اتکایی کاهش یابند.

وی با اشاره به سهم ۴۶ درصدی بیمه ایران در پرتفوی صنعت بیمه گفت: این آمار نشان می‌دهد که سهم بخش خصوصی افزایش پیدا کرده و این موضوع ناشی از این نیست که بیمه ایران ناتوان عمل کرده بلکه به دلیل تلاش بخش خصوصی در این عرصه است. وزیر امور اقتصادی و دارایی نقش بیمه ایران در صنعت بیمه کشور را در این عرصه معرفی ابزارهای نوین و جا نداشتن آنها دانست و گفت: با سیاست‌های اتخاذ شده از طرف بیمه مرکزی، سمت و سوی فعلی صنعت بیمه سمت و سوی درستی است.

وزیر امور اقتصادی و دارایی در بخش دیگری از سخنانش با اشاره به لغو تحریم‌ها گفت: با برداشته شدن تحریم‌ها فضای جدیدی حاکم خواهد شد. در چند سال گذشته به‌خاطر تحریم‌ها سیستم بانکی و بیمه‌ای از سیستم‌های نرمال فاصله گرفته بودند و شرایط جدید علاوه بر استفاده از تجربیات و آثار مثبت شرایط تحریم، می‌توان به استانداردهای جهانی نزدیک شد.

لیلا مرگن

هفتمین نمایشگاه زنان و تولید ملی که از ۱۸ شهریور ماه در بوستان گفت‌وگو کار خود را آغاز کرده بود، روز جمعه به کار خود پایان می‌دهد. در این نمایشگاه برندهای مختلفی در کنار برندهای تحت پوشش طرح کوثر حضور یافته‌اند. برخی غرفه‌داران حاضر در این رویداد از کوچک بودن سطح غرفه‌ها به دلیل افزایش تمایل فعالان بخش پوشاک برای حضور در این نمایشگاه خبر می‌دهند.

هفتمین نمایشگاه زنان و تولید ملی از چهارشنبه هفته گذشته اقدام به عرضه مستقیم محصولات پوشاک کرده است. به گفته الهه عطایی، معاون ستاد هماهنگ‌سازی زنان، شهرداری ۱۳۰ مرکز مهارت آموزش کوثر دارد که زنان سرپرست خانوار را تحت پوشش قرار می‌دهد. ۷۸ درصد زنان مهارت‌آموز، در زمینه تولید پوشاک فعال هستند. بنابراین شهرداری برای معرفی آنها و حمایت برندها از حیث محصول و بازاریابی، دو بار در سال دست به برگزاری نمایشگاه می‌زند. وی اضافه می‌کند: نمایشگاه زنان و تولید ملی سالانه دوبار در اسفندماه و شهریورماه یعنی مصادف با ایام عید نوروز و بازگشایی مدارس برگزار می‌شود. به این ترتیب فضای مناسبی برای عرضه مستقیم محصولات به دست مصرف‌کننده فراهم می‌شود.

عطایی می‌گوید: در این نمایشگاه، برخلاف سایر نمایشگاه‌ها غرفه‌داران نمی‌توانند محصولات به‌جامانده خود را به فروش برسانند، بلکه باید پوشاک فصل عرضه کنند. وی ادامه می‌دهد: حضاران در این نمایشگاه تولیدکننده بوده و محصولات خود را به عرضه‌کننده‌ها تحویل می‌دهند و در جریان عرضه محصول، ۳۰ درصد به قیمت کالا افزوده می‌شود. بنابراین حضور در چنین نمایشگاهی که هدف آن عرضه مستقیم کالا است، سبب می‌شود به‌طور خودکار پوشاک ۳۰ درصد ارزان‌تر در اختیار مصرف‌کننده قرار گیرد. معاون ستاد هماهنگ‌سازی زنان از تخفیف ۵۰ درصدی در بخش حجاب با ارائه کارت دانشجویی خبر داده و عنوان می‌کند: محصولات عرضه شده توسط برندهای مختلف در نمایشگاه، با تخفیف ۳۰ تا ۵۰ درصدی به بازدیدکنندگان عرضه می‌شود.

تعیین مساحت غرفه‌ها معضل اصلی نمایشگاه
حضور زنان سرپرست خانوار، مهم‌ترین مشخصه نمایشگاه دایر شده در پارک گفت‌وگو است. در این نمایشگاه محصولات زنان در کنار برندهای معتبر دیگر عرضه می‌شود تا مصرف‌کنندگان بتوانند با مقایسه این محصولات، کیفیت کار زنان سرپرست خانوار را تشخیص داده و آگاهانه اقدام به خرید از برندهای معرفی شده توسط آنها کنند. اما غرفه‌ها در برخی موارد به حدی کوچک است که در تشخیص طرح‌های متنوع، بازدیدکننده با مشکل مواجه می‌شود.

اشرف اسلامی، رئیس هیأت‌مدیره پوشاک الیاف طبیعی آندیا که به‌طور مستقیم ۵۰ درصد در حالت غیرمستقیم، ۱۵۰ زن سرپرست خانوار را در مجموعه خود تحت پوشش قرار می‌دهد، به «فرصت‌امروز» می‌گوید: نمایشگاه از هر نظر وضعیت مطلوبی دارد اما

مساحت غرفه ما کافی نیست. گاهی به برخی برندها که شاید کار کمتری برای عرضه داشته باشند، غرفه‌های وسیع‌تری اختصاص می‌یابد. وی تأکید می‌کند: اگر غرفه بزرگ‌تری در اختیار ما قرار می‌گرفت، قطعاً بهتر می‌توانستیم کارهای خود را عرضه کنیم. اسلامی به برگزارکنندگان نمایشگاه پیشنهاد می‌دهد: اختصاص فضا براساس میزان کارهای جدیدی که برندها برای عرضه دارند، انجام شود. زیرا بازدیدکنندگان نمایشگاه مایلند کالای با قیمت مناسب را در فضای نمایشگاهی خریداری کنند. در غیراین صورت خرید در مغازه‌ها برای آنها آسان‌تر خواهد بود. وی تأکید می‌کند: اختصاص فضای کافی برای برندهای مختلف، امکان بررسی بهتر محصول عرضه شده را برای بازدیدکنندگان فراهم می‌کند.

سعید جهانگیر اصل، مدیر «تولیدی ولوله» نیز در گفت‌وگو با «فرصت‌امروز» با اعلام رضایت از حضور در نمایشگاه، وسعت غرفه‌های نمایشگاه را کوچک توصیف می‌کند. وی اضافه می‌کند: به دلیل استقبال برندها برای حضور در نمایشگاه، امکان اختصاص غرفه‌های بزرگ‌تر برای برگزارکنندگان وجود ندارد. جهانگیر اصل با اشاره به وجود مشکل نقدینگی برای بسیاری از واحدهای تولیدی کشور، برگزاری چنین نمایشگاه‌هایی را عاملی برای تأمین مقطعی نقدینگی واحدهای تولیدی معرفی می‌کند.

نساجی و مشکلات همیشگی

اگرچه به اعتقاد مدیر تولیدی ولوله برگزاری نمایشگاه‌ها تا حدودی مشکل نقدینگی واحدهای تولیدی را حل می‌کند اما وی نسبت به خروج بسیاری از تولیدکنندگان از عرصه تولید و تبدیل شدن آنها به واردکنندگان پوشاک هشدار می‌دهد. به گفته وی عدم ارائه وام توسط بانک‌ها، افزایش هزینه‌های کارگری و مشکلات بیمه‌ای عرصه فعالیت برای تولیدکنندگان پوشاک را هر روز ننگ‌تر می‌کند. جهانگیر اصل تأکید می‌کند: دولت باید جلوی واردات جنس قاچاق را بگیرد و با حمایت‌های تعرفه‌ای امکان رقابت را برای تولیدکننده داخلی فراهم کند. از سوی دیگر فعالان داخل کشور هم باید با خروج از شیوه تولید سنتی، محصول باکیفیت و قابل رقابت با خارجی‌ها را در اختیار مصرف‌کننده داخلی قرار دهند.

رئیس هیأت‌مدیره پوشاک الیاف طبیعی آندیا هم در سخنان خود کپی‌برداری از طرح پارچه با لباس را مهم‌ترین معضل واحد تحت پوشش خود معرفی می‌کند. به گفته وی یک واحد تولیدی بین ۲۰۰ هزار تا یک میلیون تومان برای تهیه طرح لباس هزینه می‌کند، اما به محض ورود این محصول به بازار، واحدهای رقیب اقدام به کپی‌برداری از این طرح می‌کنند، اشرف اسلامی با تأکید بر اینکه حتی طرح‌های ثبت شده این شرکت در وزارت ارشاد هم از گزند کپی‌برداری مصون نبوده‌اند، بیان می‌کند: برای حل این معضل افراد فقط باید به وجدان خود مراجعه کنند. تولیدکنندگان باید ایده‌های نو داشته باشند نه اینکه محصولات سایرین را کپی‌برداری کنند.

استاندار سیستان و بلوچستان:

۵۰درصد معافیت گمرکی برای تجار افغانستان در بندر چابهار اعمال می‌شود



ایران و افغانستان توافق کرده‌اند که رفت و آمد تجار دو کشور در مرز آزاد باشد

سخت بیش از ۳۰ درصد تخفیف دهیم. وی گفت: تردد در مرز میلک سیستان و بلوچستان از سوی ایران تا پایان ماه شانه‌روزی خواهد شد و گمرک ولایت نیمروز افغانستان نیز باید به روان‌سازی تردد در این مرز کمک کند.

استاندار سیستان و بلوچستان در ادامه از تجار افغانستان برای سرمایه‌گذاری در ایران

سمت چابهار سوق دهند معافیت‌های ویژه‌ای برای آنان در نظر خواهیم گرفت. هاشمی ادامه داد: در مقابل ایران از کشور افغانستان توقع دارد نسبت به معافیت‌های گمرکی برای تجار ایرانی اهتمام ورزد.

وی افزود: در صورت معافیت‌های دوجانبه آمادگی داریم تا به تجار افغانستان در ارائه

خواهد شد. محمد سمیع لورگری ادامه داد: تسهیل در عبور و مرور تجار افغانستان و ایران افزایش مرادوات دوجانبه را به دنبال خواهد داشت. در ادامه این نشست شماری از تجار افغانستان به برخی مشکلات خود در تجارت با ایران اشاره کردند که استاندار سیستان و بلوچستان به آنان پاسخ داد. استاندار سیستان و بلوچستان روز سه‌شنبه به همراه هیاتی متشکل از معاون امنیتی و انتظامی استانداری و چند نفر از مدیران دستگاه‌های اجرایی استان به ولایت نیمروز افغانستان سفر کرد و مورد استقبال مقامات این کشور قرار گرفت. هاشمی در ابتدای این سفر در نشست رسمی با مقامات ولایت نیمروز افغانستان به تشریح سفر خود پرداخت و در ادامه با تجار این کشور دیدار کرد.

دعوت کرد و افزود: ایران آمادگی هر گونه همکاری با سرمایه‌گذاران افغانستان را دارد. وی با اشاره به مزیت‌های گوناگون ولایت نیمروز افغانستان نسبت به سایر مناطق این کشور افزود: افغانستان هر میزان سهمیه برای تردد وسایل حمل‌ونقل در سیستان و بلوچستان بخواهد در اختیارش خواهیم گذاشت. وی ادامه داد: قطب اقتصادی افغانستان ولایت نیمروز است اما هنوز نتوانسته به‌خوبی ایفای نقش کند، تلاش بر این است تا این منطقه به بارانداز ملی تبدیل شود. والی ولایت نیمروز افغانستان در ادامه این نشست از ایران به‌عنوان سکوی پیشرفت اقتصادی منطقه یاد کرد و گفت: توسعه ترانزیت نیمروز افغانستان و چابهار استان سیستان و بلوچستان موجب پیشرفت دوسویه

مناطق آزاد

آگهی مناقصه عمومی

(دو مرحله ای) شماره ۹۴/۶۳

شرکت مناقصه گراز: شرکت سهامی برق منطقه ای کرمان

موضوع مناقصه: تعویض کلید و سکسیونرهای معیوب شبکه انتقال و فوق توزیع استان کرمان

تاریخ و محل فروش اسناد مناقصه: از تاریخ ۹۴/۶/۲۹ لغایت ۹۴/۷/۱ به آدرس های ذیل مراجعه فرمایند:

۱- تهران- میدان ونک- خیابان برزبل - ساختمان شهید عباسپور (توانیر)- بلوک اول- طبقه ۴- واحد ۱۱۱ تلفن(۸۸۶۷۶۴۶۲).

۲- کرمان- بلوار شهید عباسپور- شرکت سهامی برق منطقه ای کرمان- امور تدارکات و قراردادهای

مبلغ خرید اسناد مناقصه: ۲۰۰/۰۰۰ ریال واریز شده به شماره حساب سیبا ۲۱۷۵۰۹۳۸۰۶۰۰۸ نزد بانک ملی ایران- شعبه برق منطقه ای کرمان.

مبلغ و نوع تضمین شرکت در مناقصه: رسید بانکی واریز شده به شماره حساب سیبا ۲۱۷۵۰۹۳۸۰۶۰۰۸ بانک ملی ایران- شعبه برق منطقه ای کرمان یا ضمانتنامه بانکی به مبلغ ۱۹۹/۰۰۰/۰۰۰ ریال.

مهلت تحویل پاکات مناقصه: حداکثر تا ساعت ۱۴ روز دوشنبه مورخ ۹۴/۷/۱۳.

محل تحویل پاکات مناقصه: کرمان- بلوار شهید عباسپور- اداره دبیر خانه شرکت سهامی برق منطقه ای کرمان.

زمان و محل بازگشایی پاکات مناقصه: ساعت ۱۲:۴۵ روز سه شنبه مورخ ۹۴/۷/۱۴.

ساختمان شماره یک- طبقه دوم (اتاق کنفرانس) شرکت سهامی برق منطقه ای کرمان.

- به پیشنهادهایی که فاقد سپرده یا امضاء، مشروط، مخدوش، سپرده های کمتر از میزان مقرر، چک شخصی و نظایر آن و پیشنهادهائی که پس از انقضای مدت مقرر در آگهی واصل شود مطلقا ترتیب اثر داده نخواهد شد.

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

ضمنا این آگهی در سایت اینترنتی به آدرسهای http://iets.mporg.ir www.krec.co.ir و www.Tavanir.org.ir در دسترس می باشد.

روابط عمومی شرکت سهامی برق منطقه ای کرمان

۷۰۰ م الف ۳۴۸

شرکت سهامی برق منطقه ای کرمان

آگهی مزایده عمومی

سازمان پارکها و فضای سبز شهرداری ملارد در نظر دارد به استناد مجوز یکصد و چهل و هشتمین صورت جلسه هیئت مدیره به شماره ۱۶۸۵/س ف د ۹۴/ مورخ ۹۴/۵/۱۳ دکه پارک پرنیان را به صورت اجاره به اشخاص واجد شرایط واگذار نماید.

شرایط شرکت در مزایده:

۱- برآورد کل مزایده ۱۸۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال می باشد.

۲- سپرده شرکت در مزایده به میزان ۹/۰۰۰/۰۰۰ ریال که می بایست همراه اسناد مزایده تحویل گردد.

۳- برندگان اول و دوم و سوم مزایده هرگاه حاضر به انعقاد قرارداد نشوند سپرده آنها به ترتیب ضبط خواهد شد.

۴- کلیه متقاضیان واجد شرایط می توانند پس از انتشار آگهی جهت دریافت اسناد مزایده و کسب اطلاعات بیشتر از تاریخ ۹۴/۶/۲۶ لغایت ۹۴/۷/۵ از ساعت ۹ لغایت ۱۲/۳۰ به امور قراردادهای سازمان پارک ها و فضای سبز شهرداری ملارد مراجعه واز تاریخ ۹۴/۷/۲ لغایت ۹۴/۷/۱۲ تا ساعت ۱۴ پیشنهادهای خود را تحویل دبیرخانه سازمان نمایند. زمان گشایش پیشنهادهای روز یکشنبه ساعت ۱۴/۳۰ مورخ ۹۴/۷/۱۲ می باشد.

۵- هزینه آگهی و کارشناسی به عهده برنده مزایده می باشد.

۶- متقاضیان جهت اخذ اسنادمزایده باید مبلغ ۵۰/۰۰۰ ریال به حساب درآمد سازمان پارکها و فضای سبز به شماره ۱۰۰۷۹۰۹۴۳۴۸۳ واریز و همراه باکارت شناسایی به امور قراردادهای مراجعه نمایند.

۷- سازمان در رد و قبول هر یک از پیشنهادهای مختار است.

۸- سایر اطلاعات و جزئیات در اسناد مزایده مندرج است.

حانه فرنگی نسب - سرپرست سازمان پارکها و فضای سبز ملارد

سازمان پارکها و فضای سبز شهرداری ملارد

فرصت امروز

| پنجشنبه | ۲۶ شهریور ۱۳۹۴ | شماره ۳۲۴ | صفحه ۸

صاحب امتیاز: موسسه مطبوعاتی فرصت سازان امروز
دفتر مرکزی: ۸۸۸۹۵۴۳۳ (خط ویژه)
روابط عمومی: ۸۸۸۹۵۴۳۳
مدیر مسئول: محمدرضا قدیمی
شورای سردبیری: ۸۸۸۹۵۴۳۳ و ۸۸۸۹۶۰۷۴
سازمان آگهی‌ها: ۵۰۰۰۱۴۴۳
سامانه پیامکی: ۵۰۰۰۱۴۴۳
آدرس: میزرای شیرازی، نیش چهارم بلاک ۶۸، طبقه سوم محمدرضا قدیمی، حمیدرضا اسلامی، شهریار شمس مستوفی

چاپ: شرکت رواق روشن مهر توزیع: نشر گستر امروز

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



مقام معظم رهبری در دیدار فرماندهان سپاه:

نفوذ فرهنگی و سیاسی خطرناک‌تر از نفوذ اقتصادی و امنیتی است

رتبیین چهار کلمه شکل‌دهنده تعبیر «سپاه پاسداران انقلاب اسلامی» متمرکز کرده بودند، پس از بررسی معنا و مفهوم کلمات سپاه و پاسدار، به تشریح معنای حقیقی انقلاب پرداختند.

ایشان انقلاب را حقیقتی ماندگار و دائم و «صیورت و تحولی عمیق و پایان‌ناپذیر» خواندند و افزودند: برخلاف تصورات و القائات اتاق فکرهای بیگانه که در داخل هم عده‌ای آنها را تکرار می‌کنند، انقلاب تمام‌شدنی نیست و تبدیل آن به «جمهوری اسلامی» به معنایی که آنها فکر می‌کنند امکان‌پذیر نخواهد بود.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، ترسیم آرمان‌های اساسی را نخستین گام یک انقلاب برشمردند و خاطرنشان کردند: این اصول و آرمان‌ها برخلاف وسایل و روش‌ها تغییرناپذیرند.

ایشان، عزت ملی، استقلال به معنای آزادی ملی از ظلم و ستم و تسلط زورگویان جهانی، پیش‌رانی همراه با معنویت در علم و تمدن جهانی، عدالت، رفاه، خلیقات اسلامی و سبک زندگی اسلامی را از جمله خصوصیات حیات طویه خواندند و افزودند: حرکت به سمت این جامعه آرمانی، حرکتی مستمر و در واقع صیروت و تحول دائم به سمت پروردگار است.

ایشان ایمان به الله و کفر به طاغوت را یکی دیگر از ویژگی‌های حیات طویه برشمردند و افزودند: غرب در تبلیغاتی که در داخل هم به نوعی تکرار می‌شود برای تضعیف تدریجی تنفر ملت از استکبار می‌گوید لازم نیست هر کسی به خدا ایمان دارد به طاغوت کافر باشد اما ایمان به پروردگار و کفر به طاغوت یک ویژگی به‌هم پیوسته حیات طویه است.

رهبر معظم انقلاب ایدئولوژی‌زدایی از دیپلماسی و سیاست داخلی را از دیگر محوره‌ای تبلیغات کنونی غرب خواندند و خاطرنشان کردند: می‌خواهند ما اصول خود را در سیاست خارجی دخال‌ت ندهیم اما فکر و عقیده و ایدئولوژی در همه زمینه‌ها «اھنمایی تعیین‌کننده به شمار می‌رود». حضرت آیت‌الله خامنه‌ای در ادامه به تبیین تناقض ذاتی دو گزاره‌ای پرداختند که اخیرا در تبلیغات بیگانگان تکرار می‌شود. ایشان گفتند دشمنان از یک طرف می‌گویند جمهوری اسلامی در منطقه دارای قدرت و نفوذ و تاثیرگذاری است و از طرف دیگر می‌گویند روحیه و تفکر انقلابی را کنار بگذارید تا جذب جامعه جهانی شوید.

رهبر معظم انقلاب افزودند: این دو گزاره با هم متناقضند زیرا قدرت و نفوذ ما به علت روحیه و عملکرد انقلابی است و طبعاً اگر آن را کنار بگذاریم ضعیف می‌شویم.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای پس از بررسی ابعاد مختلف مفهوم انقلاب، به تبیین ویژگی‌های چهارمین کلمه تشکیل‌دهنده «سپاه پاسداران انقلاب اسلامی» یعنی اسلام پرداختند.

ایشان تاکید کردند: اسلام، پایه و مایه انقلاب است اما عده‌ای از اسم اسلام هم می‌ترسند و به‌جای انقلاب اسلامی می‌گویند «انقلاب ۵۷».

رهبر معظم انقلاب، اسلام‌ناب را «همه‌حتوای انقلاب» خواندند و با انتقاد شدید از تفکرات عوامانه،

انحرافی و ابلهانه تکفیری‌ها افزودند: اسلام متکی بر عقل و نقل و مستند به قرآن و معارف پیامبر و اهل‌بیت علیهم‌السلام، مبنای انقلاب ماست که در همه محافل به روز جهان، با منطقی قوی، قابل ارائه و دفاع است. حضرت آیت‌الله خامنه‌ای با اشاره به نفوذ انقلاب اسلامی در افکار و دل‌های ملت‌های مسلمان تاکید کردند: «اسلام منحصر در عمل شخصی»، «اسلام سکولار»، «اسلام بدون جهاد و شهادت» و «بدون نهی از منکر»، مورد قبول ملت ایران نیست و «اسلام انقلاب» را می‌توان در آیات قرآن و وصیتنامه امام(ره) و سخنان و مکتوبات ایشان جست‌وجو کرد.

رهبر معظم انقلاب در جمع‌بندی این‌ بخش از سخنان‌شان خطاب به سپاهیان پاسدار تاکید کردند: شما سپاه پاسداران انقلاب اسلامی با چنین معنا و مفهوم وسیع و عمیق هستید و باید با کمال هوشیاری و با تمام توان به پاسداری خود ادامه دهید.

ایشان با انتقاد از حرف‌ها و نوشته‌هایی که دانسته یا ندانسته تضعیف سپاه را دنبال می‌کنند، افزودند: سپاه پاسداران، نعمت بزرگ الهی است و همه باید قدردان این نعمت باشند.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، قدرشناسی از سپاه را در درجه اول متوجه خود این نهاد دانستند و افزودند: با استحکام روزافزون بافت معنوی و فکری و عملی خود، پرهیز شدید از بهانه دادن به دست دیگران، دوری مطلق از مسائلی که به کرامت سپاه لطمه می‌زند و حرکت در خط مستقیم انقلاب در زمینه‌های اقتصادی، مالی و سیاسی، شأن و شخصیت سپاه پاسداران را قدردانی و مراقبت کنید.

رهبر انقلاب همچنین با تاکید بر ضرورت توجه کامل سپاه پاسداران به همه تهدیدهای افزودند: تلاش دشمن برای نفوذ، از جمله تهدیدات بزرگ است.

ایشان افزودند: نفوذ اقتصادی و امنیتی البته خطرناک است و پیامدهای سنگینی دارد اما نفوذ سیاسی و فرهنگی دشمن، خطر بسیار بالاتری است که همه باید مراقب آن باشند.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای، سرمایه‌گذاری سنگین دشمنان برای نفوذ فرهنگی و تغییر تدریجی باورهای مردم را یادآور شدند و افزودند: در زمینه سیاسی نیز باید، نفوذ در مراکز تصمیم‌سازی هستند که درصورت تحقق این توطئه، جهت‌گیری‌ها، تصمیمات و حرکت عمومی کشور، براساس خواست و اراده بیگانگان، تنظیم و اجرایی خواهد شد.

رهبر معظم انقلاب در پایان سخنان‌شان با تاکید بر ضرورت بیداری عمومی در مقابل ترندهای دشمنان افزودند: آنها منتظرند که ملت و نظام خواب‌شان ببرد که اهداف‌شان را محقق کنند اما ملت و مسئولان نمی‌گذارند امید شیطانی بیگانگان درباره به خواب رفتن ملت، در دل دشمن با بگیرد.

حضرت آیت‌الله خامنه‌ای تاکید کردند: باید پایه‌های تفکر و روحیه انقلابی را چنان در کشور مستحکم کنیم که هیچ چیز در ادامه این مسیر درخشان خلیی ایجاد نکند که این وظیفه اساسی همه نخبگان است.

پیشنهادهای کاربری جدید

کارت‌های سوخت روی میز دولت

شفیعی، قائم مقام ستاد مدیریت حمل‌ونقل و سوخت ضمن رد اظهارنظر رئیس انجمن جایگاه‌داران سوخت مبنی براینکه پمپ بنزین‌ها آمادگی حذف کارت‌های سوخت را دارند: تصمیم‌گیری درخصوص استفاده یا عدم کاربرد کارت‌های هوشمند سوخت را برعهده نهادهای حاکمیتی دانست و گفت: در این موضوع، مجلس و دولت تصمیم‌گیر هستند نه اتحادیه جایگاه‌داران. در این راستا برای به‌کارگیری بیشتر کارت‌های سوخت شخصی پیشنهادهایی نیز به دولت ارائه شده که درصورت تصویب به‌زودی اجرا خواهد شد. به گزارش ایسنا، او درباره مزایای استفاده از کارت هوشمند سوخت گفت: عرضه سوخت از طریق کارت‌های هوشمند سوخت، دستاوردهای بسیاری برای کشور داشته است که یکی از مهم‌ترین آنها امکان مدیریت، کنترل مصرف و نظارت بر میزان مصرف کاربری‌های مختلف است.

او به گزارش‌گیری روزانه، ماهانه و سالانه مصرف سوخت اشاره کرد و گفت: سهمیه‌بندی بنزین تنها یکی از قابلیت‌های سامانه هوشمند سوخت بوده و جلوگیری از قاچاق بنزین از دیگر مزایای این سامانه است. چنانچه برخی افراد کمبود کارت سوخت جایگاه داران را باعث ایجاد صف می‌دانند، بهتر است مردم را به استفاده از کارت‌های شخصی برای سوخت‌گیری تشویق کنند نه اینکه به این بهانه پیشنهاد تعطیلی کل سامانه را بدهند. قائم مقام ستاد مدیریت حمل‌ونقل و سوخت با اشاره به اختلاف قیمت قابل توجه بنزین در ایران با برخی کشورهای همسایه، یکی از تهدیدات جدی این‌گونه پیشنهادها نظیر حذف کل سامانه را از سرگیری مجدد قاچاق این فراورده نفتی دانست.

سیاست

ادامه حملات صهیونیست‌ها به مسجدالاقصی

هززمان با درخواست وزارت خارجه فلسطین از جامعه جهانی برای پایان دادن به تجاوزات مکرر اسرائیل علیه مسجدالاقصی، شهر کنشیتان صهیونیست چهارشنبه برای چهارمین روز متوالی به مسجدالاقصی یورش بردند. به گزارش روسیه الیوم، یورش شهر کنشیتان صهیونیست به مسجدالاقصی برای چهارمین روز متوالی درحالی صورت گرفته که رژیم صهیونیستی هیچ اقدامی برای توقف تنش‌ها در مسجد الاقصی و اطراف آن اتخاذ نمی‌کند و حتی نیروهای این رژیم از شهر کنشیتان برای یورش به این مسجد طی روزهای گذشته حمایت کردند. صهیونیست‌ها در اقدامی تحریک‌آمیز از چند روز گذشته به بهانه نزدیکی سال نو یهودیان به مسجدالاقصی یورش برده و با نمازگزاران درگیر می‌داند.

تیتراخبار

✂ **بشار اسد، رئیس‌جمهوری سوریه با بیان اینک‌ه ائتلاف ضد داعش یک ائتلاف شکست خورده است که هیچ‌گونه تأثیر واقعی نداشته، تأکید کرد: مشکل پناهجویان سوری در اروپا تنها از طریق مبارزه با تروریسم حل خواهد شد.**
✂ **حماس در سالروز کشتار صبرا و شتیبلا با صدور بیانیه‌ای تأکید کرد که عاملان این جنایت هرگز نخواهند توانست از چنگال عدالت فرار کنند.**



شهرداری در حال مبارزه با سفید بالک‌هاست

مجتبی عبداللهی معاون شهردار تهران در پاسخ به این پرسش که آیا تنها شهرداری درخصوص مبارزه با هجوم سفید بالک‌ها به تهران مسئول است؟ پاسخ داد: پاسخ خود را بعنوان شهرداری اقداماتی را انجام داده‌ایم اما در ارتباط با سفید بالک‌ها سازمان‌های دیگری مانند «مرکز دفع آفات و حفظ نباتات، مؤسسه تحقیقات گیاه پزشکی و سازمان حفاظت از محیط‌زیست کشور» از نظر قانونی و جایگاه حقیقی وظیفه دارند تا درخصوص حشراتی همانند سفید بالک‌ها پیگیری انجام دهند و کار تحقیقاتی بر رای مبارزه و ریشه‌کنی این حشرات به انجام رسانند. نقطه‌نظرات مختلفی درخصوص سفید بالک‌ها مطرح شده

تیتراخبار

✂ **سردار تقی مهری، رئیس پلیس راهور ناچا گفت: با هماهنگی‌های انجام شده تعداد دوربین‌های کنترل و نظارت جاده‌ای در کشور افزایش می‌یابد.**
✂ **مطالعه انجام شده در ایتالیا نسبت به خطر فقیر آموزشی برای نسل بعدی دانش‌آموزان در این کشور هشدارداد.**



انوشه انصاری، در آخرین پست وبلاکش به روایت پیش از سفر به ایستگاه فضایی بین‌المللی در ۹ سال پیش پرداخت

فرهنگ

دست‌نوشته‌های اورسن ولز از «همشهری کین» در حراجی

این فیلم را کارگردانی و خودش هم در آن نقش آفرینی کرد، در این فیلم به ظهور و سقوط یک غول صنعت نشر پرداخته است. او زمان ساخت این فیلم در سال ۱۹۴۱ تنها ۲۵ سال داشت. برآورد قیمت اولیه برای نخستین نسخه اورجینال این فیلمنامه که سال ۱۹۴۰ توسط ولز با همکاری هرمن منکویچ نوشته شده حدود ۲۰ تا ۳۰هزار دلار است. این نخستین فیلمنامه شناخته شده از فیلم به دست خط‌های خود نویسندگان است. در این فیلمنامه صحنه‌های اصلی و شخصیت‌ها نیز موجود هستند. نسخه بعدی با انقلابی در فیلمنامه روبه رو شده که بیشتر عناصر نهایی را دارد و سومی فیلمنامه نهایی است که فیلمبرداری بر مبنای آن صورت و حتی زاویه دوربین‌ها توسط کارگردان در آن تعیین شده و بیشتر دست اندر کاران و بازیگران آن را امضا کرده‌اند. تاریخی که روی این متن ۱۵۶ صفحه‌ای درج شده ۱۶ جولای ۱۹۴۰ است.

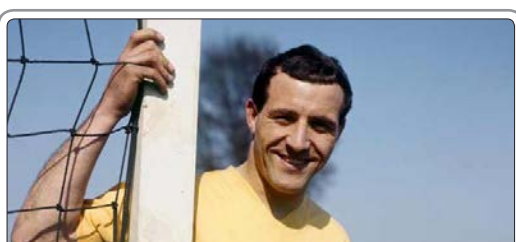


«ای. آر رحمان»، آهنگساز سرشناس هندی در واکنش به فتوای ار تاداش برای ساخت موزیک فیلم «محمد(ص)» در مطلبی که در صفحه فیس‌بوک خود منتشر کرد، نوشت: موسیقی فیلم «محمد(ص)» را با «ایمان کامل» ساخته‌ام

ورزش

مهربان: کشتی آزاد در مقایسه با قبل عقب‌گرد داشت

کنیم و بتوانیم برای رسیدن به نقطه پیروزی برنامه‌ریزی داشته باشیم. متأسفانه آقایان وقتی تیم ملی کشتی را از ما تحویل گرفتند گفتند ما هیچ پشته‌نانه‌سازی و کاری انجام ندادیم و کشتی بدون هیچ داشته‌ای با آنان رسید اما امروز دیدیم که حتی توان تکرار همان نتایج و مرغوبیت مدالی را هم نداشتند. زمانی که تمامی سیاست‌گذاری و کارهای کشتی آزاد قائم به فرد باشد نتیجه‌ای بهتر از این کسب نمی‌شود. اینکه فقط شعار دهیم و کارهای نرات قبلی را زیر سوال ببریم درست نیست و بهتر بود متولیان کنونی کشتی در این مدت کاری صورت می‌دادند که در مقایسه با شرایط مشابه قبلی به جای پیشرفت، عقب‌گرد نمی‌کردند



«ران اسپرینگت»، دروازه‌بان پیشین تیم‌های انگلستان و شفیلد ونزدی، در سن ۸۰ سالگی درگذشت

✂ **تیم ملی هندبال ایران دانیال کوماش، بازیکن دورگه ایرانی- سوندی را به تیم ملی دعوت کرد.**

✂ **کواچ سرمربی تیم ملی والیبال ایران بعد از شکست برابر ایتالیا در جام جهانی با بیان اینکه مطمئن نیستم برای این چه اتفاقی افتاد، گفت: از بازی برابر ایتالیا راضی نیستم چرا که برنامه‌های ما را اجرا نکردیم.**



روستاها را از یاد نبریم



عدم استفاده از ظرفیت‌های موجود برای جذب گردشگری داخلی و خارجی نه به دلیل نبود این ظرفیت‌هاست و نه به دلیل ناشناس بودن این فرصت‌ها بلکه به نظر می‌رسد که بیشتر به دلیل نبود برنامه‌های مدون و هدف‌دار سازمان‌ها و مسئولان ذی‌ربط است. اگر هم برنامه‌های طرح‌ریزی می‌شود، دیگر دنبال نمی‌شود. تنها برگزار می‌شود، همایشی و جشنواره‌ای و پر کردن ستون خبرهای روزنامه‌ها می‌شود هدفی چندروزه و بعد از گذشت زمانی نه‌چندان طولانی دوباره روز از نو و روزی از نو. گردشگری روستایی هم از این امر مستثنا نیست. در این زمینه روستاها را به کلی روبه نابودی برده‌ایم مانند آبیانه و اصولاً بسیاری از روستاها را نمی‌شناسیم و به تعبیری بلد نیستیم از این ظرفیت استفاده کنیم.

اما از آنجا که چراغ امید هیچ‌گاه در دل مان خاموش نمی‌شود و همچنان منتظریم تا اتفاق خوبی بیفتد، درخصوص اهمیت گردشگری روستایی و جایگاه آن به‌عنوان یک ظرفیت عظیم جذب گردشگری، گفت‌وگویی داشته‌ایم با جلال تاجیک، مدیرکل دفتر مناطق نمونه گردشگری و زیرساخت‌های سازمان میراث‌فرهنگی، صنایع‌دستی و گردشگری کشور. تاجیک درخصوص اهمیت گردشگری روستایی بیان می‌دارد: گردشگری روستایی از دو بعد بسیار مهم است؛ اول اینکه فضاهای روستایی با دارا بودن محیطی آرام و دلنشین آسایش ذهنی و روانی گردشگران را منجر می‌شوند که به همین دلیل مورد توجه گردشگران است و از جهت دیگر اقتصاد معیشتی جامعه محلی را که عمدتاً تک‌بعدی و وابسته به محصولات زراعی، باغی یا دامی است خارج و چند بعدی می‌کند. از این‌رو دولت‌ها و سیاست‌گذاران از عرضه‌کنندگان تورها در کشورهایی که گردشگری روستایی به‌عنوان یکی از محورهای توسعه مطرح است، می‌خواهند با تعریف تورهای گردشگری روستایی به رشد اقتصاد محلی کمک کنند.

تاجیک درباره اقدامات صورت گرفته سازمان میراث‌فرهنگی در حوزه گردشگری روستایی می‌گوید: بنا به همین جایگاه در کشور ما نیز طرح روستاهای هدف گردشگری مطرح شد تا با یک نگرش جامع و منطقی روستاهای مختلف کشور که امکانات اقامتی، زیرساختی و گردشگری دارند و جزو مناطق مستعد که دارای شرایط خوبی برای انجام فعالیت‌های گردشگری و گونه‌های مختلف گردشگری هستند شناسایی شوند تا این شیوه گردشگری در این نواحی بررسی و پیاده‌سازی شود. وی همچنین اضافه می‌کند: بین سال‌های ۸۷ تا ۹۲ در مجموع فعالیت بسیار چشمگیری در حوزه گردشگری روستایی در سازمان صورت نگرفت. به همین جهت ما به‌عنوان متولیان و مسئولان در این عرصه از شرایط پیش آمده رضایت نداشته و نداریم و معتقدیم فرصت‌های زیادی پیش‌روی ماست لذا تلاش‌مان در بهبود ترویج گردشگری روستایی در کشور است.



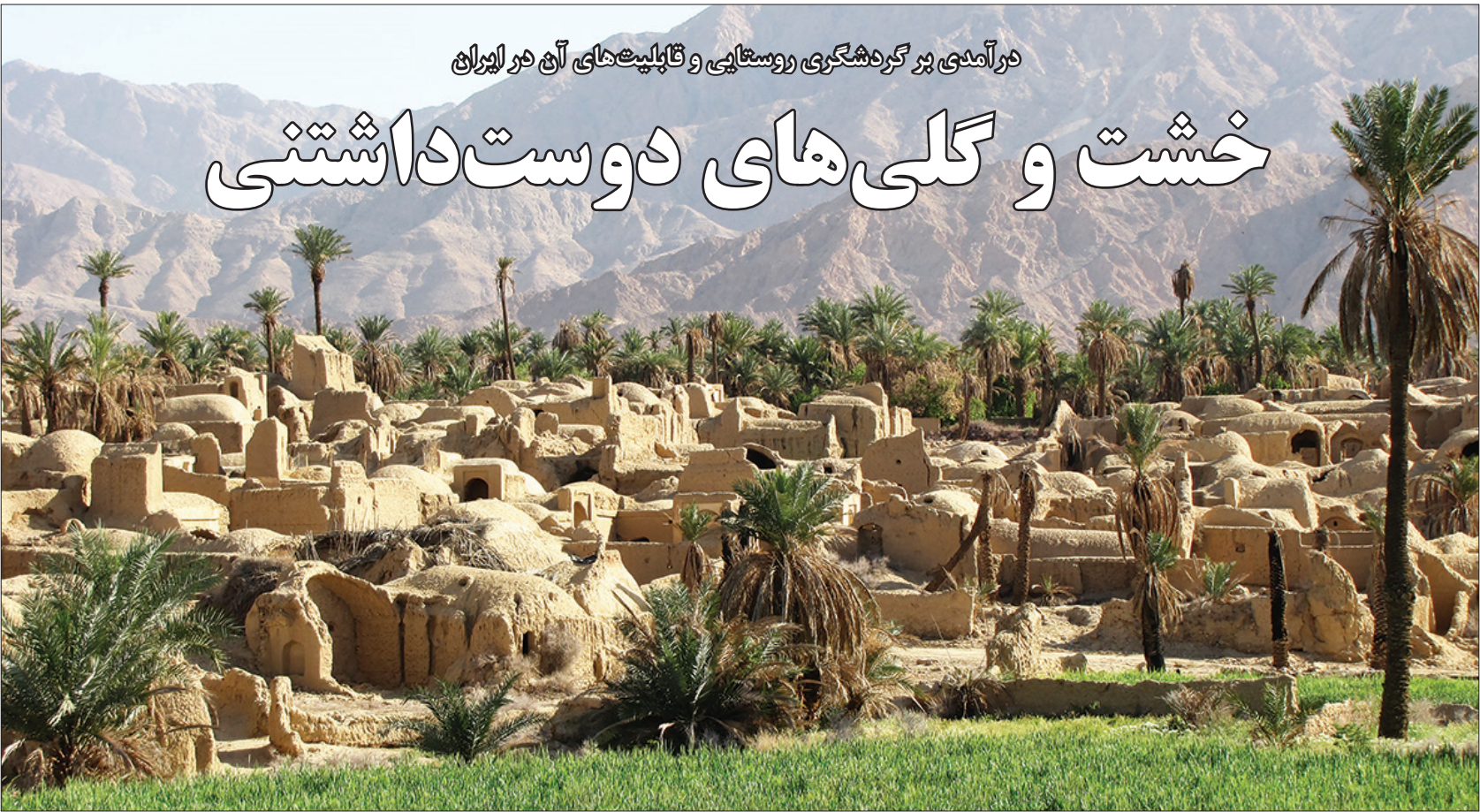
مدیرکل دفتر مناطق نمونه گردشگری سازمان میراث‌فرهنگی درباره طرح روستاهای هدف گردشگری کشور نیز اظهار می‌کند: این طرح که با هدف پایداری و حفظ محیط روستایی، احیا و ثبات اقتصاد جامع روستایی و کمک به حفظ سنت‌ها و آداب و رسوم فرهنگی در روستاهای کشور با کمک گردشگری بوده است، چندان پیشرفت موفقیت‌آمیزی نداشته و از بین ۴۶۴ روستای هدف گردشگری، تاکنون ۱۲۰ مورد با توافق دستگاه‌هایی نظیر بنیاد مسکن و شهرسازی، سازمان میراث‌فرهنگی، معاونت توسعه روستایی ریاست جمهوری، وزارت راه و ترابری و وزارت کشور به‌عنوان اولویت سرمایه‌گذاری قرار گرفتند که از این بین تاکنون به ۶۳ روستا اعتبارات گردشگری که چندان هم زیاد نبوده، تعلق گرفته است.

تاجیک همچنین درخصوص مجموعه اهداف و برنامه‌های سازمان گردشگری برای پیشبرد و بهبود گردشگری روستایی در کشور می‌گوید: با دستوراتی که ریاست سازمان جناب آقای سلطانی‌فر برای پیشبرد این امر صادر کرده‌اند، مقرر شده که نخستین گردهمایی دهیاران روستاهای کشور (۶۳دهیاری که اعتبار گردشگری دریافت کرده‌اند) را تشکیل دهیم و در آن جلسه بنا داریم با بحث و تبادل نظر با صاحب‌نظران و کارشناسان از نظرات دهیاران روستاهای هدف گردشگری نیز بهره‌مند شویم تا با کمک و مشارکت جامعه محلی راهبردی مناسب برای توسعه هر چه بهتر گردشگری روستایی در کشور فراهم کنیم و در این راه مکاتبات و جلسات متعددی برای هماهنگی با دهیاران و نیز با سازمان شهرداری‌ها و دهیاری‌های وزارت کشور داشته‌ایم تا هرچه زودتر شرایط برگزاری این نشست را فراهم سازند. تاجیک درباره اقدامات مهم دیگر نیز می‌افزاید: در برنامه ششم توسعه نیز برای نخستین‌بار در برنامه‌های پنج‌ساله کشور «ردیف مستقل اعتباری در حوزه گردشگری روستایی» مشخص شده است که این نشان‌دهنده فرای بهتر در گردشگری روستایی کشور و عزم سازمان برای توسعه زیرساخت‌های این حوزه از گردشگری است.

فرصت امروز دوم

درآمدی بر گردشگری روستایی و قابلیت‌های آن در ایران

خشت و گلی‌های دوست‌داشتنی



روستای اسفولک - طبرستان (نزد)

فضای دلنشین آبخار کر و یخچال‌های طبیعی اطراف آن را تجربه کرد. جدای از جذابیت‌های طبیعی، برخی روستاهای کشور موسیقی و ادبیات غنی جاذبه اصلی است. روستای درکش از توابع بخش مرکزی شهرستان مانه و سملقان در خراسان شمالی از جمله این فضاهاست. در اینجا صدای تارهای با مضامین عمدتاً عرفانی و آیینی کردهای کرمانجی را حتی قبل از رسیدن به روستا می‌توان شنید.

مرور چند تجربه جهانی در گردشگری روستایی
به‌طور کلی در مقیاس جهانی دو رویکرد متفاوت برای دو دسته عمده از نواحی در برنامه‌ریزی گردشگری روستایی مطرح است. نخست، کشورهایی که نواحی روستایی آنها با حجم بالایی از گردشگری روستایی مطرح است؛ برای مثال پارک‌های ملی در ایالات متحده آمریکا سالانه بیش از ۲۵۰ میلیون نفر گردشگر را به خود می‌بینند. تأکید اصلی در این‌گونه نواحی برنامه‌ریزی برای مدیریت بازدیدکننده است. دیگری، توسعه گردشگری روستایی به‌عنوان مکانیزمی برای تجدید حیات اقتصادی نواحی روستایی رو به رکود یا محرکی برای توسعه نواحی روستایی فقیر از نظر اقتصادی. در ارتباط با تجربه‌های برنامه‌ریزی گردشگری روستایی، اتحادیه اروپا برنامه لیدر را برای پشتیبانی از توسعه روستایی و غلبه بر مشکلات پیش‌روی کشاورزی در کشورهای عضو اجرا می‌کند. لیدر در چارچوب برنامه‌های پنج، شش ساله از سال ۱۹۹۱ آغاز شد و تاکنون چهار برنامه آن به پایان رسیده است. مشارکت فعال مردم محلی در فرآیند توسعه روستایی و متنوع‌سازی فعالیت‌های اقتصادی در روستاها از اهداف پایه و اساسی این برنامه است.

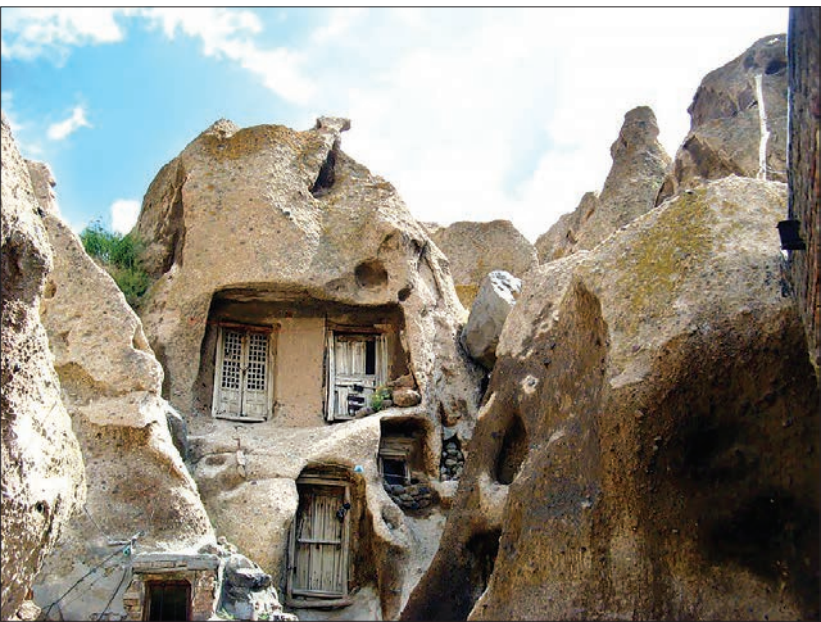
کشور فرانسه که از پیشگامان توسعه گردشگری روستایی است، طی یک سیاست درازمدت که آغاز آن به سال ۱۹۵۰ برمی‌گردد، خانه‌های قدیمی موجود در مزارع کشاورزی را با حمایت‌های مالی وزارت کشاورزی از کشاورزی آنها با مراکز اقامتی و پذیرایی تبدیل کرده‌است. کشور اتریش نیز سابقه طولانی در مدیریت گردشگری روستایی دارد. الگوی اصلی گردشگری کشاورزی در این کشور گردشگری مزرعه است. طی یک پژوهش از سال ۱۹۸۹ تا ۲۰۰۳ نزدیک به ۳۴۰۰ مزرعه گردشگری به عضویت سازمان تعطیلات مزرعه‌ای اتریش (Austrian farm Holidays organization) درآمدند.

سازمان‌های بزرگ منطقه‌ای مسئولیت بسترسازی و توسعه زیرساخت‌های لازم، کمک به بازاریابی و ارائه خدمات مشاوره‌ای به کسب‌وکارهای کوچک گردشگری در نواحی روستایی را بر عهده دارند. گردشگری روستایی در کشور فنلاند نیز از سال ۱۹۹۵ به‌عنوان یکی از سیاست‌های توسعه روستایی توسط کمیته سیاست روستایی مطرح شد. برنامه‌ریزی توسعه گردشگری روستایی در این کشور در یک تقسیم‌بندی سه‌گانه از نواحی روستایی خلاصه شده است: ۱- روستاهای دورافتاده و کم‌جمعیت، ۲- نواحی روستایی هسته‌ای، ۳- روستاهای پیرامون شهری. مهم‌ترین سیاست این کشور به جذب گردشگران خارجی از کشورهای اروپایی و به‌ویژه کشورهای همسایه چون روسیه، آلمان و سوئد است. کشورهای آلمان، اسپانیا و چین نیز برنامه‌ریزی‌های بسیار موفقی در زمینه گردشگری روستایی داشته‌اند.

فراوانی از طرف جامعه گردشگری همراه شد، اما با روی کار آمدن دولت یازدهم، چشم‌ها به گردش چرخ اقتصاد روستایی با کمک گردشگری مجدداً امیدوار شد. چراکه روستاهای زیادی در ایران از جاذبه‌های انحصاری برای عرضه به گردشگران خارجی و داخلی برخوردارند که برای بهره‌مندی از آن نیازمند برنامه‌ریزی بیشتر هستیم. برخی روستاهای شاخص مانند آبیانه، میمند، کندوان، قلعه‌رودخان، ماسوله، اورامان و کندلوس نام‌های آشنایی هستند که عمده تورهای گردشگری بدین مقاصد ختم می‌شوند اما تمام جاذبه‌های گردشگری روستایی کشور را شامل نمی‌شوند و اگر قرار بر جمع‌آوری اسامی روستاها باشد با لیستی بلندبالا همراه با مجموعه بی‌نظیری از جاذبه‌های گردشگری روبه‌رو خواهیم شد. به‌طور مثال مجموعه روستاهای هزارجریب مازندران از جمله روستاهای بکر و تماشایی کشور هستند که نیازمند تبلیغات بیشتر برای معرفی به علاقه‌مندان روستاگردی در کشور و گردشگران خارجی هستند. وجه تمایز این مجموعه روستاها طبیعت بسیار بکر و

چرا گردشگری روستایی؟

امروزه استفاده از ابزار به نام گردشگری تنها کارکرد اقتصادی ندارد، بلکه سال‌های سال است که دولت‌ها استفاده از این صنعت خدمت را در چارچوب و دایره‌ای گسترده و کلان‌تر می‌نگرند که علاوه بر بعد اقتصادی توسعه‌دهنده ساختار فرهنگی- اجتماعی، زیست‌محیطی-اکولوژیکی و پایداری جوامع روستایی نیز باشد. مضاف بر این گردشگری روستایی امروزه یک نیاز برای تمام کشورهایی است که به توسعه پایدار در بستر جغرافیای انسانی معتقدند. مقصود از توسعه پایدار در حوزه گردشگری روستایی وحدت میان ابعاد اجتماعی، اقتصادی، فرهنگی و زیست‌محیطی مقصد به منظور بالا بردن سطح معیشت و رفاه مردم روستایی است. بر همین اساس سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان با علم بر این توانمندی، گردشگری را وسیله‌ای مناسب برای پویایی زندگی روستاییان، کمک به حفظ فرهنگ و شناساندن هویت محلی، بهبود سطح معیشت و کاهش فقر، بهبود رفاه جامعه محلی، حفظ و بهبود محیط‌زیست، جلوگیری



دیدنی، کم‌جمعیت و خلوت بودن محیط، دسترسی مناسب زیرساختی و راه‌های دسترسی عمدتاً شوسه و آسفالت است.

روستای هیچ از توابع شهرستان پناه کرمانشاه که یکی از محل‌های اصلی تولید گیوه است از دیگر روستاهای تماشایی کشور است. بعد زیبایی روستا را باید در معماری مسکونی و چراگاه‌های اطراف آن دانست. مصالح به‌کار رفته در ساخت خانه‌ها تماماً از سنگ و فاقد هرگونه آجر است. روستای کر کبود از توابع بخش طالقان ساوجبلاغ که برای تهرانی‌ها در دسترس است می‌تواند آخر هفته خوبی را برای پایتخت‌نشینان مهیا کند. با سفر به این روستا می‌توان یک سفر خاطره‌انگیز با تماشای معماری سنتی خانه‌ها، درخت‌های تنومند و کهنسال، کوچه‌پس‌کوچه‌های خاکی و شیب‌دار و

از مهاجرت و کمک به توان کشاورزی و تولیدی این قشر که نبی از جمعیت جهان را تشکیل می‌دهد می‌دانند.

قابلیت‌های گردشگری روستایی

نسبت جمعیت روستایی به شهری در ایران ۲۸ به ۷۲ درصد یعنی چیزی حدود ۲۲ میلیون نفر است که در بیش از ۴۰ هزار روستای کشور پراکنده‌اند. در برخی از این روستاها جاذبه‌های طبیعی و تاریخی سبب شده تا در سال ۸۵ کمیته ملی راهبردی گردشگری روستایی و عشایری با هدف توسعه فعالیت‌های گردشگری روستاها و تقویت زیرساخت‌های عمومی در سازمان میراث‌فرهنگی و گردشگری تشکیل شود تا با استفاده از آن قابلیت‌های فراوان گردشگری در روستاهای مختلف کشور شناسایی و معرفی شوند. اگرچه سرنوشت طرح مذکور مدتی به قهقرا رفت و شیوه اعمال آن با نقدهای

ابوالفضل صیامیان گرگی

کارشناس ارشد برنامه‌ریزی توسعه گردشگری

زندگی پرتلاطم و پرهیاهوی شهری سبب شده تا شهرنشینان برای فراغت و تفریح به‌دنبال مکان‌های خلوتی باشند تا بیش از هر چیزی فاقد این ویژگی‌ها باشد و شرایط آسایش روحی آنها را مهیا کند. مقصدی که با درجریان بودن زندگی لاقال خبری از صدای گوشخراش بوق ماشین‌ها و برای تماشای آسمان صاف و تنفس هوای پاک خبری از دود و آلودگی هوا نباشد. روستاگردی، یا به عبارت صحیح‌تر گردشگری روستایی در پاسخ به این نیاز و تقاضا شکل گرفت. آن هم درست زمانی که صنعتی شدن به سرعت در حال رشد و پیشرفت همه‌جانبه بود و شهرها به دلیل فرصت‌های شغلی و کسب درآمد روزبه‌روز شاهد مهاجرت افراد زیادی از روستا به شهر بودند.

برنتالیا که آغازگر انقلاب صنعتی بود در همان زمان پیشگام در شکل‌گیری مفهوم و شاخه‌ای جدید در گردشگری نیز شد. گردشگری روستایی زاده انقلاب صنعتی با قدمتی به درازای تاریخ است که ریشه‌های آن را در زندگی شاهان و شاهزادگان می‌توان یافت اما از اواسط قرن ۱۹ به بعد که از یک طرف حمل‌ونقل راحت‌تر و قابل دسترس عموم و از طرف دیگر توسعه جاده‌ای نیز در حال فراگیرشدن بود وارد سیر جدیدی شد. کشور ما نیز قابلیت‌های بسیار زیادی در زمینه گردشگری روستایی دارد که نیاز توجه دوچندان به آن را می‌طلبد. در این گزارش با مفهوم و ابعاد آن بیشتر آشنا می‌شویم.

گردشگری روستایی

صنعت گردشگری ابعاد و اشکال بسیار زیادی را در بر دارد و هرآنچه از جذابیت کافی برای تماشا شدن یا تجربه کردن برخوردار باشد این قابلیت را دارد تا به یک کالای گردشگری تبدیل شود. گردشگری روستایی نیز از همین نخله است و به محصولی در صنعت گردشگری که به بازدید مسؤلانه از محیط زندگی روستاییان یا جاذبه‌های موجود در آن نواحی ختم می‌شود، اشاره دارد. در این‌گونه گردشگری، مسافران و گردشگران، با مشارکت در فعالیت‌های روزمره مردم محلی تجربه زندگی روستایی را به‌دست می‌آورند. این تجربه‌ها گاه شامل شرکت در فعالیت‌های زراعی، باغی، دامداری یا ماهیگیری می‌شود و گاه شامل تجربه سبک زندگی و آیین و رسوم یا حتی برپا کردن اجاق پخت و پز و آشپزی می‌شود. اما در برخی موارد یک روستا جدای از اینکه مقصدی برای تجربه فعالیت‌های پیش گفته است به سبب برخورداری از میراث‌فرهنگی و تاریخی یا طبیعت دیدنی مقصدی برای گردشگران می‌شود. به همین دلیل در ذیل مفهوم گردشگری روستایی، سایر شاخه‌های گردشگری نیز نقش دارند. اما نکته اساسی در این است که گردشگری روستایی خود یکی از شاخه‌های بوم‌گردی (اکوتوریسم) است که بیش از هرچیز از اصول مربوط به خود از قبیل احترام به جامعه محلی، حفظ محیط‌زیست، کمک به اقتصاد افراد بومی و مسئولیت‌پذیری نسبت به محیط زندگی روستاییان تبعیت می‌کند. اصلی که همیشه در بازدید از روستا باید آن را به خاطر سپرد.



روستای پالنگان - کرمانستان



روستای نیهان - زنجان



گفت‌وگو

رئیس اتحادیه نوشت‌افزار و لوازم مهندسی تهران:

اقلام اصلی را تولید می‌کنیم!



عباس هدایتیان، رئیس اتحادیه نوشت‌افزار و لوازم مهندسی تهران درباره میزان تولید و واردات لوازم‌التحریر به «فرصت امروز» می‌گوید: به‌طور کلی تولیدکنندگان ایران در تولید چند قلم اصلی لوازم التحریر مثل مداد، خودکار و پاک‌کن فعالیت گسترده‌ای دارند و مابقی کالاهایی که در فروشگاه‌ها و بازار عرضه می‌شود وارداتی است. هدایتیان با اشاره به اقام اصلی تولیدی داخل کشور می‌افزاید: اقلام اصلی که در بالا ذکر شد‌اکنون نزدیک به ۵۰درصد از نیاز داخلی را تامین می‌کند و مابقی نیاز بازار از خارج مرزهای کشورمان مثل کشورهای اروپایی، کانادا، چین و هندوستان وارد ایران می‌شود. وی درباره قاچاق نوشت‌افزار به ایران نیز تصریح کرد: همان‌طور که می‌دانیم تعرفه واردات کالاهای اینچنینی آنقدر بالا نیست که زمینه قاچاق فراهم شده باشد بنابراین به عقیده اتحادیه، میزان قاچاق زیاد قابل توجه نیست و ممکن است تنها در برخی کالاهای لوکس صورت پذیرد اما نباید فراموش کنیم بسیاری از لوازم و تجهیزات نوشت‌افزاری اکنون از بازارچه‌های مرزی و مناطق آزاد به‌صورت چمدانی به بازار راه می‌یابد.
همان‌طور که می‌دانیم تعرفه واردات کالاهای اینچنینی بنابرین به عقیده اتحادیه، میزان قاچاق زیاد قابل توجه نیست و ممکن است تنها در برخی کالاهای لوکس صورت پذیرد اما نباید فراموش کنیم بسیاری از لوازم و تجهیزات نوشت‌افزاری اکنون از بازارچه‌های مرزی و مناطق آزاد به‌صورت چمدانی به بازار راه می‌یابد.
این مقام صنفی درباره برگزاری نمایشگاه‌های فصلی برای خرید عمومی مردم نیز معتقد است: ما به‌عنوان صنف مربوطه با برگزاری این‌گونه نمایشگاه‌ها مخالف هستیم چون نه تنها برخی از این نمایشگاه‌ها اصلا هیچ مجوز قانونی ندارند بلکه باعث از بین رفتن معیشت کسبه خیابانی می‌شوند که تمام برنامه‌ریزی‌های خود را برای فصل پرفروش کارشان یعنی مهر انجام داده‌اند، بنابراین بهتر است برنامه‌های دیگری جایگزین این‌گونه نمایشگاه‌ها که بعضا هیچ بررسی و کنترلی روی آنها نیست شود.
وی همچنین اضافه می‌کند: خرید از نمایشگاه‌ها ممکن است معضلاتی به دنبال داشته باشد که موجب نارضایتی خریدار شود. به‌عنوان مثال یک خرید ممکن است ایراداتی داشته باشد که خریدار بعد از پایان نمایشگاه متوجه شود لذا در برخی موارد خریدار هیچ سطح‌شهر چنین مشکلاتی را به دنبال ندارد. هدایتیان با اشاره به کیفیت محصولات عرضه شده در نمایشگاه اضافه می‌کند: کیفیت محصولات عرضه شده در نمایشگاه‌های متفاوتی با اجناس عرضه شده در سطح شهر و واحدهای دارای پروانه ندارد و همه کالاها در کیفیت مطلوب و تضمین شده قرار دارند. وی تصریح می‌کند: مرحله سوم نمایشگاه نوشت‌افزار در شبستان مصلای تهران در حال برگزاری است و ۵۰هفتره مشغول به کار هستند. این نمایشگاه تا پایان شهریور ادامه دارد. واحدهای عرضه‌کننده تعهد داده‌اند با قیمت‌هایی که از سوی اتحادیه نوشت‌افزار و لوازم مهندسی تهران تعیین شده اجناس خود را به فروش برسانند.

جهان



خاورمیانه و اقیانوسیه، بازاری مناسب

یکی از مهم‌ترین صنایعی که همواره در سراسر جهان مورد بحث و بررسی سرمایه‌گذاران و مسئولان قرار گرفته مربوط به بحث نوشت‌افزار و لوازم اداری بوده است؛ صنعتی که به اعتقاد بسیاری از کارشناسان اقتصادی همواره در حال رشد است و هرگز انتهایی برای آن دیده نشده.
براساس گزارش‌ها و اطلاعات موجود، مهم‌ترین تولیدکنندگان نوشت‌افزار در دهکده جهانی به ترتیب عبارتند از ایالات متحده، آلمان، چین و هندوستان که این تولیدکنندگان تا پایان سال جاری میلادی در بازاری با رشدی معادل ۳/۴ درصد نسبت به سال گذشته میلادی مشغول کسب درآمد بوده‌اند و گردش مالی معادل ۱۵۵/۴ میلیارد دلار را در بخش‌های لوازم التحریر و لوازم اداری تجربه کرده‌اند. براساس آمار موجود، عمده‌ترین بازارهای فروش این لوازم در طول مدت یاد شده شمال آمریکا و قاره سبز بوده‌اند.
این درحالی است که منطقه آسیای میانه و همچنین خاورمیانه تا پایان سال ۲۰۱۵ و در طول سال جاری میلادی شاهد رشد بازار کلی این تجهیزات خواهند بود و به‌عنوان هدفی قابل توسعه و سودآور از سوی تولیدکنندگان بین‌المللی شناخته شده است.
از سوی دیگر رشد تولید در صنعت نوشت‌افزار در کشورهای چین و هندوستان می‌تواند بسیاری از بازارهای سنتنی موجود و البته تولیدات کشورهای غربی را تحت تاثیر خود قرار دهد؛ چون توسعه صنعت نوشت‌افزار در دو کشور یادشده یعنی چین و هندوستان به‌گونه‌ای بوده که می‌توان آینده بسیار پرونوقی برای آنها در بازارهای هدف‌شان درنظر گرفت. البته رویدادهای اخیر در چین توانسته بازارهای تسخیرشده تولیدات چینی را در اختیار تولیدات هندی قرار دهد. چون از نظر رقابت قیمتی هر دو کشور در یک سطح قرار داشته و توانسته‌اند نظر خریداران را به خود جلب کنند. کارشناسان بازار پیش‌بینی کرده‌اند که صادرات محصولات هندی در طول سال ۲۰۱۵ تا ۲۰۱۶ میلادی می‌تواند به بازارهای بین‌المللی حتی تا ۱۵درصد نیز رشد کرده و زمینه اشتغال‌زایی و درآمد ارزی مناسبی را برای این کشور مهیا کند.
جک ریزی، یکی از کارشناسان بازار نوشت‌افزار انگلستان، در این زمینه معتقد است: افزایش جمعیت در کشورهای آسیای میانه و همچنین بخشی از آفریقا باعث شده تا بازارهای جدیدی در این زمینه ایجاد شود درحالی که جمعیت و بازار هدف قاره سبز و آمریکا به دلیل کاهش زاد و ولد همواره درحال کمتر شدن است. بنابرین بیشترین انتظار رشد بازار لوازم‌التحریر در کشورهای پرجمعیتی به‌ویژه در خاورمیانه و اقیانوسیه درنظر گرفته شده است.

«فرصت امروز» بازار نوشت افزار را بررسی می‌کند

جای خالی قلم ایرانی در دست دانش‌آموزان

شیدا رمزی

شهریوریه پایان نزدیک است و تب و تاب گشایش مجدد مدارس باعث رونق برخی بازارها از جمله نوشت‌افزار شده، درحالی که براساس آمار ارائه شده

سه‌م تولیدات داخلی نوشت‌افزار از کل بازار چند ده میلیاردی ایران کمتر از ۵درصد بوده و اکنون بازار نوشت‌افزار کشورمان در تسخیر تولیدات چین، هندوستان و برخی کشورهای اروپایی است. اما آیا واقعا تولیدکنندگان ایران توان تامین نیازهای بازار نوشت‌افزار

کشور را ندارند؟ یا اینکه مشکلات دیگری باعث شده تا صنعت تولید نوشت‌افزار کشورمان به حاشیه برود و اکنون شاهد جولان انبوهی از تولیدات خارجی با تصاویر و نمادهای خارجی داخل بازار باشیم؟ از این رو «فرصت امروز» سری به بازار نوشت‌افزار پایتخت زده



کرد هرچند ارگان‌های مسئول در این زمینه نیز زیاد برای واردات قانونی آنها سختگیری‌نمی‌کنند درحالی که محصولات بسیاری از برندهای داخلی با استفاده از رنگ‌های خوراکی حتی برای بدنه مدادها سعی در کنترل بهداشت جامعه دارد. وی افزود: در محصولات چینی، تولیدکنندگان و البته واردکنندگان صرفا به نوع و شرایط بسته‌بندی برای جلب نظر والدین توجه دارند درحالی که کیفیت مواد اولیه گاهی می‌تواند باعث ایجاد حساسیت و آلرژی برای کودکان و دانش‌آموزان به‌ویژه در بحث انواع رنگ‌ها مانند گواش و آبرنگ شده است.

و راهی کیف دانش‌آموزان می‌شود و این امر تهدیدی برای اقتصاد فروشندگان و البته تولیدکنندگان داخلی است درحالی که مسئولان اگر واقعا تصمیم به حمایت از صنف یاد شده دارند باید جلوی عرضه این‌گونه لوازم‌التحریر را گرفته و مانع از توزیع گسترده و سازمان‌یافته آنها شوند.

وی با اشاره به حضور برخی برندهای بسیار معروف ایرانی در منطقه خاورمیانه و حتی اروپا افزود: اکنون چند برند بسیار معروف که دارای گواهینامه‌های معتبر بین‌المللی از لحاظ استاندارد و کیفیت تولیدات شناخته شده‌اند، مشغول فعالیت اقتصادی و تولید در بازار کشورمان هستند که همین موضوع باعث افتخار است اما متاسفانه محصولات این برندها داخل کشورمان بدرغم کیفیت بالا و استانداردهای بین‌المللی زیاد مورد استقبال قرار نمی‌گیرند چون تبلیغات مناسبی برای استفاده محصولات ایرانی در خانواده‌ها توسط رسانه‌ها انجام نشده است.

این مقام صنفی همچنین با اشاره به کوچک شدن سبد خرید کالاهای ایرانی در بخش لوازم التحریر می‌گوید: براساس بررسی‌های انجام شده در سال‌های گذشته همواره شاهد کوچک‌تر شدن سبد خریدی خانواده‌ها از محصولات تولیدات داخلی بوده‌ایم همین موضوع باعث شده تا برخی از تولیدکنندگان به دلیل ناتوانی در تامین منابع اقدام به کوچک کردن تنوع محصول خود کنند. به‌عنوان مثال یکی از برندهای مطرح نوشت‌افزار کشور تا سه‌سال گذشته در سبد محصولات خود حدود ۱۵مدل کالا تعریف کرده بود که امسال تنوع اقلام این برند به ۸منوع کاهش یافته است.

وی درباره کیفیت اقلام داخلی نیز معتقد است: باور کنید کیفیت محصولات ایرانی آن‌قدر بالااست که اگر لوگو و برند آنها حک نشود مشتری نمی‌تواند آن را از کالای خارجی تشخیص دهد اما افزایش هزینه‌های تولید، قدرت رقابت را از تولیدکنندگان داخلی گرفته است. همین امسال نرخ بعضی از انواع دفترچه‌های چینی در بازار ایران ۵ تا ۱۰درصد نسبت به سال گذشته کاهش داشته است اما قیمت دفترچه‌های ایرانی به‌طور متوسط ۲۰درصد گران‌تر شده است.

این مقام صنفی افزود: افزایش قیمت لوازم‌التحریر داخلی در مقابل کاهش قیمت نوشت‌افزار خارجی در شرایطی اتفاق می‌افتد که تعرفه واردات لوازم‌التحریر به کشور حداقل ۲۸درصد برای واردات لوازم اقلام لوکس و فانتزی است. اگر سود قابل توجه تاجران و دلالان لوازم‌التحریر را به‌درصد بالای تعرفه‌های گمرکی اضافه کنیم به سادگی می‌توان متوجه شد که تولیدکنندگان نوشت‌افزار در ایران تا چه اندازه برای رقابت با همتایان خارجی خود ضعیف به نظر می‌رسند.

۵۰۰ میلیارد تومان گردش مالی و تعطیلی واحدهای تولیدی

در همین حال، علی عبیدی، مدیر فروش شرکت تولیدی آریا می‌گوید: بسیاری از برندهای لوازم‌التحریر نوستالژیک ایرانی هستند که می‌توانند برای بازار کار ایران بسیار مفید باشند اما متاسفانه تاکنون هیچ توجهی به آنها نشده

براساس بررسی‌های انجام شده در سال‌های گذشته همواره شاهد کوچک‌تر شدن سبد خرید خانواده‌ها از محصولات تولیدات داخلی بوده‌ایم همین موضوع باعث شده تا برخی از تولیدکنندگان به دلیل ناتوانی در تامین منابع اقدام به کم کردن تنوع محصول خود کنند

باشد. از این رو بهترین راهکار این است که رسانه‌ها در این زمینه اطلاع‌رسانی کرده و به خانواده‌ها نسبت به این موضوع هشدار دهند که نباید صرفا به دلیل ارزان بودن اجناس یاد شده بحث کیفیت و سلامت کودکان را نادیده بگیرند.

این فعال صنفی در تولید لوازم التحریر با اشاره به کیفیت نامطلوب مواد اولیه محصولات چینی تصریح کرد: جالب اینجاست که چندی پیش وزارت بهداشت با ارسال نامه‌ای به واحدهای تولیدکننده و صنفی

اجناس چینی

بهداشتی نیستند

عبیدی در ادامه به کیفیت محصولات وارداتی از چین اشاره کرد و گفت: همان‌طور که می‌دانیم بحث واردات نوشت‌افزار از چین صرفا بعد تجاری داشته و نمی‌توان به کیفیت آنها اعتماد

لوازم التحریر از آنها خواسته درصورت مشاهده اجناس چینی در فروشگاه‌ها مسئولان این وزارتخانه را برای جمع‌آوری آنها مطلع کند اما سوال اینجاست که واقعا این حمایت از تولیدکننده داخلی است و آیا وظیفه تولیدکننده است که به رصد بازار برای یافتن اجناس قاچاق بپردازد؟ عبیدی به استانداردهای بسیار قابل قبول در برخی از تولیدات ایرانی تاکید داشت و گفت: اکنون برخی از تولیدکنندگان ایرانی دارای تاییدیه‌های استاندارد معتبر اروپایی هستند و به همین اعتبار توان صادرات به کشورهای مختلف را از نظر کیفیت و بهداشت تولیدات خود دارند یا در نمایشگاه‌های بین‌المللی مورد استقبال خریداران خارجی قرار گرفته‌اند، اما همین محصولات در بازارهای داخلی به دلیل ناآگاهی مردم و خریداران بی‌کیفیت خوانده شده و به آنها توجه نمی‌شود درحالی که اگر اطلاع‌رسانی از سوی رسانه‌ها صحیح انجام می‌شد نه‌تنها از تولید داخلی حمایت شده بود، بلکه زمینه اشتغال و تولید متنوع لوازم التحریر در کشورمان همواره مهیا بود.

قاچاق کمر تولید را شکسته است
وی به حجم بسیار بالای قاچاق نوشت‌افزار نیز اشاره کرد و افزود: همواره در بخش‌های مختلف اقتصادی کشورمان آمار غیرقابل تصویری از قاچاق می‌شنویم یا می‌خوانیم ولی هیچ‌کس از خود تاکنون سوال نکرده امروز که خوشبختانه به واسطه تلاش و همت بالای نیروی انتظامی و نیروهای نظامی کشورمان با وجود انبوه ناآرامی‌ها در اطراف کشورمان در شرایط

کاملا عادی و بدون دغدغه به سرمی‌بریم که نشانه اقتدار کشورمان است، سود چطور این‌همه کالای قاچاق در بازار فروخته می‌شود؟

عبیدی عمده معبر ورودی کالاهای قاچاق در این صنف را بازارچه‌های مرزی و البته مناطق آزاد دانسته و گفت: اگر کمی دقت کنیم اکنون بسیاری از دستفروشان داخل مترو یا کنار خیابان اقدام به فروش محصولات چینی چون مداد رنگی، خودکار یا حتی دفتر یادداشت و نقاشی در طرح‌های مختلف می‌کنند که همگی این لوازم در شرایطی کاملا برنامه‌ریزی شده از مرزهای کشورمان وارد بازار مصرف داخل کشور شده است.

وی معتقد است چون دولت‌مردان ایران زمینه اقامت و البته اشتغال

تا در یابد جایگاه تولیدات ایرانی در سبد خرید خانواده دانش‌آموزان چقدر است و برای رفع مشکلات تولید این محصولات در ایران چه اقدام‌هایی باید صورت گیرد؟ در این زمینه گفت‌وگوهایی داشته‌ایم با فعالان این حوزه و مسئولان صنفی این صنعت.

برخی از شهرهای مرزی کشورمان را مدنظر دارند این موضوع یعنی حجم کالاهای قاچاق به‌خصوص در لوازم کوچک مثل لوازم التحریر را که ارزش افزوده بسیار قابل ملاحظه‌ای برای واردکنندگان دارد زیاد جدی نگرفته‌اند و همین موضوع کمر تولید را شکسته است.

در شخصیت‌سازی دچار مشکل هستیم

علی عبیدی در ادامه به اهمیت شخصیت‌سازی در لوازم تحریر اشاره کرد و افزود: مدتی است در برخی محافل صحبت از شخصیت‌سازی در تولید لوازم التحریر و نوشت افزار شده است و کارگروه‌ای مختلفی نیز در این زمینه تشکیل شده است اما شاهد این موضوع هستیم که اکثر این طرح‌ها ناموفق بوده‌اند چون ایران در زمینه شخصیت‌سازی بسیار مشکل دارد و نمی‌تواند همانند تولیدات هدفمند خارجی وارد بازار شود.

وی به روند شخصیت‌سازی در این زمینه اشاره و تصریح کرد: همان‌طور که می‌دانیم بسیاری از لوازم التحریر یا حتی اسباب‌بازی‌های موجود بازار از روی شخصیت‌های کارتون‌ی یا فیلم‌های سینمایی ساخته شده‌اند به این صورت که ابتدا این فیلم‌ها و شخصیت‌ها بارها و بارها از طریق مختلف برای کودکان و حتی بزرگسالان تکرار می‌شود و درپی آن شرکت‌ها اقدام به طراحی و تولید نوشت‌افزار با استفاده از این شخصیت‌ها می‌کنند درحالی که در ایران نه‌تنها این اتفاق روی نمی‌دهد، بلکه اگر تولیدکننده‌ای قصد استفاده از یک شخصیت معروف کارتون‌ی ایرانی را داشته باشد باید به صدا و سیما مبلغی را بپردازد درحالی‌که ایران اصلا عضو کپی‌رایت نیست و تولیدکنندگان به سادگی و بدون هیچ‌گونه هزینه‌ای می‌توانند شخصیت‌های معروف خارجی را تولید کنندکه در ذهن اکثر کودکان و مخاطبان‌شان شناخته شده است. بنابراین همین مشکلات زمینه حذف شخصیت‌های داخلی را ایجاد کرده است.

این فعال در زمینه تولید نوشت افزار در ادامه گفت: کشورهای غربی و تولیدکنندگان خارجی با استفاده از شخصیت‌های ساختگی اما محبوب کارتون‌های‌شان سعی در جلب نظر مخاطبان بازارشان دارند حال آنکه ایران با داشته‌های بسیار معروف خود مثل شخصیت‌های تاریخی هنوز در این زمینه نتوانسته رقیب قابل توجهی برای انواع و اقسام تصویرهای فضایی و شخصیت‌های کارتون‌ی خارجی باشد و همین موضوع به حذف برخی تولیدکنندگان از چرخه تولید و شکست بسیاری از طرح‌های بومی کردن تصاویر منجر شده است.

شخصیت‌های ایرانی برای مخاطبان شناخته شده نیستند

در همین حال احمد رنجبر یکی از فروشندگان لوازم التحریر در بازار با تایید این مشکل در بازار تولید لوازم التحریر می‌گوید: وقتی تقاضیان وارد فروشگاه می‌شوند بخش قابل توجهی از تولیدات با تصاویر کارتون‌های خارجی و همچنین شخصیت‌های خارجی طراحی شده‌اند درحالی‌که بخش کوچکی مربوط به شخصیت‌های ایرانی است اما همواره این خارجی‌ها هستند که از سوی مخاطبان خریداری می‌شوند چون کودکان به واسطه کارتون‌ها و فیلم‌های سینمایی مختلفی که از آنها دیده‌اند با تصاویر روی این لوازم آشنا هستند حال آنکه اگر تصویر شهید همت یا حسین فهمیده را روی دفتر یادداشت و کیف چاپ کنید کمتر کودکی است که آنها را بشناسد چون برای آنها شخصیت‌سازی دقیق و هدفمند نشده است.

رنجبر به ناتوانی رقابت قیمتی محصولات ایرانی با خارجی‌ها به‌خصوص چین اشاره کرد و افزود: اکنون در بازار لوازم التحریر بخش قابل توجهی از محصولات کشور چین خودنمایی می‌کند درحالی که مدتی است محصولات هندی هم توانسته‌اند جای خود را در بازار فروش باز کنند و باید منتظر آینده قوی‌تری از محصولات کشور یاد شده در بازار ایران باشیم. در همین حال هر روز شاهد کاهش قدرت رقابت تولیدات ایرانی به دلیل حجم نابرابر توان تولیدی ایرانی‌ها که مستقیم در قیمت تمام شده تاثیرگذار است، هستیم.

ایران

خرید در مشهد با طعم زیارت و گشت وگذار

بازارها و مراکز خرید مشهد به علت موقعیت ویژه مشهد در خاورمیانه همیشه از اهمیت زیادی برخوردار بوده‌اند و همواره به‌عنوان مهم‌ترین شهر مذهبی کشور شناخته می‌شود که همه ساله پذیرای زائران داخلی و خارجی است. امروزه مشهد علاوه بر بازارهای سنتی و قدیمی دارای مراکز خرید مدرن و پاساژهای پیشرفته‌ای است که یکی پس از دیگری در بزرگ‌ترین و مهم‌ترین شهر زیارتی کشور قد علم می‌کنند و مسافران مشهد را برای خرید کالاهای سنتی و وارداتی و سوغات به خود جلب می‌کنند. در این گزارش برخی از این مراکز خرید معرفی می‌شوند.

تجارت با نام خیام



مرکز تجاری خیام در حاشیه شمالی مشهد و بین ۱۰۰ متری کمربندی بلوارهای خیام و ابو طالب شمالی قرار دارد. علاوه بر معماری خاص آن، این مرکز تجاری دارای تسهیلات ویژه‌ای نظیر فضای سبز، خطوط اتوبوسرانی، ایستگاه تاکسی، آژانس باربری و غیره است. در ضمن ۱۹۶ واحد تجاری در بازار خیام مشغول فعالیت هستند و اجناس متنوعی را به فروش می‌رسانند. تالار پذیرایی، رستوران، کافی‌شاپ، کافی‌نت، بانک، نمایندگی شرکت‌های بازرگانی، نمایندگی‌های بیمه، حمل و نقل بین‌المللی، نمازخانه و غیره نیز بخش‌های دیگری از این بازار به شمار می‌روند.

پروما؛ مدرن و پرطرفدار

مجمتع تجاری پروما یکی از مراکز خرید پربازدید و مدرن شهر مشهد است که در مجاورت میدان جانباز واقع شده و روزانه پذیرای بیش از ۷۰۰ نفر از گردشگران و شهروندان مشهدی است. مساحت فضای فروشگاه آن ۵۰۰۰ مترمربع بوده که ۳۰۰ واحد تجاری و پارکینگ را در پنج طبقه جای داده است. کالاهایی که در این مرکز به خانواده‌ها ارائه می‌شود شامل: اقلام سوپر مارکتی، میوه و سبزی، شیرینی و شکلات، انواع البسه، کیف و کفش، زیورالات، لوازم آرایشی، اسباب‌بازی، لوازم التحریر، لوازم خانگی، فست‌فود و... است.

به نام گوهرشاد



مرکز خرید گوهرشاد در مجاورت بلوار شهید صادقی، بین میدان راهنمایی و چهارراه ۶۰۰ دکنسگاه شهر مشهد واقع شده و زمین آن از موقوفات بانو گوهرشاد است. بازار گوهرشاد در سال ۱۳۷۱ به همت اداره اوقاف خراسان رضوی به بهره‌برداری رسیده است. زیر بنای این مرکز تجاری ۲۱۰۰ متر، مساحت طبقه همکف ۱۴۴۵ متر و طبقه زیر همکف نیز ۷۲۰ متر است که از سالن‌های عریضی تشکیل شده است. ۸۴ باب مغازه در این مرکز خرید مشغول فعالیت هستند و غالباً کالاهایی نظیر انواع پارچه، پوشاک، لوازم برقی و خانگی، بلور و کریستال، اسباب‌بازی، نوشت‌افزار و سوغات مشهد را به گردشگران و شهروندان ارائه می‌کنند.

آلتون؛ باشکوه و مدرن

برج تجاری آلتون یکی از مدرن‌ترین و با شکوه‌ترین مراکز تجاری و توریستی شهر مشهد است که در خیابان امیرکبیر واقع و با استقبال مردم مشهد و گردشگران سایر شهرها و کشورها مواجه شده است. می‌کنند. علاوه بر فروشگاه‌های متعدد البسه، کیف و کفش، چمدان، روسری، لوازم آرایشی و بهداشتی، عطر و ادکلن، عینک، طلا و جواهر، بدلیجات، لوازم خانگی، موبایل و کامپیوتر و... مرکز خرید کبان‌سنتر رستوران و فست‌فود، سالن بازی‌های کودکان، هایپرمارکت و... نیز دارد که مراجعه‌کنندگان می‌توانند ظرف مدتی اندک و با صرفه‌جویی در وقت خود تمام مایحتاج موردنظر خود را از این مرکز خرید تهیه کنند.

کیان سنتر همه چیز دارد



مرکز خرید کبان‌سنتر که آدرس آن مشهد، تقاطع خیابان جانباز و خیابان شهید فرامرز عباسی است، یکی از بزرگ‌ترین و مدرن‌ترین مراکز تجاری مشهد بزرگ است که روزانه افراد زیادی برای خرید یا تفریح به آن مراجعه می‌کنند. علاوه بر فروشگاه‌های متعدد البسه، کیف و کفش، چمدان، روسری، لوازم آرایشی و بهداشتی، عطر و ادکلن، عینک، طلا و جواهر، بدلیجات، لوازم خانگی، موبایل و کامپیوتر و... مرکز خرید کبان‌سنتر رستوران و فست‌فود، سالن بازی‌های کودکان، هایپرمارکت و... نیز دارد که مراجعه‌کنندگان می‌توانند ظرف مدتی اندک و با صرفه‌جویی در وقت خود تمام مایحتاج موردنظر خود را از این مرکز خرید تهیه کنند.

گزارش «فرصت امروز» از مرکز خرید جدید در تهران

مرکزی خاص برای مشتریان خاص



برایم مهم بوده که در ایران خدمتی ارائه کنم. به همین دلیل هم از سال ۸۸ تاکنون از پنج صبح تا ۱۱ شب پیوسته کار کرده‌ام تا این مرکز خرید به این جایگاه برسد. این سخن می‌تواند قابل تأمل باشد. حتی اگر با خودم فکر کنیم که این سرمایه‌ای یک‌روزی باید اما اگر با دیدی عقلانی به قضیه نگاه کنیم می‌بینیم که هر سرمایه‌ای یک‌روزی باید برگردد اما مهم این مسئله است که در کنار این برگشت سرمایه، ده‌ها و گاه صدها نفر به سود می‌رسند و صاحب کار و شغل می‌شوند. همان‌طور که امروز در سراسر دنیا مراکز خرید نقشی غیرقابل انکار در اشتغال‌زایی ایفا می‌کنند.

بنابراین پربراه نیست اگر بگوییم که این مرکز خرید نیز با ۱۵۰ فروشگاه، رستوران، فروشگاه کتاب و ده‌ها مرکز خدماتی چون خشکشویی، آژانس مسافرتی، آرایشگاه زنانه و مردانه و چندین شعبه بانک به‌نوعی برای صدها نفر ایجاد شغل و در نتیجه درآمد ایجاد کرده است. به‌ویژه اینکه درآمدزایی در مراکز خرید اینچنینی بر پایه مهارت بنا شده است. زیرا برندهایی از سراسر دنیا حضور دارند که با علم روز به خرید، فروش و برخورد با مشتری مشغول هستند بنابراین هر جویای شغلی که در این زمینه‌ها مهارتی داشته باشد می‌تواند این شانس را داشته باشد که استخدام شده و کاری آینده‌دار را تجربه کند. همچنین وجود ۱۵۰ واحد تجاری موجب شده تا افراد بسیاری نیز در این قسمت مشغول به کار شوند.

بنابراین مرکز خریدی که بر پایه استناداردهای جهانی بنا می‌شود، امواجی از پیشرفت در خرید، فروش و اشتغال‌زایی

درآمدت شرط کافی برای شلوع بودن این مجموعه نخواهد بود.

دلایل ارزشمندی یک مرکز خرید

اما پالادیومی که تنها یک سال از افتتاحش می‌گذرد در سال ۸۸ کلنگ ابتدای‌اش زمین خورده است. مدیرعاملش می‌گوید: می‌خواستیم این سرمایه را در کشور خود هزینه کنیم و گر نه می‌توانستیم در آرام‌ترین سواحل دنیا باشیم. اما



چند ویژگی در مورد پالادیوم وجود دارد که به‌نوعی آن را از هم‌قطارانش جدا می‌کند. نوع سرویس‌دهی پرسنل کنترل ترافیک، نحوه برخورد در ارائه محل پارک خودروها و نوع برخورد با مشتریان از جمله تمایزهایی است که در این مرکز خرید به وضوح، سطحی تفاوت دارد

در واحد امور مشتریان بین چهار تا ۱۰ نفر مشغول به کار هستند اما در پالادیوم ۲۵ نفر این قسمت را اداره می‌کنند که این خود نشان می‌دهد مشتریان در این مرکز خرید، اهمیت و ارزشی اساسی دارند. نظرخواهی و گرفتن بازخورد از مشتریان از دیگر اقداماتی است که مدیران این مرکز خرید برای رصد علایق و خواسته‌های مشتریان و مراجعه‌کنندگان انجام می‌دهند.

نام فلزی نایاب بر مرکز خریدی متمایز وقتی از مدیرعامل این مرکز خرید درباره وجه تسمیه این مرکز خرید می‌پرسیم، می‌گویید: پالادیوم نام یک فلز گران‌بها و کمیاب است. به نظر می‌رسد در نوع ساخت و حضور برندها در این مرکز خرید هم همین کمیابی و تک بودن مدنظر بوده است. البته این احساس را مشتریان هم دارند. در واقع پالادیوم نمی‌خواهد همه ساکنان گوشه و کنار شهر را دور خود جمع کند. مدیرانش هم چنین قصدی ندارند. آنها چندین‌بار از کلمه لوکال یا همان اصطلاح محلی برای معرفی پالادیوم استفاده کرده‌اند. یعنی برآوردن نیازهای مردم همان محل و همان منطقه. البته از آنجایی که برای بنای هر مرکز خریدی به این نکته توجه می‌شود که جمعیت اطراف آن چقدر است و جایگاهی که واقع شده به چه خیابان‌ها و میدان‌هایی دسترسی دارد، پالادیوم در چنین جایگاهی قرار نگرفته است و البته مسئولانش این نکات را به دلایلی کم‌رنگ می‌دانند. رفتاری معتقد است: لوکس بودن این مجموعه تجاری موجب شده تا ما همیشه مشتریان خودمان را داشته باشیم. هرچند به نظر می‌رسد که این نکته در

دیگر عادت کرده‌ایم که هرازچندگاهی و در فواصل نه‌چندان طولانی خبر افتتاح یک مرکز خرید را بشنویم. در این میان سیل مشتریان است که به سمت این مراکز سرازیر می‌شود؛ مجموعه‌هایی که معمولاً در قسمت‌های پرفرت آمد شهر بنا می‌شوند. اما در این میان استثنا هم دیده می‌شود. مرکز خریدی که این هفته به آن سر زده‌ایم یکی از همین استثناهاست که در حصار خیابان‌هایی شمالی شهر قرار گرفته و بساط خود را حتی دورتر از میدان تجریش بنا کرده است. در این میان صحبتی هم داشته‌ایم با مهندس حسن رفتاری، مالک و مدیرعامل این مرکز خرید تا از کم و کیف و انگیزه‌هایش از احداث این مجموعه بگویید. پالادیوم یکی از مراکز خریدی است که طی یک‌سال اخیر بازگشایی شده است. این مرکز خرید که در قسمت شمالی شهر واقع شده به عنوان محلی برای مراجعه خریداران همان منطقه هم در نظر گرفته شده است. این مسئله را مسئولان و مدیران این مرکز خرید نیز تأیید می‌کنند. به همین خاطر هم در کنار بزرگراه‌ها یا خیابان‌های سهیل‌الوصول و پرجمعیت پایتخت ساخته نشده است. خیابان مقدس اردبیلی، نرسیده به میدان الف جایی است که این مرکز کنترل مدرن و البته بسیار زیبا در آن واقع شده است. چند ویژگی در مورد پالادیوم وجود دارد که به‌نوعی آن را از هم‌قطارانش جدا می‌کند. نوع سرویس‌دهی پرسنل کنترل ترافیک، نحوه برخورد در ارائه محل پارک خودروها و نوع برخورد با مشتریان از جمله تمایزهایی است که در این مرکز خرید به وضوح، سطحی متفاوت دارد. مهندس رفتاری می‌گوید: در بسیاری از مراکز خرید

بزرگ‌ترین بازار زیرزمینی آسیا در خیابان تهران

بازار کوئکس (COEX) بزرگ‌ترین مرکز خرید زیرزمینی در آسیا است و در زیرزمین مرکز تجارت جهانی کره جنوبی و در شهر سئول این کشور واقع شده است. این مرکز خرید عظیم مکانی برای خرید بهترین‌هاست و مجموعه‌ای از سرگرمی‌های متنوع را برای مراجعه‌کنندگان ایجاد می‌کند. هرچند بسیار بزرگ است اما گشت وگذار در این مجموعه به‌راحتی ممکن است. تنها کافی است که خریداران مسیر اصلی را به یاد داشته باشند و از راهروهای منتهی به مسیر اصلی استفاده کنند. این ویژگی سهولت دسترسی به همه نقاط مرکز خرید را ایجاد کرده است. همچنین آدرس‌ها و نشانه‌ها هم به زبان انگلیسی و هم به زبان انگلیسی است که گشت وگذار و خرید را برای گردشگران و مراجعه‌کنندگان خارجی نیز آسان کرده است.

کوئکس ۱۶ رستوران با غذاهای کره‌ای، چینی، ژاپنی و اروپایی دارد. ۱۶ سالن اجرای تئاتر، کنسرت و سایر برنامه‌های سرگرمی نیز در کنار واحدهای تجاری قرار گرفته‌اند. فروشگاه کتاب هم جزئی از این مرکز خرید است که می‌توان از آن نقشه شهر و مراکز مهم را شناخت. از آنجایی که این مرکز خرید محلی برای رجوع گردشگران هم هست، این فروشگاه کتاب‌های تاریخی به زبان انگلیسی به گردشگران خارجی ارائه می‌کند تا کره جنوبی را بهتر بشناسند. آکواریوم و موزه کیمچی از جمله امکاناتی است که این بازار را به مرکزی فرهنگی-تجاری تبدیل کرده است.

مساحت این مرکز خرید به حدود ۱۵۴،۰۰۰ مترمربع می‌رسد و صدها فروشگاه را در دل خود جای داده است. جالب است بدانید که این مرکز خرید زیرزمینی از ایستگاه مترو سامسون شروع می‌شود و تا تقاطع خیابان تهران در شهر سئول می‌رسد. به دلیل اهمیتی که این بازار دارد در سال ۲۰۱۲ بیش از ۱۸۰ میلیارد یوان برای بازسازی آن هزینه شد و در سال ۲۰۱۴ این بازسازی به پایان رسید. یکی از مسائلی که در این بازسازی مورد توجه مسئولان بوده ایجاد امکانات رفاهی و جذاب بیشتر برای گردشگران بوده است.

دیگران



زنان جهان

لیزا میور، بانویی با کسب‌وکاری سبز

ترجمه: سارا گلچین



لیزا میور، بانوی فعال محیط‌زیست، کارآفرین و مداری است که توانسته با یک شرکت موفق بستنی‌سازی سبز (هوادار محیط‌زیست) در نیویورک راه شیرین خود را به سوی موفقیت باز کند. شرکت بستنی‌سازی او تنها به ارائه بستنی‌های تازه با طعم‌های دلپذیر محلی بسنده نکرده و به دنبال تاثیرگذاری مثبت در جامعه است. میور می‌خواهد ردی مثبت از خود به جای بگذارد تا حتی بعد از خودش نیز الگویی که ایجاد کرده، الهام‌بخش دیگران در راه‌اندازی کسب و کارهایی باشد که نه تنها درآمدزایی را نصیب مخترع خود می‌کنند بلکه به نوعی هوادار محیط زیست هم هستند.

شروع سبز یک کسب وکار

بستنی فروشی او یک کسب وکار خرد دارای گواهینامه سبز است که در مقیاس صنعتی بستنی‌هایی با استفاده از منابع محلی می‌سازد. خانم میور ۲۰ سال مددکار اجتماعی بود و به نوجوانان قربانی آسیب‌های اجتماعی و خانواده‌های‌شان مشاوره می‌داد. او اگرچه ازدواج کرد و فرزندى هم به دنیا آورد اما از همسرش جدا شد. پس از جدایی مادر سرپرست خانواری بود که باید به دنبال کار تمام‌وقت می‌گشت. اینکه ایده کسب وکارش از کجا آمده و چگونه رشد کرد داستان جالبی دارد که در ادامه می‌خوانید.

یک روز وقتی دید بستنی‌فروشی محل‌شان تعطیل شده، حرقه اولیه ایده بستنی‌فروشی با بستنی‌سازی در ذهنش زده شد و فکر و ذکرش این شد که چطور می‌تواند این شرایط را تغییر دهد و بستنی‌فروشی را مال خود کند. یکبار ایده‌اش را با یک صاحب کسب وکار محلی درمیان گذاشت و او این سوال را از لیزا پرسید: «آیا متوجه تفاوت میان ایده‌های خود و من هستی؟» پاسخ لیزا منفی بود و همین شد که عزمش را جزم کرد تا ایده خود را عملی کرده و تفاوت مدنظر دوست صاحب کسب وکار را از میان ببرد. او «خوک آبی» را در مارس ۲۰۱۰ خرید و در ماه مه بازگشایی کرد، آن هم در حالی که هرگز تا قبل از آن بستنی درست نکرده بود!

او درباره اینکه آیا چالش مشتری‌کی میان خانم‌های صاحب کسب‌وکار و کارآفرینان وجود دارد چنین می‌گوید: «من یک گروه کوچک برای حمایت از



خانم‌های کارآفرین راه انداختم که ماهانه در یک کافی‌شاپ دور هم جمع می‌شویم و به تبادل نظر می‌پردازیم این گروه با تنها سنفتر کارش را آغاز کرد اما به مرور تعدادش بیشتر و بیشتر شد. یکی از چالش‌های مشترک میان تمام این خانم‌ها چگونگی برخورد با تقاضاهای خانواده و کسب‌وکار و راهکارهایی برای کم کردن وظایفی بود که بر دوش خانم‌ها بود.

غوررانگیزترین لحظه زندگی

غوررانگیزترین لحظه زندگی خانم میور وقتی بود که حس کرد اثر مثبتی بر دختر ۱۲ ساله‌اش گذاشته است. دختر خانم میور با ریاضی مشکلات زیادی داشت و حتی کارش به اشک و آه هم کشیده شده بود! اما وقتی کنار مادرش شروع به کار کردن در بستنی‌فروشی کرد، اعتماد به نفسش بیشتر شد. این اعتماد به نفس به جایی رسید که او را به صندلی صندوقداری آن هم در یک عصر یکشنبه شلوغ رساند. «دیدن او در این جایگاه مرا بسیار دلگرم کرد. او با کاری روبه‌رو شده و در حال انجامش بود که از آن وحشت داشت. با ریاضی! می‌دانستم که تلاش‌های سخت‌وشانه من به او درس پیشرفت و موفقیت داده است.»

چرا پایداری و پابرجایی؟

خانم میور که همواره یک دوستدار محیط‌زیست بوده است پابرجایی و ثابت‌قدمی را همیشه اصل زندگی‌اش می‌داند. از نظر او در صنایع غذایی ثابت قدمی یعنی تولید موادغذایی تا حد امکان با ترکیبات محلی. اگر فصل ماده اولیه‌ای نباشد آنها هم از فروش مواد درست شده از آن اجتناب می‌کنند. مثلا بستنی توت‌فرنگی در این کسب‌وکار فقط در ماه ژوئن و بستنی هلو تنها در ماه آگوست فروخته می‌شود. شیوه کسب‌وکار خانم میور هم همین‌طور است. آنها شیشه‌های پنجره‌ها را با سرکه و آب می‌شویند. انواع توت‌ها و گیاهان را در باغ پستی فروشگاه کشت می‌کنند. همین کارها و سایر کارهایی از این دست باعث شده تا کسب‌وکاری سبز داشته باشند.



که بتوانند گلدوزی‌های خاصی را انجام دهند، مدنظر هستند. زیرا معتقد است که این طراحی و دوخت امری تخصصی است که هر کسی نمی‌تواند انجامش دهد. حالا می‌خواهد این کسب‌وکار آینده‌دار و البته نان و آب‌دار را بیش از پیش گسترش دهد. دیگر خانواده تلخندی به او نمی‌زنند. حالا تحسینش هم می‌کنند. می‌گوید: می‌خواهم در پله نخست از خانواده‌ام برای اداره کارگاه استفاده کنم. چون برای شروع کار و ملاحظاتی که آغاز هر راهی با آن روبه‌رو است، خانواده حامیان بهتری هستند. می‌گوید نیروی ماهر برای انجام کارها و پشتیبانی از جمعیت رو به اداره کارگاه و حمایت روحی و روانی لازم‌ه کار است.



اقتصاد زنان

نقش مهم زنان آمریکای لاتین و حوزه دریای کارائیب در دستاوردهای اقتصادی

شد. امروزه این شکاف به‌نوعی در بسیاری از کشورهای آمریکای لاتین جابه‌جا شده است. به این معنا که اصل شکاف وجود دارد اما به جای اینکه مردها بالا باشند و زن‌ها پایین، خانم‌ها در نظر آموزش گرفتن بالاتر از آقایان قرار گرفته‌اند.

خانم‌ها هنوز هم کمتر حقوق می‌گیرند

با همه این تفسیر هنوز هم چالش‌های بزرگی وجود دارد. خانم‌ها در کشورهای چون شیلی، برزیل، مکزیک یا پرو، به‌ویژه در شغل‌های نیازمند تخصص بالا از آقایان کمتر حقوق می‌گیرند. شکافی که در حال گسترش است. یک فاکتور جالب دیگر از نظر لوئیز کرد نحوه ارزش‌گذاری تجربه براساس جنسیت است. «باوجود این واقعیت که خانم‌ها در این کشورها از نظر سطح آموزشی بالاتر هستند و باز باوجود اینکه توجه به تجربه براساس سن و تعیین حقوق و دستمزد برای خانم‌ها کمتر از آقایان مورد توجه قرار می‌گیرد، گزارش پیشنهاد شده که برای افزایش قدرت اقتصادی بالا از نظر شغلی در این منطقه وجود دارد.» همچنین برای مثال خانم‌های برزیلی به‌شدت خواهان حضور در بخش‌های دارای بهره‌وری کم بودند. خشونتی که پایه و اساس آن بر جنسیت و بارداری در سن نوجوانی بود در این منطقه نرخ بالایی داشت، بدین معنا که توانایی خانم‌ها در داشتن حق انتخاب و دستیابی به اهداف‌شان را پایین نشان می‌داد. در این گزارش پیشنهاد شده که برای افزایش قدرت اقتصادی زنان براساس این سه عنصر سیاست‌های کلی تنظیم شود: افزایش فرصت‌های مناسب در بازار کار، کمک به زنان برای افزایش توانایی‌های‌شان در رسیدن به اهداف براساس داشتن حق انتخاب و پشتیبانی از جمعیت رو به افزایش زنان فقیر، سرپرست خانوار و مجرد.

پای صحبت‌های مهدیه مشکل‌گشا، ایده‌پردازِی که کسب و کارش را طراحی کرده است

تلفیق سنت با ایده‌های مدرن

است. خلاصه هر کاری که به نوعی حرف از ایده و طرح و طراحی در آن باشد و خوش‌ذوقی و استعداد را بطلبد، به بانوی جوان کارآفرین امروزمان هم مربوط است. مهدیه مشکل‌گشا از شیراز از ایده شروع کارش می‌گوید و مسیر کسب‌وکارش و آینده‌ای که در نظر دارد.

طراحی دوخت خوانده است. فوق دیپلم نقشه‌کشی صنعتی و لیسانس معماری هم دارد. کار تراش سنگ‌های مرمر را هم انجام می‌دهد. البته طراحی لباس کار اصلی‌اش است. دوخت لباس‌های محلی را هم آموزش دیده است. در زمینه طراحی سنگ مرمر و تبدیل آن به انواع ظروف و وسایل تزئینی و غیره هم کار کرده

آغازی دیگر در راهی دیگر

دوباره شروع می‌کند و این‌بار با ایده‌های جدیدتر؛ ایده‌ای مانند اضافه کردن طرح‌های سنتی لباس‌های محلی به مانتوهایی که کاربرد مجلسی، خیابانی و غیره دارند. مانتوهایی که با کمترین هزینه طرحی متفاوت را ارائه و تمایزی برای صاحب خود ایجاد می‌کنند که در بازار یافت نمی‌شود. کیف و کفش با طرح سنتی هم در همین حوزه کار می‌کند: سراغ کفش‌فروش‌ها رفتم و طرح‌هایم را که روی کفش پیاده کرده بودم، نشان‌شان دادم. مثلاً پارچه و طرح ترمه را به کفش‌ها اضافه کرده بودم، اما کفش‌فروش‌ها حاضر نبودند حق و حقوقم را آنچنان که باید بپردازند. از کفش‌فروش‌ها دلسرد می‌شود، اما از کسب‌وکارش نه. به همین دلیل ادامه می‌دهد. سراغ طلا و جواهر می‌رود. طرح‌های سنتی را با طلا تلفیق می‌کند که به اصطلاح با لباس‌ها ست باشند. حتی روسری‌هایی با این ظرایف تولید می‌کند. در واقع روسری‌هایی که اغلب از پاکستان و افغانستان وارد می‌شوند این بار توسط این دختر جوان و خوش‌ذوق، رنگ و مهره‌دوزی روی روسری‌ها و پارچه‌ها را برایش انجام می‌دهند.

وقتی فکر می‌کنم که یک دختر بیست و چند ساله چقدر باید انگیزه داشته باشد که با همه مخالفت‌های خانواده و همسر و مزاحمت‌های عرصه کسب و کار زنان باز اینقدر با انگیزه جلو رفته است، بیشتر تحسینش می‌کنم. این دختر شیرازی ما اینقدر خوب کار کرده و اینقدر ایده به اصطلاح رو کرده که به راحتی بتوانیم بگوییم کارآفرینی تماماً ایرانی است. هزار و یک ایده دیگر هم در ذهنش دارد. بعضی‌ها را هم عملی کرده است. یکی‌شان کار روی سنگ مرمر است. صفحه شطرنج را از جنس مرمر ساخته و آباژور و ساعت و دستبند و غیره. سرویس پذیرایی هم

در بازار وکیل شیراز و با دیدن لباس‌های ترکی و چین و واچین‌های‌شان به ذهنش می‌رسد که چرا نباید روی این لباس‌ها کار کند. حالا که طراحی دوخت هم خواننده و خلاصه تجاری در این زمینه دارد، بهتر است به این سمت و سو برود. هم کار و بار خوبی است و هم به نوعی توجه به سنت‌های ایرانی. به همین دلیل می‌رود سراغ آموزش‌های لازم در این حوزه. یکی دو سال بعد مغازه‌ای اجاره می‌کند و خلاصه الان هشت سال است در این زمینه کار می‌کند؛ یعنی از ۲۲سالگی چون الان ۳۰ساله است و پر از انرژی برای پیشبرد کسب‌وکارش. خودش توضیح می‌دهد که چون طرح لباس عروس بوده به سمت طراحی مجعد و نوآورانه از این لباس‌های سنتی رفته است. می‌گوید: لباس ترکی در بازار تا ۲میلیون تومان عرضه می‌شود اما من تنها با ۶۰۰هزار تومان آن را می‌فروشم. زیرا از پارچه‌های ساده و خوش‌رنگ استفاده می‌کنم؛ از پارچه‌هایی که کمترین هزینه اولیه را ایجاد کنند تا هنگام فروش هر کسی بتواند آنها را خریداری کند و تنها مختص خریداران اندکی نباشد.

برای شروع مزونی در بازار وکیل ایجاد می‌کند و به این کار می‌پردازد. اما خانواده مخالف هستند. می‌گویند تو طراح لباس عروس هستی و چرا می‌خواهی به این لباس‌های محلی بپردازی. انگار که این لباس‌ها اهمیتی نداشته باشند. اما او عزمش را جزم می‌کند که این کار را انجام دهد. هر چند چندین بار مشکلاتی را تجربه می‌کند. مثلاً همسرش با داشتن و اداره مغازه از طرف او مخالفت می‌کند و زحماتی که برای اداره این مکان کشیده کم‌رنگ می‌شود و در نهایت مغازه بسته می‌شود. اما افتادن در مسیر کارآفرینی و کسب‌وکار لذتی دارد که نمی‌توان به سادگی از کنارش گذشت. اینکه جوان هم باشی و نیروی جوانی را هم چاشنی کار کنی و راهت را هم شناخته باشی، به سختی می‌شود رأی تو را زد. همین امر هم موجب می‌شود که مشکل‌گشا به فکر مشکل‌گشایی از مشکلاتش بیفتد و راه‌های دیگر را هم امتحان کند.



را می‌توان در تاخت و تازهای اخیر به نابرابری‌های همیشگی در منطقه دید. براساس گزارش تازه بانک جهانی درباره تاثیر قدرت اقتصادی زنان در آمریکای لاتین و حوزه دریای کارائیب، بیشتر زنان راضی به حقوق پایین وارد بازار کار در این منطقه شده‌اند و نیروهای با حقوق بالا کم هستند که این بینشی بسیار مهم در کاهش فقر در منطقه به شمار می‌آید.

کمک به گذار از شوک‌های اقتصادی

واقعیت این است که در بحران‌های اقتصادی به‌ویژه در طول بحران اقتصادی سال ۲۰۰۹، خانم‌ها با مشارکت خود در فعالیت‌های اقتصادی به کل منطقه کمک کردند تا از سد شوک‌های اقتصادی بگذرد. خانم‌های خانه‌داری که تنها به حقوق همسرشان بسنده می‌کردند،

از جمله اقتصادهای نوظهور جهان که رفته‌رفته نقش کلیدی در مناسبات مالی دهکده جهانی بازی می‌کنند، می‌توان به کشورهای آمریکای لاتین اشاره کرد. کشورهای با جمعیت جوان و اقتصادی در حال رشد که نیاز به فرصت‌های شغلی هر روز بیشتر از دیروز جلوه می‌کند. به همین دلیل ایجاد ظرفیت‌هایی برای اشتغال جمعیت جوان به‌ویژه زنان از جمله مسائلی بوده که همواره در این کشورها و برنامه‌ریزی‌های اقتصادی‌شان مدنظر مسئولان و کارشناسان بوده است. در این میان از جمله راهکارهایی که درنظر گرفته‌اند تا حدود زیادی هم موثر واقع شده است، ایجاد فرصت‌های شغلی برای زنان با دستمزدی کمتر است. مسئله‌ای که مورد توجه کارفرمایان هم قرار گرفته و به همین دلیل در زمان بروز بحران‌های اقتصادی زنان دیرتر از مردان کارشان را از دست می‌دهند. اما خوشونت‌های موجود در جامعه این کشور، موضوع کار زنان باردار و خانه‌دار و مسائلی از این دست هنوز هم چاره قابل‌توجهی به خود ندیده است. با این وجود زنان در اقتصاد این کشورها همچنان نقشی پررنگ دارند. به همین دلیل و باتوجه به اهمیت نقشی که زنان این کشورها توانسته‌اند در اقتصاد روبه رشد کشور خود ایفا کنند، گزارش این هفته را به اوضاع درآمدی و شغلی زنان این مناطق اختصاص داده‌ایم که در ادامه می‌خوانید.

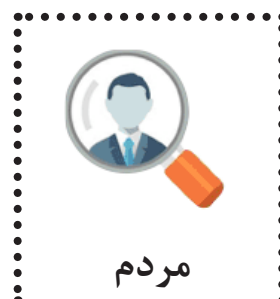
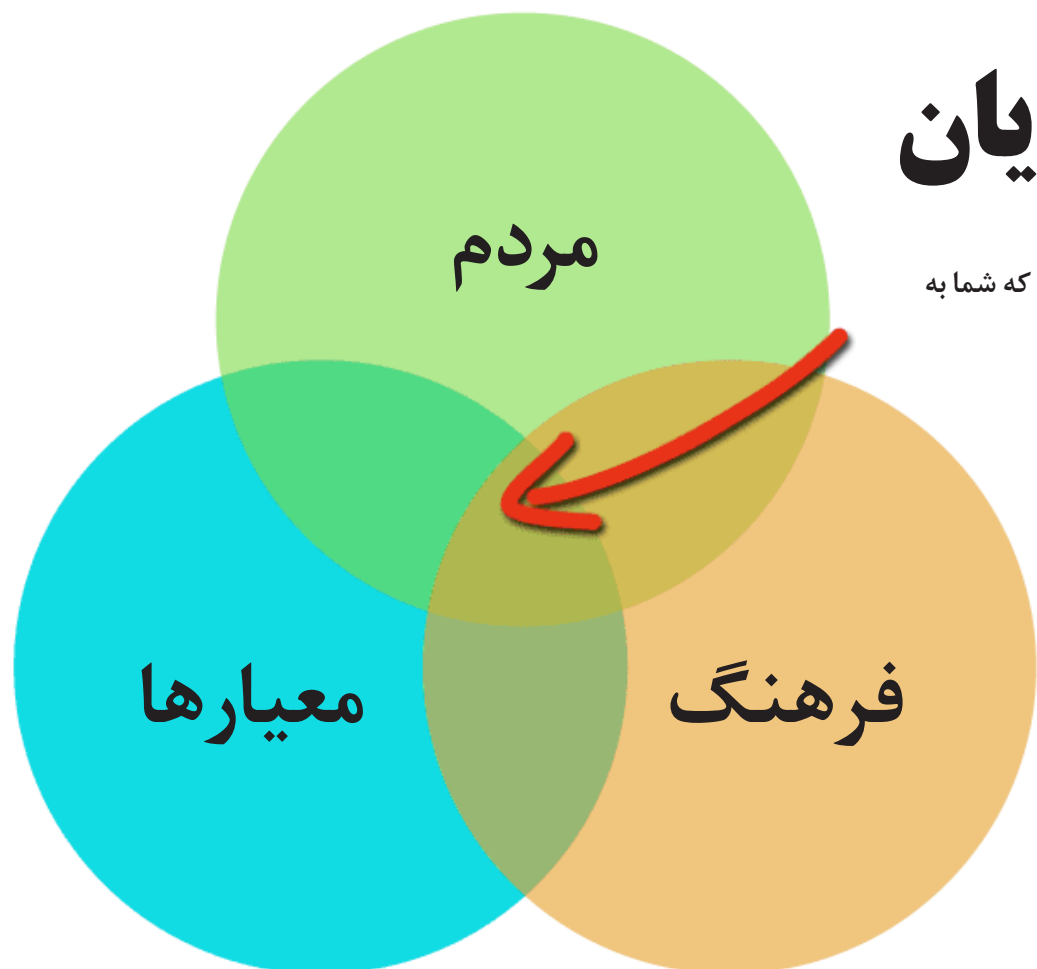
دیدن خانم‌هایی که هر روز صبح به خیابان‌ها می‌آیند تا خود را سر کارشان برسانند، چیز تازه‌ای در آمریکای لاتین نیست. در واقع مشارکت زنان در بازار کار در طول یک دهه گذشته افزایش داشته است. این پیشرفت حاصل تغییرات مهم اجتماعی در منطقه و بهبود شرایط اقتصادی است. واقعیت این است که اگر مشارکت زنان در بازار کار در این منطقه وجود نداشت، در سال ۲۰۱۰ فقر ۳۰درصد افزایش را به خود می‌دید. همین وضعیت



مدیریت تجربه مشتریان



«مردم همیشه گفته‌های شما را فراموش می‌کنند اما همواره احساسی را که شما به آنها منتقل کرده‌اید به خاطر می‌آورند. ما یا آنجلو»



85%

۸۵ درصد از مسائل و موضوعات مربوط به برندها در تعامل‌های روزانه و در شبکه‌های اجتماعی و در قالب کامنت‌گذاری، تولید و به اشتراک گذاشتن محتوا، گفت‌وگوهای بین مشتریان و در نهایت گفت‌وگوی مشتریان با کارمندان شرکت صورت می‌پذیرد.



اعضای تشکیل دهنده DNA برند



مردم: برند یک استراتژی نیست، برند هویت شما است. فرآیند برندینگ در زمان استخدام نیروی کار آغاز می‌شود. کارمندان و افرادی که برای شما کار می‌کنند در واقع برند شما هستند. مدیریت تجربه مشتریان از تعامل با برند شما در لحظه برقراری تماس میان مشتریان و کارمندان‌تان آغاز می‌شود. شرکت‌هایی که توجه ویژه‌ای به بحث مدیریت تعامل مشتری با برند دارند، عموماً یک تجربه خوشایند و پایدار از تعامل با خود ایجاد می‌کنند.



فرهنگ: فرهنگ سازمانی شرکت شما هدف و مقصد نهایی شماست. نحوه رفتار شما با مشتریان‌تان موجب شکل‌گیری یک تجربه مناسب از تعامل مشتریان با شرکت شما خواهد شد. شرکت‌هایی که به میث توانمندسازی کارمندان‌شان پرداخته و فرهنگ سازمانی مناسب ایجاد می‌کنند معمولاً تجربه مثبتی را برای مشتریان خود رقم می‌زنند. فرهنگ‌های مخرب و غیرسازنده، یک برند ناموفق و منفور ایجاد خواهند کرد.



معیارها: آنچه براساس برنامه‌ریزی و محاسبه باشد حتماً نتیجه‌بخش خواهد بود. چنانچه قصد دارید تجربه‌ای ویژه و خاص از تعامل با برندتان ارائه کنید باید پیش از هر چیز آن را محاسبه کنید. چنانچه قصد دارید رفتار کارکنان خود را اصلاح کنید باید از یک سری معیارهای خاص استفاده کنید. مردم عموماً به سویی رفتارهایی گرایش می‌یابند که به آنها در دستیابی به هدف موردنظرشان کمک کرده است.

۲ استراتژی بازاریابی



مک دونالد: تکیه بر روش‌های قدیمی برندینگ، استراتژی اصلی مک دونالد در زمینه بازاریابی است. هزینه سنگین برای آگهی‌های تبلیغاتی برپایه استفاده این شرکت از متدهای قدیمی و از مد افتاده برندینگ و بازاریابی است. مک دونالد از شرکت Big Idea که در زمینه طرح‌های خلاقانه، اثرگذار و فرایند انجام آنها در تجارت و شرکت‌های تجاری فعالیت می‌کند برای طرح‌های تبلیغاتی و بازاریابی خود استفاده می‌کند. شعار اصلی این شرکت فروش ارزان‌ترین ساندویچ‌ها در سریع‌ترین زمان ممکن است. اعتقاد و استفاده از روش‌های برندینگ از جمله ویژگی‌های اصلی مک دونالد در فرایند بازاریابی به شمار می‌رود.



استارباکس: استفاده از شیوه‌های جدید بازاریابی و توجه ویژه به مدیریت تجربه مشتریان از تعامل با این برند از ویژگی‌های اصلی استراتژی بازاریابی و تبلیغاتی شرکت استارباکس به شمار می‌رود. در همین راستا این شرکت به توانمندسازی کارمندان خود پرداخته تا تجربه‌ای خاص و جذاب را از تعامل با این برند در اختیار مشتریان خود قرار دهد. شعار اصلی این شرکت ارائه یک فضای مناسب برای گفت‌وگو و برقراری ارتباط میان مشتریان بوده و فروش قهوه تنها هدف استارباکس به شمار نمی‌رود. این رویکرد سبب شده با صرف کمترین هزینه برای تبلیغات و آگهی‌های بازرگانی، درآمد این شرکت رشد قابل توجهی را تجربه کند.

برندینگ در مقابل مدیریت تجربه مشتریان



VS



هزینه تبلیغاتی
تلویزیونی

۱/۵ میلیارد دلار

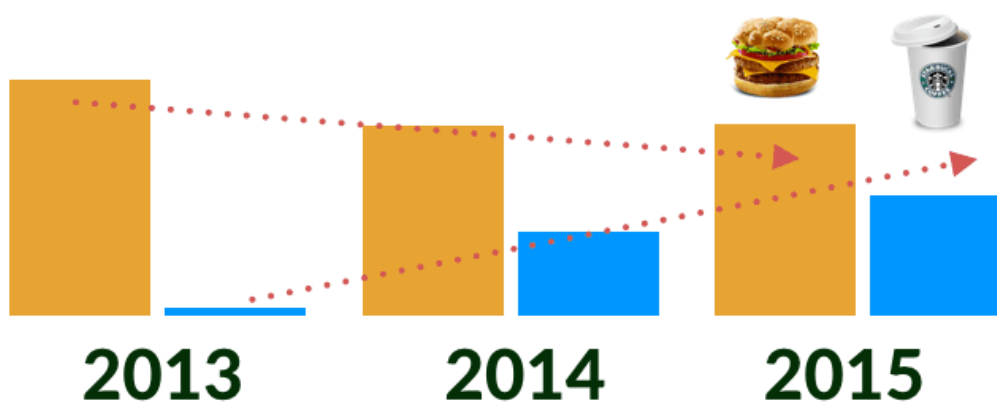


رشد درآمد

۰/۸- میلیارد دلار

۰/۲ میلیارد دلار

۱/۹+ میلیارد دلار



خداحافظ برندینگ، سلام بر مدیریت تجربه مشتریان



دریچه



فهرستی از ثروتمندترین زنان ورزشکار ۲۰۱۵

۱۰ زن ورزشکار برتر در سال ۲۰۱۵ توانستند ۱۲۴ میلیون دلار حقوق، جایزه نقدی و درآمدهای جانبی از فعالیت‌های اقتصادی مرتبط با ورزش کسب کنند. بازیکنان تنیس بیشترین جایگاه‌ها را در این لیست به دست آوردند و سه رده اول را هم به خود اختصاص دادند. شاید مهم‌ترین دلیل این مسئله برابری جوایز ویمبلدون برای زنان و مردان باشد. امکانی که در بسیاری دیگر از رشته‌ها برای زنان وجود ندارد. در ادامه با این ۱۰ ورزشکار ثروتمند آشنا می‌شوید.

۱. ماریا شاراپووا

تنیس‌بازی که مجموع درامدش در سال گذشته ۲۹,۷ میلیون دلار بوده و از این رقم ۶,۷ میلیون دلار از جایزه‌های نقدی به دست آمده و ۲۳ میلیون دلار هم از فعالیت‌های اقتصادی دیگر، شاراپووا مدت زیادی مصدوم بود و تنها در نیمه دوم ۲۰۱۳ بازی کرد، اما در سال ۲۰۱۴ با انرزی زیادی برگشت.

۲. سرنا ویلیامز

درآمد سرنا ویلیامز تنیس‌باز، ۲۴,۶ میلیون دلار بود که ۱,۶ میلیون دلار آن از جوایز نقدی و ۱۳ میلیون دلار از فعالیت‌های جانبی به دست آمده بود. او با بردهای پیاپی در سال ۲۰۱۵ در شرایطی تاریخی قرار دارد و رکوردهای خوبی را شکسته است.

۳. کارولین ووزنیاک

کارولین ووزنیاک با ۱۴,۶ میلیون دلار درآمد در سال جاری سومین زن ثروتمند ورزشکار بود. این تنیس‌باز ۳,۶ میلیون دلار از جوایز نقدی و ۱۱ میلیون دلار از فعالیت‌های جانبی دریافت کرده است. ثروتی که به دست آوردنش در رشته‌ای دیگر بسیار دشوارتر بود.

۴. دنیکا پاتریک

این راننده مسابقات اتومبیلرانی در سال جاری ۱۳,۹ میلیون دلار درآمد داشته که ۷,۹ میلیون دلار آن را از حقوق و جوایز نقدی‌اش به دست آورده و ۶ میلیون دلار را از فعالیت‌های اقتصادی دیگر. شانسسی که فقط در خانه او را زده. بسیاری دیگر از رانندگان زن در گمنامی باقی مانده‌اند و نتوانسته‌اند از حمایت اسپانسرها بهره‌مند شوند.

۵. آنا ایوانوویچ

پنجمین ورزشکار زن ثروتمند بهترین شرایطش را از سال ۲۰۰۸ تاکنون در سال جاری تجربه کرده است و درمجموع توانسته ۸,۳ میلیون دلار درآمد کسب کند. آدیداس نقش مهمی در درآمدهای جانبی این تنیس‌باز صربستانی داشته. در سال ۲۰۱۵ تمدید قرارداد او با دوی‌دبوتی‌فری و ایجاد قرارداد تازه‌ای با Shiseido به کمک او آمد تا رتبه پنجم این فهرست را به دست بیاورد.

۶. پترا کیتووا



تنیس‌باز اهل جمهوری چک در سال ۲۰۱۵ ۷,۷ میلیون دلار درآمد داشت. ۳ میلیون دلار آن حاصل پیروزی‌اش در ویمبلدون ۲۰۱۴ بود که اسپانسرهای بیشتری را به برای او به همراه آورد. بعد از این پیروزی با ساعت ریتمو موندو، نایک و ویلسون قراردادهای تازه‌ای امضا کرد و باز هم ثروتمندتر شد.

۷. سیمونا هالپ

مجموع درآمدهای تنیس‌باز رومانیایی ۶,۸ میلیون دلار بود که ۵,۳ میلیون دلار آن از جوایزی بود که برده بود. او قراردادهای اسپانسری با آدیداس، ویلسون و چندین برند رومانیایی امضا کرده که برایش ۱,۵ میلیون دلار درآمد داشته است.

۸. روتنا روزی

جودوکار آمریکایی از معدود زنان غیرتنیس‌بازی است که توانسته با درآمد ۵,۵ میلیون دلاری در سال ۲۰۱۵ به فهرست ثروتمندها راه پیدا کند. او ۳ میلیون دلار حقوق گرفته و ۳,۵ میلیون دلار هم از فعالیت‌های جانبی و اسپانسرها به دست آورده. او بازیگر هم هست و در سه فیلم در ۱۲ ماه گذشته بازی کرده که همگی بودجه‌های بالایی داشتند. او یک کتاب پرفروش هم چاپ کرده است. در فعالیت‌های تبلیغاتی، ریپوک، مترو PCS، هدفون‌های مانستر، بوفالو دیوید بیسون و کارلز جی‌آر از اسپانسرهای او بوده‌اند. به نظر می‌رسد فعالیت جانبی داشته باشد. او حضورش در عرصه‌های مختلف در ورودش به لیست ورزشکاران ثروتمند کمک کرده است.

۹. استیسی لوییز

گلفباز آمریکایی هم یکی دیگر از ورزشکاران زن غیرتنیس‌باز است که در میان پردرآمدترین‌ها قرار دارد. او سال گذشته ۴,۴ میلیون دلار درآمد داشته که ۴,۴ میلیون دلار از آن از جوایزش به دست آمده و ۴ میلیون دلار هم فعالیت جانبی داشته است. او دومین آمریکایی است که توانسته در رده‌بندی‌های KPMG، نفت ماراتن، پیور سیلک، اوگما، براید استون، فوتی‌جوی و...

۱۰. آگنرکا رادوانسکا

آخرین زن حاضر در این فهرست هم یک تنیس‌باز است. با درآمد ۴ میلیون دلاری در سال گذشته او هم در میان ثروتمندان ورزش زنان قرار گرفته است. درآمد او از فعالیت‌های اقتصادی جانبی دو برابر فعالیت ورزشی و درآمدش از جوایز تنیس بود. لوتو، بابولات و کلسوس از برندهایی هستند که برای تبلیغات سراغ او آمده‌اند.

ثروتمندترین ورزشکاران زن در سال ۲۰۱۵

رقابت میلیونی در تسخیر تنیس



مینا عینی‌فر

زنان ورزشکار گرچه در اغلب نقاط دنیا کمتر از مردان ورزشکار دیده می‌شوند و فرصت‌های کمتری برای فعالیت اقتصادی مبتنی بر ورزش‌شان دارند اما رقابت‌های دشواری میان خود دارند. رقابتی نابرابر که در اغلب رشته‌ها از نظر مالی حتی به رقابت مردانه نزدیک هم نمی‌شود. دلایل مختلفی برای

رقابتی میان دو تنیس‌باز

سرنا ویلیامز به تازگی چند رویداد معتبر تنیس را با موفقیت پشت سر گذاشته و امسال فقط یک بار در ۴۱ مسابقه‌اش بازی را واگذار کرده است. جایزه ۹,۱ میلیون دلاری او بعد از هفت ماه اول سال بیشتر از درآمد تمام عمر بسیاری از زنان تنیس‌باز بود. فقط ۳۵ زن تنیس‌باز توانستند در تمام عمر بازی‌شان بیشتر از این مبلغ درآمد کسب کنند. اما وقتی به حساب‌های بانکی نگاهی بیندازیم معلوم می‌شود که ویلیامز هنوز نتوانسته به رقیبش ماریا شاراپووا برسد. ویلیامز بین ژوئیه ۲۰۱۴ تا ژوئیه ۲۰۱۵ ۲۴,۶ میلیون دلار درآمد داشته، در حالی که شاراپووا در همین مدت ۲۹,۷ میلیون دلار در حساب بانکی‌اش جمع کرد. شاراپووا امسال هم برای یازدهمین بار، پردرآمدترین ورزشکار زن دنیاست.

شاراپووا در سال ۲۰۱۳ از مصدومیت رهایی پیدا کرد تا دومین عنوان برتری‌اش را در سال گذشته در اوپن و پنجمین قهرمانی را در گرنداسلم به دست بیاورد. ۷,۷ میلیون دلاری که او از این جایزه‌ها به دست آورد تقریبا سه برابر چیزی بود که در ۱۲ ماه قبل از آن به دست آورده بود. اسپانسرهایی مثل نایک، پورشه، آوپن و محصولات آوون هم به دنبال موفقیت‌های بیشتری و به سراغش

آمدند و درآمد بالاتری برایش رقم زدند.

شاراپووا خط تولید شکلات خودش را به نام شوگرپووا در سال ۲۰۱۲ راه‌اندازی کرد. فروش محصولات او در سال گذشته دو برابر شد و به بیش از ۳ میلیون بسته شکلات رسید. شکلات‌های برند او حالا در بیش از ۳۰ کشور موجود است. این ستاره تنیس روسی‌الاصل می‌خواهد با اضافه کردن لباس و زیورات به تولیداتش، برند شوگرپووا را به یک برند سبک زندگی تبدیل کند. او در ماه مارس از اپلیکیشن رسمی ماریا شاراپووا هم رونمایی کرد تا از پشت صحنه‌های زندگی‌اش در ورزش و خارج از ورزش برای طرفدارانش بگوید. او هم‌اکنون با ۱۵ میلیون طرفدار، برترین ورزشکار زن و بازیکن تنیس در فیس‌بوک است.

در عین حال رقیب او سرنا ویلیامز در سنی به ورزش ادامه می‌دهد که اغلب بازیکنان راکت‌های‌شان را کنار می‌گذارند. او با ۲۳ سالن، از مسن‌ترین بازیکنانی است که توانسته‌اند رتبه اول رده بندی‌ها را به دست بیاورند. رکورددار قبلی اورت بود که در ۳۰ سالگی در سال ۱۹۸۵ به چنین موقعیتی دست یافته بود. در ماه ژوئیه سرنا ویلیامز دو برابر نفر دوم یعنی ماریا شاراپووا رتبه برتر در رده‌بندی‌های مختلف داشت. این رتبه برای نخستین بار

در تاریخ تنیس زنان به دست آمده است. مجموع جوایز سرنا ویلیامز در طول دوران بازی حرفه‌ای‌اش سه برابر بیشتر از جوایز شاراپوواست. رتبه سوم هم متعلق به ونوس خواهر ویلیامز است که ۳۱ میلیون دلار جایزه گرفته است.

سرنا ویلیامز را برترین ورزشکار زن در طول تاریخ می‌دانند، اما شاراپووا رقیب قدرتمندی برای اوست که توانسته ثروت بیشتری به دست بیاورد. درآمدهای جانبی ویلیامز با عقد قراردادهایی با اسپانسرهای جدید ظرف سال گذشته بیشتر شده است. چپس، اسپانسر بزرگ تنیس اوپن با تبلیغاتی که تصویر ویلیامز را نشان می‌دهند در طول تابستان تلویزیون‌ها را تسخیر کرده بود. او همکارانش را با برندهای دیگری از جمله پیسی هم آغاز کرد و انتظار می‌رود برد دیگری در اوپن بتواند فاصله ثروت او را با شاراپووا از بین ببرد.

سومین ثروتمند هم تنیس باز است

قهرمان تنیس دانمارکی هم سومین نفری است که در رده‌بندی ثروتمندترین زنان ورزشکار با دو نفر قبلی در رقابت است. گویا تنیس بیش از هر ورزش دیگری توانسته برای زنان درآمدزا باشد و آنها را به میان ثروتمندان

چرا زنان ورزشکار حقوق کمتری دارند؟

وقتی اسپانسرها مردان را ترجیح می‌دهند



این مسئله باعث شده، در تبلیغات نگاه فراجنسیتی به آنها وجود نداشته باشد. محققان این پروژه معتقدند استفاده از ظاهر این زنان برای تبلیغات شیوه مناسبی برای استفاده از شخصیت برجسته آنها نیست و مصداقی از شیوه‌های غلط تبلیغاتی است. زنانی که بسیاری از آنها براساس نتایج این تحقیق، در شکل دادن به خانواده خود موفق بوده‌اند. امتیازی که شاید نمایش آن به جای تاکید بر قابلیت‌های ظاهری می‌توانست امتیازات بیشتری برای آنها و زنان دیگر به همراه داشته باشد.

عامل دیگری که مانعی برای حمایت اسپانسرها از زنان ورزشکار است، دیده نشدن آنها در بیشتر زمان‌های سال است. براساس آماری که یواس‌ای تودی منتشر کرده است، تنها ۱,۶درصد از رویدادهای ورزشی زنان در سال ۲۰۰۸ در رسانه‌ها مخابره شده بود. تیم‌های زنان گاهی به دلیل ترجیح بازی‌های مردان کنار گذاشته می‌شوند، چرا که بازی‌های مردان طرفداران

بیشتری دارد و توجه بیشتری جلب می‌کند. این به آن معناست که ورزشکاران زن در نهایت کمتر شناخته می‌شوند و چهره‌های‌شان به اندازه مردان مشهور نمی‌شود.

حتی در شرایطی که شمار ورزشکاران زن روزبه‌روز بیشتر شده و در سال ۲۰۱۲ آمریکا ورزشکاران زن بیشتری را نسبت به مردان به المپیک فرستاد. کم‌توجهی به زنان در طول سال منجر به آن شده که چهره‌های آنها به اندازه مردان ورزشکار سودآور نباشد و نظر اسپانسرها را جلب نکند.

شاید برای توضیح اینکه چرا ورزش زنان در میان افکار عمومی کمتر از مردان طرفدار دارد، باید از یک رویداد محبوب شروع کرد؛ مسابقات دوچرخه‌سواری توردو فرانسی که نسخه زنانه‌ای ندارد. اما زنان نسبت به آن حساس شده‌اند. ساعاتی قبل از شروع توردو فرانسی در پاریس، گروهی از زنان دوچرخه‌سوار نسبت به این رویداد

بیاورد. کارولین ووزنیاک با ۱۴,۶ میلیون دلار درآمد از تنیس و ۱۱ میلیون دلار درآمد از فعالیت‌های اقتصادی جانبی وابسته به ورزش امسال قراردادهایی تازه با شکلات‌های گودیوا و فیهو لاوازا امضا کرده است. او نخستین ورزشکاری است که برای گودیوا کار کرده است. اما در گفت‌وگویی مدعی شده این کار

را فقط برای شکلات انجام می‌دهد نه برای پول. او در ازای کاری که می‌کند از این برند شکلات می‌گیرد. این ورزشکار که با سرنا ویلیامز هم دوستی نزدیکی دارد، در ماراتن نیویورک شرکت کرد و ۸۰هزار دلار به نفع خیریه جمع کرد.

نخستین ثروتمندی که تنیس‌باز نیست
چهارمین نفر در رده‌بندی ثروتمندترین ورزشکاران زن، نخستین آنها در این رده‌بندی است که تنیس‌باز نیست. دانیکا پاتریک راننده مسابقات اتومبیلرانی ۹,۱۳ میلیون دلار درآمد دارد. اسپانسر اصلی او گوددی در آوریل اعلام کرد که بعد از فصل ۲۰۱۵ دیگر از اتومبیلرانی حمایت نمی‌کند. با این حال پاتریک هنوز یک سوزه داغ در اتومبیلرانی است و انتظار می‌رود

از زنان ورزشکار، حتی آنهایی که به‌عنوان نماینده کشورشان در تیم‌های ملی حضور دارند، مجبورند دنبال کار بگردند و تنها به درآمد داشته‌اند. آنهایی که برای ورزش پول می‌گیرند و درآمدی در آن دارند، اغلب کمتر از مردان ورزشکاری پول می‌گیرند که در همان رشته‌ها کار می‌کنند. مثلا انجمن گلف‌بازان حرفه‌ای در حوزه مردان جوایزی با ارزش ۲۵۶ میلیون یورو برای مسابقات در نظر می‌گیرد و در حوزه زنان جوایزی ۵۰ میلیون دلاری؛ تقریبا یک‌پنجم آنچه برای مردان در نظر گرفته می‌شود. این نابرابری در پرداخت حقوق

مربیان تیم‌های زنان نیز برقرار است. البته با وجود این نابرابری‌ها، بعضی زنان در انگلستان توانسته است حرفه‌ای شود و قراردادی خوب با کیا سازنده اتومبیل برای دو سال امضا کند. ویمبلدون قدیمی‌ترین تورنومنت تنیس دنیا، از سال ۲۰۰۷ جایزه‌های برابری برای زنان و مردان در نظر گرفته است. ورزش‌های دیگر هم به همین سمت در حرکت هستند. نظر طرفداران ورزش هم به‌ظاهر در حال تغییر است: ۶۱درصد طرفدارانی که در پژوهش WSFF با آنها صحبت شده است گفته‌اند به نظرشان زنان ورزشکار بزرگ به اندازه مردان مهارت دارند و بقیه این افراد هم گفته‌اند بعد از بازی‌های المپیک ۷۵۰هزار بزرگسال به تیم‌های ورزشی پیوستند که ۵۰۰هزار نفر از آنها زن بودند. زنان بیشتری که در ورزش و تماشای آن شرکت می‌کنند باید اسپانسرها و رسانه‌ها را وادار کنند تا توجه برابر نشان دهند. اتفاقی که شاید در سال‌های آینده سرعت بگیرد و دستمزد زنان ورزشکار را به میزان دستمزد مردان نزدیک کند.

دنیای زنان در بسیاری از حوزه‌ها با تغییر روبه‌رو شده است. همان قدر که در حوزه کسب‌وکار و اشتغال، زنان در سال‌های اخیر نیاز به تلاش مضاعفی برای رسیدن به موقعیت‌های مشابه مردان داشتند، در ورزش هم حضور زنان با چالش‌هایی روبه‌روست.

چالش‌هایی که مانع دستیابی آنها به ثروت‌هایی می‌شود که با سادگی بیشتر در اختیار ورزشکاران مرد قرار می‌گیرد. تحقیقات جدید نشان داده که نمی‌شود انتظار داشت زنان ورزشکار به اندازه مردان ورزشکار همه جا دیده شوند و تصاویرشان برای تبلیغ محصولات مختلف به کار برود و مشارکت آنها در فعالیت‌های اقتصادی زیاد باشد.

این تحقیق نشان داده، دلیل اینکه زنان ورزشکار فرصت‌های کمتری برای تبلیغات و کسب درآمد از فعالیت‌های جانبی دارند دو چیز است؛ آنها طوری معرفی نشده‌اند که برای مخاطبان برندها مهم باشند و علاوه بر این، بسیاری از آنها تنها در طول مسابقات المپیک دیده می‌شوند و در زمان‌های دیگر دوربین‌های تلویزیونی روی مردان متمرکز شده‌اند.

علاوه بر این بعضی از متخصصان نوع حضور ورزشکاران زن در تبلیغات را به ضرر آنها می‌دانند.

پروفسور جان آنتیل در دانشگاه دلوو ناکامی زنان ورزشکار در به دست آوردن موقعیت‌های اقتصادی را این طور توضیح می‌دهد: «روشی که در حال حاضر در آن از زنان ورزشکار برای فعالیت‌های تبلیغاتی و اقتصادی استفاده می‌شود، اثرگذاری این زنان را کم می‌کند و فرصت‌ها را برای زنان دیگر ورزشکار هم کاهش می‌دهد.»

به عقیده این محقق، یکی از شیوه‌هایی که استفاده غلط از زنان ورزشکار را ترویج می‌کند، استفاده از جذابیت‌های ظاهری آنهاست.

زنان ورزشکار در تبلیغ محصولات بیشتر به‌عنوان سوزنه‌های زیبا دیده می‌شوند و

انتخاب رمزهای سخت را فراموش کنید

منبع: The Independent

یکی از سازمان‌های دولتی انگلیس به شهروندانش توصیه کرد از رمزهای ساده برای حساب‌های شخصی خود استفاده کنند.
انتخاب رمز یکی از راهکارهایی است که اجازه دسترسی هکرها یا سارقان به حساب‌های شخصی کاربران را محدود می‌کند. هر ساله گزارشات متعددی از سوی سازمان‌های مختلف مبنی بر عدم انتخاب رمزهای ساده منتشر می‌شود تا بتوان آگاهی مخاطبان را در انتخاب رمزها افزایش داد.
برای مثال، شرکت SplashData مؤسسه تحقیقاتی است که در زمینه مدیریت رمزهای عبوری و همین‌طور امنیت شبکه فعالیت دارد و می‌کوشد با افشای بیشترین رمزهای عبوری یا بدترین آنها، امنیت حساب‌ها و همین‌طور اطلاعات شخصی کاربران را افزایش دهد.
در سال گذشته میلادی (۲۰۱۴) بدترین رمزهای عبوری بدین شرح بودند:
۱۲۳۴۵۶ ،password ،۱۲۳۴۵ ،۱۲۳۴۵۶۷۸ ،qwerty ،۱۲۳۴۵۶۷۸۹ ،baseball ،dragon ،۱۲۳۴
این آمار در حالی است که ستاد ارتباطات دولت انگلیس مشهور به GCHQ در جدیدترین راهنمای امنیتی خود با نام «راهنمای رمز کاربری» (Password guidance) به شهروندان بریتانیایی توصیه کرد از رمزهای ساده‌تری استفاده کنند.

در این راهنمای امنیتی، دولت انگلیس به شهروندانش توصیه می‌کند از انتخاب رمزهای سخت و پیچیده اجتناب کنند، زیرا انتخاب چنین رمزهایی باعث می‌شود کاربران مجبور به یادداشت رمزها شوند و این موضوع می‌تواند تهدیدی برای کاربران محسوب شود.

در ادامه این راهنمایی، توصیه‌ها و همین‌طور راهکارهای مختلفی برای مردم عادی یا حتی متخصصین امور رایانه‌ای مطرح شده تا با استفاده از این راهکارها بتوانند از سرقت رمزهای عبوری‌شان ممانعت کنند.

در راهنمای امنیتی دستگاه جاسوسی انگلیس که از طریق سایت رسمی و دولتی این کشور قابل دسترس است، نوشته شده: «نرم‌افزارهایی برای مدیریت رمز کاربران وجود دارند که می‌توانند رمزهایی را به کاربران پیشنهاد داده یا رمزهای آن را ذخیره کنند تا کاربران از یادداشت رمزهای عبوری خود بی‌نیاز باشند اما این برنامه‌ها نیز از نفوذ هکرها در امان نیستند و چندی پیش یکی از این نرم‌افزارهای مشهور هدف هکرها قرار گرفته و اطلاعات شخصی کاربران با تهدید مواجه شدند.»

ستاد ارتباطات دولت انگلیس Government Communications Headquarters نام نهادی در دولت بریتانیاست که مسئولیت عملیات جاسوسی سیگنال، عملیات نظامی و حفاظت اطلاعات را در این کشور برعهده دارد. این سازمان تحت نظارت کمیته اطلاعات مشترک بریتانیاست و به شکل موازی با «ام‌ای ۵» و «ام آی ۶» سازمان اطلاعات مخفی بریتانیا کار می‌کند. اما در پایان باید گفت شرکت SplashData توصیه‌هایی را بدین شرح برای انتخاب رمز ورودی به کاربران عرضه می‌کند: اگر رمز ورودی شما جزو رمزهای عبوری نام برده شده است، حتماً آن را تغییر دهید.

رمزهای عبوری‌تان حداقل ۱۰ کاراکتر داشته باشد. رمزهای عبوری‌تان ترکیبی از حروف کوچک و بزرگ باشد. رمزها باید ترکیبی از حروف و اعداد باشد. کلمات خاصی که در فرهنگ لغات وجود دارد را برای رمز عبوری انتخاب نکنید.

دور دنیا

خلاقیت و نوآوری آدیداس

ترجمه:کلنوش محبیلی

منبع: letribunaladunet

در پی روز «اقیانوس‌ها» و با شعار «آب و هوا و زندگی»، نام تجاری مشهور «آدیداس» به نفع سازمان ملل تصمیم گرفته از محصول جدید خود، کفشی که کاملاً از الیاف ضایعات پلاستیکی ساخته شده رونمایی کند. این پلاستیک همان ضایعات پلاستیکی کف اقیانوس‌هاست! به‌عنوان بخشی از خلاقیت تولید این کفش، آدیداس در انجمن مبارزه برای محافظت از اکوسیستم اقیانوسی شرکت کرد. مدیربرند تجاری آدیداس می‌گوید: «به طور کلی، در بافتن این الیاف اسراف نمی‌شود، چرا که مانند اکثر کفش‌ها به بریدن الگو نیازی نیست.»

سودوکو

به گفته معاون وزیر نیرو در امور برنامه‌ریزی و اقتصادی، در حال حاضر در صنعت آب و در بخش کشاورزی ۶ هزار و ۶۰۰ میلیارد تومان و در حوزه آب شرب ۳۵۰۰ میلیارد تومان یارانه به مردم داده می‌شود. طبق پیشنهادات جدید برای اصلاح قیمت آب، در الگوی پایین‌تر از مصرف میزان تعرفه پرداختی کمتر از نرخ تورم و بالاتر از الگوی مصرف قیمت تمام شده آب از مشتریان اخذ خواهد شد به‌این معنا که برای مشترکانی که بین ۲۰ تا ۴۰ مترمکعب آب مصرف می‌کنند، به‌صورت پلکانی افزایش قیمت صورت بگیرد، اما برای مشترکانی که بیش از ۴۰ مترمکعب آب مصرف می‌کنند قیمت تمام شده آب لحاظ شود.

وی معتقد است که ۷۰ درصد خانواده‌های چهار نفره به‌طور میانگین بین ۱۸ تا ۲۰ مترمکعب آب مصرف می‌کنند و این امر تنها شامل بخشی از مشترکان که مصرف زیاد و غیرمتعارفی دارند می‌شود اما هدف ما این است که براساس نرخ تورم سال ۹۳ قیمت آب تعدیل شود چرا که اگر این اتفاق نیفتد شرایط ما نسبت به سال قبل بدتر می‌شود.

براساس آخرین قیمت‌های اعلامی از سوی وزارت نیرو، در حال حاضر مشترکانی که بین ۱۵ تا ۲۰ مترمکعب آب مصرف می‌کنند هزینه‌ای معادل ۵۳۶.۲ ریال و مشترکانی که بین ۴۰ تا ۵۰ مترمکعب آب مصرف می‌کنند هزینه‌ای معادل ۴۲۸۹.۸ ریال می‌پردازند که براساس پیشنهاد وزارت نیرو قرار است قیمت آب منطقی و معقول شود و برای مشترکانی که بیش از ۴۰ مترمکعب آب مصرف می‌کنند جریمه پرداخت تمامی مبلغ تولیدی آب لحاظ شود.

حال اگر قیمت تمام شده آب را برای هر مترمکعب آب حدود ۱۲۰۰ تومان در نظر بگیریم، به‌عبارتی براساس پیشنهاد وزارت نیرو مشترکان پر مصرف باید حدود سه برابر بیشتر از مبلغی که اکنون می‌پردازند پرداخت و مشترکان دیگر نیز به‌مراتب براساس مصوبه دولت و شورای اقتصاد مبلغ بیشتری را نسبت به شرایط کنونی پرداخت کنند.

قاب

بزرگ‌ترین مزرعه خورشیدی جهان با همکاری دو کشور چین و پاکستان در شهر پنجاب در حال ساخت است. این نیروگاه که نخستین مزرعه خورشیدی ساخته شده در پاکستان است، با ۴۰۰ هزار پانل خورشیدی قابلیت تولید ۱۰۰ مگاوات انرژی الکتریکی را دارد.



نگاه آخر

قوانین آمره در آیین دادرسی کار

◀ **آرمین خوشوقتی**

مدیر آژند، منابع انسانی لایرواوارهای طبیعت‌زنده (سینره)

در شماره‌های پیشین درخصوص «قواعد آمره» در قانون کار نوشتیم و وعده دادیم که در آینده نزدیک در این باره بیشتر بنویسیم. اینکّه «قراردادهای خصوصی نسبت به کسانی که آن را منعقد کرده‌اند، درصورتی‌که مخالف صریح قانون نباشد، نافذ است» در ماده ۱۰ قانون مدنی کشورمان به صراحت قید شده است.

به بیان دیگر در قوانین کشور ما، تنها توافقات و عقود دارای ارزش قانونی هستند که مخالف شرع مقدس و قوانین مصوب نباشند، اگر بخواهیم این اصل قانونی را در روابط فیمابین کارگر و کارفرما تعریف کنیم، باید گفت در قرارداد کار یا بعد از آن، تنها توافقاتی بین کارگر و کارفرما معتبر و نافذ است که مغایر قانون نباشند و بر اثر این توافقات مزایایی کمتر از آنچه که در قانون برای کارگر تعیین شده، منظور نشده باشد.

این اصل کلی در کلیه محاکم و مراجع قضایی و اداری کشور ما رعایت می‌شود. ماده ۸ قانون کار نیز بیان کرده است که شروط مندرج در قرارداد کار و اصلاحات بعدی آن به شرطی نافذ است که مزایایی کمتر از آنچه در این قانون تعیین شده، برای کارگر در نظر نگیرد. اما از سال ۱۳۹۲ و با ابلاغ آیین دادرسی کار، چارچوب‌های این اصل، برای مراجع حل اختلاف روابط کار نیز تبیین شد. در بند ۱۱ از ماده یک آیین دادرسی کار، به قاعده‌ای تحت عنوان قواعد آمره اشاره شده. در این آیین‌نامه، قواعد آمره قواعدی تعریف شده‌اند که با توافق نیز نمی‌توان حقوقی کمتر از آنها برای کارگر جاری کرد؛ مواردی از قبیل رعایت حداقل مزد قانونی (موضوع تبصره ماده



جدول امروز

مظنه آپارتمان‌های ۷۰ متری تهران
آنچه در زیر می‌آید جدول قیمت آپارتمان‌های ۷۰متری در مناطق بیست و دوگانه شهری تهران است. لازم به ذکر است که این ارقام مربوط به اعلام سامانه رسمی املاک است:

منطقه	عمر بنا (سال)	قیمت هر مترمربع (تومان)	قیمت کل (تومان)
سعادت‌آباد- بلوار پاک‌نژاد	۵	۹/۵۰۰/۰۰۰	۶۶۵/۰۰۰/۰۰۰
ولیعصر- چهارراه جمهوری- ک رجب‌بیگی	کلنگی	۳/۵۰۰/۰۰۰	۲۵۰/۰۰۰/۰۰۰
شریعتی- خ قدوسی	۱۰	۴/۲۸۵/۰۰۰	۳۰۰/۰۰۰/۰۰۰
آیت‌الله کاشانی- بلوار باکری- نرسیده به حکیم	۷	۴/۶۰۰/۰۰۰	۳۲۲/۰۰۰/۰۰۰
مجیدیه جنوبی- ۱۶ متری اول	۱۲	۴/۱۰۰/۰۰۰	۲۸۷/۰۰۰/۰۰۰
بلوار کشاورز- خ نادری	کلنگی	۴/۲۰۰/۰۰۰	۲۹۴/۰۰۰/۰۰۰



بزرگ‌ترین مزرعه خورشیدی جهان با همکاری دو کشور چین و پاکستان در شهر پنجاب در حال ساخت است. این نیروگاه که نخستین مزرعه خورشیدی ساخته شده در پاکستان است، با ۴۰۰ هزار پانل خورشیدی قابلیت تولید ۱۰۰ مگاوات انرژی الکتریکی را دارد.



کیوسک

انتشار نخستین گزارش روبات خبرنگار

نخستین روبات خبرنگار توانست گزارش خبری ۱۰۰۰ کلمه‌ای خود را تنها در یک دقیقه بنویسد. گزارش نوشته شده توسط روبات خبرنگار از نظر کیفیت با گزارش‌های واقعی خبرنگاران تفاوتی نداشت. اما این روبات قادر به نوشتن گزارش‌های تحلیلی و همین‌طور بررسی موضوعات مختلف برای نگارش گزارش کاربردی نیست. برای مثال، خبرنگاران حوزه اقتصادی می‌توانند به مسائل و موضوعات پیچیده‌ای مانند تأثیر افزایش تورم بر زندگی مردم یا ذکر آمار و جداول مختلف بپردازند اما روبات‌ها فاقد چنین عملکردی هستند. روبات خبرنگار می‌تواند جست‌وجو و محاسبات اطلاعات را بسیار سریع انجام داده و یک گزارش ۱۰۰۰ کلمه‌ای را تنها در یک دقیقه به تحریر درآورد، فعالیتی که انسان‌ها قادر به انجام آن نیستند. شرکت چینی سازنده این روبات معتقد است روبات خبرنگار «روبنائیس» نمی‌تواند جایگزین خبرنگاران شود اما می‌تواند در برخی از فعالیت‌های معمولی همکار خوبی برای خبرنگاران باشد تا آنها زمان کافی برای نگارش گزارش‌های تحلیلی و همین‌طور جنگالی داشته باشند.

دست مصنوعی با حس لامسه

محققان آمریکایی موفق به ساخت دست مصنوعی شده‌اند که از حس لامسه برخوردار بوده و تحولی در این عرصه محسوب می‌شود. در سال‌های اخیر، پروژه‌های مختلف محققان معطوف به ساخت دست‌های روباتیک شده تا بتوانند به کمک افرادی بشتابند که عاجز از حرکت دست‌های خود هستند. برای مثال، چندی پیش محققان دانشگاه MIT روبات جدیدی را با نام HERMES ساخته بودند که از ویژگی‌هایی مانند در دست گرفتن فنجان ظریف قهوه یا تخم مرغ برخوردار بود و این پروژه تلفیقی از انسان و اسکلت روباتیک نام گرفته بود. اما اکنون محققان دارپا (DARPA) سازمان پروژه‌های تحقیقاتی پیشرفته دفاعی موفق به ساخت دست مصنوعی شده‌اند که حس نزدیک به حس لامسه را به بیمار بر می‌گرداند. چندی پیش این سازمان تحقیقاتی اعلام کرده بود، در حال ساخت دست روباتیک مصنوعی با قدرت حس لامسه است. بیماری که این دست روباتیک را دریافت کرده بود توانست لمس پزشکان روی دست خود را تشخیص دهد حتی زمانی که پزشکان لمس را با دو انگشتش خود انجام دادند، بیمار قادر به درک و تشخیص بود.

راهاندازی شبکه تلویزیونی ناسا

آژانس فضایی آمریکا (ناسا) درصدد است با همکاری شرکت هارمونیک نخستین شبکه تلویزیونی UHD را در آمریکای شمالی راهاندازی کند. شرکت ارتباطات زیرساخت هارمونیک که رهبر جهانی در عرصه ویدئو است، این شبکه غیرتجاری را با کیفیت فوق‌العاده عالی برای ارائه تصاویری از فضا افتتاح خواهد کرد. منبع تصاویر با کیفیتی که قرار است از این شبکه پخش شود، فیلم‌هایی هستند که از ایستگاه فضایی بین‌المللی و سایر مأموریت‌های ناسا تولید خواهند شد. این شبکه UHD پس از انجام آزمایشات اولیه در اول نوامبر امسال (۱۰ آبان) افتتاح می‌شود.

طبق اعلامیه ناسا، این همکاری نتیجه یک توافقنامه قانونی فضایی بین شرکت هارمونیک و مرکز پروازهای فضایی مارشال ناسا در هانتسویل واقع در الابامااست.

ناسا برای ارسال محتوای ویدئویی خطی p60 ۲۱۶۰ از سیستم ارسال ویدئوی انتها به انتها UHD شرکت هارمونیک استفاده کرده تا ببیندگان با مشاهده این فیلم‌ها در انواع تلویزیون‌ها و دستگاه‌های متصل به اینترنت لذت ببرند. رابرت جاکوبز، معاون نایب رئیس ناسا در مقر آژانس واقع در واشنگتن تصریح کرد: همکاری با شرکت هارمونیک این اجازه را به ما می‌دهد تا بتوانیم تصاویر UHD را که با وضوحی چهار برابر بالاتر از HD هستند، به مردم ارائه کنیم. وضوح تصویری هشت مگاپیکسلی تأثیرگذار UHD، زیبایی خیره‌کننده‌ای از فضا را برای بینندگان این شبکه به نمایش می‌گذارد. این شبکه همچنین در اینترنت راهاندازی خواهد شد.