

فرصت امروز

برای کسب و کار آفرینی

اینفوگرافی



به بهانه روز جهانی گردشگری

درهای ثروت را باز کنید

برداشته شدن تحریم‌های بین‌المللی علیه ایران، شاید در نگاه اول درها را به سوی صنایعی مانند نفت و گاز و خودرو باز کند، اما گردشگری، در صورتی که فرصت را مغتنم بشمارد، می‌تواند بیشترین سود را از باز شدن درها...

۱۵



وقتی فکر می‌کنی همه چیز در مسیر خود قرار گرفته حادثه چهره قدر تمدن خود را نشان می‌دهد. اصلا قرار نبود که عید مسلمانان و از جمله عید ایرانیان قربانی سوءمدیریت و حماقت‌های یک نظام و سیستم بسته غیر کارآمد و متعلق به سده‌های پیش شود و متأسفانه شد. سعودی‌ها زنجیره بی‌کفایتی خود را در مدیریت یک مراسم بزرگ مذهبی که بدون شک می‌تواند نماد صلح و اتحاد ملت‌های مسلمان و نمایش اسلام رحمانی باشد، تکمیل کردند. غم از دست دادن هموطنان بی‌گناهان و مسلمانانی از سایر کشورها بزرگ است. این مصیبت را به خانواده‌های داغ‌دیدگان تسلیت می‌گوییم و امید می‌بندیم به اینکه این رویداد سرآغاز بازنگری در کلیت مدیریت این مراسم روحانی و دور کردن خطر این گونه حوادث برای همیشه باشد.

بررسی گام دوم دولت برای خروج از رکود

حمایت از تولید بهتر از تحریک تقاضا

می‌شود. حدود دو ماه پیش نیز مصوبه طرح تسهیلات غیرنقدی ازدواج جوانان به بانک‌ها ابلاغ شد. بر این اساس متقاضیان وام ازدواج می‌توانند در صورت تمایل تا سقف ۱۰ میلیون تومان برای هر یک و تا ۲۰ میلیون تومان در

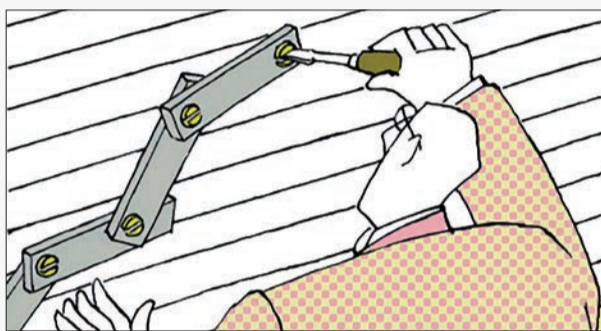
اختصاص ۱۰ درصد از کل تسهیلات نظام بانکی به خرید غیرنقدی از اقدامات تازه دولت برای خروج از رکود و بهبود شرایط اقتصادی کشور است. این مصوبه دومین اقدام دولت در حوزه سیستم بانکی برای تحریک تقاضا در بازار محسوب

مجموع دو نفر کالای ایرانی بادوام - که محل آن از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت تعیین می‌شود - خرید کرده و هزینه آن را به‌طور اقساطی به بانک عامل واریز و از این طریق به فروشنده یا بنگاه تولیدی پرداخت کنند...

۳



برای سرمایه‌گذاران



با برچیده شدن تحریم‌های مالی و بانکی

بورس آستین صعود کوتاه مدت را بالا می‌زند

۱۲

شرایط سرمایه‌گذاری در تولید کابل

۱۴



برای مدیران



اهمیت نقش مدیر کنترل کیفیت در سازمان

مدیریتی که تضمین‌کننده کیفیت است

۱۱

بازاریابی در قرن بیست و یک

۱۰

وزیر نیرو مطرح کرد

هشدار درباره احتمال جیره‌بندی آب

وزیر نیرو با هشدار درباره ادامه روند مصرف آب و اینکه ممکن است با وضعیت فعلی برخی شهرها و روستاها جیره‌بندی شود، گفت: از طریق شیرهای تنظیمی، فشار آب در شبانه‌روز تنظیم می‌شود. به گزارش مهر، حمید چیت‌چیان گفت: آب شرب یزد از حدود ۴۰۰ کیلومتری تهیه می‌شود که تصفیه و کیفیت این آب بسیار هزینه‌بر است و هزینه آب شرب ۱۰ برابر هزینه آب کشاورزی است، بنابراین صرفه جویی در یک مترمکعب آب شرب برابر با ارزش ۱۰ برابر آبی است که در کشاورزی مصرف می‌شود. وزیر نیرو درباره اینکه با توجه به ۹۲ درصد مصرف آب در بخش کشاورزی چرا اینقدر به بحث صرفه‌جویی در آب شرب تأکید می‌شود؟ افزود: کیفیت آب شرب با کیفیت آب کشاورزی متفاوت است و از همه منابع آب نمی‌توان برای آب شرب استفاده کرد و آب شرب نیازمند هزینه‌های قابل توجه است، چیت‌چیان ادامه داد: گاهی اوقات منبع جدیدی برای آب شرب نداریم و اگر صرفه‌جویی نشود برخی شهرها و روستاها با جیره‌بندی آب مواجه خواهند شد. با روش‌های بسیار ساده قادریم تا ۲۵ تا ۳۰ درصد آب را در هر منزل صرفه‌جویی کنیم و شهر و روستاهای زیادی را از خطر کم آبی برهانیم. وی به جلوگیری از هدروری ۱۳ درصدی آب کشور ناشی از فرسودگی شبکه‌های توزیع و برنامه‌های وزارت نیرو اشاره کرد

و افزود: بسیاری از شبکه‌های آب بیش از ۳۰ سال پیش احداث شده و عمر مفید این شبکه‌ها به اتمام رسیده است. وزیر نیرو گفت: اگر بخواهیم یک درصد از هدر رفت آب در شبکه‌ها را کاهش دهیم، حدود هزار میلیارد تومان سرمایه‌گذاری جدید نیاز داریم که کاری پرهزینه است. چیت‌چیان با اشاره به اینکه در همه کشورهای دنیا هدررفت آب وجود دارد، افزود: ما در این بخش مدیریت فشار در شبکه‌های آب شهری را دنبال کرده‌ایم. وی تأکید کرد: شب‌ها که مصرف آب به حداقل می‌رسد فشار شبکه‌ها بالاتر می‌رود و وقتی فشار زیاد شد احتمال پرت آب بیشتر می‌شود و اکنون در شبکه‌های آب، شیرهای تنظیم فشاری تعبیه کرده‌ایم که فشار را در ساعات خاصی از شبانه‌روز تنظیم می‌کند. چیت‌چیان افزود: در برخی مواقع نیز چاره‌ای جز تعویض لوله‌ها نداریم که این کار هم دائم انجام می‌شود و نتیجه آن کاهش ۱.۳ واحد درصد از هدر رفت آب در دو سال اخیر بوده است. وزیر نیرو در بخش دیگری از سخنان، نفوذ دادن آب به داخل زمین، تبدیل جریان آب در کانال‌ها به لوله‌ها و همچنین تبدیل آبیاری غرقابی به آبیاری قطره‌ای را از راهکارهایی برای جلوگیری از تبخیر آب برشمرد.

طیبنیا عنوان کرد

روزهای روشنی در انتظار اقتصاد ایران است

وی گفت: این درحالی است که ما توانستیم ظرف مدت کوتاهی، با این فشار شدید مقابله کنیم. این توفیق بزرگی برای کشور و مردم ما بود، بخش بزرگی از این دستاورد ناشی از تلاش و مجاهدت نظام بانکی کشور است. طیبنیا با بیان آنکه منابع آزاد شده را وارد بانک‌ها می‌کنیم، درخصوص مصرف منابع آزاد شده، اظهار داشت: عقل حکم می‌کند که از پول‌مان به‌عنوان اهرم استفاده کنیم و در جاهایی به‌کار گیریم که چندین برابر بیش از مبلغ پولی بوده و به تیریم نتیجه داشته باشد. طبیعتاً این اثر در نظام بانکی از همه موارد بیشتر است. اگر منابع به سیستم بانکی بیاید و مصرف پرداخت بدهی‌های دولت به سیستم بانکی کشور شود یا صرف افزایش سرمایه دولت در بانک‌های دولتی شود، قطعاً از جمله مواردی است که با هیچ حوزه دیگری قابل مقایسه نیست، همچنین اثری که روی تقاضا و عرضه اقتصاد می‌گذارد چند برابری بوده و به توسعه بخش خصوصی نیز کمک می‌کند. اگر این تسهیلات به سمت بخش خصوصی هدایت شود، هم مشکل وابستگی ما به درآمدهای نفتی و هم مشکل دولتی بودن اقتصاد ایران را به نحو مؤثری درمان می‌کند.

وی افزود: ما سال گذشته با موج جدیدی از فشارها روبه‌رو شدیم که ناشی از کاهش قیمت نفت بود. تجربه نشان می‌دهد که بین نوسانات رونق و رکود در اقتصاد ایران با نوسانات درآمدهای نفتی ارتباط تنگاتنگی وجود دارد. نوسانات درآمد اقتصاد ما وارد مرحله رکودی می‌شود، با افزایش درآمد نفتی اقتصاد از رکود خارج می‌شود. طیبنیا گفت: سال گذشته قیمت نفت کاهش یافت، در شش ماهه اول سال گذشته نفت با قیمت ۱۰۵ دلار فروخته شد، الان زیر ۵۰ دلار نفت فروخته می‌شود. کاهش درآمدهای دولت شدید بود و این مسئله اثر خود را اکنون نشان می‌دهد.

وزیر اقتصاد با تشریح فضای جدید بین‌المللی پیش‌روی ایران گفت: در چند ماه آینده شاهد تحولات جدی در حوزه اقتصادی کشور خواهیم بود و قطعاً روزهای روشنی پیش‌رو است. به گزارش مهر، علی طیبنیا گفت: با گشایش‌هایی که حاصل می‌شود، افزایشی که در صادرات نفت خواهیم داشت و منابع مالی که از خارج کشور در آینده نزدیک آزاد می‌شود، بخش عمده‌ای از آن را به سمت سیستم بانکی هدایت می‌کنیم. وی با بیان آنکه فعالان حوزه بانکی خط مقدم جنگ تمام عیار امروز هستند، افزود: ما در یک جنگ تمام عیار اقتصادی قرار داریم. خط مقدم این جنگ، همین سیستم بانکی و بازاریابی مالی است. شما خط‌شکنان این جنگ هستید.

طیبنیا با بیان آنکه فشار دوران تحریم متوجه بانک‌ها و بانک مرکزی بود، افزود: دوران سختی بود. فشار آنها متوجه بانک‌ها و بانک مرکزی است. بانک مرکزی ایران از معدود بانک‌های مرکزی بوده که در طول تاریخ تحریم شده است، همچنین بانک‌های کشور نیز در این مدت تحت سخت‌ترین تحریم‌ها قرار داشتند.

وی با بیان آنکه در مجموع می‌توان گفت بانک‌ها در این شرایط سخت، نمره قبولی گرفتند، اظهار داشت: اینکه در چنین شرایط سختی بتوان مسائل بانکی کشور را مدیریت کرد، کار دشواری است. در مجموع تجربه سال‌های گذشته نشان داد که بانک‌ها به خوبی توانستند از عهده آن برآمده و این مأموریت را به نحو احسن انجام دهند.

وزیر امور اقتصادی و دارایی با اشاره به انتقادهای صورت گرفته از نظام بانکی، گفت: باید به این محدودیت‌ها بود. طیبنیا گفت: در نتیجه سیاست‌های اتخاذ شده طی نیمه دوم سال ۹۲ و سال ۹۳، همچنین فعالیت بانک‌ها و مجموع نهادهای کشور، تورم به‌شدت محدود و رشد اقتصادی منفی به مثبت تبدیل شد.

وی افزود: این عملکرد، عملکرد ساده‌ای نیست درحالی که تحریم‌ها ادامه داشت و حتی بر شدت آنها نیز افزوده شد، بتوان شرایط رکود تورمی را مهار کرد. این از عجایب است و کمتر در سایر کشورهای دنیا اتفاق افتاده است.

وزیر امور اقتصادی و دارایی گفت: آمریکا در سال ۲۰۰۸ وارد رکود شد، تورمی نیز در کار نبود، وقتی شما فقط با رکود مواجه هستید، مقابله با آن چندان پیچیده نیست. وقتی تورم و رکود با هم همراه می‌شوند، کار مقابله با این پدیده پیچیده‌تر و سخت‌تر می‌شود. وقتی آمریکا سال ۲۰۰۸ با چنین شرایطی روبه‌رو شد، تحریم نبود، فشار بیرونی وجود نداشت. ساختار اقتصادی وابسته به نفت نداشت، اما هنوز اقتصاد این کشور از رکود خارج نشده است.

وزیر امور اقتصادی و دارایی گفت: مشکل عمده‌ای که بنگاه‌های اقتصادی ما با آن مواجه هستیم، مشکل تنگناهای اعتباری است که خود را در کمبود منابع قابل اعطا به مردم نشان می‌دهد و همین‌طور در نرخ بالای سود سپرده و تسهیلات مشاهده می‌شود. اگر نرخ سود بالاست به دلیل این است که در بازار منابع قابل وام دهی اضافه تقاضا داریم. باید همه تلاش خود را معطوف به این کنیم که منابع قابل وام دهی را توسعه دهیم. طیبنیا با تأکید بر اینکه صرف اعمال فشار برای کاهش دستوری نرخ سود جوابگو نیست، اظهار

بانک جهانی خط فقر را بالا برد

تعداد فقیران جهان بیشتر شد

با این تغییر در شاخص ارزیابی خط فقر، شرق آسیا شاهد بیشترین افزایش در تعداد فقرا خواهد بود، به‌گونه‌ای که براساس پیش‌بینی‌ها تعداد فقرا در کشورهای این منطقه از ۱۵۷ میلیون به ۱۹۲ میلیون نفر افزایش خواهد یافت و حدوداً دو برابر خواهد شد. در کشورهای آمریکای لاتین نیز تعداد فقرا با افزایش ۲۵ درصدی از ۳۷ میلیون نفر فعلی به ۴۵ میلیون نفر خواهد رسید. براساس این خط فقر جدید، تعداد فقرای کشورهای جنوب آسیا نیز به ۴۰۷ میلیون نفر افزایش خواهد یافت. بانک جهانی اعلام کرده است، در حال حاضر ۴۱۶ میلیون نفر نیز در کشورهای حوزه آفریقای سیاه زیر خط فقر قرار دارند. بنا به گفته رئیس بانک جهانی، این افزایش در معیار سنجش فقر براساس آخرین بررسی‌ها و اطلاعات در مورد شاخص برابری قدرت خرید در جهان انجام گرفته است.

بانک جهانی پس از ۲۵ سال خط درآمدی فقر را در جهان افزایش داد و براساس پیش‌بینی‌ها تعداد فقیران جهان با این حد جدید افزایش چشمگیری خواهد یافت. به گزارش فارس به نقل از راشاتودی، بانک جهانی پس از ۲۵ سال، خط درآمدی فقر را در جهان افزایش داد. بر این اساس، خط فقر جهانی از درآمد کمتر از ۱،۲۵ دلار روزانه که در سال ۱۹۹۰ تعیین شده بود به ۱،۹ دلار روزانه افزایش یافت که این افزایش تعداد قابل توجهی از مردم جهان را تحت پوشش قرار داده و تعداد فقیران براساس این حد جدید، رشد چشمگیری خواهد یافت. کشورهای بزرگ جهان امروز برای تبیین سیاست‌های به‌اصطلاح «اهداف پایدار توسعه» تشکیل جلسه خواهند داد و ۱۷ سیاست جدید را برای اجرا تا سال ۲۰۳۰ معرفی خواهند کرد.

جزئیات طرح جدید مجلس درباره مشاغل سخت

ساله بازنشسته شوند. حالا برخی از نمایندگان مجلس طرحی را در دستور بررسی دارند که از طریق آن بتوان به برخی از اشکالات مشمولان قانون مشاغل سخت و زیان‌آور به‌ویژه نیروهای پیمانکاری پایان داد. براساس این طرح در مواردی که از طریق پیمانکاران و حسب کار در کارگاه متعلق به واگذارنده کار (مالک اصلی کارگاه) انجام می‌پذیرد، به استثنای کارگاه ساختمانی چنانچه کمیته تطبیق و تشخیص مشاغل سخت و زیان‌آور، شغلی را سخت و زیان‌آور تشخیص دهد پرداخت حق بیمه ناشی از سخت و زیان‌آوری کار مطابق اصلاحیه تبصره ۲ ماده ۷۶ قانون تأمین اجتماعی (۴ درصد) به عهده مالک کارگاه و واگذارنده کار است. بانک جهانی پیمانکاران را از این دسته خارج کرده است.

نمایندگان مجلس طرحی را درباره مشاغل سخت و زیان‌آور ارائه کرده‌اند که در صورت تصویب می‌تواند مشکل بیمه مشاغل سخت کارگران پیمانکاری را حل کند. براساس قانون مشاغل سخت و زیان‌آور، افراد در برخی حرفه‌ها مانند معدن، پرستاری، خبرنگاری و... می‌توانند از مزایای این قانون استفاده کنند، به نحوی که فرد با پرداخت ۲۰ سال بیمه مستمر و ۲۵ سال بیمه غیرمستمر بازنشسته خواهد شد. از این رو، قانونگذار پیش‌بینی کرده تا برخی شغل‌ها به دلیل داشتن ماهیت سخت و زیان‌آور و احتمالاً مخاطرات پس از دوران بازنشستگی برای شاغلان، دست‌کم دوران پرداخت حق بیمه و فراغت از کار کوتاه‌تر شود و افراد در یک دوره ۲۰ تا ۲۵

پیش‌بینی افزایش ظرفیت تولید گندله و کنسانتره در کشور



سازمان توسعه و نوسازی معادن و صنایع معدنی ایران با انتشار گزارشی پیش‌بینی کرد: ظرفیت تولید گندله در نیمه دوم سال جاری ۲،۵ میلیون تن و در سال آینده مجموع به ۴،۲ میلیون تن (۱،۸ میلیون تن) افزایش می‌یابد. به گزارش روابط عمومی ایمیدرو، ظرفیت فعلی تولید گندله ۲،۲۰۱ میلیون تن است که با احتساب پیش‌بینی‌های نیمه دوم امسال و کل سال آینده در مجموع به ۴،۲ میلیون تن در پایان سال ۹۵ خواهد رسید. افزایش ظرفیت گندله در واحدهای گل گهر، سنسگان (مبارکه) و سنسگان (خراسان)، میدکو (جلال آباد) و میدکو (گل گهر) محقق خواهد شد. براساس این گزارش، ظرفیت تولید کنسانتره در کشور نیز از ۲۶،۸ میلیون تن فعلی به ۴۲،۴۵ میلیون تن تا پایان سال ۹۵ می‌رسد.

حمایت دخانیاتی‌ها از اصلاح روش توزیع سیگار در کشور

رئیس انجمن تولیدکنندگان، صادرکنندگان واردکنندگان کالاهای دخانی از اقدامات مرکز برنامه‌ریزی و نظارت بر دخانیات کشور جهت اصلاح روش توزیع سیگار در کشور حمایت کرد. به گزارش شاتار، رئیس انجمن تولیدکنندگان، صادرکنندگان و واردکنندگان کالاهای دخانی که نام‌های به مرکز برنامه‌ریزی و نظارت بر دخانیات کشور آورده است: این انجمن اعتقاد را دارد که اقدام مرکز در لغو انحصار توزیع محصولات دخانی در چارچوب قوانین و مقررات حمایت از مصرف‌کننده است و صنعت داخلی کشور با اتکالی به این اقدام می‌تواند به سمت سلامت اقتصادی برود. محمدرضا تاجدار تاکید کرده است: این اقدام، توزیع کنندگان صادرکنندگان و واردکنندگان در این نامه تصریح کرده است: ساماندهی این بخش از بازار در راستای کاهش میزان قاچاق، توزیع منطقی ثروت و مبارزه با رانت‌خواری و گسترش عدالت اجتماعی است.

بررسی گام دوم دولت برای خروج از رکود

حمایت از تولید، بهتر از تحریک تقاضا



عسل داداشلو

اختصاص ۱۰ درصد از کل تسهیلات نظام بانکی به خرید غیرنقدی از اقدامات تازه دولت برای خروج از رکود و بهبود شرایط اقتصادی کشور است. این مصوبه دومین اقدام دولت در حوزه سیستم بانکی برای تحریک تقاضا در بازار محسوب می‌شود.

حدود دو ماه پیش نیز مصوبه طرح تسهیلات غیرنقدی از دواج جوانان به بانک‌ها ابلاغ شد. بر این اساس متقاضیان وام از دواج می‌توانند در صورت تمایل تا هر یک و تا ۲۰ میلیون تومان در مجموع دو نفر بالای ایرانی بآدم- که محل آن از سوی وزارت صنعت، معدن و تجارت تعیین می‌شود- خرید کرده و هزینه آن را به‌طور اقساطی به بانک عامل واریز و از این طریق به فروشنده یا بنگاه تولیدی پرداخت کنند، تا شرایط ضمن تسهیلات‌دهی به متقاضیان بتواند تا حدودی به فروش کالاهای داخلی و افزایش عرضه آن همچنین رونق تولید کمک کند. گرچه این اقدام دولت مورد انتقاد بسیاری از تولیدکنندگان به دلیل رواج فاکتور فروشی قرار گرفت و محمدرضا نعمت‌زاده، وزیر صنعت، معدن و تجارت نیز از عمل نکردن برخی از بانک‌ها به این دستورالعمل خبر داد، اما دولت همچنان بر تصمیم خود باقی ماند.

مشکل رکود در فضای تولیدی، قسه تازه‌ای نیست. صنایع ایران بیش از دو سال است که با رکود دست و پنجه نرم می‌کنند و اقدامات دولت یازدهم برای خروج از رکود نیز هنوز موثر واقع نشده است. از

پایین به صورت اعتباری خرید کنند، اما متأسفانه در کشور ما چنین امکانی تاکنون فراهم نبوده است. در صورتی که خرید اعتباری یکی از ابزارهای موثر مالی برای دوران‌هایی است که اقتصاد دچار کندی می‌شود. او می‌افزاید: «این اقدام دولت در صورتی که بهره آن پایین باشد و در اختیار عموم مردم قرار بگیرد می‌تواند به خروج از رکود کمک کند. باید توجه داشت که برای هیچ‌کس به صرفه نیست که مثلاً یک یخچال را با ۲۵ درصد بهره خریداری کند. به وجود آوردن سیستم‌های نوین بانکی می‌تواند در روند رشد اقتصادی بسیار موثر باشد و از جهت دیگر وقتی مناسبات نوین بانکی رواج پیدا می‌کند، سیستم بانکی نیز می‌تواند به سیستم بین‌المللی متصل شده و از اعتبارات آن بهره‌بردار.» برخلاف اعتقاد مشروط‌مردم، اقتصاددانان حتی به صورت مشروط نیز به

سوی دیگر انتظار افکار عمومی برای کاهش قیمت‌ها پس از سه نتیجه رسیدن توافقات هسته‌ای نیز به این رکود دامن زده است. حالا دولت با ابلاغ مصوبه دیگری نشان داده که مسیر حرکت خود را به سمت تحریک تقاضا تغییر داده است. در هفته اخیر بود که شورای پول و اعتبار مصوبه‌ای تازه برای تولید داشت و اعضا رای دادند تا ۱۰ درصد از کل تسهیلات نظام بانکی به عقد خرید دین (خرید غیرنقدی) اختصاص پیدا کند تا امکان فروش مدت‌دار محصولات تولیدی در بنگاه‌های اقتصادی و تسهیل در عرضه این محصولات به بازار فراهم شود. اکنون پرسش اینجاست که آیا اقدام تازه دولت می‌تواند مشکل رکود صنایع را برطرف کند؟

محمدرضا مرتضوی، دبیر خانه صنعت و معدن ایران، در پاسخ به این پرسش به «فرصت امروز» می‌گوید: «در همه جای دنیا سیستم‌های خرید اعتباری رواج دارد و افراد می‌توانند با بهره‌ای

مشکل رکود در فضای تولیدی، قسه تازه‌ای نیست. صنایع ایران بیش از دو سال است که با رکود دست و پنجه نرم می‌کنند و اقدامات دولت یازدهم برای خروج از رکود نیز هنوز موثر واقع نشده است. از

صنعت

ایران در شاخص صنعتی‌سازی در رتبه ۹۷ جهان قرار دارد



در سال ۲۰۱۴ ایران با ۳۲۷ دلار سرانه ارزش افزوده صنعتی ۳۱۳۴ دلار سرانه تولید ناخالص داخلی از میان ۱۷۷ کشور جهان دارای رتبه ۹۷ است. به گزارش اینستا، پویندو هر سال براساس شاخص‌های سرانه ارزش افزوده صنعتی، سرانه تولید ناخالص داخلی و سهم در ارزش افزوده صنعتی جهان، کشورهای جهان را مورد ارزیابی قرار می‌دهد. بر مبنای این ارزیابی، کشورها در چهار گروه طبقه‌بندی می‌شوند، این گروه‌ها به ترتیب توسعه‌یافتگی عبارتند از کشورهای صنعتی شده، کشورهای در حال توسعه و نوظهور صنعتی، کشورهای در حال توسعه و کشورهای کمتر توسعه‌یافته. براساس معیار طبقه‌بندی‌ها تعداد ۵۲ کشور صنعتی شده، ۳۲ کشور در حال توسعه و نوظهور صنعتی، ۶۷ کشور در حال توسعه و ۲۹ کشور کمتر توسعه‌یافته هستند.

در این میان در سال ۲۰۱۴ ایران با ۳۲۷ دلار سرانه ارزش افزوده صنعتی و ۳۱۳۴ دلار سرانه تولید ناخالص داخلی از میان ۱۷۷ کشور جهان دارای رتبه ۹۷ است. همچنین رتبه ایران در گروه کشورهای در حال توسعه ۲۴ اعلام شده است که برای قرار گرفتن ایران در ردیف اول گروه کشورهای در حال توسعه لازم است سرانه ارزش افزوده صنعتی حدود سه برابر شده و به ۱۰۰۰ دلار افزایش یافته و سرانه تولید ناخالص داخلی نیز به سه برابر مقدار کنونی افزایش پیدا کند. در این راستا کره جنوبی در آسیای شرقی با سرانه ارزش افزوده صنعتی ۷۴۷۸ دارای رتبه ۷ از منظر صنعتی‌سازی و در زمره کشورهای صنعتی، عربستان سعودی با ۲۱۴۷ سرانه ارزش افزوده در رتبه سوم و گروه کشورهای در حال توسعه و نوظهور صنعتی و پاکستان با سرانه ارزش افزوده ۱۴۴ دارای

رتبه ۴۶ در صنعتی‌سازی در میان کشورهای در حال توسعه قرار دارد. شایان ذکر است یکی از مهم‌ترین عوامل رشد صنعتی دستیابی بخش صنعت به نرخ بالای ارزش افزوده است. ایران در سال‌های گذشته در بخش صنعت نتوانسته رشد ارزش افزوده بالایی را تجربه کند بنابراین مهم‌ترین دلایل نزول صنعتی در کشور را می‌توان کاهش توان صنعت در خلق ارزش افزوده دانست که این وضعیت بیانگر این موضوع است که مواد اولیه و کالاهای واسطه‌ای به محصول نهایی تبدیل نشده و واردات کالاهای واسطه‌ای و قطعات نهایی رشد داشته‌اند. در این راستا طبق تئوری‌های اقتصاد کلان انباشت سرمایه در بخش کشاورزی موجب رشد بخش صنعت شده و انباشت سرمایه ایجاد شده در بخش صنعت موجب رشد بخش خدمات خواهد شد. همچنین لزوم ارتقای بخش تجارت با اتکالی به صادرات غیرنفتی ضروری است که انباشت سرمایه در گام نخست در بخش صنعت و معدن نیز اتفاق افتاده و مزایای آن به بخش تجارت (خدمات) انتقال خواهد یافت. در این زمینه ایران سهم بخش صنعت، معدن و تجارت طی دوره ۱۳۹۰

وسایر بخش‌های خدماتی ۲۷ درصد است. نکته قابل توجه این است که بخش مستغلات باوجود دارا بودن سهم بالا از شاخص تشکیل سرمایه ثابت ناخالص اقتصاد کشور فقط ۱۵ درصد از تولید ناخالص را در اختیار دارد. روند سرمایه‌گذاری در بخش صنعت و معدن از سال‌های میانی دهه ۱۳۸۰ دچار رکود و افت رشد و در برخی سال‌ها حتی دچار کاهش و رشد منفی شده است. این کاهش در نرخ سرمایه‌گذاری در بخش ماشین‌آلات به‌عنوان مهم‌ترین جزء سرمایه‌گذاری ثابت در بخش صنعت در دو مقطع سال‌های ۱۳۸۴ و ۱۳۸۵ و دیگری در سال ۱۳۹۱ به وضوح نمود عینی دارد. میزان سرمایه‌گذاری در بخش ماشین‌آلات در سال ۱۳۹۱ به قدری کاهش یافت که قدر مطلق آن حتی از سال‌های ابتدایی دهه ۱۳۸۰ نیز پایین‌تر است لذا کاهش مداوم سرمایه‌گذاری در این حوزه و رشد فرایند فناوری تولید در جهان روزآمدسازی ماشین‌آلات صنعتی را بیش از پیش ضروری کرده است. با توجه به مناسب‌سازی سیاسی کشور و اعمال تحریم‌های بین‌المللی در سال ۱۳۹۱، روند تشکیل سرمایه ثابت ناخالص در بخش صنعت و معدن در دو حوزه ساختمان و ماشین‌آلات با کاهش شدیدی مواجه بود. کاهش تشکیل سرمایه خصوصاً در حوزه ماشین‌آلات موجب کاهش رشد تولیدات صنعتی و در نتیجه کاهش شدید ارزش افزوده این بخش در سال ۱۳۹۲ شد که با توجه به تاثیر بلندمدت نوسانات تشکیل سرمایه ضرورت دارد برای جلوگیری از ادامه تاثیر منفی بر رشد تولید و ارزش افزوده نسبت به ایجاد فضای مساعد برای جلب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی برنامه‌ریزی لازم صورت گیرد.

به شادی بپوشید!

تا ۲۵ و ۴۰٪ تخفیف

www.gerad.ir

AtiDana

سقف خط اعتباری مسکن مهر افزایش یافت



با مصوبه شورای پول و اعتبار سقف کلی تسهیلات مسکن مهر بانک مسکن از ۵۰ هزار میلیارد تومان به ۵۵ هزار و ۳۸۴ میلیارد تومان افزایش یافت.

به گزارش فارس، شورای پول و اعتبار در یکهزار و دوست و هفتمین جلسه مورخ ۳۱ شهریور، به منظور تکمیل واحدهای نیمه تمام طرح مسکن مهر، با امکان افزایش سقف کلی تعهدات طرح مسکن مهر بانک مسکن از ۵۰ هزار میلیارد ریال به ۵۵ هزار و ۳۸۴ میلیارد ریال جهت افزایش سقف فردی طرح های مسکن مهر از ۲۵۰ میلیون ریال به ۳۰۰ میلیون ریال از محل وصولی های طرح مزبور، صرفا برای تکمیل طرح های تعهد شده بانک مسکن موافقت کرد.

همچنین شورای پول و اعتبار در این جلسه به منظور تحرک بخشی به بخش تولید و افزایش سرعت گردش فعالیت واحدهای تولیدی با تخصیص ۱۰ درصد از کل تسهیلات نظام بانکی به عقد خرید دین در جهت امکان فروش مدت دار محصولات تولیدی در بنگاه های اقتصادی و تسهیل در عرضه این محصولات به بازار موافقت کرد. شورای پول و اعتبار پیش از این در سال ۹۲ سقف خط اعتباری مسکن مهر را از ۴۵ هزار میلیارد تومان به ۵۰ هزار میلیارد تومان افزایش داده بود.

قیمت واحدهای تجاری در تهران

طبق گفته کارشناسان و مسوولان مسکنی، نشانه های افزایش سرمایه گذاری در بازار مسکن در حال بروز است، به طوری که طبق گفته رئیس اتحادیه مسکن استان تهران، سرمایه گذاری در بخش آپارتمان های کوچک افزایش یافته است و طی دو تا سه سال آینده این سرمایه گذاری ها به بهره برداری می رسد و در بازار عرضه می شود. به گزارش «فرصت امروز»، هرچند که طبق آمارهای رسمی و اعلام مسئولان وزارت راه و شهرسازی طی دو سال رکود قیمت مسکن چیزی حدود ۵۰ درصد کاهش یافته و در سراسر کشور در این بازار به ثبات رسیده ایم، اما این موضوع در بازار واحدهای تجاری تاثیرگذار نبوده و رکود نتوانسته این بازار را تحت تاثیر خود قرار دهد و واحدهای تجاری همواره به طور سالانه با درصدی افزایش قیمت مواجه بودند. جدول زیر قیمت واحدهای تجاری در محله های مختلف تهران را نشان می دهد.

مترائ	محدوده	قیمت (تومان)
۳۳ متر	جنت آباد	۸۲۵ میلیون
۱۴ متر	افسریه	۲۸۰ میلیون
۱۷ متر	میرداماد	۱ میلیارد و ۱۹۰ میلیون
۱۵ متر	جمهوری خیابان رازی	۲۰۰ میلیون
۴۰ متر	هفت تیر	۲ میلیارد و ۴۰۰ میلیون
۸ متر	سهروردی شمالی	۳۵۹ میلیون
۱۳ متر	تهرانپارس	۲۰۸ میلیون
۶۵ متر	یافت آباد	۹۰۰ میلیون
۱۴ متر	رسالت	۳۶۴ میلیون
۱۲ متر	انقلاب	۹۰ میلیون

جواد هاشمی

وزارت راه و شهرسازی را نیز در آورده است. مظاهریان، معاون اخوندی گفته آمار مربوط به خانه های خالی از زمین های قابل اسکان در این مناطق باعث شده دولت پس از سال ها بار دیگر توجه خود را به امکاناتی جلب کند که در گذشته کمتر به آنها توجه می شد. توجهی که دو ضلع عمده دارد؛ احیای بافت های فرسوده و استفاده حداکثری از ظرفیت های موجود. پس از نهایی کردن طرح های نوسازی بافت فرسوده شهری و رساندن تسهیلات ۵۰ میلیون تومانی به این بخش که هرچند هنوز از سوی برخی بانک های عامل اجزایی نشده اما در سطح تصمیم گیری های نهایی به مرحله نهایی رسیده است، حالا توجه ها به سمت واحدهای مسکونی برگشته که ماه ها است تکمیل شده اند اما هنوز بدون سکن هستند. معضل تعداد واحدهای خالی شاید از زمان تصدیگری نیکزاد بر وزارت راه و شهرسازی مطرح شد؛ واحدهایی که زمانی حدود ۴۰۰ هزار عدد را در بر می گرفتند و حالا به بیشتر از این رسیده اند. هرچند نمی توان به آمار دقیق در این زمینه استناد کرد و همین امر برنامه ریزی بر آن را سخت کرده است. به روز نشدن اطلاعات مربوط به این خانه های صادی

گزارش ۲

عضو هیات مدیره کانون انجمن انبوه سازان، امسال را سال پایان دوره رکود مسکن و پایان خواب سرمایه اعلام کرد و گفت: معمولا رکود بازار مسکن بین ۱،۵ تا دو سال بوده اما بار طولانی تر شده و هم اکنون می توان این نوبت را داد که اگر اتساق غیرمنتظره ای در بازار مسکن رخ ندهد، قفل سرمایه ها در بخش مسکن گشوده خواهد شد.

ایرج رهبر در گفت و گو با ایرنا افزود: ثبات در بازار مسکن حدود یک سال است که احساس می شود و چنانچه مردم قصد خرید دارند، باید به سرعت دست به کار شوند در غیر این صورت زمان را از دست خواهند داد چرا که افزایش تقاضا بعد از یک دوره رکود حتما رخ خواهد داد و در این حالت، مردم به طرز خرید هجوم می آورند و مسکن مسلما استعداد افزایش

قیمت را دارد در نتیجه کسانی که در خرید تردید کرده اند، متضرر خواهند شد. وی یادآور شد: مسکن در حال حاضر در وضعیت رکود به سر می برد، وقتی از رکود خارج می شویم که یا هزینه تمام شده مسکن کاهش یابد یا قدرت خرید مردم بالا برود که اگر این دو اتفاق بیفتد، مردم چون نیاز به مسکن دارند، به سمت خرید پیش می روند.

رهبر ادامه داد: عامل سوومی نیز وجود دارد و آن دوره های است که همه انتظار می کشند ببینند چه اتفاقی می افتد و توصیه می کنم الان که بازار مسکن به وضعیت ثبات رسیده، مردم از هرگونه انتظار پرهیز کنند و اگر تصمیم به خرید خانه دارند، تردید نکنند.

عضو هیات مدیره کانون انجمن انبوه سازان گفت: اگر مردم قدرت خرید کافی برای تامین مسکن ندارند، در این بازه زمانی و ثبات بازار، از طرق ممکن تامین منابع مالی کنند حتی سطح توقع خود را پایین بیاورند و در نقاط پایین تر شهر و مترکز کمتر و به میزان قدرت خرید خود، اقدام به خرید مسکن کنند. وی ادامه داد: معمولا یک عامل تعیین کننده وجود دارد که همان پایان دوره رکود است اما باید در این دوره توان مالی خریدار نیز تقویت شود که در حال حاضر وام های ۸۰، ۶۰ و ۴۰ میلیونی تعدادش آنگذر نیست که بتواند موثر باشد چرا که فقط ۸۴ هزار فقره در سال بیشتر اعلام نکرده اند و این ۸۴ هزار در مقابل یک میلیون واحد مسکونی آماده واگذاری خیلی نمی تواند تاثیر پذیر باشد.

رهبر افزود: ضمن آنکه انباشت تقاضا ممکن است به افزایش قیمت ها کمک کند که اتفاق خوبی برای خریداران نیست

قفل سرمایه ها گشوده می شود

امسال پایان دوره رکود مسکن

قیمت را دارد در نتیجه کسانی که در خرید تردید کرده اند، متضرر خواهند شد. وی یادآور شد: مسکن در حال حاضر در وضعیت رکود به سر می برد، وقتی از رکود خارج می شویم که یا هزینه تمام شده مسکن کاهش یابد یا قدرت خرید مردم بالا برود که اگر این دو اتفاق بیفتد، مردم چون نیاز به مسکن دارند، به سمت خرید پیش می روند.

حمل و نقل

چانه زنی هندی ها برای سرمایه گذاری در ایران



رویترز به نقل از وزیر حمل و نقل، کشتریانی و بزرگراه های هند نوشت: اگر تهران شرایط بهتر از جمله گاز ارزان تر را عرضه کند، هند آماده است بیش از ۱۵.۲ میلیارد دلار برای اجرای پروژه های ایران از جمله ساخت بندر چابهار سرمایه گذاری کند.

به گزارش ایسنا، هند از جمله کشورهایی بوده که تحت تحریم های ایران، به خرید نفت از تهران ادامه داده و دومین مشتری نفتی بزرگ ایران پس از چین به شمار می رود.

نیتین گادکاری، وزیر حمل و نقل، کشتریانی و بزرگراه های هند در یک کنفرانس مطبوعاتی اظهار کرد: ما آماده انجام سرمایه گذاری عظیمی در ایران هستیم و این امر مرتبط با قیمت گاز پیشنهادهای از سوی ایران خواهد بود. قیمت گاز موضوع بسیار مهمی محسوب می شود. براساس این گزارش، دکتر حسن روحانی، رئیس جمهوری ایران پیش از اینکه توافق هسته ای تاریخی میان ایران و غرب در ماه ژوئیه امضا شود، به هند حضور پررنگ در پروژه های زیرساخت از جمله توسعه بندر چابهار را پیشنهاد کرده بود.

راجیو کومار، قائم مقام وزارت کشتریانی هم در این باره اظهار کرد که هند امیدوار است پس از دریافت گزارش از وزارتخانه های دیگر از جمله نفت، کود و مواد شیمیایی، فولاد و کشتریانی تا اوایل اکتبر درباره آخرین پیشنهاد ایران تصمیم گیری کند. هند به دنبال ساخت این بندر برای کاهش هزینه های حمل و نقل و زمان حمل بار به آسیای مرکزی و منطقه خلیج فارس است.

این بندر همچنین برای تلاش های هند جهت دوزخن پاکستان و ایجاد مسیری به افغانستان که در آنجا روابط امنیتی نزدیک و منافع اقتصادی دارد، نقش محوری ایفا می کند. هند پیش از این حدود ۱۰۰ میلیون دلار برای ساخت یک جاده ۲۲۰ کیلومتری در غرب افغانستان برای ارتباط با بندر چابهار هزینه کرده است. نیتین گادکاری و عباس اخوندی، وزیر راه و شهرسازی در ماه مه قراردادی به ارزش ۸۵ میلیون دلار را برای اجاره و اسکن این بندر و استفاده از آنها به عنوان پایانه های باری چندمنظوره امضا کردند.

امضای قرارداد فاینانس راه آهن تهران - قم - اصفهان با چینی ها



مدیر کل دفتر مشارکت و جذب سرمایه شرکت ساخت و توسعه زیربنای حمل و نقل کشور با تشریح آخرین وضعیت هشت طرح ریلی در اولویت تامین فاینانس گفت: اخیرا قرارداد فاینانس راه آهن تهران-اصفهان با چین به ارزش ۱.۹ میلیارد یورو امضا شد.

غلامرضا عزیززی در گفت و گو با پایگاه خبری وزارت راه و شهرسازی با بیان اینکه هشت طرح ریلی در اولویت نخست تامین فاینانس قرار گرفته اند، گفت: موافقت نامه های کلی برای اجرای این پروژه ها صورت گرفته اما هنوز منجر به عقد قراردادی نشده اما در حال پیگیری هستند.

وی با بیان اینکه فاینانس این پروژه ها از چین تامین می شود، گفت: هشت طرح ریلی شامل فاینانس تهران-قم-اصفهان، قزوین - رشت - انزلی - آستارا، همدان - سنندج، راه آهن غرب کشور، میانه - اردبیل، میانه - بستان آباد - تبریز، راه آهن گرگان - بجنورد - مشهد و شیراز-بوشهر-عسلویه هستند.

مدیرکل دفتر مشارکت و جذب سرمایه شرکت ساخت و توسعه زیربنای حمل و نقل کشور افزود: مذاکره برای انعقاد قرارداد تامین فاینانس این پروژه ها از حدود دو سال گذشته آغاز شده که در نهایت اخیرا قرارداد تامین فاینانس خط ریلی تهران-قم-اصفهان به میزان ۱.۹ میلیارد یورو با طرف چینی به امضا رسید.

عزیززی ادامه داد: پنج طرح ریلی دیگر در مرحله مذاکره در حوزه های فنی و تامین مالی قرار دارند. برای این هشت طرح مذکور مجوز شورای اقتصاد، ماده ۶۲ و ترک تشریفات سازمان مدیریت و برنامه ریزی صادر شده است.

با اجرای این خط آهن مسیر ریلی تهران به اصفهان حدود ۱۳۸ کیلومتر کاهش خواهد یافت و پیش بینی می شود در دوره بهره برداری از آن ۵۵۵ میلیارد تومان در مصرف سوخت صرفه جویی شده و مزایای رسانی ایجاد بهره برداری از آن ۵۸۵ میلیارد تومان باشد. پیش بینی شده این پروژه در مدت سه سال اجرا شود.



هنر همیشه رو به تکامل نگارش متون تبلیغاتی

Doug Zanger

ترجمه: سارا گلچین

من از دهه ۹۰ میلادی کار نوشتن متن آگهی‌های تبلیغاتی را آغاز کردم. وقتی وارد این کار شدم، نقل قولی از یکی از بزرگان این عرصه، هارولد گالسچ، خواندم که به طور کلی طرز فکرم را عوض کرد و برای همیشه اویزه گوشم شد.

«هیچکس تبلیغات را نمی‌خواند. مردم چیزی را می‌خوانند که به آن علاقه دارند. گاهی این علاقه می‌تواند یک آگهی باشد.»

نخستین بخش کار حرفه‌ای من در رادیو بود اما این تئوری در آنجا هم به کار می‌آمد. یکی از نخستین مشاورانم روزی به من گفت: «خیلی مراقب آنچه روی آنتن می‌فرستی باش.» منظور او بیشتر دقت کردن در بخش تولید محتوا بود، اما از این نکته هم نباید غافل شد که یک متن تبلیغاتی خوب می‌تواند باعث عوض شدن مسیر یک آگهی شود؛ بدین معنا که اگر متن خوب باشد مخاطب را سر ذوق آورده و او را علاقه‌مند می‌کند و اگر بد باشد، باعث می‌شود شنونده پیچ را دیو را چرخانده و کانال را عوض کند.

در سال‌های اخیر، وب تصویری و ارتباطات دیداری با سرعتی بالا رو به گسترش بوده است. برای مثال، شرکت تحقیقات بازار eMarketer با آبرود می‌کند که تا سال ۲۰۱۸ تعداد آمریکایی‌های حاضر در اینستاگرام به ۰۶۰ میلیون نفر برسد. همچنین طبق گفته شرکت Econsultancy هر روز به طور میانگین کاربران ۷۰ میلیون عکس پست می‌کنند و ۷۵/۵ میلیارد بار «لایک» می‌زنند. اما حتی این آمار رو به افزایش و خیره‌کننده نوانسته از اهمیت نقش متن تبلیغاتی بکاهد. در واقع این واژه‌ها هستند که تصاویر زیبا را کامل می‌کنند. پس هیچ‌گاه از اهمیت‌شان کاسته نمی‌شود.

متن تبلیغاتی الان کجای کار است؟

اما سوال مهم اینجاست: جایگاه مهرای به نام «نوشتن متن‌های تبلیغاتی» در دنیای امروز کجاست؟ یا به عبارت ساده‌تر ما به‌عنوان نویسندگان متن‌های تبلیغاتی صنعتمان بهتر شده، بدتر شده یا چیزی میان این دو است؟

چاپین کلارک، یکی از زبردست‌ترین نویسندگان تبلیغاتی در این باره می‌گوید: «بهرتر و بدتر واژه‌های گول زنده هستند. بخش بزرگی از فرهنگ جاری فرهنگ اینترنت است که زمانی یک حاشیه بر زندگی همه به حساب می‌آمد. اما حالا واقعا در تمام لایه‌های زندگی مردم رسوخ کرده است. اینترنت تنها کلیت‌ها و چارچوب‌های اصلی را تحت تاثیر قرار نداده، بلکه بر الگوهای سخن گفتن و شعرها نیز اثر گذاشته است. این پدیده دنیای مدرن حتی روش‌های ارتباط آدم‌ها با یکدیگر و نوع ارتباط است. بنابراین من فکر می‌کنم اکنون نویسندگان هم باید خود را با فرهنگ اینترنت از خرده فرهنگ‌های مربوط به آن سازگار کنند و توانایی تسهیم کار خود را در چارچوب اینترنت داشته باشند. مایک کاکوینن، یک کارشناس دیگر این حوزه است که اعتقاد دارد تا حدی فعالان این حوزه دچار ضعف شده‌اند. او در این باره می‌گوید: «من مطمئنم در بعضی حوزه‌ها نویسندگان بدی هستیم چون سرعت انجام کار به اولویت‌مان تبدیل شده و به همین دلیل مهارت نوشتن در این میانه ضربه می‌خورد.»

جرمی برنستین، اما به‌عنوان یک کارشناس دیگر اعتقاد دارد که اوضاع در وضعیت میانه قرار دارد، به عبارتی نه خیلی خوب است و نه خیلی بد. او می‌گوید: «من فکر می‌کنم ما نویسندگان کوناگوینی در حوزه تبلیغات داریم. تاکید بر مهارت نوشتن متن تبلیغاتی تا حدی کم‌رنگ شده و همین امر از جهانی به ما آسیب زده است. اما از طرفی اعتقاد دارم که این روزها باقی ماندن در دنیای ارتباطات بر سائیر جنبه‌ها ترجیح پیدا کرده است. بنابراین میزان توجه کم و کمتر شده و در شعارهای تبلیغاتی دور و دراز کلام عنصر توجه از میان رفته است.»

متن تبلیغاتی «خوب» این روزها چه متنی است؟
خنده‌دار به نظر می‌رسد اما یک متن تبلیغاتی خوب، بنا به ماهیت خود، وابسته به طرز فکر شخص و ذهنی است. اگر به نقل قول آقای گالسچ برگردیم می‌بینیم که این حرف کاملا شخصی است، اما دستورالعمل‌های قطعی در این باره هنوز وجود دارد و به کار گرفته می‌شود که توجیه‌پذیر بودن و سادگی مهم‌ترین آنها است. البته این توجیه‌پذیری و سادگی باید با حس انسانیت و برانگیختن احساسات برجسته‌سازی شود. این ترکیب فرجام دانشینی خواهد داشت چراکه باعث می‌شود نویسندگان متن تبلیغاتی رویکردی «واقعی» در صحبت با مشتری را برگزینند.

در این میان کاکوینن پرسش خوبی را مطرح می‌کند: «در وهله اول و مهم‌تر از همه، آیا متن نوشته شده با کالای مورد نظر مرتبط است؟» و این گونه پاسخ می‌دهد: «متن خوب باید حس سادگی را به مخاطب منتقل کرده و در عین حال احساسات را برانگیزد. بعضی نویسندگان هستند که دایره واژگان‌شان ۱۰ برابر افراد عادی است، اما همچنان از واژه‌هایی در متن‌های خود استفاده می‌کنند که گوئی دارند یا مخاطب صحبت رودرو می‌کنند. به‌شدت اعتقاد دارم که نویسندگانی موفق هستند که بتوانند با استفاده از زبان روزمره و با روش‌های خلاقانه داستان‌های قوی بسازند.»

برنستین نیز از سبک محاوره‌ای در متن‌های تبلیغاتی پشتیبانی می‌کند: «ما یک شعار برای خودمان داریم و آن این است: «اینجا آدم‌ها حرف می‌زنند.»

او ادامه می‌دهد: «این بدان معناست که همان‌طوری حرف بزنید که همه مردم سخن می‌گویند. یعنی در عین اینکه خوب می‌نویسید کاملا محاوره‌ای، روزمره و قابل فهم برای تمامی مخاطبان باشد. اگر مشتری‌تان بسیاری حرف‌های و نخبه باشد باید به زبان نخچگان برای متن تبلیغاتی بنویسید، اما باز هم دقت کنید که پیچیده نباشد. مردم، مردم هستند و چیزهایی را دوست دارند که ساده فهم و هوشمندانه باشد اما نمی‌شود برای ارتباط‌هایی که واقعا نیاز ضروری‌شان نیست از زبانی استفاده کرد که پیچیده و سخت فهم باشد.»

منبع: theawsc.com

فرصت امروز

دوم

www.forsatnet.ir

مدیریت تبلیغات

شماره ۳۳۳

شنبه ۴ مهر ماه ۱۳۹۴ | ۱۲ ذی‌الحجه ۱۴۳۶ | سال دوم | Sat. 26 Sep 2015

نگاهی به آگهی تلویزیونی شامپو بچه گلرنگ

خاطراتی که در آگهی موزیکال دوباره زنده شد

این گزارش تلاش خواهد کرد که این آگهی را از دو جنبه استراتیژیک و کارگردانی و ساخت موردارزیابی قرار دهد. در این باره امیرحسین نوربان، منتقد کمپین‌های تبلیغاتی و سردبیر سایت دنیای تبلیغات و دارو بودادی، مدیرهنری و کارگردان تبلیغاتی به سوالات مختلفی پاسخ داده‌اند.

میان ۵۰۰ کودک دو بچه شاد وجود داشته که در این پلان استفاده شود؟ به هرحال پشت صحنه این آگهی با آگهی اصلی فرق چندانی نمی‌کند و این از مواردی است که کارگردان باید به آن دقت بیشتری می‌کرد. به نظر مگر گروه قبل از این آگهی فیلم چند کنسرت را می‌دیدند، این اشکالات نیز در این آگهی برطرف می‌شد. این نوع کار به لحاظ تدوین و دکوپاژ شیوه موزیک ویدئو است اما در مقایسه با آن به‌شدت ضعف دارد. حدادی می‌گوید: نکته قوت این آگهی موسیقی آن است چون علاوه بر نوستالژیک بودن به خوبی بهروز و تنظیم شده است. همچنین با اینکه ایده این آگهی بکر نیست ولی به نظر میان رسانه‌هایی که برای انتشار این آگهی استفاده شده، سینما انتخاب خوبی بوده است. این رسانه به خاطر کیفیت صدای آن برای بخش آگهی‌های موزیکال مناسب است. این آگهی سه گروه مخاطب را پوشش می‌دهد: کودکان، والدین و گروهی که مصرف‌کننده محصول شامپو بچه گلرنگ نیستند ولی شاید محصولات دیگر استفاده کنند. برای گروه آخر، این آگهی یادآور خاطرات حالیی است. اگر این آگهی قبل از فیلم‌های سینمایی کودکان بخش شود، حسن خوبی را به این گروه سنی خواهد داد. حدادی در پایان می‌گوید: اگر برندها مقداری از هزینه بخش آگهی‌های خود را برای خروجی بهتر آگهی‌ها اختصاص دهند، نتیجه بهتری به‌دست خواهند آورد. در واقع اگر آگهی با محتوا در دقت کم باشد، احترام گذاشته است.

تشخیص داد، اما این فضا سازی به درستی صورت نگرفته است. برای این کار بهتر بود، فضای فیلمبرداری تارک و مانند کنسرت‌ها نورپردازی می‌شد، در این حالت حرکت‌های کربنی و شات‌های سریع نیز به هیجان کنسرت کمک بیشتری می‌کرد. در پشت صحنه این آگهی دیدم که از کود کوپتر نیز استفاده شده ولی پلانی از آن برداشته نشده است. اگر کنسرت‌ها عبور می‌کرد، آگهی جلوه بهتری پیدا می‌کرد. به نظر من این شیوه اجرا گروه سازنده به هیچ وجه نتوانسته‌اند وجه‌تمایز این آگهی یعنی تعداد بازگشایش را به مخاطبان نشان دهد. یکی از اساتید معروف کارگردانی می‌گوید: گاهی برای گرفتن پلان از یک جنگل بکر یا درختان بلند، گروه فیلم‌برداری به جنگل‌های آمازون سفر می‌کنند ولی با دیدن خروجی کار متوجه می‌شوم که همان پلان را می‌توانستند در پارک چیتگر تهران بگیرند. علاوه بر این موارد میزانسن این آگهی نیز دچار مشکل است. اگر وجود دارد، در میزانسن درست باید مجموع خواننده و همراهانش (فرد) پشت سرخواننده) فرد باشد. خوانندگان با هم عدد زوج را تشکیل دهند، در حالت درست تعداد همراهان به اضافه خواننده باید زوج باشند. این آگهی به نظر تعداد بازیگران زوج در نظر گرفته شده که در این حالت باید لباس دو بازیگر نقش اول با لباس بازیگران پشت سرشان متفاوت باشد. امکان دارد، در حالتی که گروه کوال باشد این موضوع رعایت نشود که در این آگهی با توجه به اینکه کت پسر تپل تا حدودی رنگش فرق دارد، این حالت رد می‌شود. در نتیجه میزانسن در این آگهی میسران زوج و فرد بودن خوانندگان روی صحنه و اینکه آیا یک گروه کنسرت را اجرا می‌کنند، سردرگم است. باز تاکید می‌کنم که ساخت این آگهی دشواری خاص خود را دارد و مطمئنا مدیریت تولید زحمت زیادی را برای آن کشیده است. دکور نیز در این آگهی زیبا و خوب است، همچنین در آگهی حرکت دوربین نیز آنچنان که باید و شاید جذاب نیست و نورپردازی که به دلیل روز بودن کار، با مشکل مواجه شده است، به نظر اگر پلان جمعیت کودکان جداگانه گرفته می‌شد، بعد، روی تصاویر مونتاژ می‌شد، خروجی بهتر از آب در می‌آمد. از همه مهم‌تر حضور یک بازیگر بزرگسال میان این همه کودکان کمی مخاطب را دچار سردرگمی می‌کند. که نقشش در این آگهی چیست. علاوه بر این در پلانی بچه‌ها نشان داده شده که انگار در فضای کنسرت نیستند و بی‌حوصله ایستاده‌اند یعنی

شده دوباره در محافل مختلف درباره آگهی‌های موزیکال و تاثیر آن روی مخاطبان ایرانی صحبت شود. این آگهی موزیکال برای برند گلرنگ ساخته شده است؛ برندی که سال‌هاست با شعر معروف خود آگهی‌های موزیکال مختلفی را برای گروه سنی کودکان ساخته است. «فرصت امروز» در



تعداد حضور بازیگر و کودک مزیت بود که از فردا شاهد هلی‌شات‌هایی بودیم که هزاران بازیگر گوش تا گوش قاب را پر کرده بودند. آنچه سبب موفقیت یک آگهی می‌شود، ایده‌ای خوب در راستای هدف آگهی است که خوب اجرا شده باشد. باقی حرف‌ها نمایشی و هیجانی و رسانه‌ای برای جلب توجه مخاطبان یا کارفرمایان است.

نرگس فرجی

بازی ۵۰۰ کودک در آگهی موزیکال خبری است که این روزها میان فعالان تبلیغاتی دهان‌بده‌دهان می‌چرخد. خبری هیجان‌انگیز که باعث

تعداد بازیگر و کودک مزیت بود

تعداد حضور بازیگر و کودک مزیت بود که از فردا شاهد هلی‌شات‌هایی بودیم که هزاران بازیگر گوش تا گوش قاب را پر کرده بودند. آنچه سبب موفقیت یک آگهی می‌شود، ایده‌ای خوب در راستای هدف آگهی است که خوب اجرا شده باشد. باقی حرف‌ها نمایشی و هیجانی و رسانه‌ای برای جلب توجه مخاطبان یا کارفرمایان است.

موزیکالی خوب برای گلرنگ

این منتقد تبلیغاتی درباره آگهی موزیکال گلرنگ، آگهی خوبی است. موزیکال گلرنگ، آگهی خوبی است. این آگهی ادا در نمی‌آورد، قد خودش و مخاطبش حرف می‌زند و خودش را زیاد جدی نمی‌گیرد. موزیکال است و می‌داند مخاطبش کودک است. پس در همین چارچوب سنگ تمام می‌گذارد. قاب پر از بچه‌های پر انرژی و خوشحال و سرشار از رنگ و اتمسفر است. موسیقی، شعر و ریتمش خوب و به راحتی به ذهن می‌نشیند و مهم‌تر اینکه همه این‌ها مان‌ها هم در فرم و هم در محتوا در راستای تبلیغ کار کرده‌اند. نسبت به تیزرهای کالاهای مشابه هم متفاوت است. تدوین و میزانسن و ساخت هم در راستای همین ماهیت سرحال و ساده است. تیزر به‌جای ادا و اصول‌های آزارنده، همه زوایایش یک کار دلی دلچسب شده است. خیلی مهم است که سازنده بلداند چه چیزی را برای چه کسی می‌خواهد بگوید و آنچه را می‌خواهد بگوید در چارچوب و ادبیات درستش مطرح کند. همه بُرد آگهی گلرنگ، در رعایت همین نکات ساده است. مثلاً گلرنگ به مانند آگهی فلان روغن که می‌خواهد بگوید قوطی‌اش عوض شده آگهی ساخته است. آگهی تولیدکننده روغن طوری از طراحی قوطی‌اش می‌گوید که انگار درباره طراحی بدنه آخرین مدل بویینگ حرف می‌زند. در آگهی گلرنگ ظرافتی خاص لحاظ شده که در آگهی‌های ایرانی معمولاً از قلم می‌افتد. ظرافت این است که مخاطبان این آگهی هم کودکان و هم مادران هستند. یعنی اساسا تصمیم خرید با هر دو قشر است و در تیزر، با هوشمندی، مسادری هم در حال شادی و شعر خوانی میان بچه‌ها دیده می‌شود. در واقع هر دو دسته مخاطب اصلی و موثر در فرآیند خرید محصول گلرنگ، به خوبی با آگهی هم‌هات‌پنداری خواهند کرد. در ایران آگهی خوب به ندرت دیده می‌شود، براین اساس آگهی گلرنگ را جزء نمونه‌های خوب‌ها می‌توان تقسیم‌بندی کرد.

تعداد کودکان به شرط استفاده درست، امتیازی برای آگهی محسوب می‌شود

داریو حدادی، درباره آگهی تلویزیونی اخیر برند گلرنگ می‌گوید: خودنمایی

و بزرگنمایی فاکتور مهمی است که در تبلیغات دنیا به آن توجه ویژه‌ای می‌شود. فاکتوری که بعد خودنمایی آن در آگهی گلرنگ بیشتر به چشم می‌آید. در این باره سازندگان آگهی با تمام این توصیفات حتی اگر نمی‌کارشان فیلمی نیز از پشت صحنه آگهی منتشر کنند. این شیوه را بارها شرکت‌های دیگر نیز اجرا کرده‌اند که به نظر یک استراتیژی خوب محسوب می‌شود. آگهی به خاطر استفاده از تعداد بازیگران جذابیت بصری ایجاد کرده که مخاطبان را خواسه ناخواه به سمت خود جذب می‌کند. مخاطبان ایرانی دیگر مثل سابق نیستند. آنها

تبلیغات موزیکال برای کودکان به شرط اجرای خوب امتحان خود را بارها پس داده است. در این باره نمونه‌های موفق زیادی وجود دارد و آگهی‌های موفق بسیاری مورد توجه عموم قرار گرفته‌اند. تبلیغات موزیکال آنقدر مورد استقبال قرار گرفته که بسیاری از آگهی‌های گروه بزرگسالان نیز موزیکال ساخته می‌شود

به دلیل مشاهده هر روزه آگهی‌های خارجی به راحتی می‌توانند میان آگهی‌ها تکنیک قائل شوند. بنابراین اگر آگهی خوب ساخته شود، مخاطب به راحتی آن را درک می‌کند. البته این خوب‌بودن آگهی را نباید فقط سازندگان بگویند یا با تبلیغات در این باره بزرگنمایی کنند. پس در مورد آگهی گلرنگ تعداد بازیگران می‌تواند امتیازی برای ایده شدن آگهی توسط مخاطبان باشد اما به شرطی که از این امتیاز به خوبی استفاده شده باشد. اگر این آگهی را با دقت مشاهده کنید، کنسرت کودکان در ذهن مخاطب بازسازی شود، این فضا را می‌توان از نوع قرارگیری چند بازیگر روی صحنه

آن درخواست را می‌کنند. مدیریت این پروژه، کار راحتی نیست، اگر ملاحظه کرده باشید در تیزرژای پائانی نام شش دستیار کارگردان قید شده است. **پروژه‌های دشوار که کاش در حدادی می‌گویی، به نظر حال که گروه سازنده چنین پروژه دشواری را پذیرفته‌اند کاش روی اجرایی آن نیز دقت بیشتری می‌کردند تا اثری ماندگارتر از خود به جا می‌گذاشتند. در آگهی سنی شده فضای یک کنسرت کودکان در ذهن مخاطب بازسازی شود، این فضا را می‌توان از نوع قرارگیری چند بازیگر روی صحنه**



ایستگاه تبلیغات



بیماری قلبی قلب ندارد

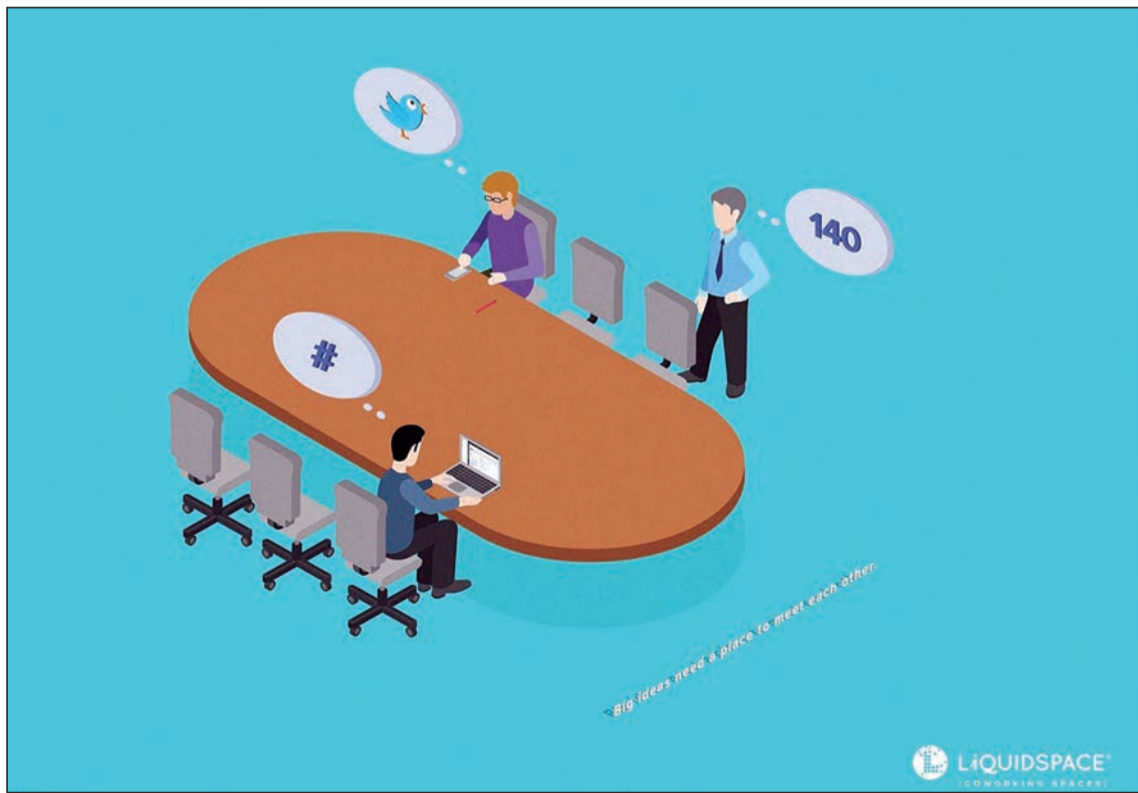
یک کمپین بیکارچه توسط British Heart Foundation و DLKW در لندن شروع شده است که به ناگهانی بودن بیماری قلبی اشاره دارد. تم کلیدی کمپین غیرممنظره بودن این بیماری را نشان می‌دهد. کمپین، آگهی‌های چند دقیقه‌ای را در برمی‌گیرد که یکی از آنها «کلاس درس» نام دارد. به گزارش ام‌بی‌ای نیوز، ویدئو زنده‌هایی را بین یک پدر و پسر نشان می‌دهد، مکالمه‌هایی که به مخاطب این هشدار را می‌دهد که یک جای کار می‌لنگد. گفت‌وگوی بین پدر در حال مرگ و فرزندش غم‌انگیز و تاثیرگذار است اما غم‌انگیزتر این است که بدانیم در زندگی واقعی بیماری قلبی اجازه خداحافظی نمی‌دهد و این نکته اصلی کمپین است: «بیماری قلبی، قلب ندارد و بدون هشدار حمله می‌کند.»

کروان دویچف، مسئول بخش بازاریابی و تعامل مردم در BHF می‌گوید: «هدف یاری گرفتن از بینندگان است. با وادار کردن مردم به تجسم ویرانی ایجاد شده توسط بیماری قلبی، امیدواریم آنها همچنان به کمک مالی خود به تحقیقات نجات‌بخش BHF ادامه دهند.»

در ادامه این حرکت و برای اینکه این پیام را هر چه بیشتر شخصی کنند، آنها یک اپلیکیشن «شبه‌ساز حمله قلبی» ساختند. اپلیکیشن از مردم می‌خواهد گوشه‌های‌شان را مقابل قلب‌شان بگیرند و تکانی شدید را به فرد منتقل می‌کند که نه خیلی احساساتی و نه خیلی فیزیکی است، گوشه‌ی زنگ می‌زند و صدای سرد و بی‌روح پیامی ضبط شده را که هیچ‌کس نمی‌خواهد دریافت کند، می‌گوید.



تبلیغات خلاق



آگهی: آژانس املاک آنلاین LiquidSpace-شعار: ایده‌های بزرگ نیاز به مکانی دارند برای ملاقات با یکدیگر!

ایده‌های طلایی

ایده‌های بزرگ برای برند آفرینی (۲۷)

دسته‌بندی مشتریان

ترجمه: معراج آگاهی

به تصویر یک سالن تئاتر توجه کنید. همه افراد حاضر در سالن یک نمایش را تماشا می‌کنند اما جایگاه آنها در سالن متفاوت است. صندلی‌های ردیف جلو، بالکن‌ها و جایگاه‌های ویژه و در نهایت صندلی‌های معمولی که تا انتهای سالن چیده شده‌اند. در این سالن‌ها قیمت بلیت‌ها متفاوت بوده و برخی ممکن است گران‌تر باشند. در این میان صندلی‌های ردیف جلو و جایگاه‌های ویژه گران‌تر هستند، چرا که نزدیکی به سن به معنای دید بهتر است و صدای بازیگران بهتر شنیده می‌شود. برندها نیز می‌توانند با استفاده از این ایده مشتریان را دسته‌بندی کنند و به ارائه قیمت‌های متفاوت تعداد بیشتری از آنها را به سوی محصولات و خدمات خود جلب کنند.

ایده

برندهای فعال در صنعت مد سابقه طولانی در دسته‌بندی مشتریان خود دارند. از دهه ۳۰ به سوسو مراکز طراحی لباس در پاریس به فروش عطر نیز اشتغال داشتند. این مراکز با استفاده از ایده دسته‌بندی مشتریان خود موفق شدند تا علاوه بر بانوانی که توان خرید لباس‌های تولید شده را داشتند طیف وسیعی از بانوان دیگر را جذب بازار خود کرده و از این طریق سود قابل توجهی نصیب



خود کنند.

در دهه ۶۰ میلادی پیرکاردین با ارائه محصولاتی جدید که به آنها عنوان لباس‌های خاصی اطلاق می‌شد قوانین بازاری را تغییر داد. پس ارائه این لباس‌ها به بازار، پیرکاردین به دلیل رفتار نامناسب و غیر حرفه‌ای از صنف خیاط‌ها کنار گذاشته شد.

اگرچه پس از موفقیت‌های بی‌دری برای این شرکت پیرکاردین مجدداً توسط همکاران خود به صنف خیاط‌ها دعوت شد. پیرکاردین با گسترش طرح‌های خود آنها را در دسترس طیف وسیع‌تری از مشتریان قرار داد. موضع جدید این شرکت سبب شد تا مشتریان سنتی خود را از دست بدهد چرا که آنها همچنان اعتقاد دارند که لباسی با طراحی خاص پیرکاردین را خریداری و استفاده می‌کنند.

آنچه باید در عمل انجام دهید

- تقسیم‌بندی مشتریان از بالا به پایین کار بسیار ساده‌ای است. شما همواره می‌توانید مشتریان را در زیرمجموعه یک برند لوکس دسته‌بندی کنید اما انجام این تقسیم‌بندی از پایین به بالا کار بسیار دشواری است. شرکت تولید موتورسیکلت‌های هوندا بهترین مثال ممکن برای انجام این تقسیم‌بندی از پایین به بالا به شمار می‌رود. نخستین محصول این شرکت اسکوتر بود و به تدریج موتورسیکلت‌های بسیار پیشرفته و قدرتمند به لیست محصولات این شرکت اضافه شدند. شرکت هوندا در طول دوران فعالیت خود با انتقادات بسیاری مواجه شد، اما اعتماد توانایی‌های خود را به اثبات رساند.
- شما می‌توانید با دسته‌بندی محصولات خود به بازار محصولات ارزان قیمت وارد شوید. برند کریستین دیور همچنان در برنامه جشنواره‌های مد شرکت کرده و خطوط طراحی و دوخت لباس خود را همچنان حفظ کرده است اما بیشتر مشتریان درآمدهای این شرکت از فروش لوازم جانی، عطر و لوازم آرایش است.

- دانستن چگونگی انجام این دسته‌بندی و نحوه ترسیم خطوط از اهمیت بسیاری برخوردار است. گسترش وسیع محصولات پیرکاردین لطمه بسیار زیادی به هویت و جایگاه این برند وارد کرده و تنوع بسیار زیاد محصولات این شرکت موجب تضعیف جایگاه آن شده است.

آیامی دانستید

برندینگ: قولی که به آن عمل شده

آیا می‌دانستید تعریف رابرت بین (Robert Bean) یکی از کارشناسان حوزه برندسازی از برندینگ «قولی که برآورده شده» است؟ این شاید بهترین تعریفی باشد که بتوان از برند ارائه داد. شما به مشتریان و همکاران خود در کنار تمامی فعالیت‌هایی که انجام می‌دهید و متعهد آن می‌شوید قولی می‌دهید و به منظور موفق شدن در کسب‌وکار خودتان باید در هر لحظه به این قول پایبند باشید و به آن عمل کنید. می‌توان گفت این ایده که برند تنها یک نشان، نام یا یک رنگ به‌خصوص است، تنها شکافی بسیار کوچک و ریز از چیزی است که در حقیقت برند باید نامیده شود. به عبارتی می‌توان گفت که برند به‌عنوان تمامی چیزی است که از شرکت شما وجود دارد. در نتیجه ارائه تعریفی دقیق از آن اهمیتی حیاتی و غیرقابل انکار دارد. شما باید مخاطب هدف و نهایی خود را شناسایی کنید و از خواسته آنها مطلع شوید، دقیقاً برای آنها روشن کنید که چرا شما از دیگر رقبای خود بهتر و برتر هستید و در نهایت به بیان و شرحی دست‌یابید که به بهترین نحو ممکن هدف برند شما را مشخص می‌کند.

امیر کاکیی

چندی پیش بانک سامان پیامکی را به مشتریان خود ارسال کرد که در آن از سرویس جدیدی تحت عنوان «وین کارت» نام برده شده بود. بانک سامان از طریق این پیامک مشتریان خود را با جایزه‌های چشمگیری که به‌صورت ماهانه در قرعه‌کشی

در همین راستا بهروز

لطیفیان، کارشناس ارشد بازاریابی در گفت‌وگو با «فرصت امروز» بیان می‌کند:

از آنجایی که وین کارت به مشتری سودی نمی‌دهد و باید حداقل مبلغی در آن موجود باشد تا مشتری بتواند در قرعه‌کشی شرکت کند سامان را می‌توان به‌عنوان یک قرض‌الحسنه مدرن دسته‌بندی کرد. بانک سامان با این خدمت جدید دو هدف را دنبال می‌کند؛ نخست موضوع افزایش تراکنش مالی است و موضوع بعدی، جذب مشتریان دیگری است که در بانک سامان حسابی ندارند.

خدمت یا سرویسی که جدید نیست

لطیفیان ادامه می‌دهد: بحث قرض‌الحسنه در ایران عملکرد خوبی نداشت و نتوانست جایگاه خوبی را در بین مردم کسب کند و تقریباً می‌توان گفت که این موضوع در بسیاری از بانک‌ها برچیده شد. بعضی از مؤسسات اعتباری فقط از این گونه سرویس‌ها استفاده می‌کنند و سرویس جدید بانک سامان در واقع خدمت جدید با مدرنی تلقی نمی‌شود.

اقداماتی مبتکرانه از بانک‌های معتبر دنیا

این کارشناس ارشد بازاریابی اظهار می‌کند: در دهه ۱۹۸۰ میلادی مجسمه آزادی آمریکا نیاز به بازسازی داشت اما دولت این کشور بودجه‌ای برای این موضوع نمی‌توانست تخصیص دهد. در همین راستا بانک امریکن اکسپرس در طول دوره زمانی یک‌ساله اظهار کرد که هریک از افرادی که از کارت اعتباری ما استفاده کنند، یک درصد از سود بانک حاصل از تراکنش این کارت‌های اعتباری را در راستای بازسازی مجسمه آزادی اختصاص می‌دهیم، همین موضوع باعث شد مشارکت مردم به حدی زیاد شد که بانک منتفع و مجسمه آزادی هم بدون نیاز مالی به دولت بازسازی شد. این بانک از طریق جذب مشارکت مردم و بدون دست کردن در جیب مشتریان توانست حجم زیادی سرمایه جذب کند و از سود حاصل از این سرمایه‌های مبلغی را برای بازسازی این مجسمه در نظر بگیرد. همین جذب بالای سرمایه باعث شد از کارت‌های اعتباری مانند سرویس کارت، کردیت کار... که در آن زمان بسیار معتبر و همه‌گیر بودند نیز جلو بزنند. بانک‌های ایرانی نیز می‌توانند با استفاده از این گونه اقدامات مشارکت مردم در سود خود را افزایش دهند و بسیاری از پروژه‌هایی را که دولت برای آن‌ها بودجه‌ای ندارد یا بانک‌ها سروسامان دهند.

وین کارت، شوک بانک سامان به بانک‌های دیگر

این کارشناس ارشد بازاریابی تأکید می‌کند: این خدمت در سیستم بانکداری بانک سامان خیلی نمی‌تواند متفاوت باشد و برای بانک سودآوری ایجاد کند و در بهترین حالت بانک سامان می‌تواند شوکی را به رقبای خود وارد کند و در کوتاه‌مدت ضربه‌ای را به بازار وارد می‌کند که می‌توان آن را در استراتژی چریکی تعریف کرد و گفت اگرچه بانک سامان با این سرویس درصدم حمله به رقبای خود برای کسب سهم بازار بیشتر است اما نداشتن مدت‌زمان و به عبارت بهتر دائمی بودن آن اثربخشی این خدمت را کاهش می‌دهد لذا بهتر بود این سرویس جدید بانک سامان دارای مدت‌زمانی مشخص بود؛ به‌عنوان نمونه اگر وین کارت به مدت شش ماه بود و محدودیت زمانی

وعده قرعه‌کشی دیگر مانند گذشته اعتباری ندارد

لطیفیان می‌افزاید: هنگامی که بانکی قرعه‌کشی می‌کند، یعنی اینکه بانک با این اقدام رقابت ایجاد می‌کند و مشتریان خرید می‌کنند به امید اینکه شاید در قرعه‌کشی برنده شوند و این موضوع جذب مشارکت نیست، چون بانک وعده‌ای را تحت عنوان قرعه‌کشی می‌دهد ولی این وعده دیگر مانند گذشته اعتبار ندارد. لذا بانک سامان نمی‌تواند با استفاده از وین کارت مزیت رقابتی را برای خود ایجاد کند. البته راه‌حل ساده‌تر دیگری را نیز بانک سامان

به آنها عرضه می‌شود، ترغیب به استفاده از این سرویس کرد. وین کارت که سرویس جدید بانک سامان است با شعار «این کارت برنده است» به مشتریان عرضه‌شده است. این سرویس قرض‌الحسنه‌ای است که به مشتریان امتیاز می‌دهد و براساس این امتیازها هر ماه قرعه‌کشی انجام می‌شود و به ۲۵۱ نفر هدیه‌ای داده می‌شود. برخی از کارشناسان بازاریابی بر

آنها عرضه می‌شود، ترغیب به استفاده از این سرویس کرد. وین کارت که سرویس جدید بانک سامان است با شعار «این کارت برنده است» به مشتریان عرضه‌شده است. این سرویس قرض‌الحسنه‌ای است که به مشتریان امتیاز می‌دهد و براساس این امتیازها هر ماه قرعه‌کشی انجام می‌شود و به ۲۵۱ نفر هدیه‌ای داده می‌شود. برخی از کارشناسان بازاریابی بر

تمایزی داشته باشند. به‌عنوان نمونه طراحی این کارت‌ها باید به‌نوعی باشد که هنگامی که شرکت در قرعه‌کشی و برنده نشدن دیگر تمایلی به شرکت در این قرعه‌کشی ندارند، این موضوع برای آنها دیگر جذابیتی ندارد.

لطیفیان خاطرنشان می‌کند: وین کارت خدماتی برای کل جامعه است و چون برای تمامی جامعه این موضوع در نظر گرفته‌شده، اثربخشی آن بسیار کاهش پیدا می‌کند اما اگر بانک سامان این خدمت را برای یک دسته خاص در نظر می‌گرفت و روی آنها تمرکز می‌کرد، به نسبت اثربخش‌تری می‌توانست داشته باشد. به‌عنوان نمونه بانک سامان می‌توانست روی قشر دانشجویان تمرکز کند

خدمات قرض‌الحسنه او معتقد است: نیازسنجی در مورد این سرویس جدید بانک سامان صورت نگرفته است و نیازی در بازار در مورد این سرویس دیده نمی‌شود، چون اگر نیازی در مورد این موضوع حس می‌شد، قطعاً قرض‌الحسنه‌ها باقی می‌مانند. در حال حاضر بیش از ۳۰ بانک در کشور موجود است اما هیچ‌کدام از این بانک‌ها مانند گذشته دیگر خدمات قرض‌الحسنه نمی‌دهند و مردم در جیب می‌دهند سود ماهانه دریافت کنند تا اینکه با ریسک در قرعه‌کشی شرکت کنند

از آنجایی که وین کارت به مشتری سودی نمی‌دهد و باید حداقل مبلغی در آن موجود باشد تا مشتری بتواند در قرعه‌کشی شرکت کند لذا این سرویس جدید بانک سامان را می‌توان به‌عنوان یک قرض‌الحسنه مدرن دسته‌بندی کرد. بانک سامان با این خدمت جدید دو هدف را دنبال می‌کند؛ نخست موضوع افزایش تراکنش مالی است و موضوع بعدی، جذب مشتریان دیگری است که در بانک سامان حسابی ندارند

و این قرعه‌کشی بین تمامی دانشجویانی که از این کارت استفاده می‌کردند، برگزار می‌شد. از این طریق بانک سامان به اثربخشی بیشتری دست پیدا می‌کرد. البته قشر دانشجویان می‌توانند نمونه‌ای از تمرکز باشد و واحد تحقیقات بازار حتماً باید در مورد این موضوع اطلاعاتی را جمع‌آوری کند که این بانک می‌تواند روی کدام قشر خاص سرمایه‌گذاری کند.

او ادامه می‌دهد: از طرفی هنگامی که گروه هدفی برای وین کار مشخص شد، باید میخ گفتر و در این میان باید نگاه بصری مناسبی روی کارت‌ها لحاظ شود و نباید کارت این خدمت جدید بانک سامان مانند کارت‌های دیگر بانک‌ها باشد و باید نسبت به کارت دیگر بانک‌ها

«وین کارت» سرویس جدید بانک سامان زیر ذره‌بین «فرصت امروز»

روایی جذب مشارکت با خدمت از مد افتاده

این باور هستند که این سرویس جدید بانک سامان استراتژی و اقدامی چریکی محسوب می‌شود که بانک در راستای جذب بالای سرمایه آن را برنامه‌ریزی کرده، اما از طرفی به عقیده همین کارشناسان چند سالی است که حساب‌های قرض‌الحسنه و قرعه‌کشی از مد افتاده و برای مشتریان امروزی دیگر این نوع حساب‌ها جذابیتی ندارد.

کرد. به‌عنوان نمونه انجام‌شده این نوع فعالیت‌ها در کشور، می‌توان از انتشارات قلم‌چی که در سال‌های گذشته طرحی را مطابق این روش تعریف کرد نام برد. قلم‌چی اعلام کرد اگر کتاب‌های کنکور من را خریداری کنید بخشی از سود خود را به افراد بی‌بضاعت تخصصی می‌دهم، مردم در این طرح مشارکت بالایی داشتند بنابراین هم قلم‌چی برنده بازار شد و هم بخشی از افراد بی‌بضاعت به حداقل‌های زندگی رسیدند.

توجه به مشارکت مردمی نه رقابت مردمی

این کارشناس ارشد بازاریابی اظهار می‌کند: در انگلیس هشت اپراتور تلفن همراه در سال ۲۰۰۰ با یکدیگر سیم‌کارتی را به نام «ردموبایل» تولید کردند. هر مخاطبی که این سیم‌کارت را خریداری کند از مزیت هشت اپراتور بهره‌مند می‌شود و از طرفی در سودی از سود حاصل از این سیم‌کارت در راستای تحقیقات و مطالعاتی در حوزه بیماری‌های ایدز صرف می‌شود. چون مردم سیم‌کارت می‌خواستند و مبلغ اضافی نیز باعث آن پرداخت نمی‌کردند، ترجیح می‌دادند از این سیم‌کارت‌ها استفاده کنند.

از طریق همین سیم‌کارت، اپراتورها چند صد میلیون پوند درآمد کسب کردند و این کشور بیشترین فروش را به خود اختصاص داد. این موضوع نشان می‌دهد که شرکت‌ها بهتر است روی مشارکت مردمی سرمایه‌گذاری کنند و مشارکت مردمی به‌صورت کلی بهتر از رقابت مردمی جوابگو است.

دوپهلوی بودن نام‌گذاری وین کارت

این کارشناس ارشد بازاریابی در مورد نوع نام‌گذاری وین کارت بیان می‌کند: وین (Win) در زبان انگلیسی به معنای برنده شدن است اما Vienna (وین) اشاره به پایتخت اتریش دارد که به‌عنوان نمونه مذاکرات هسته‌ای ایران و ۵+۱ در آنجا انجام و توافق حاصل شد؛ تشخیص نام این سرویس نیازمند این موضوع است که افراد نسبت به زبان انگلیسی آشنایی داشته باشند و انتظار بنده نام این سرویس به‌گونه‌ای طراحی شده که مخاطب نمی‌تواند ارتباط خوبی با آن برقرار کند. البته احتمال دارد در نوع نام‌گذاری این سرویس بانک سامان تلاش کرده باشد دوپهلوی هم به برنده شدن و هم به پایتخت اتریش که مذاکرات در آن انجام می‌شد اشاره کند اما در واقع این دوپهلوی بودن نام‌گذاری نمی‌تواند به بانک سامان کمکی کند و به‌صورت کلی می‌توان گفت که Win اسم خوبی است اما فارسی‌نویستن Win به‌عنوان نام یک سرویس انتخاب مناسبی نیست.

لطیفیان می‌افزاید: شعار تبلیغاتی وین کارت که به «این کارت برنده است» اشاره داشت به‌عنوان نمونه «این کارت برنده است» نیز خوانده می‌شود و شعار وین کارت باز هم به‌صورت دوپهلوی تنظیم‌شده که به نظر می‌رسد این دوپهلوی بودن اتفاقاً در این موضوع بهتر است. البته اگر افراد چندبار در این قرعه‌کشی شرکت کنند و برنده نشوند این شعار ممکن است دل‌زدگی را برای آنها ایجاد کند.

کافه بازاریابی

بازاریابی در قرن بیست و یک

مسلم نوری

بازاریابی در عمل به معنی ایجاد فضایی جهانی و پویا در کسب‌وکار است. برخی کسب‌وکارها به دلیل نوسانات معاملات در بازارهای هدف به سرعت استراتژی‌های خود را تغییر می‌دهند. این نوع روش‌ها شاید در کوتاه‌مدت بتواند کارایی داشته باشد اما باید توجه داشت که این نوع کسب‌وکارها در درازمدت با مشکلات فراوانی مواجه خواهند شد. ارتقای استراتژی می‌تواند دامنه فعالیت‌های شما را گسترش دهد اما تغییر ناگهانی آن مسلمان شما را به دردسر خواهدانداخت.

برخی موسسات تجاری با دانشی که در مدیریت بازاریابی و شناختی که از بازارهای هدف دارند، استراتژی‌های خود را به مدت ۱۰ سال تغییر نمی‌دهند و همواره آن را مدیریت و به‌روز می‌کنند. تغییر سریع استراتژی بدون آینده‌نگری‌های درازمدت برای کسب‌وکارها بسیار خطرناک است.

امروزه شرکت‌ها با تغییر نیازهای مشتری، افزایش رقابت جهانی، افول محیط‌زیست، رکود اقتصادی و مجموعه بسیار زیادی از مشکلات اقتصادی، سیاسی و اجتماعی مواجه شده‌اند. در اتحادیه اروپا، رقابت میان فروشندگان هر



روز بیشتر از دیروز در حال شدت گرفتن است و شرکت‌های خصوصی به دلیل پیشرفت استانداردهای تجارت جهانی در بازارهای هدف فشارهای زیادی را متحمل می‌شوند، باتوجه به این نوع مشکلات همواره فرصت‌های بازاریابی وجود دارد.

اگر روندهای در حال تغییر چشم‌اندازهای بازاریابی و پیش‌روی استراتژی بازاریابی را مورد مطالعه قرار دهیم مواردی مانند رشد غیرانتفاعی بازاریابی، رونق فناوری اطلاعات، پیشرفت سریع جهانی شدن، تغییر اقتصاد جهانی و پاسخگویی نسبت به مسئولیت‌های اجتماعی، کسب‌وکارها را با مشکل مواجه کرده است. در گذشته، بازاریابی فقط به‌طور گسترده در بخش کسب‌وکار اعمال می‌شد اما در سال‌های اخیر، بازاریابی به یک عنصر اصلی در استراتژی‌های بسیاری از سازمان‌های غیرانتفاعی، مانند دانشگاه‌ها، موسسات خیریه، کلیساها، بیمارستان‌ها، موزه‌ها، گروه‌های هنری و حتی ادارات پلیس تبدیل شد. به‌عنوان مثال: سازمان‌های ابرواستی مانند آموزش و پرورش و سازمان بهداشت انگلستان با استفاده از ابزارهای بازاریابی برای رسیدن به مخاطبان هدف خود موفقیت‌های را به دست آوردند.

در سال‌های گذشته کارشناسان کمیسیون اروپا، با توجه به ابزار بازاریابی و رسانه، یک استراتژی را مبنی بر ایجاد کمپین‌های تبلیغاتی برای ترویج یورو به‌عنوان واحد پول اروپا راه‌اندازی کردند. کلیسای انگلیس برای افزایش اعضای خود، به دنبال راه‌های موثر برای جذب و حفظ اعضا بودند، حتی در بعضی موارد به سمت حمایت‌های مالی از برخی افراد روی آوردند. واعظان با استفاده از مطبوعات، رادیو و تلویزیون به سمت تبلیغ دین گام برداشتند، آنها با توجه به تحقیقات بازاریابی به بهترین شکل ممکن نیازهای اعضا را شناسایی می‌کردند و خدماتی را برای آنها در نظر می‌گرفتند. برخی از گروه‌های مذهبی، رادیو و ایستگاه‌های تلویزیونی برای خود راه‌اندازی کردند. در طول دهه‌های گذشته، بسیاری از سازمان‌های خیریه با به‌کارگیری برخی از پیچیده‌ترین ابزارهای بازاریابی توانسته‌اند قدرت بسیاری را در جامعه به دست آورند. به‌عنوان مثال، انجمن سلطنتی حمایت از پرنندگان (RSPB) که بزرگ‌ترین انجمن حفاظت از حیات وحش اروپا است، فعالیت‌های گسترده‌ای را برای ایجاد تنوع زیستی، حفاظت از مناطق حیات‌وحش و حیات دریایی، در دستور کار خود قرار داده است.

این موسسه خیریه با استفاده یک آژانس بازاریابی، یک کمپین تبلیغاتی را برای آگاهی‌بخشی مردم ایجاد کرد که در سال ۱۹۹۷ حدود یک میلیون نفر را به عضویت خود در آورد. یکی از اهداف آنها جذب مخاطبان بین ۳۰ تا ۵۰ سال بود که این نوع افراد معمولاً درباره محیط‌زیست نگرانی‌های زیادی را نسبت به

بچه‌ها از خود نشان می‌دهند. بسیاری از سازمان‌های غیرانتفاعی با سابقه زیاد مانند صلیب سرخ در حال تلاش برای مدرن کردن ماموریت‌های خود برای جذب اعضای بیشتر هستند. در نهایت، سازمان‌های دولتی نیز به بازاریابی علاقه فراوانی نشان می‌دهند. به‌عنوان مثال، سازمان‌های دولتی مختلف اتفاقاً در این موضوع بهتر است. البته اگر افراد چندبار در این قرعه‌کشی شرکت کنند و برنده نشوند این شعار ممکن است دل‌زدگی را برای آنها ایجاد کند. الکی و مواد مخدر روی آورده‌اند.



مزاری داشته باشند. به‌عنوان نمونه طراحی این کارت‌ها باید به‌نوعی باشد که هنگامی که شرکت در قرعه‌کشی و برنده نشدن دیگر تمایلی به شرکت در این قرعه‌کشی ندارند، این موضوع برای آنها دیگر جذابیتی ندارد.

جذب سرمایه با نگاه مسئولیت اجتماعی

لطیفیان می‌افزاید: این موضوع را باید مد نظر قرار داد که به‌عنوان نمونه اگر ۲۵۰ هزار نفر از حساب وین کارت استقبال کنند و ۲۵۱ نفر از این افراد در قرعه‌کشی برنده شوند، یعنی اینکه شانس برنده شدن هر یک از مشتریان یک‌هزارم است لذا به‌صورت کلی می‌توان گفت برنده شدن ۲۵۱ نفر در ماه وعده چشمگیری برای مشتریان محسوب نمی‌شود. از طرف دیگر در این قرعه‌کشی

قطعا افراد با درآمد پایین و متوسط بیشتر شرکت خواهند کرد اما واقعیت تلخ آنجاست که ما قشر متوسط و ضعیف را برای امسی با ضرب شانس پایین (برنده شدن در قرعه‌کشی) وادار به مصرف گرایی می‌کنیم که به نظر بنده در شرایط اقتصادی فعلی فعالیت مناسبی نیست اما اگر این حساب‌ها را با این عنوان مطرح می‌کردند که به‌عنوان نمونه بانک

از سود خود، حاصل از درآمد این حساب‌ها، مدرسه‌هایی را می‌سازد، به نظر می‌رسد با استقبال بیشتری از جانب مردم مواجه می‌شد و از این طریق بانک روی مسئولیت اجتماعی که مردم روی آن حساس هستند، دست گذاشته بود.

او ادامه می‌دهد: به‌عنوان نمونه بانک‌های ایرانی می‌توانند حساسی را برای مشتریان در نظر بگیرند که اگر این افراد در این بانک سرمایه‌گذاری کنند، بانک درصدی از سودش، حاصل از این حساب‌ها را برای کمک به تولیدکنندگان داخلی که در این چندساله ورشکسته شدند، تخصیص دهد. قطعا این حساب با استقبال بیشتری از جانب مردم مواجه می‌شود و از این طریق موضوع مشارکت را در جامعه می‌توان برجسته

لطیفیان می‌افزاید: شعار تبلیغاتی وین کارت که به «این کارت برنده است» اشاره داشت به‌عنوان نمونه «این کارت برنده است» نیز خوانده می‌شود و شعار وین کارت باز هم به‌صورت دوپهلوی تنظیم‌شده که به نظر می‌رسد این دوپهلوی بودن اتفاقاً در این موضوع بهتر است. البته اگر افراد چندبار در این قرعه‌کشی شرکت کنند و برنده نشوند این شعار ممکن است دل‌زدگی را برای آنها ایجاد کند.



مدیران ماندگار

بت کامستاگ، نخستین مدیر زن تاریخ جنرال الکتریک

مونا اشرف زاده



بت کامستاگ (Comstock Beth)، نایب رئیس بخش نوآوری در کسب و کار جنرال الکتریک (General Electric) است. کامستاگ که از سال ۲۰۰۸ به عنوان مدیر بازاریابی این کمپانی مشغول فعالیت بود، در حال حاضر به عنوان نایب رئیس ارشد کارش را در این غول صنعتی ادامه می دهد. کامستاگ در سال ۱۹۸۲ از دانشگاه ویلیام اند ماری (William and Mary) در رشته زیست شناسی فارغ التحصیل شد. او به صورت حرفه ای کارش را از توليدات تلویزیون محلی ویرجینیا آغاز کرد. کامستاگ ۵۵ ساله نخستین زنی است که در تاریخ جنرال الکتریک بیش از ۲۰ سال به عنوان مدیر بازاریابی مشغول فعالیت بوده است. او سال های کاری اش را در جنرال الکتریک در بخش های مختلفی از جمله فروش، بازاریابی، ارتباطات و نوآوری سپری کرده است.

مانند باستان شناسان عمل کنید

نکته خیره کننده درباره باستان شناسان این است که آنها تاریخ را نمی سازند، بلکه فقط آن را کشف و به ما کمک می کنند که معنای پشت این داستان را در ک کتبیم. به همین ترتیب، داستان های زیادی در پس برندهاها که پیش از این به وجود آمده اند و راه هایی که طی کرده اند تا ساخته شوند، وجود دارد. اگر بتوانید به سادگی در یافتن این داستان ها مستمر شوید، می توانید قفل گنج پنهان این داستان ها را باز کنید که منتظر به اشتراک گذاشته شدن هستند.

داستان تان را بگویید، پیش از آنکه آن را بفروشید

توصیه کامستاگ در بخش بازاریابی به خصوص برای مدیرانی که مشتاق این کار هستند این است که کمی تکلیف خانه انجام دهند و درباره یک ایده اشتیاق داشته باشند. با انجام تحقیق و بررسی داده ها، تجربه کسب کرده و از یک ایده پشیمانی کنید اما برای به اشتراک گذاشتن افکار تان خیلی منتظر نمانید. حتما نباید ایده تان تکمیل شده باشد اما باید اشتیاق و اعتماد به نفس برای ارائه ایده و چشم انداز تان داشته باشید. کامستاگ می گوید: «اشتیاق همیشه برگ برنده شماست. هرچه اشتیاق کسی برای انجام کاری بیشتر است، شما باید بیشتر به آن شخص گوش دهید.»

برای امروز کار کنید اما به فردا باور داشته باشید

یک کمپانی باید «ایده های پشیمانی شده» داشته باشد، زیرا این ایده ها اولویت های نخست پروژه های آینده هستند. مسئولیت های تان را هر روز اجرا کنید اما نگاهی به پیش روی تان هم داشته باشید و آماده پروژه های آینده باشید. برای نوآوری تلاش کنید و تمرکز تان را روی ایده های جدید و خلاقانه قرار دهید.

از درون شکست ها قهرمان بسازید

قبول شکست همیشه سخت است اما اینکه چه رفتاری مقابل شکست نشان می دهید، به اندازه موفق شدن اهمیت دارد. به جای اینکه از خودتان بپرسید «چج کردی؟» بپرسید «چه چیزی یاد گرفتی؟» تفکر روی شکست و یاد گرفتن از آن، مهم ترین فاکتورهای پیشرفت است و درسی هایی که می توان از عدم موفقیت یاد گرفت در پیشروی پروژه های آینده موثر است و جرقه ایده های جدید می شود.

موفقیت ها را نزدیک و اشتباهات را نزدیک تر نگه دارید

همه عاشق موفقیت هستند اما کامستاگ پیشنهاد می دهد باید همه اشتباهات مان را در ذهن مان تازه نگه داریم و از آنها درس بگیریم و مواظب باشیم یک اشتباه را دو بار تکرار نکنیم. از موفقیت های تان لذت ببرید اما این را یاد کنید که آگاهی و در نظر گرفتن اشتباهات گذشته برای رشد حرفه تان حائز اهمیت است.

با اراده باشید و از فرصت ها استفاده کنید

وقتی کامستاگ به سال های گذشته بازمی گردد، تجربه هایی را به خاطر می آورد که الهام بخش او شدند تا اشتیاق بیشتری برای دنباله کردن رویاهایش داشته باشد. او مجبور بود منابع زیادی را پشت سر بگذارد تا به جایی برسد که امروز آنجا ایستاده است و به عنوان یک مدیر جوان او باید یاد می گرفت که خودش را با تغییرات وفق دهد و به سختی ها پاسخ دهد. به عنوان یک مدیر تازه کار هوشیار بودن نسبت به فرصت هایی که سراسر تان می آید و سود جستن از هر آنچه که بر سر راه تان قرار می گیرد، می تواند شما را به جایگاهی هدایت کند که هیچ گاه تصورش را نمی کردید. اینکه فرصت های تان را با اغوشی باز پذیرا باشید، شما را از کسانی که در هر پست و مقامی راضی و خوشنود هستند، جدا می کند.

کلینیک کسب و کار

برای مطالعه ۲۰۱ پرسش و پاسخ قبلی مطرح شده در کلینیک کسب و کار می توانید به سایت forsatnet.ir مراجعه و روی همین بخش کلیک کنید.

مدیریت امروز

ورود به مرداب قیمت اکیدا ممنوع!

عطیه عظیمی



کیفیت و نه قیمت، آن چیزی است که می تواند تجارت شما را رونق بخشد یا آن را نابود کند. رقابت قیمتی بدترین نوع رقابت است، چرا که در صورت پایین آوردن قیمت محصولات تان و ارزان تر از رقبا فروختن، مشتریان شما از دسته مشتریان قیمت گرا خواهند بود و این دسته از مشتریان به محض پیدا کردن محصولی مشابه شما ولی با قیمت پایین تر آن را می خرید و به شما وفادار نخواهند ماند. پس در عوض سعی کنید رقابت هزینه ای و ارزش افزوده ای داشته باشید یعنی سعی کنید برای افزایش سودتان هزینه ساخت محصول را پایین بیاورید و همچنین ارزش افزوده ای در محصول خود قرار دهید که از محصول سایر رقبا متمایز شود و سپس آن را با قیمت بالاتر بفروشید. طبیعی است که بعد از کاهش قیمت ها انتظار داشته باشید سبیل مشتریان به سمت تجارت شما سرازیر شود. اما همین برای شما کافی نخواهد بود. برای جذب و حفظ مشتریان به چیزی بیشتر از قیمت های پایین نیاز دارید چرا که ثابت شده و البته واضح است آن دسته از مشتریان که با قیمت های پایین جذب می شوند، هر وقت قیمت های کمتری نسبت به محصول یا خدمت شما پیدا کنند رهای تان خواهند کرد و هیچ وقت به شما وفادار نخواهند ماند. پس حتی اگر بتوانید با پایین آوردن قیمت ها مشتریان بیشتری را جذب کنید، به احتمال زیاد به محض بالا بردن قیمت ها تا سطح استاندارد بازار، این مشتریان را از دست خواهید داد. بنابراین این استراتژی اصل ارزش پیاده سازی ندارد. با این وجود، برای فروش بیشتر چه باید کرد؟ احتمالا تا به حال این سوال برای تان پیش آمده که چرا مردم به محصولات و خدماتی با قیمت بالا وفادار می مانند، حتی وقتی که انتخاب های بسیار ارزان تری هم برای شان وجود دارد. دلیل این موضوع، ساده است: کیفیت. این چیزی است که مشتریان می خواهند، حتی اگر لازم باشد برای به دست آوردن آن هزینه بیشتری پرداخت کنند. می توانید کیفیت خدمات خود را تا حد زیادی افزایش دهید و مشتریان بیشتری را جذب و حفظ کنید. به این ترتیب مشتریان با شما خواهند ماند. مهم نیست که قیمت های شما چقدر بالاتر از سایر رقبا باشد، در نهایت آنها به دنبال خدمات مناسب هستند. بنابراین اگر قیمت های خود را کاهش داده اید یا برای به دست آوردن مشتریان بیشتر قصد انجام این کار را دارید، بهتر است دست نگه دارید. در عوض وقت خود را روی کیفیت خدمات بگذارید و به این ترتیب جیب پای خود را در این تجارت محکم کنید.

مدیریت کیفیت یکی از بحث های جدید در زمینه تولید و خدمات است. گرچه سابقه آن به ابتدای تاریخ نیز می رسد اما مفهوم نوین کیفیت محصول قرن بیستم است. طبق یکی از نگرش ها مدیریت کیفیت یعنی نظارت بر فرآیند ساخت و تولید محصول برای ایجاد اطمینان از مطابقت محصول با آنچه مورد نظر طراح یا مشتری بوده است. این نظارت از مرحله دریافت و سفارش مواد اولیه تا خدمات پس از فروش را شامل شده و طیف وسیعی از فعالیت ها را شامل می شود. از جمله فعالیت های مربوط به مدیریت کیفیت تضمین و یکی کنترل کیفیت است. امروزه مدیریت کیفیت نه تنها شامل تولید بلکه شامل خدمات و حتی خدمات دولتی نیز می شود. مدیریت کیفیت عموماً شامل برقراری خط منشی کیفیت و اهداف کیفیت، طرح ریزی کیفیت، کنترل کیفیت، تضمین کیفیت و بهبود کیفیت است.

آیا می دانستید



بازاریابی چابک

آیا می دانستید بازاریابی چابک (Agile Marketing) مفهومی است که از دل سازمان های چابک نشأت می گیرد؟ بالاترین اولویت در میان بازاریابان چابک، راضی کردن مشتری از طریق ارائه به موقع و پیوسته خدمات بازاریابی است که باعث حل مشکلات او می شود. آنها از تغییر استقبال و برای آن برنامه ریزی می کنند و بر این باورند که توانایی شان در پاسخ سریع به تغییر، یک مزیت رقابتی است. بازاریابان چابک، برنامه های بازاریابی را در اغلب موارد از هر چند هفته تا دو ماه، با اولویت زمانی کوتاه تر ارائه می دهند. بازاریابی قوی نیاز به هم ترازوی نزدیک با کسب و کار دارد و فروش و توسعه به افراد انگیزه می دهد برنامه های بازاریابی این ارزیابی را ابتدا به مدیریت و سپس به بخش تولید رجاع دهند تا موجبات پیشرفت کار و رضایت مشتری فراهم شود.

پرورش: به تازگی مدیریت یک شرکت توزیع رنگ های ساختمانی را پذیرفته ام. بعد از ورود و بررسی های مختلف متوجه شدم در بخش هایی از شرکت به خصوص بخش فروش و بازاریابی مشکلاتی وجود دارد. در نتیجه به منظور رفع مشکل چند مشاور تخصصی برای این بخش ها جذب شرکت کرده ام. چند ماهی از ورود مشاوران می گذرد ولی هیچ تغییری در روند بهبود مشکلات شرکت صورت نگرفته است، راهنمایی کنید که چرا با وجود استفاده از مشاوران، انتظاری که داشتم تحقق نیافته است.

اگر شما هم در کسب و کار خود با چالشی روبه رو هستید، در صورت تمایل مشکل خود را از طریق ایمیل business@forsatnet.ir با ما در میان بگذارید و پاسخ خود را در همین بخش پیگیری کنید.

بی اثری حضور مشاوران

پاسخ کارشناس: یکی از بزرگ ترین مشکلات شرکت هایی ایرانی این است که مدیران معجزه می کنند و رئیس سازمان باید تصمیم نهایی را برای انجام امور بگیرد. به نوعی کمتر مدیر ایرانی است که به زیردستان خود اجازه تصمیم گیری می دهد. همین موضوع باعث می شود، مشاورانی که برای بخش های مختلف، به خصوص بازاریابی و فروش سازمان استخدام می شوند، نتوانند ایده های خود را اجرا کنند، چون کارمندان آن بخش ها اجازه تغییر روند کاری خود را ندارند.

اهمیت نقش مدیر کنترل کیفی در سازمان
مدیریتی که تضمین کننده کیفیت است

کنترل کیفی، به سادگی می تواند به بن بست برسد. آنها بدون مدیر کنترل کیفی می توانند کالا را تولید و بسته بندی کرده و انتقال دهند، اما تضمین کیفیت کالا و با برنامه بودن این فرآیند تحت وظایف مدیری به نام مدیر کنترل کیفی است. به هر حال یکی از معضلاتی که هر کسب و کاری می تواند با آن مواجه

شود، محصولات شکسته یا معیوب است. وقتی مشتری برای کالا پول می دهد، انتظار دارد جنس سالم و با کیفیت به دست او برسد. همه اینها وظایف مدیری است که با کنترل بر کیفیت کالا به آن ارزش می بخشد و مسئولیت بالایی می طلبد. در ادامه در مورد این پست سازمانی بیشتر خواهیم دانست.



صنعت مورد نظر را داشته باشید. در دانشگاهها برخی از دروس مرتبط مانند مدیریت کیفیت، کنترل و اطمینان تدریس می شود که در کار بسیار مفید است. ساعت کاری این متخصصان به صورت تمام وقت است. همچنین در بخش تولید گاهی شیفت های کاری که در شبها و تعطیلات هستند، وجود دارد. بسته به نوع صنعت، محیط کار یک کارشناس کنترل کیفیت می تواند اداره شرکت یا آزمایشگاه یا کارخانجات باشد.

خود به مدیران ارشد به جهت اطمینان از حسن اجرای کار ارائه دهد.

حجم و راندمان مناسب تولید بیاند.

تعریف شغل

مدیریت واحد کنترل کیفیت یعنی انجام تمامی امور مربوط به پیشبرد اهداف کیفی کسب و کار که معمولاً کیفیت سازمان ارائه می شود. هدف نهایی مدیریت این واحد، برنامه ریزی و اجرای برنامه های تدوین شده برای تحقق نیازمندی های فنی و کیفی مؤسسه، الزامات قانونی و استانداردهای اجباری و همچنین برآورده ساختن خواسته های کیفی مشتریان است. مدیریت این واحد شامل فعالیت هایی چون برنامه ریزی و نظارت بر انجام بازرسی و آزمون در کلیه فرآیندهای عملیاتی و هماهنگی با سایر واحدها به منظور بهبود بخشیدن سطح کیفیت تولید و توسعه فرهنگ کیفیت در سطح شرکت است.

ارتباط مدیران کنترل کیفی با دیگر مدیران سازمانی

مدیرانی که در این شغل فعالیت می کنند باید بتوانند در رویکرد کیفی و نوع نگاه مدیریت ارشد و مدیران میانی، تغییراتی مثبت ایجاد کنند. مدیران کنترل کیفیت باید ضمن برقراری رابطه ای کارآمد و اثربخش با مدیریت تولید، راهکاری میان، بین دو هدف مهم کسب و کارهای تولیدی یعنی رعایت الزامات کیفی و

سیستم هوشمند متکی بر علوم آماری است، استفاده از فرصت های پیشرفت در سازمان، شناسایی مشکلات ریشه ای، با تقووه برای سازمان به ارمان می آورد. درحقیقت این سیستم، یک سیستم مدیریت اطلاعات مختلف با سطح عملکردی بالاست که با استفاده از منابع مختلف موجود در سازمان، نمایی منحصربه فرد از وضعیت پردازش ها، محصولات، کیفیت و محیط به مدیر کنترل کیفی ارائه می دهد.

کیفیت، کلید رسیدن به رضایت مشتری

حتی اگر مدیر کسب و کاری کوچک باشید، نیازمند مزایای استفاده از کنترل کیفی مؤثر هستید. مطمئن شوید که همیشه نیاز مشتری را برآورده ساخته و رضایت او یکی از مهم ترین اهداف سازمانی تان باشد. بدون مشتریان گویی کسب و کاری ندارید. بنابراین برای حفظ مشتریان باید به کیفیت توجه کنید تا رضایت، وفاداری و اعتماد آنان را به دست آورید. و این مهم بدون نظارت مناسب بر کیفیت کالاها به دست نمی آید. این مدیران برای پیشرفت خود باید داده ها و اطلاعات به دست آمده از خط تولید را برای شناسایی مسائل کیفی بازنگری و میزان بازگشت کالا برای شناسایی مشکلات را ارزیابی کنند و سپس نتایج این ارزیابی را ابتدا به مدیریت و سپس به بخش تولید رجاع دهند تا موجبات پیشرفت کار و رضایت مشتری فراهم شود.

مدیریت واحد کنترل کیفیت یعنی انجام تمامی امور مربوط به پیشبرد اهداف کیفی کسب و کار که معمولاً در خط منشی و نظامنامه کیفیت سازمان ارائه می شود. هدف نهایی مدیریت این واحد، برنامه ریزی و اجرای برنامه های تدوین شده برای تحقق نیازمندی های فنی و کیفی مؤسسه، الزامات قانونی و استانداردهای اجباری و همچنین برآورده ساختن خواسته های کیفی مشتریان است.

همچنین باید سازمان یافته و نظام مند فکر و عمل کنید. شما نیاز به داشتن مهارت های مدیریت پروژه و اولویت بندی وظایف دارید. برای تبدیل شدن به یک متخصص کنترل کیفیت باید تجربه یا مدارک مرتبط با سیستم اطلاعاتی کیفیت امروزه مدیران از سیستم اطلاعاتی کیفیت که یک استراتژی می تواند اداره شرکت یا آزمایشگاه یا کارخانجات باشد، نیاز است که این مدیر مهارت های کار تیمی و تخصیص وظایف را بلد باشد، با دانش استانداردهای کیفیت آن آشنا بوده و با دانش فنی صنعت خود و معیارهای کاری مطابق با استراتژی های سازمانی خود آشنا باشد.

سیستم اطلاعاتی کیفیت

امروزه مدیران از سیستم اطلاعاتی کیفیت که یک استراتژی می تواند اداره شرکت یا آزمایشگاه یا کارخانجات باشد، نیاز است که این مدیر مهارت های کار تیمی و تخصیص وظایف را بلد باشد، با دانش استانداردهای کیفیت آن آشنا بوده و با دانش فنی صنعت خود و معیارهای کاری مطابق با استراتژی های سازمانی خود آشنا باشد.



نماگر بازار سهام

ارزش معاملات فرابورس از هزار و ۱۳۰ میلیارد ریال گذشت

ارزش معاملات فرابورس ایران در نخستین روز پاییز از یک هزار و ۱۳۰ میلیارد ریال عبور کرد. معاملات فرابورس در نخستین روز مهرماه ۹۴ با معامله ۲۳۹ میلیون و ۱۳۰ هزار ورقه بهادار به ارزش یک هزار و ۱۳۰ میلیارد و ۸۰ میلیون ریال پایان یافت. شاخص کل فرابورس بالا رفت و با رشد ۱.۸ واحدی در عدد ۶۸۳.۲۵ ایستاد و پالایش نفت تهران بیشترین تأثیر را در رشد ایفکس داشت. بیشترین حجم معاملات به میزان ۴ میلیون و ۶۶۰ هزار سهم متعلق به قند چهارمحال بود.

بازار نقدی فرابورس در یک نگاه

شاخص کل	۶۸۳.۲۰
میزان تغییر	۱.۸۰
ارزش بازار	۴۶۰.۷۷۸.۱۰۷ B
ارزش معاملات	۱.۱۳۰.۰۷۲ B
حجم معاملات	۲۳۹.۱۳۱ M

تأثیر در شاخص

نماد	قیمت پایانی	تأثیر
پتروشیمی مارون	۳۱،۰۲۷	(۲.۶۷)
پالایش نفت تهران	۳،۴۱۱	۱.۸
ذوب آهن اصفهان	۱،۶۸۰	۰.۵۲
پالایش نفت شیراز	۵،۵۷۰	۰.۳۹
پتروشیمی زاگرس	۱۰،۰۸۵	۰.۳۱

بزرگترین تقاضا

نام کامل شرکت	خرید	ارزش
س. مسکن تهران	۵،۵۴۰	۳،۵۰۴ B
قند شیروان	۳،۰۰۸	۳،۴۰۲ B
قند چهارمحال	۲،۵۷۸	۱،۴۵۵ B
بانک گردشگری	۱،۴۰۰	۱،۴۰۰ B
پالایش نفت تهران	۳،۴۲۱	۱،۰۹۵ B

بزرگترین عرضه

نام کامل شرکت	فروش	ارزش
پتروشیمی مارون	۳۱۵۷۰	۶،۱۷۷ B
کی.بی.سی	۴،۴۵۸	۲۶۳،۱۷۴ M
هلدینگ خاورمیانه	۲،۹۹۰	۲۶۳،۱۲۰ M
ح. بیمه دی	۲۵۰	۲۵۰،۰۰۰ M
توکاربیل	۱،۹۵۴	۱۹۵،۴۰۰ M

بیشترین افزایش

نام کامل شرکت	قیمت	درصد
فناوری خوارزمی	۳،۵۲۷	۴.۹۱
پالایش شیراز	۵،۵۷۰	۴.۸
بیمه دی	۱،۱۳۵	۴.۷
پالایش تهران	۳،۴۱۱	۴.۶۶
قند شیروان	۲،۹۹۱	۴.۴

بیشترین کاهش

نام کامل شرکت	قیمت	درصد
س. تدبیرگران	۱،۷۳۸	(۳.۱۸)
زغال سنگ طبس	۵،۰۴۹	(۳.۵۷)
صنعتی روان فن آور	۷،۱۴۰	(۳.۵۳)
زرین معدن آسیا	۲،۱۷۰	(۲.۵۲)
ا.س.پ	۱،۲۴۸	(۲.۴۲)

بیشترین حجم معامله

نام کامل شرکت	حجم	ارزش
قند چهارمحال	۴،۶۶۴ M	۱۱،۷۸۸ B
بانک دی	۳،۱۶۳ M	۵،۴۱۸ B
بانک حکمت ایرانیان	۲،۵۶۷ M	۲،۸۵۷ B
ذوب آهن اصفهان	۲،۳۱۷ M	۳،۸۹۳ B
بیمه سامان	۲،۲۱۳ M	۲،۷۳۴ B

بیشترین ارزش معامله

نام کامل شرکت	حجم	ارزش
پالایش نفت لوان	۲،۱۸۹ M	۱۴،۸۸۸ B
قند چهارمحال	۴،۶۶۴ M	۱۱،۷۸۸ B
س.مسکن پردیس	۳۰،۲۵۵ M	۱۱،۲۶۱ B
بانک دی	۳،۱۶۳ M	۵،۴۱۸ B
پالایش نفت تهران	۱،۵۱۱ M	۵،۱۵۳ B

افزایش ارزش معامله

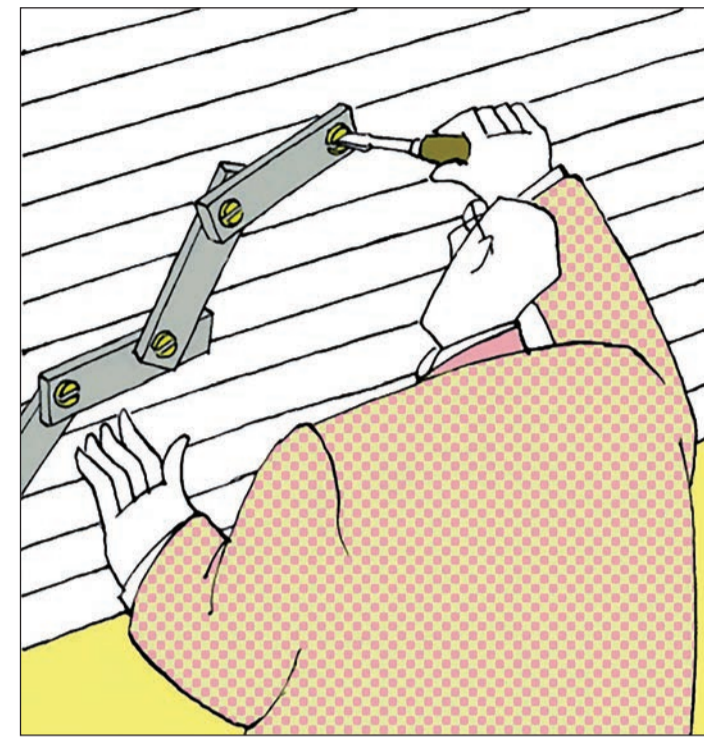
نام کامل شرکت	حجم	ارزش
پالایش نفت تهران	۲۷۲۸۸ B	۱،۲۱۶،۰۰۰ B
ذوب آهن اصفهان	۱۳،۲۱۹ B	۳۵۴،۰۷۸ B
پتروشیمی شیراز	۵،۷۲۳ B	۲۶۲،۰۲۵ B
پتروشیمی زاگرس	۲۴،۲۰۴ B	۲۱۱،۲۰۰ B
بانک دی	۸،۵۶۵ B	۱۶۵،۰۰۰ B

کاهش ارزش معامله

نام کامل شرکت	حجم	ارزش
بیمه میهن	۷۷۹،۶۳۷ B	۸۰۲،۹۳۲ M
دارویی البرز بالک	۵۱۳،۸۱۰ B	۱،۹۸۰ B
صنعت روی رنگان	۱۶۴،۶۰۰ B	۲،۴۰۰ B
تولیدی مرجان کار	۸۱،۵۶۰ B	۳،۳۸۰ B
سیمان لار سبزوار	۳۵۶،۰۵۹ B	۳،۵۹۷ B

با برچیده شدن تحریم‌های مالی و بانکی
بازار سهام آستین صعود کوتاه مدت را بالا می‌زند

حالی طی شهریور ماه رخ داد که همچنان ابهاماتی مانند نرخ خوراک شرکت‌های پتروشیمی، ابهامات شرکت‌های پالایشگاهی، نرخ بالای بهره بانکی، کاهش قیمت نفت، افزایش قیمت حامل‌های انرژی، تعرفه خودرو، بودجه انقباضی و کمیود نقدینگی بر بورس سایه انداخته و هیچ خبر خوشی از صنایع و اقتصاد که مناسب حال این روزهای بورس باشد نیز منتشر نمی‌شود. با تشدید روند ریزشی بورس در شهریور ماه، بازدهی بورس تهران نیز بعد از شش ماه مقاومت، رسماً وارد فاز منفی شد و بورس تهران به طور متوسط زیان ۵.۱ درصدی را نصیب همراهان خود کرد. در این ماه حجم و ارزش معاملات نیز به مدد ریزش قیمت‌ها و بی‌انگیزگی سهامداران برای دادوستد بسیار کاهش پیدا کرد و در برخی روزها حجم معاملات به کمتر از ۳۰۰ میلیون سهم رسید اما ارزش و حجم معاملات به مدد عرضه‌های بلوکی رشد کرد و از روند منفی آن جلوگیری شد به طوری که در ۲۳ روز معاملاتی شهریور ماه، ارزش و حجم معاملات به ترتیب پیداً رشد ۱۸.۵ و ۲۷ درصدی و مواجهه و ۱۲ هزار و ۲۷ هکتار و ۴۱۸ میلیارد ریال دادوستد شد.



سیدمحمد صدرالغروی
بازار سهام در نخستین روز معاملاتی خود در مهرماه با بازارگردانی برخی حقوقی‌ها در نمادهای معاملاتی پیشرو بازار، صعودی شد. بیش از همه بازار سهام در نمادهای معاملاتی خودرویی شاهد شکل‌گیری صف خریدهای ممتد در برخی نمادهای معاملاتی این گروه بود. در دیگر گروه‌های بازار هم سیر صعودی قیمت‌ها مشاهده شد. چنان که بازار سهام پس از شکسته شدن کف‌های قیمتی روانی خود در اوایل هفته گذشته، از اواسط هفته با رشد شاخص‌ها همراه شد. برخی انتظارها مبنی بر اجرایی شدن مفاد توافق برجام هسته‌ای از نیمه دوم مهرماه و برچیده شدن برخی محدودیت‌های مالی و بانکی این امیدواری را ایجاد کرده که می‌توان به بازگشت تدریجی رونق برای یک دوره کوتاه‌مدت در بازار سهام امیدوار بود. گرچه هنوز موقعیت مناسب برای ورود منابع نقدینگی با حجم بالا فراهم نشده و بازار در میان فراز و فرود شاخص‌هاست، با این حال خروج سرمایه‌ها از بورس، تداوم رکود اقتصادی، عدم سودآوری بنگاه‌ها، زیاندهی شرکت‌ها و کم‌عمق‌تر شدن بازار سهام، در حالی که شرایط کنونی رقم خورده که مدیران بورسی ادعا می‌کنند سرمایه‌گذاران خارجی رقبای زیادی برای حضور در بازار سهام ایران دارند.

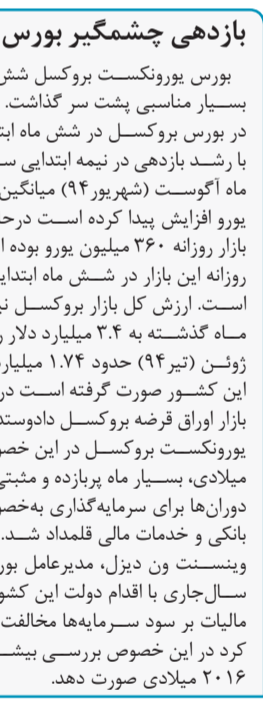
رفتار بازدهی سهامداران ریزش شدید حجم معاملات و همچنین افت ارزش بازار سهام و تشدید نگرانی‌ها در این ماه نشان داد که بورس ایران در شرایط مطلوبی قرار نداشته و نیازمند تصمیمات جدی و اساسی برای بهبود است.

به این ترتیب در آخرین ماه تابستان و انتشار خبرهایی مربوط به تصویب خوراک ۱۳ سنتی پتروشیمی‌ها در کنار عدم حمایت‌های دولت از بازار سهام، اوضاع این بازار را وخیم‌تر کرد و موجب ریزش‌های سنگین شاخص شد. وقوع این اتفاق در تالار شیشه‌ای موجب شد عده کمیتری از سرمایه‌گذاران با زیان از تالار محافظ‌خداحافظی کنند، اما عده‌ای هم در این بازار رکودی باقی ماندند تا شاید شاهد آغاز روند صعودی بورس بعد از لغو تحریم‌ها و ورود سرمایه‌گذاران خارجی باشند. با این حال رسیدن شاخص بورس به ارقامی کمتر از ابتدای سال، از بین

بورس اوراق بهادار تهران با روند ریزشی مداوم خود روزهای سختی را برای اهالی تالار شیشه‌ای رقم زد، میانگین زیان سهامداران را نیز تا سطح ۵.۵ درصد افزایش داد. تالار شیشه‌ای بعد از فراز و فرود فراوان در تابستان، با افزایش زیان همراهان خود، موجی از نارضایتی را بین اهالی تالار شیشه‌ای رقم زد. در این ماه با وجود انتشار اخبار مثبت سیاسی و رای کنگره آمریکا به برجام، بازار سهام بدون کوچک‌ترین واکنشی به این اخبار، به روند نزولی خود شدت داد و با افزایش ریزش قیمت‌ها و همچنین رشد تقاضای فروش مواجه شد.

بازدهی چشمگیر بورس بروکسل در ۶ماه ابتدایی سال

بورس یورونکست بروکسل شش ماه ابتدایی سال جاری میلادی را با بازدهی بسیار مناسبی پشت سر گذاشت. رشد میزان سرمایه‌گذاری و حجم معاملات در بورس بروکسل در شش ماه ابتدایی سال بسیار چشمگیر بوده و این بازار را با رشد بازدهی در نیمه ابتدایی سال مواجه کرده است. از ابتدای سال تا پایان ماه اگوست (شهریور ۹۴) میانگین معاملات در این بازار به روزانه ۵۲۲ میلیون یورو افزایش پیدا کرده است درحالی که میانگین معاملات سال گذشته در این بازار روزانه ۳۶۰ میلیون یورو بوده است. این در حالی است که متوسط معاملات روزانه این بازار در شش ماه ابتدایی سال ۲۰۱۵ برابر با ۷۵ هزار معامله بوده است. ارزش کل بازار بروکسل نیز در این بازه زمانی تا آخرین روزهای کاری ماه گذشته به ۳.۴ میلیارد دلار رسید. از ماه ژانویه (دی ۹۳) تا انتهای ماه ژوئن (تیر ۹۴) حدود ۱.۷۴ میلیارد یورو سرمایه‌گذاری در بازار اوراق بهادار این کشور صورت گرفته است درحالی که در حدود ۱.۶ میلیارد یورو نیز در بازار اوراق قرضه بروکسل دادوستد شده است. الین بانتز، مدیر پذیرش بورس یورونکست بروکسل در این خصوص اظهار داشت: نیمه ابتدایی سال ۲۰۱۵ میلادی، بسیار ماه پرزاده و مثبتی برای بورس بروکسل بود و یکی از بهترین دوران‌ها برای سرمایه‌گذاری به‌خصوص برای بخش بانکی و خدمات مالی قلمداد شد. بر این اساس، ویمنتون ون دیزل، مدیرعامل بورس بروکسل در سال‌جاری با اقدام دولت این کشور مبنی بر وضع مالیات بر سود سرمایه‌ها مخالفت و دولت را وادار کرد در این خصوص بررسی بیشتری را از سال ۲۰۱۶ میلادی صورت دهد.



افت ۴۱ درصدی سهم فولکس واگن در بازار فرانکفورت

شرکت تولید خودرویی فولکس واگن به دلیل تقلب‌های فاش شده بر سر آزمون گازهای گلخانه‌ای، با افت شدید قیمت سهام همراه شد. آژانس حفاظت از محیط‌زیست آمریکا شرکت فولکس واگن آلمان را متهم کرده که در خودروهای دیزلی خود از نرم‌افزار ویژه‌ای استفاده کرده که هنگام معاینه فنی میزان آلاینده‌ها را کمتر از اندازه واقعی نشان می‌دهد. خریداران آمریکایی که بسیار از این اوضاع خودروساز آلمانی ناراضی بودند با عذرخواهی رسمی شرکت فولکس واگن کمی آرام گرفتند. این در حالی است که بازرسی روی واردات این کالا از سوی مقامات از سر گرفته شده است. تقلب در آزمون گازهای گلخانه‌ای آمریکا که توسط خودروساز آلمانی صورت گرفته بود موجب افت شدید قیمت سهام این شرکت خودروسازی شد. بر این اساس، این شرکت در یک هفته کاری با دست دادن ۲۶.۷ میلیارد دلار از ارزش بازار خود، توانی را در میان خودروسازان دیزلی کرد. افت ۹.۹ درصدی قیمت این سهم در بورس فرانکفورت طی معاملات روز گذشته، موجب شد هر سهم فولکس واگن به قیمت ۹۵ یورو معامله شود درحالی که مسیر نزولی قیمت این سهم از آغاز طرح بازرسی بر واردات شرکت افت ۴۱ درصدی داشته است درحالی که از ابتدای دیروز تا ساعت ۹:۲۵ به وقت فرانکفورت این سهم افت ۲.۷ درصدی را به ثبت رساند.

این رسوایی به قدری برای حافظان محیط‌زیست با اهمیت است که در صورت اثبات آن، جریمه ۱۸ میلیارد دلاری در انتظار فولکس واگن خواهد بود درحالی که ممکن است رئیس این شرکت نیز مجبور به استعفا شود.



دریچه

فارس - امیر هامونی، مدیرعامل شرکت فرابورس با اعلام عرضه اولیه اوراق اسناد خزانه اسلامی و کشف قیمت آن از هفته آینده گفت: برآیند معاملات بازار پایه توافقی نشان می‌دهد که نوسان قیمت در این بازار روند طبیعی را طی می‌کند. وی درباره حمایت از طرح‌های دانش‌بنیان از طریق بازار سرمایه و تأمین مالی ایده‌های نوین برخوردار از توجیه اقتصادی گفت: بازار نوظهور فرابورس از پنج نوع دستورالعمل فاشی پذیرش، معاملات، صادراتی، شرکتی، انضباطی و کارمزد معاملات برخوردار است که باید به تصویب هیات‌مدیره سازمان بورس برسد. مدیرعامل فرابورس ایران خاطر نشان کرد: جلسات خوبی در این زمینه در سازمان بورس برگزار شده و با کمک این سازمان کلیات طرح به تصویب رسیده و هماکنون در حال تصویب ریزجزییات

مدیرعامل فرابورس:

نوسان قیمت در بازار پایه توافقی فرابورس طبیعی است

نشان داده که عرضه‌های اولیه تاثیر بر فرایند حرکتی بازار سهام نداشته کم‌اینکه قابل قبول است. گفت: در حال حاضر نظارت ناظر بازار فرابورس به‌طور کامل بر همه بازارها از جمله بازار پایه توافقی برقرار است و اینکه احتمال دستکاری یا انجام معاملات مبتنی بر اطلاعات نهانی و غیره صورت بگیرد وجود ندارد. وی گفت: مطابق با استانداردهای نظارتی بر بازارهای اول و دوم در سایر بازارها نیز نظارت‌ها صورت می‌گیرد و این در حالی است که علاوه بر نظارت فرابورس، سازمان بورس نیز بر فرایند معاملات بازارهای فرابورس احاطه و نظارت دارد. در حال حاضر شاید فرایند معاملات یک یا دو سهم با هیجان مواجه باشند، اما اکنون برآیند بازار بازار کامل کارکنس، وی افزود: اینکه در بازار پایه توافقی،

طرح است. وی گفت: در حال حاضر دستورالعمل پذیرش طرح‌های نوین و دانش‌بنیان در فرابورس آماده شده و چهار دستورالعمل دیگر هم در دستور کار است که در کنار هم به‌طور یکجا برای تصویب به سازمان بورس ارسال شود. هامونی از ادامه عرضه‌های اولیه سهام در فرابورس هم سخن گفت و افزود: استقبال خوبی از سوی معامله‌گران و فعالان بازار سرمایه از عرضه‌های اولیه سهام تاکنون صورت گرفته که از جمله عرضه اولیه اخیر فرابورس که بالغ بر ۲۵ هزار مقاضی را به خود جذب کرده است. وی افزود: بر این اساس عرضه‌های اولیه را با توجه به شرایط بازار سازگار و مناسب به نظر می‌آید. وی گفت: هیات‌مدیره سازمان بورس در جلسه‌های ماهانه، بسته به برنامه‌ریزی سهامدار عمده برای عرضه اولیه سهام آماده خواهند

شب‌نشینی بورسی ایران و فرانسه در هتل اسپیناس

سازمان بورس اوراق بهادار میزبان سرمایه‌گذاران و مدیران صنعتی فرانسوی شد. شب‌اقستی در هتل اسپیناس برگزار شد که در آن علاوه بر رئیس سازمان بورس کشور و وزیران کشاورزی و جهانبگدی و مشاوران در امور بازرگانی خارجی، هیاتی ۱۵۰ نفره از مدیران صنعتی و مالی فرانسه و همچنین جمعی دیگر از فعالان اقتصادی و صنعتی هم‌تراز ایرانی همسان با آنها حضور داشتند. سخنرانی از هر دو کشور به ایراد سخنانی به زبان انگلیسی پرداختند: از طرف ایران محمد فطانت‌فرد رئیس سازمان بورس اوراق بهادار، حسین عبده تبریزی مشاور مدیریت و تأمین مالی وزیر راه و شهرسازی، فرهاد مرسلی مدیر امور بین‌الملل سپرده‌گذاری مرکزی اوراق بهادار و بیژن بهادری مشاور بین‌الملل شرکت سمات سخنرانی کردند و از طرف فرانسوی‌ها نیز چند تن از مدیران بلندپایه به ایراد سخنرانی پرداختند.

بورس تهران در هم‌اندیشی اروپا - ایران

هیات بورس اوراق بهادار تهران طی روزهای ۲۵ تا ۲۴ سپتامبر در دومین هم‌اندیشی سرمایه‌گذاری اروپا - ایران در شهر ژنو سوئیس شرکت کرد. در این همایش بیش از ۵۰۰ نفر از نمایندگان شرکت‌های ایرانی و اروپایی به منظور بحث و تبادل نظر در خصوص تجارت، روابط مالی و سرمایه‌گذاری در حوزه‌های مختلف کسب‌وکار طی این دو روز در ژنو گرد هم می‌آیند. لازم به ذکر است قالیباف اصل، مدیرعامل بورس تهران به همراه تعدادی از فعالان بازار سرمایه کشور از ساعت ۱۶ روز پنجشنبه ۲۴ سپتامبر در پاریس با عنوان «بورس اوراق بهادار تهران: بازاری پویا» مشارکت داشت. مدیرعامل بورس تهران، در این پانل به مباحثی مانند قدمت بورس در ایران، عضویت در نهادهای بین‌المللی ساختار بازار سرمایه، تنوع در ابزارهای معاملاتی، جذب سرمایه‌گذاران با سطوح مختلف ریسک و بازده انتظاری، دسترسی بر خط به بازار، انواع بورس در ایران، تنوع صنایع در ایران، معرفی نهادهای مالی فعال در بازار سرمایه، معرفی حداکثر میزان مالکیت سرمایه‌گذاری خارجی، برنامه‌های بورس برای ارتقای کارایی سامانه‌های معاملاتی، تنوع ابزار و ارتباطات نزدیک‌تر با بورس‌های منطقه‌ای و همچنین ارتقای جایگاه حاکمیت شرکتهای پرداخت و پس از ایراد سخنرانی، به سولات مخاطبان پاسخ داد.

واگذاری ۲۴۵۹ میلیارد ریال سهام دولتی در نیمه نخست امسال

در شش ماه ابتدایی امسال بالغ بر ۲ هزار و ۴۵۹ میلیارد ریال سهم دولتی توسط سازمان خصوصی‌سازی واگذار شده که از این میزان، ۱۵۸۴ میلیارد ریال در بورس، ۳۲۰ میلیارد ریال در فرابورس و ۵۵۶ میلیارد ریال از طریق مزایده به فروش رسیده است. همچنین از ۲ هزار و ۴۵۹ میلیارد ریال سهم دولتی واگذار شده در این مدت ۸۲۳ میلیارد ریال به‌صورت بلوکی، ۱۴۵ میلیارد ریال به‌صورت تدریجی و ۱۴۹۱ میلیارد ریال به‌صورت ترحیمی واگذار شده است.

۳۷ درصد از کل معاملات الکترونیکی در اختیار ۵ کارگزار

آمار نشان می‌دهد که بیش از ۳۷ درصد از کل معاملات الکترونیکی در پنج کارگزاری انجام شده است. سال ۱۳۹۴ از ۱۰۳ کارگزار فعال در بورس، ۹۷ کارگزار در معاملات آنلاین فعال بوده‌اند. بیش از ۳۷ درصد از کل معاملات الکترونیکی در پنج کارگزاری انجام شده است که به ترتیب کارگزاری‌های مفید با ۲۴.۳۳ درصد، بانک صادرات با ۳۱.۶ درصد، بانک کشاورزی با ۷۸.۲ درصد، مبین سرمایه با ۵۲.۲ درصد و بانک سامان با ۲۰.۲ درصد رتبه‌های اول تا پنجم را به نام خود ثبت کردند. همچنین از کل معاملات، بیش از ۲۱.۷ هزار میلیارد ریال خریدوفروش الکترونیکی بوده که ۶۱.۱۶ درصد کل خریدوفروش است. ارزش کل خریدوفروش ۱۰۳ کارگزار فعال بورس تهران در شهریور سال جاری، بیش از ۵۰۴ هزار میلیارد ریال بوده است. براین اساس ارزش خریدوفروش خود و بلوک معادل ۸۳ درصد کل معاملات بوده است. همچنین ارزش خریدوفروش عمده و سایر ۱۶ درصد از معاملات را به خود اختصاص داده است. تعداد پنج شرکت کارگزار ۹۷.۳۵ درصد کل ارزش معاملات را در ششمین ماه ۱۳۹۴ به خود اختصاص دادند. شرکت‌های کارگزار بانک پاسارگاد با ۲۴.۸ درصد، کارگزاری آزاد ایرانیان با ۲۱.۸ درصد، کارگزاری بهگزین با ۲۱.۷ درصد، کارگزاری نهایت‌گر با ۸.۵۶ درصد و کارگزاری صبا تأمین با ۴.۵ درصد در رتبه‌های اول تا پنجم این جدول قرار دارند.

بورس کالا

معامله ۶ هزار میلیارد ریال انواع کالا در بورس کالای ایران
طی هفته منتهی به دوم مهرماه، ۳۴۷ هزار و ۹۶۴ تن انواع کالا به ارزش حدود ۶ هزار میلیارد ریال در بورس کالای ایران مورد دادوستد قرار گرفت. در این هفته در دو بخش داخلی و صادراتی تالار فرآورده‌های نفتی و پتروشیمی، ۱۸۲ هزار و ۲۲۸ تن انواع کالا به ارزش نزدیک به ۲۹۱۲ میلیارد ریال به فروش رسید. در این تالار ۶۹ هزار و ۳۷۴ تن انواع غیر، ۴۸ هزار و ۷۷۳ تن مواد پلیمری، ۳۱ هزار تن و کیوباتوم، ۱۴ هزار تن لوک‌کات، ۱۵ هزار و ۶۷۳ تن مواد شیمیایی، ۲۰۳۳ تن عایق رطوبتی، ۱۵۰۰ تن گوگرد و ۲۰ تن ارگون معامله شدند. تالار محصولات کشاورزی نیز شاهد معامله ۳۵۵۰ تن شکر سفید، ۲۰۰ تن ذرت، ۲۰۰ تن روغن خام و ۱۰۰ تن برنج بود.

نقطه شروع

همه دلایل قانع کننده برای سرمایه گذاری سبز در بخش مسکن

ترجمه: سارا گلچین worldgbc.org منبع



«دوستدار محیط زیست»، «پایدار» و «سبز» واژه‌ها و عبارتهایی هستند که در توصیف خانه‌های دارای معماری سازگار با محیط زیست به کار می‌روند. این خانه‌ها تازگی‌ها طرفداران زیادی در حوزه سرمایه‌گذاری پیدا کرده‌اند.

ساختمان‌های سبز را می‌توان با قیمت‌هایی قابل مقایسه با ساختمان‌های معمولی ساخت اما با صرفه‌جویی در هزینه‌های عملیاتی و با ویژگی‌های بارز در طراحی و نیز محیطی سازنده‌تر و قابل استفاده‌تر از همتایان معمولی خود. همین امر سرمایه‌گذاران را تشویق می‌کند به سرمایه‌گذاری در این بخش روی آورد.

هزینه‌های طراحی و ساخت

بزرگ‌ترین ویژگی ساختمان‌های سبز این است که در روند کلی هزینه‌های طراحی و ساخت یک ساختمان کاهش ایجاد می‌کند. این بدان معناست که ساختمان‌های سبز با وجود قابلیت‌های بیشتر برای استفاده هزینه‌های کمتری را به سازندگان‌شان تحمیل می‌کنند.

در این روند مجوزهای مورد نیاز برای ساخت ساختمان‌ها سختگیرانه‌تر داده می‌شود، زنجیره تأمین مواد و مصالح اولیه با دقت بیشتری طی می‌شود و فناوری‌های مورد نیاز برای سبز شدن ساختمان با مهارت و ریزبینی بیشتری ارائه می‌شود.

ارزش‌های عملیاتی

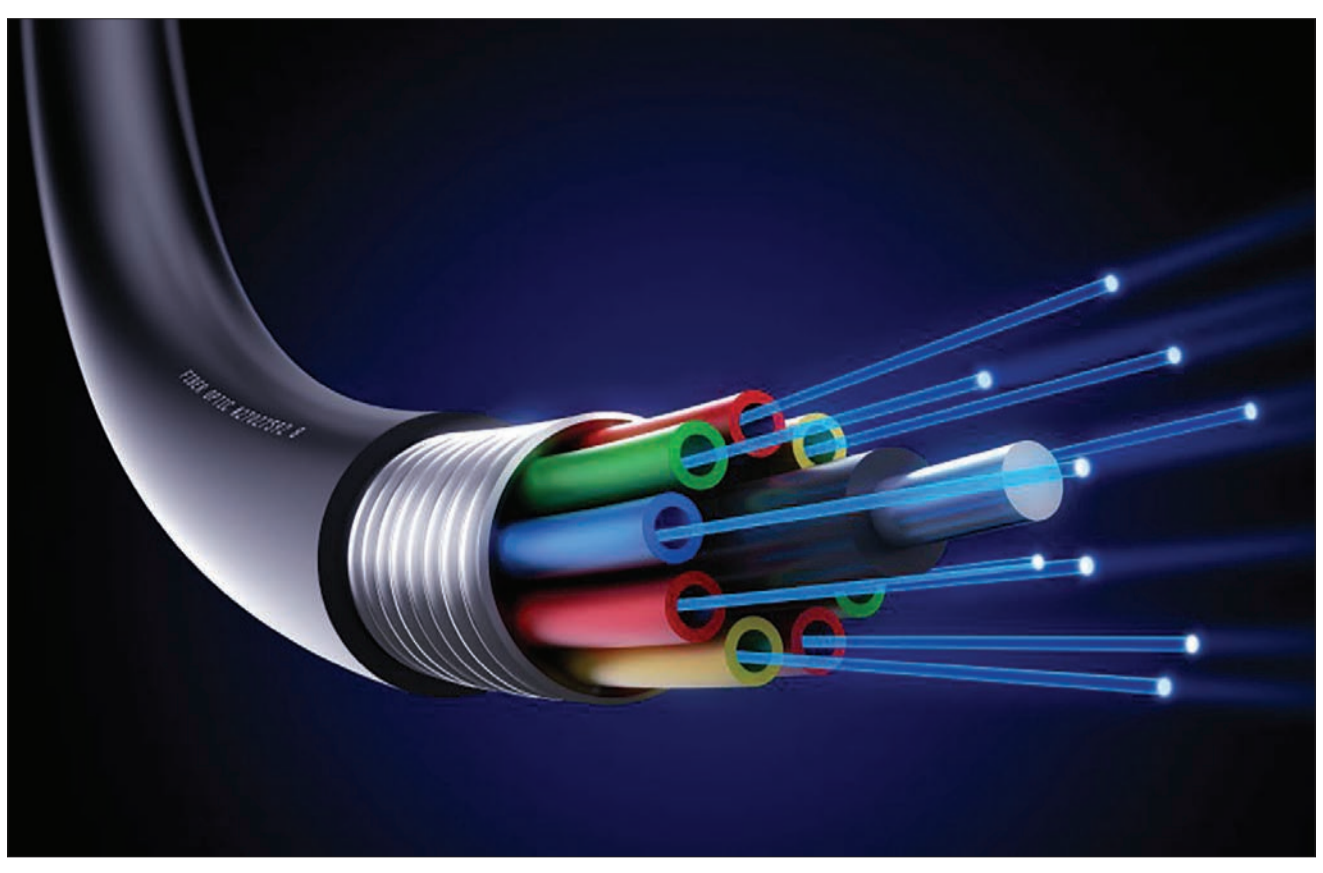
همزمان با بیشتر شدن آگاهی سرمایه‌گذاران و مردم عادی درباره اثرات زیست‌محیطی و اجتماعی، اعتبار و پایداری این صنعت نیز افزایش یافته و باعث می‌شود بازار آن نیز رونق بیشتری بگیرد.

سرمایه‌گذاری در آنها بسیار با صرفه خواهد بود. سازگار با سلامتی و کارآمد این روزها و سال‌ها نظریاتی وجود دارد که می‌گوید ویژگی‌های فیزیکی ساختمان‌ها و نیز محیط داخلی خانه می‌تواند بر کارآمدی و سلامتی اهالی خانه اثر بگذارد.

عوامل خطر توسعه پایدار می‌تواند به شدت بر نرخ اجاره و آینده ارزش‌گذاری املاک اثر گذار باشد. این موضوع بسیاری را بازگشت سرمایه اثر می‌گذارد. در صنعت ساختمان‌های سبز ریسک‌های معمول مثل قوانین دست و پا گیر و مجوز ساخت ندادن به ساختمان‌های ناکارآمد به‌طور کلی از بین می‌رود.

این گزارش نتیجه می‌گیرد با سبز کردن ساختمان‌ها می‌شود به اولویت‌های اقتصادی مهمی از جمله رفع خطر تغییرات اقلیمی، امنیت انرژی، صرفه‌جویی در منابع و اشتغال‌زایی، اعطاف‌پذیری و نیز زندگی با کیفیت دست یافت.

گزارشی از وضعیت تولید انواع کابل در ایران و شرایط سرمایه‌گذاری در این بازار نیاز مبرم کشور به تولید کابل‌های تخصصی حس می‌شود



دانش‌بنیان است، ما مواد اولیه خوبی در دسترس داریم اما به جای فرآوری آنها و تولید بر مبنای علم و دانش در حال صادرات مواد اولیه خودمان هستیم.

امینت را هم مدنظر قرار نمی‌دهند و فقط قصد تولید دارند. تعداد زیاد تولیدکنندگان خرد باعث شده کیفیت کار کاهش یابد و از طرفی هم توازن بازار به هم بخورد و هم اعتماد مشتری را به تولیدکنندگان داخلی از بین برود. سرمایه ملی هدر می‌رود و موازی کاری در این بخش بسیار زیاد است.

اضافه، سیستم کیفیت و مکانیزم توزیع کابل‌ها را در بازار داخلی مختل کرده است و برعکس این ماجرا در حوزه تولید کابل‌های تخصصی تعداد تولیدکنندگان به‌شدت پایین است و بدتر از آن اینکه با تمام توان قابلیت تولید ندارند و به جرات می‌توان گفت با کمتر از ۴۰ درصد ظرفیت خود در حال فعالیت هستند.

همین عدم توازن موجب شده تولیدکنندگان قابل در حوزه کابل‌های عمومی، دچار مشکلات فراوان در بازار فروش شوند و بدتر از آن سالانه حدود ۵۰ میلیون دلار واردات کابل‌های تخصصی به کشور را داشته باشیم.

تولیدی که آسان است پیوندی در پاسخ به این سوال که چرا تمام سرمایه‌گذاران تازه وارد به سمت تولید کابل‌های عمومی می‌روند در حالی که نیازی به افزایش تولید در این بخش حس نمی‌شود می‌گوید: سهولت حضور در بحث تولید کابل‌های عمومی نخستین فریب‌دهنده سرمایه‌گذاران است به گونه‌ای که شروع این کار با سرمایه مالی کم و دانش فنی حداقلی امکان‌پذیر است، سرمایه لازم برای حضور در بازار تولید کابل‌های عمومی می‌تواند از ۲۰۰ میلیون تومان شروع شود، ماشین‌آلات و تکنولوژی‌های خط تولید به راحتی در دسترس هستند و مکانیزه‌سازی می‌تواند و اشتغال‌زایی خوبی دارد و تمام این موارد موجب می‌شود سرمایه‌گذاران به محض ورود به سمت این بخش کشیده شوند.

از همه این‌ها بدتر تولیدکنندگان بدون مجوز هستند که دیگر بحث کیفیت و پیوندی ابتدا در خصوص وضعیت کنونی بازار تولید کابل در ایران می‌گوید: کابل‌ها را به دو بخش عمومی و تخصصی تقسیم می‌کنند، کابل‌های عمومی مانند کابل‌های ساختمان، کابل‌های فشار قوی و ضعیف و کابل‌های قدرت هستند و کابل‌های تخصصی بیشتر کابل‌های انتقال اطلاعات، کابل‌های شبکه و کابل‌های فیبر نوری به شمار می‌آیند.

به دلایلی چند، در سال‌های اخیر اکثر سرمایه‌گذاران وارد بخش تولید کابل‌های عمومی شده‌اند به گونه‌ای که در بازار امروز در بخش تولید کابل‌های عمومی ما مازاد مصرف کشور، تولید داریم و همین تولید

فیبور نوری یکی دیگر از پتانسیل‌های سرمایه‌گذاری

یکی دیگر از حوزه‌هایی که در کشور ما ظرفیت سرمایه‌گذاری و تولید دارد، کابل‌های فیبر نوری است که مسئولان هم توجه ویژه‌ای به آن دارند و در اخبار دیده می‌شود که حمایت خوبی از تولیدکنندگان به عمل می‌آورد، این در حالی است که ما فیبر را از کشورهای دیگر وارد می‌کنیم و در اینجا تبدیل به کابل فیبر نوری می‌کنیم در حالی که

وزیر صنعت نیم نگاهی به صنایع پیندازد

پیوندی در آخر به‌عنوان یکی از تولیدکنندگان در حوزه کابل و سیم تقاضا می‌کند وزیر صنعت نگاهی هم به صنایع دیگر به جز صنعت پتروشیمی و صنعت خودروسازی داشته باشد و می‌گوید: متأسفانه توجهی که لازم است به صنعت ما نمی‌شود و شاید دولت با تشکیل شرکت‌های مادر تخصصی بزرگ بتواند واحدهای کوچک را سرسازمان ببخشد و کارهای تحقیقاتی به عمل آورد و با برنامه‌ریزی صحیح روی این صنعت به خوبی درآموزایی کند.

مشارکت در سرمایه‌گذاری بهترین راه سودآوری

پیوندی معتقد است به دلیل اینکه برای راه‌اندازی مجموعه‌ای که کابل‌های تخصصی تولید کند میباید بالایی برای سرمایه‌گذاری نیاز است و یک تولیدکننده استاندارد کابل‌های تخصصی حداقل ۳ میلیون دلار سرمایه اولیه می‌خواهد بسیاری از افسران توانایی شروع به کار را ندارند و باوجود نیاز مبرم کشور به کابل‌های تخصصی همچنان در حال واردات این کابل‌ها هستیم. وی می‌گوید: پیشنهاد من به سرمایه‌گذاران بالقوه این حوزه ورود مشارکتی است، همان‌طور که پیش‌تر عنوان شد اغلب کارخانه‌ها با یک سوم ظرفیت خود در حال فعالیتند و به خوبی می‌توان با آورده هر چه بالاتر، افزایش تولید را شاهد بود.

مشکل دیگری که علاوه بر سرمایه

مالی در تولیدات کشور حس می‌شود مشکل کمبود دانش فنی هم در تولید و هم در مباحث برندینگ و بازاریابی است، در واقع می‌توان گفت تولید کابل داخل حدود دوده‌ها با تولید جهانی فاصله دارد و این ضعف از سطح دانش فنی ماست که باوجود مواد اولیه در دسترس اما همچنان از کابل‌هایی استفاده می‌کنیم که در دنیا منسوخ شده‌اند، مثلا چند دهه است که کابل‌های آلومینیومی در دنیا متداول شده

صادرات بی‌نتیجه کابل‌های ایرانی

این فعال بازار در خصوص وضعیت بازارهای صادراتی کابل ایرانی می‌گوید: ما حدود ۱۵۰ هزار تن در سال مس در کشور تولید می‌کنیم که از این مقدار ۱۳۰ هزار تن در بخش تولید کابل‌های عمومی استفاده می‌شود و این مقدار از نیاز کشور بسیار بالاتر است. از این رو بالطبع سرازاد آن به عراق و افغانستان و کشورهای همسایه صادر می‌شود اما این صادرات برای کشور ارزش افزوده‌های ندارد و بهتر است بگویم این صادرات مواد اولیه است نه صادرات کالایی که ارزش افزوده می‌آفریند.

تولیدی که آسان است

پیوندی در پاسخ به این سوال که چرا تمام سرمایه‌گذاران تازه وارد به سمت تولید کابل‌های عمومی می‌روند در حالی که نیازی به افزایش تولید در این بخش حس نمی‌شود می‌گوید: سهولت حضور در بحث تولید کابل‌های عمومی نخستین فریب‌دهنده سرمایه‌گذاران است به گونه‌ای که شروع این کار با سرمایه مالی کم و دانش فنی حداقلی امکان‌پذیر است، سرمایه لازم برای حضور در بازار تولید کابل‌های عمومی می‌تواند از ۲۰۰ میلیون تومان شروع شود، ماشین‌آلات و تکنولوژی‌های خط تولید به راحتی در دسترس هستند و مکانیزه‌سازی می‌تواند و اشتغال‌زایی خوبی دارد و تمام این موارد موجب می‌شود سرمایه‌گذاران به محض ورود به سمت این بخش کشیده شوند.

تجهیزات برتر حوزه پزشکی

ساختمان را از افتخارات خود می‌دانند. دکتر هاشمی در ادامه، دوره پساتحریم را فرصتی مناسب برای ارائه بهتر خدمات دارویی و پزشکی بیان کرد و گفت: از فرصت پساتحریم استفاده و امکان سرمایه‌گذاری مشترک را ایجاد کنیم تا شرکت‌های داخل در تعامل با کشورهای دیگر در مسیری تلاش کنند که اقتصاد درون‌زا و مقاومتی فعال داشته باشند. در کمتر از دو ماه آینده وزارت بهداشت همه فرصت‌های سرمایه‌گذاری بخش خصوصی را در داخل و

حوزه سلامت، یکی از مورد توجه‌ترین حوزه‌ها برای مسئولان هر کشوری است. توسعه و تولید تجهیزات پزشکی و انواع داروهای مورد نیاز همیشه از دغدغه‌های وزارت بهداشت بوده است، به گونه‌ای که سیدحسن هاشمی هم در نخستین کنگره کشوری آکادمی اقتصاد سلامت با بیان اینکه نگاه و توجه دولت یازدهم به بخش سلامت نسبت به دولت‌های گذشته بیشتر است، گفته: برخی از سیاستمداران به سلامت مردم اهمیت بیشتری می‌دهند و برخی هم متأسفانه حوادث جاده و

کلاف اول

دستگاه تجسم رنگ با استفاده از فناوری مادون قرمز غیرتجامی تصویری از رگ را روی سطح پوست نمایان می‌کند و محل دقیق زدن سوزن مشخص می‌شود. این دستگاه می‌تواند نیاز به فرورفتن چندباره سوزن در رگ را کاهش دهد و در نهایت باعث مراقبت بهتر و رضایت بیمار می‌شود. این پروژه که در استرالیا مورد بررسی قرار گرفته نشان داده که استفاده از این دستگاه نمایانگر رگ تا حدود قابل توجهی از استرس خون‌دهندگان هم کم می‌کند. نام این دستگاه کوچک «دستگاه نمایانگر رگ» است و ساخت آن به گونه‌ای طراحی شده که به راحتی قابلیت تولید را دارد.



فرصت بیشتر برای مطالعه پیش از سرنخ و فرصت سرمایه‌گذاری منتشر شده در این صفحه می‌توانید به forsnet.ir/investors مراجعه کنید

به بهانه روز جهانی گردشگری درهای ثروت را باز کنید

داشته باشد. دولت طرح‌هایی بلندپروازانه اما شدنی در گردشگری دارد و امیدوار است تا سال ۱۴۰۴، درآمد سالانه‌اش را در این حوزه، به ۳۰ میلیارد دلار برساند. تا آنجا البته کارزیادی در پیش دارد.

ایران به صورت سنتی یکی از پرچامه‌ترین مقاصد گردشگری دنیاست و با داشتن سایت‌های ثبت شده بین‌المللی در فهرست یونسکو و همین‌طور جاذبه‌های تاریخی و فرهنگی و طبیعی، استحقاق این را دارد که سهم بیشتری از تجارت عظیم گردشگری

برداشته شدن تحریم‌های بین‌المللی علیه ایران، شاید در نگاه اول درها را به سوی صنایعی مانند نفت و گاز و خودرو باز کند، اما گردشگری، در صورتی که فرصت را مغتنم بشمارد، می‌تواند بیشترین سود را از باز شدن درها به دست بیاورد.

۴۸ از ۵۰

ایران به صورت سنتی یکی از ۱۰ کشور برتر دنیا از نظر داشتن جاذبه‌های گردشگری شناخته می‌شود

۵ میلیون توریست

در حال حاضر سالانه ۵ میلیون گردشگر از ایران بازدید می‌کنند.

۲۰ میلیون توریست

هدف ایران در سال ۲۰۲۵، بازدید سالانه ۲۰ میلیون گردشگر از کشور است.

با این حال شرایط ویژه گردشگری در ایران باعث شده است در لیست سازمان گردشگری سازمان ملل، ایران در میان ۵۰ کشور فعال در حوزه گردشگری در رده ۴۸ باشد

۶ میلیارد دلار
درآمد فعلی ایران از گردشگری، ۶ میلیارد دلار است.

۳۰ میلیارد دلار
ایران انتظار دارد با این میزان گردشگر، ۳۰ میلیارد دلار درآمد سالانه داشته باشد.

۲/۶ میلیون

هر سال بیش از ۲/۵ میلیون گردشگر مذهبی از کشورهایمانند عراق، افغانستان، پاکستان، کویت و... به ایران می‌آیند. ۲ میلیون نفر از این تعداد گردشگر، عراقی‌ها هستند. مقصد اصلی این گردشگران مذهبی، شهرهای مقدس مشهد و قم است.

مقصدسازی

به صورت سنتی، یزد، شیراز، کرمان، اصفهان و تبریز مقاصد گردشگری در ایران برای گردشگران غربی بوده است. ایران به خاطر ضعف‌های شدید در زیرساخت‌ها (ساخت هتل، فرودگاه و امکانات زیربنایی)، نتوانسته مقاصد جدید ایجاد کند.

ویزای الکترونیک

دولت ایران امیدوار است با تسهیل صدور ویزا، میزان ورودی گردشگران را بالا ببرد. یکی از طرح‌ها، صدور ویزای الکترونیک برای گردشگران است.

۴۰۰

ایران می‌خواهد ۴۰۰ هتل سه و چهار ستاره احداث کند.

۱۳۰

فقط ۱۳۰ هتل در ایران سه یا چهار ستاره هستند.

۸

ایران تا حالا هشت مرکز اطلاعات گردشگری در کشورهای مختلف افتتاح کرده و امیدوار است تا پایان سال، این دفاتر را به ۲۷ برساند.

۴۰

سازمان میراث فرهنگی و گردشگری ۴۰ کشور را به‌عنوان هدف خود برای جلب گردشگر در نظر گرفته است.

۵۰

در حال حاضر ۵۰ پروژه هتل‌سازی در تهران فعال هستند در حالی که پایتخت ایران، به ۵۰ هتل دیگر نیاز دارد.

۱۹

ایران ۱۹ سایت تاریخی و فرهنگی دارد که از سوی یونسکو به‌عنوان میراث بشر فهرست شده‌اند.

۱۱۰۰

تعداد هتل‌های فعال در ایران

هر دلار، سه سرویس گردشگری

تا پیش از افزایش چشمگیر قیمت دلار در دولت قبلی، هر گردشگر با یک دلار، یک سرویس گردشگری دریافت می‌کرد. اما بعد از کاهش شدید ارزش ریال در برابر دلار، هر گردشگر در ازای هر یک دلار، سه سرویس گردشگری دریافت می‌کند. برای جبران این تفاوت فاحش، قیمت هتل‌ها در یک سال گذشته دو برابر شده است.

۳ شغل

ورود هر گردشگر به کشور، به معنای ایجاد سه شغل جدید است. در بخش گردشگری سلامت، ارزش هر گردشگر رقم بسیار بالاتری است و هر گردشگر، با خود ۱۵ تا ۲۰ هزار دلار به کشور می‌آورد. ایران در این بخش چندان فعال نیست و برنامه‌ها در این بخش هم در اولویت قرار ندارند.



کوله پستی

تبر یک! شما همیشه برنده خوش شانسی هستید

نوشین بیروز

جهانگرد و روزنامه نگار

تبر یک! شما برنده خوش شانس ما هستید، اگر با ارسال عدد یک در قرعه‌کشی ما شرکت کنید. فقط امروز فرصت دارید با خرید دو عدد ا ره‌برقی از ما یک بوگیز ماشین مجانی هدیه بگیرید... .

از برنده شدن، احساس بسیار خوبی به انسان دست می‌دهد و دریافت هر هدیه‌ای باعث خوشحالی است. از همین تاثیرمثبت بعضی شرکت‌های بازرگانی برای تشویق مشتری به خرید و برای رقابت با رقبای تجاری خود، به نفع خود استفاده یا سوءاستفاده می‌کنند.

معمولا در تبلیغ‌هایی که اعلام می‌شود با خرید این محصول آن محصول را جایزه دریافت می‌کنید، خریدار به‌نوعی پول هردو محصول را می‌پردازد و فروشنده فقط با استفاده از کلماتی مانند «جایزه» و «رایگان»، فرصت انتخاب کالایی شاید باکیفیت بهتر یا قیمت مناسب‌تر را از مشتری می‌گیرد.

انتخاب و خرید صرفا کالاهای جایزه‌دار می‌تواند به‌سرعت تبدیل به اعتیادی خطرناک شود. این افراد ممکن است چند برابر بیشتر از نیاز و بودجه خود کیسه‌های برنج را به امید پیدا کردن سکه طلای جایزه بخرند. مشکل اعتیاد به قمار و شرط‌بندی‌ها هم درست به همین شکل است، امید بیهوده به برنده شدن! شخص یک‌بار برنده می‌شود اما بارها و بارها یا مبلغی چند برابر بیشتر رامی‌بازد.

از طرفی اگر قرار است برای مثال با فرستادن عدد نوشته‌شده روی پاکت آب‌میوه شما برنده یک جایزه ویژه باشید، با همان یک‌بار فرستادن برنده می‌شوید و اگر تمام آبمیوه‌های کشور را خرید و تمام عدد‌های روی پاکت‌ها را فقط شما بفرستید هم فقط یک‌بار برنده می‌شوید نه هزاران بار، فقط پول بیشتری هدررفته است. شاید به جرات بتوان گفت اگر چیزی به اسم شانس وجود داشته باشد، حجم و میزان آن برای هر نفر در زندگی مقدار مشخص وثابتی است!

گاهی با تکرار، شانس دوباره یا بیشتری وجود دارد، اما در بعضی بازی‌ها تنها و فقط یک شانس برای برنده شدن وجود دارد و تکرار هیچ اثری در نتیجه ندارد. خوشبختانه سال‌ها پیش ریاضیدان‌ها همه‌چیز را به‌صورت علمی محاسبه و ثابت کرده‌اند و امروز از نتیجه قانون احتمالات در بورس و برنامه‌های مالی به‌درستی استفاده می‌شود.

برای شرکت در قرعه‌کشی مربوط به خرید هر محصول مصرفی و ارزان‌قیمت مثل آب‌میوه، شکلات یا ماکارونی، بهتر است فقط یک‌بار شانس خود را امتحان کنید نه بیشتر. معمولا احتمال برنده نشدن بیشتر از احتمال خریدن محصولی است که یا مدت‌ها در انبار مانده و فروش نرفته یا تازه‌وارد بازار شده و هنوز امتحان خود را پس نداده است.

هرچه اوضاع اقتصادی بدتر باشد، تمایل افراد به خرافات و اعتقاد به شانس هم فراوان‌تری‌شود و متاسفانه عده‌ای سودجو از این موقعیت به نفع خود سوءاستفاده می‌کنند. در این مواقع با خرید بیشتر محصول توسط قشر کم‌درآمد به امید برنده شدن یک جایزه عالی و تغییر ناگهانی و مثبت وضعیت زندگی، با خرید خود درواقع به ثروتمند شدن سرمایه‌داران و سهام‌داران کمک می‌کنند، بعضی تولیدکننده‌ها که اجازه بالا بردن قیمت محصولات خود را ندارند، با اعلام قرعه‌کشی با جایزه‌ای وسوسه‌کننده، فروش خود را در مدت کوتاهی چند برابر بیشتر کرده و از این طریق سود موردنظر یا حتی مقدار بیشتری را به‌دست می‌آورند.

در کشورهای توسعه‌یافته وقتی مشتری از برند خوش‌نامی خرید می‌کند، معمولا به‌پاس تشکر از اعتماد و انتخاب و برای تشویق او به خرید دوباره، کوپن تخفیف یا هدیه‌ای کوچک در نظر گرفته می‌شود. اما در هیچ کشوری با اقتصاد سالم، برای تشویق مشتری به خرید، خبری از وعده جایزه‌های غیرمعقول و بسیار گران لوکس نیست. جایزه و هدیه هم باید حد و قیمت معقولی داشته باشد، جایزه‌های بی‌تناسب فورا این پیغام را می‌رسانند که باید جادوی اشکالی وجود داشته باشد. مردم آگاه و باهوش هم به چنین تبلیغ‌هایی اعتماد نمی‌کنند.

یادمان باشد که «پنیر مجانی فقط در تله‌موش وجود دارد!»

دور دنیا

رونق بخشیدن به وضعیت اقتصادی کارگران در اسپانیا

ترجمه: رضا فدایی

منبع: telemadrid

۲۷ درصد از شرکت‌های اسپانیایی در سال ۲۰۱۵، در شرایط کاهش ۷ درصدی دستمزدها، وضعیت اقتصادی کارگران را بهبود بخشیدند.

براساس گزارشی که توسط شرکت چند ملیتی و هندی «ندستاد» درباره نیروی انسانی منتشر شد، مدیران ارشد مالی با حقوق سالانه ۷۹۰،۰۰۰ یورو، بالاترین درآمد را دارند. در این گزارش آمده است که کارگران براساس تخصص و مسئولیت‌های خود دستمزده دریافت می‌کنند.

در حوزه بازاریابی و فروش محصولات، حقوق متخصص‌ها بسته به مشخصات تجاری آنها تعیین می‌شود. به‌طور متوسط از چهار بخش مورد تجزیه و تحلیل، یک مدیر فروش با ۷۰،۰۰۰ یورو در سال دومین فردی است که بالاترین درآمد‌ساز دارد.

در سوی دیگر «فرانچایز» یا همان کسانی که امتیاز حق انحصاری برند شرکت خود را در اختیار دیگران قرار می‌دهند، درآمد سالانه برابر ۶۸،۰۰۰ یورو دارند که این رقم برای یک مدیر فروش منطقه‌ای سالانه به ۶۱،۰۰۰ یورو می‌رسد.

در بخش مهندسی، پنج جایگاهی که حقوق بالایی دریافت می‌کنند توسط مدیران و اعضای مدیریت ارشد شرکت‌ها اشغال شده است. طیف حقوق و مزایای متوسط سالانه آنها بین ۴۷،۰۰۰ و ۶۳،۰۰۰ یورو است.

در نهایت، در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات مدیران ارشد شرکت‌ها با درآمد سالانه ۶۰،۰۰۰ یورو بهترین جایگاه‌ها را اداره می‌کنند، به علاوه می‌توان جایگاه مدیران تجارت را با درآمد سالانه ۵۸،۰۰۰ یورو در زمره بهترین‌ها قرار داد.

اکثر شرکت‌ها فعالیت خود را طی سال بهبود بخشیده‌اند.

بهبود وضعیت اقتصادی برای شرکت‌ها در چشم‌انداز این گزارش، شامل بهبود بخش تولید و بخش‌های خاص مثل صنعت یا عرضه خدمات است.

در این زمینه، ۲۱درصد از شرکت‌ها معتقدند که پاداش آنها به کارمندان بیشتر از رقبای خود بوده است، در همین حال ۱۸درصد آنها براین باورند که در پرداخت پاداش به کارگران از رقا عقب‌تر هستند.

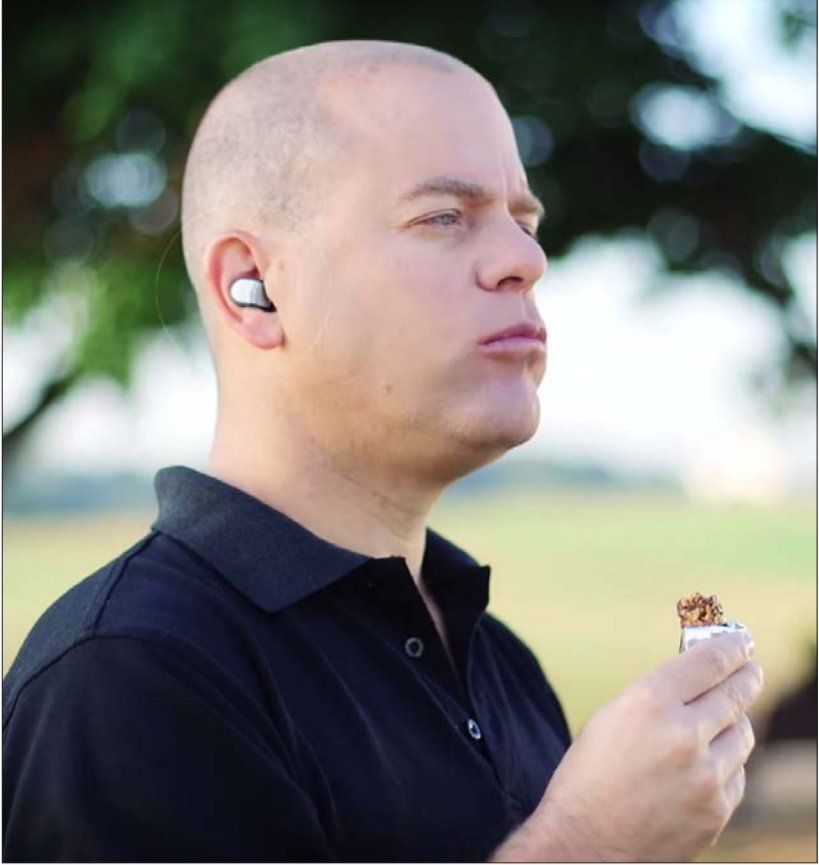
همچنین بیشتر شرکت‌ها معتقدند که وضعیت اقتصادی اسپانیا در سال‌های اخیر بهتر شده است که خود منجر به فراهم آمدن محیط مطلوبی برای شرکت‌های فعال در داخل کشور شده است.

بنابر این، ۵۲ درصد سازمان‌ها بر این باورند که بهبود وضعیت اقتصادی منجر به افزایش فعالیت‌های تجاری شده است؛ ۲۳ درجه بالاتر از سال ۲۰۱۴. در طرف مقابل، یک چهارم (۲۴ درصد) شرکت‌ها اظهار داشتند که وضعیت سازمان به نسبت فعالیت‌های سال گذشته بدتر شده است.

قاب

ب

گجت هوشمندی با نام BitBite عرضه شده که با قرار گرفتن در گوش کاربران سلامتی آنها را کنترل می‌کند. این گجت به بررسی نحوه غذا خوردن و چگونگی بلع در کاربرانش می‌پردازد تا عادات غذایی نادرست را در آنها اصلاح کند.



۳۶۰

۱۵۳ کارخانه در چین تعطیل می‌شود

ترجمه: گلنوش محب‌علی

منبع: MSN

پروژه بلندپروازانه راه‌اندازی سایت دیزنی‌لند در شهر شانگهای چین، در سال ۲۰۱۱ آغاز شد. قرار بود این سایت تا سال ۲۰۱۵ افتتاح شود، ولی در نهایت تا سال

۲۰۱۶ به تعویق افتاد. شرکت آغازگر این طرح قصد دارد طبقه متوسط در حال رشد این کشور را جذب کند. این در حالی‌است که منطقه‌ای که برای این پروژه در نظر گرفته شده تحت تاثیر سطح بسیار بالای آلودگی ناشی از سایت‌های صنعتی در

مجاورت آن است. با این وجود مقامات شانگهای تا پایان سال ۲۰۱۶، قصد دارند با تعطیلی ۱۵۳ کارخانه مستهلک که میزان آلودگی بالایی دارند، به کیفیت هوا بهبود بخشند و نخستین پارک دیزنی لند چین را زیر آسمان آبی افتتاح کنند.



منطقه آزاد

امسال ۴ میلیارد ساکن کره زمین اینترنت ندارند

همچنین عدم دسترسی به محتوای اینترنتی به زبان‌های محلی مشکل مهم دیگری است که باعث می‌شود مردم بسیاری از کشورها تمایلی به استفاده از اینترنت نداشته باشند. البته خبر خوب این است که شرایط

در آینده بهتر خواهد شد. تا سال ۲۰۲۱ حدود ۶۰ درصد مردم جهان به اینترنت دسترسی خواهند داشت. همچنین استفاده از اینترنت موبایلی نیز رشد چشمگیری خواهد داشت و تعداد کاربران خدمات دنیای همراه تا سال ۲۰۲۰ تقریبا با تعداد کاربران تلفن‌های همراه برابر خواهد شد.

منبع: انگجت

ب

قیمت انواع سینمای خانگی در بازار

نام محصول	برند	مدل	قیمت(تومان)
Home Theater	LG	LH-930 HTS	۷۳۹,۰۰۰
Home Theater	Panasonic	SC-BTT785	۱,۶۷۵,۰۰۰
Home Theater	Samsung	HT-F456K	۱,۱۷۵,۰۰۰
Home Theater	LG	LH-982 XBH	۱,۶۱۵,۰۰۰
Home Theater	Samsung	HT-F356K	۸۹۹,۰۰۰
Home Theater	LG	LH-940 HTS	۱,۰۲۹,۰۰۰

کیوسک

ب

استخراج ماده اولیه گوشی از گیاهان

محققان آلمانی

Bloomberg

منبعی طبیعی و در

دسترس برای عنصر نیمه‌رسانای ژرمانیوم شده‌اند که در صنایع نیمه‌رسانا بسیار کاربردی بوده اما به دلیل ماهیت انفعال‌اش استخراج آن بسیار دشوار است. این ماده در تلفن همراه هوشمند یافت می‌شود، اما در سطح زمین قابل استخراج نبوده و با اینکه یک عنصر زمینی کمیاب نیست، اما در عین حال بسیار دست‌نیافتنی است و مهم‌ترین منابع تولید آن درحال حاضر در چین وجود دارد.

اخیرا محققان دانشگاه معدن و فناوری فرایبورگ توانسته‌اند از گیاهان برای استخراج این ماده دست‌نیافتنی استفاده کنند. این گیاهان از نظر تخصصی و ژنتیکی دستکاری نشده‌اند، بلکه در حقیقت همان گیاهان باغچه‌ای همچون گل‌های آفتابگردان، علف‌ها و ذرت‌ها هستند. اساسا ضایعات معادن روی، بستر مناسبی برای جاری شدن آب‌های غنی از ژرمانیوم فراهم می‌کند. گیاهان نیز ژرمانیوم را به داخل ریشه‌های خود می‌کشند و سپس باکتری‌ها وارد عمل شده و گیاهان را وادار می‌کنند تا ژرمانیوم خالص استخراج کنند. این ژرمانیوم بعدا می‌تواند در گوشی‌های همراه هوشمند مورد استفاده قرار گیرد.

اکسیژن همیشه نماد حیات نیست

محققان آمریکایی

در تحقیقات

جدید خود مدعی

BUSINESS INSIDER

شده‌اند که کشف اکسیژن در فضا را نمی‌توان همیشه نشانه‌ای قطعی از حیات فرازمینی دانست. نوریو ناریتا و شگیوکی ماسوکا از موسسه ملی علوم اعصاب آمریکا، فرضیه جدیدی را مبنی بر وجود احتمالی مقادیر زیادی اکسیژن غیرزنده در سیارات ارائه داده‌اند.

تاکنون این چنین تصور می‌شد که اگر در سیاره‌ای مقادیری اکسیژن یافت شود، به این معنی است که حتماً در آن سیاره گونه‌ای از گیاهان از طریق فتوسنتز تولید می‌شوند و محققان هنگام جست‌وجوی حیات در سیارات فراخورشیدی قابل سکونت، وجود اکسیژن در جو را نشانه‌ای قطعی از وجود زندگی در آن سیاره می‌دانستند. اگر چه واکنش‌های شیمیایی غیرزیستی می‌توانند ترکیبات جوی سیارات فراخورشیدی را تحت تاثیر قرار دهند.

در حال حاضر این تیم تحقیقاتی عنوان کردند: اکسیژن غیرزنده طی واکنش‌های فتوکاتالیستی اکسیدیتیانیوم تولید می‌شود. این واکنش‌ها در سطح سیارات خاکی، شهاب‌سنگ‌ها و قمرهای موجود در منظومه شمسی به وفور وجود دارد.

جمع‌آوری روباتیکی زباله از سال ۲۰۱۶

یک شرکت

بزرگ خودروسازی

در نظ‌ر دارد

euronews

روبات‌هایی تولید کند که طی همکاری با کامیون‌های مخصوص، جمع‌آوری و حمل زباله را به فرآیندی روباتیکی تبدیل کند.

شرکت ولوو که مقر آن در سوئد است با همکاری دانشگاه‌ها و چند شرکت در این کشور و آمریکا در نظر دارد پروژه‌ای موسوم به ROAR را با هدف روباتیکی ساختن فرآیند جمع‌آوری زباله توسعه دهد. در این پروژه روبات‌هایی ساخته می‌شود که محفظه‌های سنگین مخصوص انباشت زباله را به‌راحتی برداشته و تا کامیون حمل زباله می‌برند. از مهم‌ترین ویژگی‌های این نساوری عدم نیاز به حضور فیزیکی نیروهای انسانی است به‌طوری‌که تنها راننده بر کار روبات‌ها نظارت می‌کند. از آن گذشته این فرآیند در سکوت و به دور از هیاهو و سروصدا زیاد فعلی فرآیند جمع‌آوری زباله صورت می‌گیرد. قرار است محققانی در دانشگاه‌های آمریکا سیستم‌های ارتباطی، گرافیک روبات‌ها و سیستم کنترلی آنها را طراحی کرده و در همین حال محققانی در آن سوی اقیانوس اطلس یعنی سوئد کار طراحی ساختاری روبات‌ها و سیستم عامل آنها را پیش ببرند. این روبات‌ها که در قد و اندازه یک نوجوان خواهند بود دستورات لازم را از راننده کامیون دریافت می‌کنند.